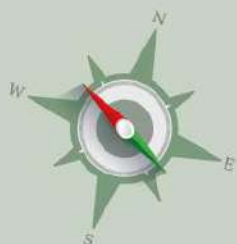




INSTITUTO FEDERAL
Brasília

Política de Comunicação

Instituto Federal de Educação,
Ciência e Tecnologia
de Brasília – IFB



Edição – 2021



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Presidente da República

Jair Messias Bolsonaro

Ministro de Estado da Educação

Milton Ribeiro

Secretário de Educação Profissional e Tecnológica

Tomás Dias Sant'Ana

Reitora do Instituto Federal de Brasília

Luciana Miyoko Massukado



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

EQUIPE GESTORA DO IFB

Reitora

Luciana Miyoko Massukado

Chefe de Gabinete da Reitoria

Cristiane Salgado

Assessor da Reitoria

Felipe De Angelis

Assessor de Relações Internacionais

Anderson Allan Almeida Galvão

Pró-reitora de Administração

Rodrigo Maia Dias Ledo

Pró-reitora de Ensino

Veruska Ribeiro Machado

Pró-reitora de Extensão e Cultura

Paulo Henrique Sales Wanderley

Pró-reitora de Gestão de Pessoas

José Anderson de Freitas Silva

Pró-reitora de Pesquisa e Inovação

Giovanna Megumi Ishida Tedesco

Diretor de Planejamento e Orçamento

Rodrigo Alfani

Diretora de Comunicação

Sandra Branchine

Diretor de Tecnologia da Informação e Comunicação

Bruno Nepomuceno

Diretora-geral do IFB Campus Brasília

Patrícia Lima Albuquerque

Diretor-geral do IFB Campus Ceilândia

Ricardo Frangiosi de Moura

Diretor-geral do IFB Campus Estrutural

Giano Luís Copetti

Diretor-geral IFB Campus Gama

Rômulo Ramos Nobre Junior

Diretor-geral IFB Campus Planaltina

Nilton Nélío Cometti

Diretor-geral IFB Campus Recanto das Emas

Germano Teixeira Cruz

Diretor-geral IFB Campus Riacho Fundo

Gervásio Barbosa Soares Neto

Diretor-geral IFB Campus Samambaia

Paulo Henrique Silva Ribeiro

Diretor-geral IFB Campus São Sebastião

Robson Caldas de Oliveira

Diretor-geral IFB Campus Taguatinga

Leonardo Moreira Leodido



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

COMISSÃO DE ELABORAÇÃO DA POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO

Portaria nº 253, de 08 de março de 2021

Sandra Maria Branchine

Diretora de Comunicação Social do IFB —
DICOM/Reitoria

Maria do Rosário Cordeiro Rocha

Docente Letras-Português —
IFB Campus Gama

Douglas Santos Silva Vilaça

Assessor da Direção de Comunicação
Social — DICOM/Reitoria

Maria José Luís

Técnica em Secretariado —
DICOM/Reitoria

Adilson Jayme de Oliveira

Coordenador de Estágio —
IFB Campus Planaltina

Nilza Costa da Silva

Relações Públicas — DICOM/Reitoria

Adriano Vinício da Silva do Carmo

Coordenador de Comunicação —
IFB Campus Brasília

Rafaela Caetano Pinto

Docente Hospitalidade e Lazer —
IFB Campus Brasília

Alexandre de Souza Garcia

Técnico em Som — DICOM/Reitoria

Rejane Maria de Araújo

Docente Letras-Português —
IFB Campus Riacho Fundo

Ana Cristina Moreira dos Santos

Jornalista — DICOM/Reitoria

Renata Monteiro Soares

Relações Públicas — DICOM/Reitoria

Anny Rochelly Vieira Santos

Jornalista — DICOM/Reitoria

Sheyla Villar Fredenhagem

Técnica em Assuntos Educacionais —
DICOM/Reitoria

Bélrica Alessandra P. Da Silva Dantas

Assistente em Administração —
DICOM/Reitoria

Vinícius Martins Sousa

Técnico em Audiovisual — DICOM/Reitoria

Bruno Soares Maciel

Programador Visual — DICOM/Reitoria

Yussef Amim de Queiroz

Técnico de Laboratório Audiovisual —
IFB Campus Recanto das Emas

Camila Paim Veran Coelho

Assistente em Administração —
DICOM/Reitoria

Diogo Delpaço

Analista de TI — DTIC/Reitoria

Fernando Coelho Barboza

Jornalista — DICOM/Reitoria

Ítalo Rios Cary

Programador Visual — DICOM/Reitoria



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	6
1 POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO.....	10
1.1 Conceitos e pressupostos gerais.....	10
1.2 Marca e Imagem	14
1.3 Preservação da Memória e da Imagem.....	17
1.4 Definição dos públicos.....	18
1.5 Espaços e Canais de Comunicação Oficiais	22
2 COMUNICAÇÃO INTERNA	27
2.1 Estrutura Organizacional em comunicação	28
2.2 Procedimentos para comunicação institucional	30
2.3 Mascotes.....	37
3 COMUNICAÇÃO PARA O PÚBLICO EXTERNO E MISTO	40
3.1 Comunicação no ambiente educacional	41
3.2 Comunicação e divulgação Científica e de Extensão	45
3.3 Relacionamento com parceiros e imprensa.....	47
3.4 Comunicação nas redes sociais	49
3.5 Eventos	50
4 COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA.....	54
4.1 Gestão estratégica de crise	55
4.2 Análise SWOT/FOFA	57
4.3 Implantação da Política de Comunicação.....	58
4.4 Manuais, Guias e Fluxos	59
4.5 Acompanhamento, avaliação e atualização.....	61
BIBLIOGRAFIA CONSULTADA.....	63



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

LISTA DE APÊNDICES

APÊNDICE A - MANUAL DE COMUNICAÇÃO INCLUSIVA.....	65
APÊNDICE B - GUIA PRÁTICO DE COMUNICAÇÃO INCLUSIVA	91
APÊNDICE C - MANUAL DE ATENDIMENTO AO PÚBLICO DO IFB ADAPTADO DO IFSC	101
APÊNDICE D - GUIA DE ATRIBUIÇÕES EM COMUNICAÇÃO DO IFB	115
APÊNDICE E - MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL DA MARCA IFB	125
APÊNDICE F - APRESENTAÇÃO DA HISTÓRIA DO IFB E SEUS CAMPI.....	143
APÊNDICE G - GUIA DOS PÚBLICOS DO IFB.....	159
APÊNDICE H - GUIA DE ORIENTAÇÕES PARA REUNIÕES DE TRABALHO DO IFB ADAPTADO DO IFSC.....	165
APÊNDICE I - MANUAL DE ATENDIMENTO AO PÚBLICO DO IFB ADAPTADO DO IFSC	178
APÊNDICE J - TERMO DE CESSÃO E AUTORIZAÇÃO DE USO DE DIREITOS DE IMAGEM	192
APÊNDICE K - MANUAL DE JORNALISMO DO IFB.....	193
APÊNDICE L - FLUXO DE SOLICITAÇÃO DE PUBLICAÇÃO NO PORTAL IFB	205
APÊNDICE M - FLUXO PARA PUBLICAÇÃO DE NOTA DE FALECIMENTO NO IFB	207
APÊNDICE N - FLUXO DE SOLICITAÇÃO PARA PUBLICAÇÃO NAS REDES SOCIAIS	209
APÊNDICE O - MANUAL DE RELACIONAMENTO COM A IMPRENSA DO IFB ADAPTADO DO IFSC.....	211
APÊNDICE P - FLUXO DE SOLICITAÇÃO PARA ASSESSORIA DE IMPRENSA... ..	226
APÊNDICE Q - FLUXO PARA SOLICITAÇÃO DE CRIAÇÃO MULTIMÍDIA DO IFB	227
APÊNDICE R - FLUXO DE UTILIZAÇÃO DO SISTEMA DE EVENTOS.....	229
APÊNDICE S - FLUXO DE SOLICITAÇÃO DE TRANSMISSÃO AO VIVO	230
APÊNDICE T - FLUXO DE PUBLICAÇÃO EM MURAIS DO IFB	234
APÊNDICE U - ANÁLISE SWOT/FOFA COMUNICAÇÃO IFB	235



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

INTRODUÇÃO

Este documento versa sobre a Política de Comunicação do Instituto Federal de Brasília (IFB), autarquia federal vinculada ao Ministério da Educação — MEC. Referência em ensino profissional no Distrito Federal, o IFB, por meio da implantação desta política, visa estabelecer e ampliar canais de comunicação com seus públicos e com suas unidades nas regiões administrativas Plano Piloto, Ceilândia, Estrutural, Gama, Planaltina, Recanto da Emas, Riacho Fundo, Samambaia, São Sebastião e Taguatinga.

A Comunicação Social é uma área responsável pelo estudo dos fenômenos relacionados aos meios de comunicação, e os efeitos destes em relação à sociedade. Considerando os compromissos do IFB com a democracia, a transparência, a diversidade, o desenvolvimento humano e a acessibilidade, o IFB estabelece uma política de comunicação que almeja contribuir para o desenvolvimento e a compreensão da comunicação como direito fundamental do cidadão na sociedade.

A Política de Comunicação do IFB fundamenta-se na missão, na visão, nos valores, nos objetivos e nas metas institucionais que constam no Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) e prioriza os conceitos de comunicação pública, inclusiva, integrada e estratégica, o que vale dizer que a comunicação está apoiada no diálogo, na participação democrática, na acessibilidade, na transparência, na credibilidade e no interesse coletivo — estrutura que garante o acesso em igualdade de oportunidades à informação e à comunicação.

Isso posto, a comunicação é responsabilidade e compromisso permanente de todos os servidores públicos, que devem praticá-la e planejá-la compreendendo que a comunicação se manifesta em todas as ações, atividades administrativas e acadêmicas, projetos e políticas do IFB. Dessa forma, a comunicação, considerada como um processo de gestão, impulsiona mudanças de comportamentos e cultura organizacional na Instituição, visto que colabora para a melhoria da qualidade do ensino público e gratuito e contribui diretamente no fortalecimento da Instituição.

Nesse contexto, esta Política compreende um conjunto de princípios, posturas, normas, fluxos e ações estratégicas que orientam a atuação da Instituição perante os seus públicos para servir como instrumento orientador e normativo, concebido para



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

sistematizar a comunicação interna e externa do IFB, maximizando seu desempenho, por meio da criação e manutenção de fluxos comunicacionais que facilitem a interação entre a Instituição e os públicos de interesse.

Com isso, o objetivo desta Política é estabelecer diretrizes de uma comunicação institucional guiada pela responsabilidade pública, transparência e inclusão, visando

- a) instituir a Política de Comunicação do IFB;
- b) fortalecer a marca do IFB;
- c) difundir o conhecimento científico pelo ensino, pesquisa e extensão;
- d) consolidar um processo colaborativo e estratégico;
- e) promover e ampliar o diálogo e o relacionamento do IFB com seus públicos;
- f) atuar de forma integrada institucionalmente para potencializar os resultados da comunicação.

O desenvolvimento Política de Comunicação do IFB foi feito por uma Comissão de forma coletiva e democrática. A Comissão de Elaboração da Política de Comunicação do IFB foi integrada por 15 (quinze) servidores da Diretoria de Comunicação (Dicom) e por 7 (sete) servidores da Reitoria e de diferentes *campi* e áreas de atuação do IFB indicados pelos dirigentes, totalizando 22 (vinte e dois) integrantes. Os membros da Dicom foram os norteadores do processo de elaboração, coordenando as discussões, e os demais integrantes participaram ativamente do desenvolvimento, propondo textos básicos e contribuindo para um sistema de validação coletivo e democrático.

A Comissão de Elaboração da Política de Comunicação do IFB foi integrada por 15 (quinze) servidores da Diretoria de Comunicação (Dicom) e por 7 (sete) servidores da Reitoria e de diferentes *campi* e áreas de atuação do IFB indicados pelos dirigentes, totalizando 22 (vinte e dois) integrantes. Os membros da Dicom foram os norteadores do processo de elaboração, coordenando as discussões, e os demais integrantes participaram ativamente do desenvolvimento, propondo textos básicos e contribuindo para um sistema de validação coletivo e democrático.

A Comissão trabalhou em conjunto durante o ano de 2021, utilizando como instrumentos de coleta de dados a pesquisa documental e bibliográfica, a consulta às políticas de comunicação dos Institutos Federais (IFs) e do CONIF, a consulta pública



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

e a consulta a especialistas. As propostas para as diretrizes da Política de Comunicação bem como o planejamento estratégico das ações ocorreram por meio de debates em reuniões semanais virtuais entre os membros da Comissão e tiveram como resultado a produção textual.

Os manuais, guias e fluxos também foram desenvolvidos pela Comissão e, por meio de parceria firmada com o Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC), foi possível adaptar quatro manuais do IFSC para a realidade do IFB.

Os servidores puderam participar por meio de consulta à página da Política de Comunicação no *site* do IFB, esclarecer dúvidas e propor sugestões nos três encontros do Ciclo de Diálogos e por meio do formulário de sugestões que estava disponível para receber informações, críticas e sugestões a qualquer momento.

A Política de Comunicação do IFB partiu da definição dos princípios norteadores da comunicação e comunicação pública com o objetivo de orientar todas as ações de comunicação do IFB e buscou aprofundar os conhecimentos quanto à estratégia de comunicação para cada público, seja ele interno ou externo.

E está alinhada às premissas do Conselho Nacional das Instituições da Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica — CONIF, ao Plano de Desenvolvimento Institucional do IFB — PDI, e tendo como referência as políticas de comunicação elaboradas pelos Institutos Federais da Rede e o conhecimento técnico dos membros da Comissão, considerando a inovação, a colaboração e a integração na gestão da Política de Comunicação do IFB. Compõem este documento a realização de diagnóstico e o planejamento das ações para contribuir para a melhoria na comunicação do IFB.

Este documento apresenta no Capítulo 1 os conceitos e pressupostos gerais da Política de Comunicação do IFB, orientações para o fortalecimento da marca e da imagem do IFB, preservação da memória, define os públicos estratégicos do IFB e os canais de comunicação oficiais. No capítulo 2, é feito um diagnóstico e são estabelecidas as diretrizes para a comunicação com o público interno com definição das condutas profissionais para a comunicação pública e integrada e procedimentos de divulgação e eventos para público interno. O Capítulo 3 é marcado por apresentar a condução da comunicação com o público externo e misto, segmentando as informações pertinentes à comunicação no âmbito educacional da comunicação e apresenta orientações para o relacionamento com parceiros, imprensa e redes sociais.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

O capítulo 4 apresenta a comunicação estratégica com a definição dos planos de comunicação e atenção à gestão estratégica de crise e implantação da Política de Comunicação do IFB, incluindo os manuais, guias, fluxos de comunicação e modelos produzidos para aprofundar e orientar questões mais específicas. Ao final, nesse capítulo, ficam instituídas as formas e a frequência de acompanhamento, avaliação e revisão da Política de Comunicação do IFB.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

1 POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO

1.1 Conceitos e pressupostos gerais

A comunicação do IFB deve ser pautada, continuamente, na *missão*, na *visão*, nos *valores*, nos *objetivos* e nas *metas* institucionais que constam no Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI). Trata-se de prioridade, no planejamento estratégico de comunicação, submeter campanhas, divulgações, publicações, promoções e eventos a esses princípios, assim como adotar, como premissa, os conceitos de *comunicação*.

MISSÃO

Oferecer ensino, pesquisa e extensão no âmbito da Educação Profissional e Tecnológica, por meio da inovação, produção e difusão de conhecimentos, contribuindo para a formação cidadã e o desenvolvimento sustentável, comprometidos com a dignidade humana e a justiça social.

VISÃO

Consolidar-se no DF como instituição pública de excelência em Educação Profissional e Tecnológica, pesquisa aplicada e extensão, ofertante de formação inovadora, inclusiva, pautada no respeito à diversidade e à sustentabilidade, de forma integrada com a sociedade.

VALORES

- Assumir os valores constantes no PDI do IFB
- Ética
- Educação como bem público gratuito e de qualidade
- Formação crítica, emancipatória e cidadã
- Gestão democrática: transparência, participação, autonomia, pluralismo e integração
- Respeito à diversidade e à dignidade humana
- Promoção da inclusão



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

- Inovação
- Sustentabilidade econômica e socioambiental

COMUNICAÇÃO PÚBLICA

A comunicação desempenha papel estratégico na formação da imagem e da reputação do Instituto, conferindo legitimidade à sua atuação. Nesse sentido, é importante que a comunicação seja apoiada no diálogo, na participação democrática, na acessibilidade, na transparência, na credibilidade e no interesse coletivo.

Todo cidadão tem direito à informação; portanto, a comunicação pública é responsabilidade de todos os servidores públicos e deve ser voltada ao bem comum e ocorrer em todas as instâncias da Instituição e canais de comunicação, inclusive nos serviços de atendimento ao público.

A Dicom, nesse contexto, apoia o desenvolvimento das atividades de setores que atuam no atendimento ao público, em especial da Ouvidoria e do Serviço de Informação ao Cidadão (SIC). E também está empenhada em realizar a transparência ativa, por meio da divulgação espontânea das principais informações institucionais, e em responder às demandas informativas apresentadas pelos seus diversos públicos.

Dispositivos institucionais para promoção da transparência e da segurança da informação e para atendimento das políticas públicas do IFB

Carta de Serviços ao Cidadão

Documento que tem por objetivo informar os usuários, de forma clara e precisa, acerca dos serviços prestados pelo IFB, das formas de acesso, bem como dos respectivos compromissos estabelecidos e padrões de qualidade almejados no atendimento aos usuários. A [Carta de Serviços ao Cidadão do IFB](#) é um documento de grande importância para a melhoria dos serviços oferecidos.

Ouvidoria

A Ouvidoria do IFB compõe o Sistema de Ouvidoria do Poder Executivo Federal (SisOuv), cujo órgão central é a Controladoria-Geral da União (CGU), e exerce o papel de mediadora nas relações institucionais que envolvem a comunidade interna e externa ao IFB. Além disso, funciona como canal formal de denúncias e também de



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

recepção de requerimentos dos titulares de dados pessoais, em atendimento à [Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais](#) (Lei n.º 13.709/2018).

O Serviço de Informação ao Cidadão (SIC) tem seu funcionamento dentro da Ouvidoria do IFB, com a finalidade de gerenciar o atendimento ao direito de acesso à informação estabelecido pela [Lei de Acesso à Informação](#) (Lei n.º 12.527/2011). As informações geradas por meio dos relatórios gerenciais da Ouvidoria e do SIC são um importante instrumento da gestão estratégica, considerando que as percepções e relatos da comunidade sobre questões específicas, recebidas através de manifestações registradas na [Plataforma Integrada de Ouvidoria e Acesso à Informação](#) (FalaBR), podem trazer aos gestores do IFB alguns indicadores importantes para nortear mudanças em várias áreas da Instituição.

Canais para registro de manifestações na Ouvidoria do IFB

- Página da Ouvidoria no *site* institucional do IFB que direciona para a plataforma FalaBR.
- Presencialmente ou envio de cartas para o endereço da Reitoria do IFB, localizada no Setor de Autarquias Sul, Quadra 2, Bloco E, Edifício Siderbrás – Asa Sul – Brasília/DF, CEP 70070-906.
- *E-mail* ouvidoria@ifb.edu.br (utilizado para pedido de orientação).

IFB em Números

Plataforma digital com a finalidade de disponibilizar informações atualizadas sobre os *campi*, número de alunos, indicadores educacionais, de pessoal, entre outros, para a comunidade. Baseado em uma visualização interativa, o usuário pode navegar por meio de abas, selecionando módulos de informação, período de análise e indicadores a serem exibidos.

Portal de acesso à informação

Canal de comunicação dentro do Portal do IFB que agrupa todas as informações institucionais, como documentos institucionais, missão, visão, valores, boletins, resoluções, súmulas, entre outros.

Portal da transparência e prestação de contas

Canal de comunicação dentro do Portal do IFB que agrupa todos os serviços para a promoção da transparência, como ouvidoria e SIC; prestação de contas, como relatórios de gestão, demonstrações contábeis, remuneração por servidor; e outras



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

informações, como auditorias, planejamento institucional, orçamento, licitações e contratos, estrutura organizacional e rol de responsáveis.

Plano de Dados Abertos (PDA)

Documento orientador para as ações de implementação e promoção de abertura de dados no IFB, com o intuito de facilitar a compreensão e a reutilização das informações.

Segurança da informação

Pensando no bom uso da informação em todos os seus aspectos, ao mesmo tempo que atende aos preceitos constitucionais e aos normativos que regem a Administração Pública Federal, o IFB criou a [Política de Segurança da Informação e Comunicação \(POSIC\)](#), um guia de melhores práticas para manutenção da integridade, da confidencialidade e da disponibilidade das informações criadas, manuseadas, armazenadas, transportadas e/ou custodiadas pelo Instituto em conformidade com a [Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais \(LGPD\)](#), que tem como objetivo proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade de cada indivíduo.

COMUNICAÇÃO INCLUSIVA

A comunicação deve ser inclusiva o suficiente para garantir a diversidade, possibilitando o acesso em igualdade de oportunidades à informação e comunicação, tendo em vista que todo cidadão deve viver com autonomia e participar plenamente de todos os aspectos da vida.

Para estimular ações de comunicação pública e inclusiva, exercitando a inclusão como uma prática saudável no fortalecimento da cultura da diversidade como rotina e não apenas em datas específicas, o IFB deve adotar como referência o Manual de Comunicação Inclusiva (Apêndice A) e o seu Guia Prático (Apêndice B). Sugere-se, também no âmbito da comunicação em todas as instâncias do IFB, a aplicação do Manual de Atendimento ao Público (Apêndice C) e o uso da Linguagem Simples nos textos e documentos institucionais como técnica para tornar textos e documentos mais fáceis de ler.

O uso da linguagem simples possibilita que o cidadão consiga localizar rapidamente a informação, entendê-la e usá-la, visando garantir compreensão, independência e participação de todos.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

COMUNICAÇÃO INTEGRADA

A comunicação deve ser integrada e abrangente o suficiente para que todos os públicos sejam contemplados em tudo o que é comunicado; porém, poderá ser específica quando há a necessidade de atingir estrategicamente um público em especial com linguagem e forma adequadas.

A comunicação é responsabilidade de todos os servidores. Deve ser feita de forma integrada para que haja uma referência institucionalizada nas informações. Essa premissa deve perpassar por ações de comunicação entre os *campi*, além da divulgação de informações nos canais de comunicação correspondentes, quando for de interesse comum entre os diferentes públicos do Instituto.

Com isso, esta Política de Comunicação representa um instrumento que deve ser assumido e praticado, a todo momento, por todos os servidores, independentemente de seu cargo ou vínculo funcional. O Guia de Atribuições em Comunicação do IFB (Apêndice D) apresenta as atribuições de comunicação em todos os níveis institucionais.

COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA

A comunicação é compreendida como um eixo estratégico que perpassa transversalmente todas as políticas, ações e atividades administrativas e acadêmicas do IFB. Portanto deve ser planejada e orientada a alcançar resultados, seguindo as políticas, os princípios, os objetivos e os manuais institucionais, sempre visando ao interesse público. Nesse sentido, seu propósito é fortalecer a identidade organizacional e contribuir para o aumento de acesso de cidadãos ao ensino público de qualidade.

1.2 Marca e Imagem

Como representação, a imagem é uma manifestação cotidiana para qualquer ser humano. Assim sendo, quando se cria uma marca institucional, esse ícone passa a ser sua representação para o seu público. Nesse sentido, entende-se ser primordial o cuidado com a imagem institucional, para transmitir uma interpretação positiva e de credibilidade.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

A marca IF, em sua concepção original, foi construída na ideia do homem integrado e funcional. Seu “corpo” utiliza-se de módulos encaixados, num formato de rede. A marca busca refletir o pensamento humano como ideia central e objeto da educação, formação e capacitação (IF, 2015). Ativa e intangível, a marca é um bem valioso que transmite não só a identidade representativa de símbolos e tipologias, mas também estabelece aspectos afetivos e emocionais com seus valores, história e objetivos definidos em sua trajetória, que convergem para uma imagem única.

A marca Instituto Federal de Brasília — associada a uma instituição de ensino pública, federal, com competência nas áreas de ensino, pesquisa e extensão — conjuga-se com os Institutos Federais que integram a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica. Na dimensão territorial de suas unidades, a Rede Federal tem presença em todos os Estados e no Distrito Federal, não somente em grandes centros urbanos como também em periferias e municípios interioranos.

A defesa de criação de uma marca única a ser reconhecida como elemento constitutivo de um novo processo transformador no Brasil, não somente pelos estudantes e professores, mas também pelas comunidades que receberam *campi* dos Institutos Federais, foi um diferencial na biografia da Educação Profissional Federal. O pertencimento selado pela marca IF, independentemente da unidade da federação, traz o reconhecimento de comunidade em rede e do fazer parte de um todo que é uma necessidade dos indivíduos e traz benefícios sociais (BATEY, 2010).

Em pesquisa realizada sobre a percepção da comunidade acadêmica dos Institutos Federais sobre a Marca IF, cujo objeto foi identificar o grau de importância, orgulho e pertencimento da comunidade interna dos IFs em fazer parte dessas instituições, e verificar se a Marca IF é reconhecida pela sociedade como símbolo de uma instituição federal de educação profissional, verificou-se, por meio de questionário enviado aos 38 IFs, os quais enviaram o total 11.192 respostas, que a Marca IF se encontra consolidada, inspira orgulho e foi um fator importante para a consolidação do conceito dos Institutos Federais (ARAÚJO; BRANCHINE; BARROS, 2020).

Torna-se, portanto, estratégica a forma de comunicar a identidade da marca. A gestão da Política de Comunicação IFB deve construir, transmitir e manter em destaque a imagem institucional de forma íntegra e inalterada, reconhecendo e atribuindo, assim, credibilidade e valor à marca IFB.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Como forma de orientação e na construção permanente da reputação da marca IFB nos documentos, produtos e serviços institucionais, a criação do Manual de Identidade Visual da Marca IFB (Apêndice E) traz as diretrizes e os padrões essenciais para o emprego correto da logomarca institucional, de forma a preservar as propriedades visuais e facilitar sua aplicação e memorização perante os públicos.

O Manual detalha os padrões estabelecidos pelo Instituto com o objetivo de orientar o correto emprego da sua marca em produções audiovisuais, peças gráficas, documentos e materiais de divulgação, entre tantos outros. No tocante à forma de uso sintética dos nomes dos *campi* do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília (IFB), guarda-se o zelo pela padronização gráfica para garantir o respeito à marca IFB. Assim sendo, adota-se, nas publicações, a mesma estrutura de escrita na apresentação do nome de cada *campus*:

IFB Campus Brasília

IFB Campus Ceilândia

IFB Campus Estrutural

IFB Campus Gama

IFB Campus Planaltina

IFB Campus Recanto das Emas

IFB Campus Riacho Fundo

IFB Campus Samambaia

IFB Campus São Sebastião

IFB Campus Taguatinga

É importante reiterar, quando se observa a relação dos nomes dos *campi* acima, que não há sinal de pontuação algum entre a sigla "IFB" e o nome Campus. A palavra Campus é grafada com maiúscula e, nesse caso, sem itálico, por se tratar de título.

O objetivo da utilização deste Manual é desestimular a criação de marcas secundárias por instâncias internas ao IFB, as quais implicariam fracionar a identidade institucional e comprometer sua integridade. Para a criação de identidade visual de eventos, produtos, projetos, a aplicação da marca IFB necessariamente deverá ser submetida à análise prévia da Diretoria de Comunicação, de forma a preservar a marca institucional, uma vez que a Dicom é o órgão consultivo do IFB em ações que envolvam a realização de práticas promocionais que requeiram a aplicação visual da



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

marca IFB. Toda comunicação do IFB deve, portanto, incluir a marca do IFB, obrigatoriamente, e obedecer a padrões definidos.

Cabe ao IFB exercer vigilância permanente com respeito à sua marca institucional, de modo a manter a sua integridade, o que significa estreita obediência ao seu projeto de identidade visual. A Dicom e os responsáveis pela comunicação dos *campi* devem ser obrigatoriamente consultados sobre a adequada utilização da marca, evitando-se que esta seja exposta de maneira indevida.

Em casos especiais, como em projetos, programas, eventos e produtos, por exemplo, a criação de identidade visual própria pode ser justificada, sendo necessário, porém, gerar autorização de uso, o que ajuda a reforçar a marca institucional, por meio de planejamento estratégico, submetido à análise de sua pertinência e adequação. Dessa forma, o Instituto cuidará para que a marca institucional se mantenha íntegra e em obediência às normas descritas para sua aplicação.

1.3 Preservação da Memória e da Imagem

A imagem institucional representa um dos recursos mais valiosos de uma instituição e sintetiza a percepção da sociedade em geral. Por isso, é necessário preservar sua reputação, sendo que a manutenção de uma imagem positiva depende da articulação e do comprometimento de todos os que formam o IFB, que devem estar empenhados para que a atuação do Instituto esteja alinhada com a sua missão, visão e princípios.

Assim sendo, a identidade do IFB precisa ser preservada por meio da própria história, que vem sendo construída ao longo de mais de 60 anos com a instalação em 1959 do Colégio Agrícola de Brasília — unidade que foi federalizada e que hoje é o IFB Campus Planaltina —, e que continua sendo construída e fortalecida internamente a partir de ações que objetivam despertar nos públicos internos o sentido de pertencimento e orgulho, e, externamente, ser reconhecida como uma Instituição de educação, ciência e tecnologia que presta um serviço público, gratuito e de boa qualidade aos cidadãos.

A gestão da imagem institucional, por meio da história e memória institucional, exige ações continuadas por programas e projetos desenvolvidos para dar visibilidade à instituição. Nesse sentido, este Documento apresenta a História do Instituto Federal



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

de Brasília (Apêndice F) para que seja citada e divulgada nos canais de comunicação do IFB e sirva como fonte segura de informação da Instituição.

Em sua Estrutura Organizacional, o IFB prioriza a guarda de informação e memória institucional por meio das diretorias sistêmicas de Comunicação e Tecnologia e também por sua Editora, que coordena o processo de editoração e publicação de obras, como livros, anais de eventos e revistas, elaborados por servidores ou em parcerias com outras instituições.

Dessa forma, recomenda-se que um exemplar de todo e qualquer material de divulgação seja encaminhado à Diretoria de Comunicação para seu conhecimento, podendo ser impresso, eletrônico ou digital. Da mesma forma, pelo menos uma cópia desse material deve ser preservada, nos seus locais de origem ou produção, visto que essas publicações integram a memória do IFB e podem ser utilizadas em situações especiais ou ter suas informações resgatadas, se necessário. Recomenda-se também a realização planejada da transição de cargos no IFB para preservar a memória institucional e minimizar os efeitos da mudança, institucionalizando as ações e projetos desenvolvidos nas áreas.

1.4 Definição dos públicos

Os públicos do IFB recebem e exercem influência na Instituição e atuam como instâncias de relacionamento, de avaliação e de vigilância. Eles assumem papel decisivo na mediação com a sociedade. Com isso, a comunicação no IFB deve ser praticada considerando as pluralidades dos públicos e de acordo com princípios da comunicação pública como ética, imparcialidade, objetividade e clareza da informação.

Analisar e entender o tipo de público é fundamental para o sucesso das estratégias que impactam diretamente as atividades da organização. Por conseguinte, em uma instituição, a cooperação e compreensão dos indivíduos é fundamental para a interação social e para a evolução social e cultural, principalmente nos ambientes em que padrões e valores surgem e se desenvolvem à medida que estabelecem e praticam o diálogo, construindo relações baseadas no respeito e consequentemente na credibilidade. Da mesma forma, como já se constatou, a organização não existe sem a comunicação, pois possibilita a troca de informações que se traduz em experiência e conhecimento entre indivíduos que pertencem a um mesmo grupo.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Assim, nesta Política de Comunicação, entender e definir os públicos do IFB fazem parte dos preâmbulos das atividades desenvolvidas pelos profissionais da comunicação. Para melhor entendimento de quem são os públicos na construção da Política de Comunicação do IFB, são adotados os conceitos, considerando o relacionamento do grupo/instituição e instituição/grupo, tanto no trato financeiro, social e relacional quanto na conformidade jurídica, nos objetivos e na interferência da atividade da organização. Assim, é possível considerar que os públicos do IFB são todos aqueles que participam de forma recíproca diretamente ou indiretamente para o cumprimento da missão, da visão, dos valores e dos objetivos institucionais do IFB. Estes podem ser divididos em público interno, público externo e público misto.

PÚBLICO INTERNO

Formado por servidores/colaboradores que possuem vínculo direto com o IFB, o público interno é, sem dúvida, o maior e mais consistente avalista da reputação da Instituição. Este documento utiliza a metodologia clássica de definição de públicos, a qual define como público interno apenas as pessoas que têm vínculo empregatício com a instituição. Esse conceito não parte do princípio de importância ou pela proximidade física, mas, sim, pelas especificidades das mensagens que são dirigidas exclusivamente a esse público. Na sua totalidade, as mensagens dirigidas aos servidores e terceirizados do IFB são intrínsecas ao funcionamento administrativo, às relações trabalhistas e à conduta dos que trabalham na entidade. Dessa forma, ao diferenciar este público dos outros, é possível criar estratégias e canais mais eficientes para que a mensagem possa circular mais rapidamente e com menos ruídos.

No IFB, os públicos internos podem ser divididos em:

- interno vinculado — administração superior, servidores fixos e servidores com contrato temporário; e
- interno desvinculado — funcionários de serviços terceirizados que atuam no espaço físico da organização.

PÚBLICO EXTERNO

São grupos que possuem vínculo indireto com o IFB, mas que têm algumas expectativas em relação à Instituição, com a qual é estabelecida uma rede de



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

relacionamento envolvendo interesses comuns. O IFB mantém uma comunicação direta e ativa com esses grupos.

Dentre esse público, destacam-se os estudantes da Instituição. Apesar da proximidade física e pela relação diária e constante com o IFB, esse público não pertence ao grupo de público interno por não compartilhar dos mesmos interesses e mensagens de cunho administrativo que são dirigidas aos servidores e funcionários.

Com esse entendimento, os estudantes regularmente matriculados no IFB encaixam-se no perfil de público externo por não terem vínculo empregatício com a Instituição. Não obstante, por ser um público com características que os distingue dos demais públicos externos, a comunicação será trabalhada com canais únicos e direcionados exclusivamente aos estudantes, além dos que já são definidos para o público externo em geral.

Ter esse conceito claro na Política de Comunicação é fundamental, pois o que se deseja é a efetividade das mensagens enviadas. Assim, ao analisarmos sob a ótica da eficácia do fluxo de comunicação, percebemos que uma mensagem relevante para os servidores ou empregados de uma instituição não é relevante para um estudante. No entanto, informações ou mensagens direcionadas ao público geral são sempre de interesse dos alunos.

Públicos externos do IFB

- Estudantes
- Candidatos dos processos seletivos para ingresso nos cursos
- Egressos do IFB
- Pesquisadores e extensionistas
- Mídias (radiofônica, televisiva, impressa, digital)
- Dirigentes de entidades representativas de categorias estudantis e profissionais
- Institutos que integram a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica (RFEPCT) e do seu Conselho Nacional (CONIF)
- Instituições de Educação de Ensino Fundamental e Médio, de Educação Profissional Técnica de Nível Médio, de Educação Profissional e Tecnológica e de Educação Superior
- Organizações que representam grupos de interesse da sociedade civil



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

- Empresas juniores e incubadoras
- Parceiros e apoiadores
- Formadores de opinião
- Autoridades Públicas
- Representantes de órgãos de fomento
- Representantes de instituições e organizações nacionais e internacionais

PÚBLICO MISTO

Possui característica de público interno e externo. É aquele que apresenta claras ligações socioeconômicas e jurídicas com a instituição, mas não vivencia as rotinas e não ocupa o seu espaço físico. Os resultados da instituição podem afetá-lo diretamente.

Públicos mistos do IFB

- Conselheiros
- Familiares dos servidores
- Fornecedores

O IFB deve manter uma postura pró-ativa diante dos seus públicos, buscando uma interação permanente e planejada. É importante considerar que o IFB atende à dinâmica da sociedade e a programas e projetos governamentais, compromisso que implica eventual alteração no perfil de seus públicos e/ou inclusão de novos públicos. Essa premissa requer conhecimento aprofundado dos perfis dos públicos, identificação de suas demandas e da sua percepção em relação ao Instituto, bem como implementação de canais de relacionamento que possibilitem a interação, visando consolidar a sua marca, imagem e reputação.

Para auxiliar a instituição a elaborar planos de comunicação mais assertivos e direcionados ao perfil do público que se almeja, foi desenvolvido o Guia de Públicos do IFB (Apêndice G). Os planos de comunicação devem ser elaborados considerando este Guia para a elaboração das ações de comunicação a serem desenvolvidas no planejamento estratégico.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

1.5 Espaços e Canais de Comunicação Oficiais

Para divulgar as informações e interagir com os seus públicos, o IFB possui diversos espaços de comunicação e canais de relacionamento, tendo em vista a sua diversidade. É fundamental estabelecer o acompanhamento sistemático dos canais de comunicação, de modo a avaliar a sua eficácia, permitindo redimensionamento e atualizações, a fim de garantir sua credibilidade como canais oficiais. A Dicom será responsável por avaliar e filtrar o conteúdo a ser dirigido ao Portal do IFB, às Redes Sociais e aos veículos de comunicação, seguindo as referências técnicas da área de comunicação social.

Os canais de comunicação oficiais do IFB foram criados para realizar a comunicação pública e ativa. Portanto, o conteúdo publicado e a sua repercussão é de responsabilidade da Instituição, sendo necessário o cuidado com a criação de meios de comunicação e de perfis em redes sociais alternativos aos oficiais, em que não há controle e/ou atualização das informações pela Dicom.

A demanda de um novo meio de comunicação alternativo deve ser avaliada institucionalmente pela Diretoria de Comunicação Social, quanto à pertinência, conteúdo, instantaneidade, responsabilidade, entre outros critérios. Caso seja aprovada, caberá ao responsável pelo canal e/ou perfil em redes sociais agir como representante da Instituição e seguir as premissas da Política de Comunicação do IFB. As respectivas chefias imediatas responderão como corresponsáveis.

Espaços e canais de comunicação oficiais do IFB

Portal institucional e os portais dos diversos campi

O portal ifb.edu.br representa a Instituição como um todo. Fonte para pesquisa, trata-se de um ambiente por meio do qual a sociedade pode obter informações sobre a Instituição, sua estrutura organizacional, normativas e funcionamento para atendimento da comunidade, e ter acesso a publicações referentes à transparência dos atos. Os 10 *campi* possuem espaço próprio no portal, em que é possível encontrar informações que vão da estrutura administrativa aos cursos ofertados. O *site* do IFB



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

contém os editais que regem a oferta dos cursos e possibilita acesso às inscrições para os processos seletivos.

O portal do IFB também possui uma página destinada às principais informações direcionadas aos estudantes chamada de “Espaço do Estudante”, que reúne o calendário acadêmico, guias, notícias, regulamentos acadêmicos, entre outras informações do âmbito acadêmico.

Portal do Estudante

O estudante possui um portal próprio para acompanhamento da sua situação acadêmica. Nesse ambiente, o estudante tem acesso às informações específicas de registro acadêmico, e lá também é publicado, todas as segundas-feiras, o boletim #Para Você Estudante, com notícias de interesse desse público.

Publicações impressas ou digitais

Tendo em vista a necessidade de estabelecer comunicações que atinjam o público interno, o IFB utiliza material impresso para fixação em murais ou espaços de maior circulação nos *campi* e na Reitoria. Oportunamente, são criadas peças digitais para que sejam divulgadas, também, em grupos de aplicativos de mensagem.

Boletim IFB Informa

Trata-se de um boletim informativo semanal com a seleção de notícias direcionadas aos servidores do IFB. Sua publicação ocorre nas sextas-feiras, através do *e-mail* da Diretoria de Comunicação direcionado ao grupo geral de *e-mails* do IFB.

Recursos de utilização específica, como o *banner* SUAP e o plano de fundo do computador

Diversas atividades rotineiras do IFB são realizadas dentro da plataforma do Sistema Unificado de Administração Pública do IFB (SUAP). Nesse espaço, assim como no plano de fundo do computador, é possível inserir *banner* informativo para que o usuário possa visualizar ao logar. Esse recurso tem sido empregado com vistas a aproveitar o uso administrativo da plataforma pelos servidores. Essa dinâmica se aplica também às telas dos computadores funcionais, pois sua imagem é gerenciada pela Diretoria de Tecnologia da Informação.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Sistema de e-mail institucional

O serviço de correio eletrônico é de propriedade do IFB. Todo servidor e estudante possui um *e-mail* institucional e deve fazer uso no desenvolvimento de suas atividades de trabalho e no desenvolvimento de suas atividades no âmbito acadêmico do IFB.

Reuniões de trabalho

As reuniões de trabalho são espaços formais de discussão e de tomadas de decisão que representam a Instituição. Assim consideradas, visam resultar em deliberações sempre alinhadas ao PDI do IFB. Sugere-se a utilização do Guia de Orientações para reuniões de trabalho do IFB (Apêndice H). Este contém orientações para os processos de planejamento, condução, participação e avaliação de reuniões.

Eventos

Os eventos também são um canal de comunicação, uma vez que proporcionam a ampla divulgação de informações e fortalecem a cultura e a imagem Institucional.

TV IFB

O IFB possui um canal de vídeo institucional no *YouTube* chamado TV IFB. O Canal faz transmissões ao vivo de eventos do IFB e hospeda gravações dos materiais institucionais.

Sala de Aula presencial e virtual

É na sala de aula que há a interação principal entre professor e estudante. É o lugar em que se viabiliza o processo de ensino-aprendizagem e as comunicações referentes às demandas da rotina estudantil e organizacional. Dessa maneira, a sala de aula, seja presencial ou virtual, constitui-se um ambiente que propicia o diálogo, portanto um espaço importante de comunicação no âmbito educacional.

As salas de aulas e laboratórios físicos do IFB localizam-se nos *campi* e são equipados para promover o ensino presencial. As salas de aulas virtuais estão disponíveis nos ambientes virtuais de aprendizagem, tais como o Moodle para o



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Programa de Ensino a Distância (EaD) e/ou o Google Acadêmico para o ensino a distância de unidades curriculares fora do programa de EaD.

O IFB, por meio do Núcleo do Programa de Ensino a Distância (NEaD), possui um *site* específico para a comunicação com os estudantes do Programa — <https://nead.ifb.edu.br/>. O *site* possui um *banner* rotativo com as principais informações do IFB e disponibiliza informações, como espaço do aluno e do professor, tutoriais, cadastro na plataforma, trilhas formativas e perguntas frequentes. Esse espaço virtual também pode ser utilizado por qualquer docente do IFB como apoio de suas aulas.

Contato com representantes acadêmicos e organizações estudantis

O IFB possui contato com os líderes de turma e representantes das organizações estudantis, por meio das Coordenações de Curso, dos Registros Acadêmicos e da Diretoria de Políticas Estudantis, para viabilizar o diálogo e a proximidade com os estudantes do IFB, conforme [Regimento Geral do IFB](#) Capítulo II – Da Representação Discente, artigos 198 e 199. Líder de turma, grêmios acadêmicos, Diretório Central dos Estudantes (DCE) são importantes para a comunicação e a mediação entre os estudantes, a Instituição e entre outras entidades estudantis.

Redes Sociais

O IFB participa ativamente das redes sociais e as considera canais importantes para buscar interação com o público externo. Sendo assim, mantém atualização constante para que sempre haja impulsionamento das informações, a fim de que estas cheguem ao maior número de pessoas.

IFB em números

Essa Plataforma, além de ser um canal aberto para a comunicação com a sociedade dos principais dados do IFB, tornou-se o principal canal de comunicação com a imprensa, que busca informações atualizadas do IFB para fundamentar as notícias veiculadas.

Conteúdos veiculados na imprensa

Tendo em vista a necessidade de estabelecer comunicações que atinjam o público externo como um todo, o IFB possui relacionamento com a imprensa para



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

divulgação dos processos seletivos para os cursos e divulgação das ações, projetos e pesquisas do IFB. Nesse sentido, são encaminhadas sugestões de pautas, *releases* e imagens para que sejam amplamente divulgadas.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

2 COMUNICAÇÃO INTERNA

A comunicação interna do IFB representa um conjunto de ações com objetivos estabelecidos para o público interno da Instituição, visando criar, consolidar e manter as boas relações entre os envolvidos por intermédio de canais de comunicação institucionais. Tratada de forma estratégica e integrada, a comunicação interna promove e fortalece a cultura e o clima organizacionais na busca dos objetivos institucionais.

Dessa maneira, a Política de Comunicação do IFB propõe uma gestão de comunicação interna efetiva para que uma mensagem possa ser entendida, debatida, incorporada, exercida e valorizada por quem a recebe, gerando compartilhamento de conhecimento e produzindo o efeito esperado. O que se tenciona, dessa forma, é a evidência de práticas de atitudes que são reconhecidas e respeitadas pelo público interno, impulsionadas pelo processo comunicacional.

O IFB conta com 1.317 servidores (efetivos, professores temporários e substitutos) distribuídos em seus dez *campi* e na Reitoria (PDI, 2019). Os servidores são funcionários públicos federais e têm o compromisso com a União e com a sociedade brasileira de se manterem leais à Constituição Federal, às leis, ao país e aos princípios, devendo seguir os valores e condutas íntegras previstos no [Manual de Conduta do Agente Público Civil do Poder Executivo Federal](#), no [Plano de Integridade do IFB](#) em outros normativos correlatos, posicionando o interesse público e o bem comum acima de interesses particulares ou corporativos.

São considerados público interno os funcionários das empresas terceirizadas as quais possuem contrato com o IFB. A relação com funcionários se dá por meio dos fiscais de contrato, ou seja, apenas do fiscal de contrato do IFB com o fiscal do contrato da empresa terceirizada, devendo haver integridade e respeito mútuo.

Dessa forma, a comunicação do IFB deve ser conduzida pela ética, confiança e transparência, considerando o público interno como principal interlocutor para evitar ruídos na comunicação e contribuir para a solução coletiva de problemas ou desafios da Instituição e mediação de conflitos.

Recomenda-se que a comunicação do IFB tenha um referencial institucional e utilize como instrumento o Manual de atendimento ao Público (Apêndice I), e seja



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

pensada sob a responsabilidade de manter as estruturas de comunicação estabelecidas e as formas de integração e compartilhamento de notícias, favorecendo o trabalho em rede.

Ressalta-se também a importância de os servidores serem elos na relação da Instituição com seus públicos, os quais devem empenhar-se em consolidar a imagem institucional do IFB. Nessa perspectiva, espera-se que cada servidor busque manter-se informado pelos canais oficiais de comunicação da Instituição e atue como agente de disseminação, entre outras atuações, das atividades de ensino, pesquisa e extensão.

2.1 Estrutura Organizacional em comunicação

A Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica tem como um de seus pressupostos a integração em rede dos vários institutos e *campi* que a constituem – trabalho que requer estratégias bem articuladas de comunicação. A Política de Comunicação do IFB contribui sobremaneira com o desenvolvimento desse trabalho em rede, uma vez que foca, em nível institucional, as diretrizes, atribuições, boas práticas e ações necessárias para o alcance dos objetivos institucionais, sem perder de vista sua articulação com a Rede Federal.

O IFB também se organiza com base no trabalho em rede, algo que se evidencia principalmente nesta Política de Comunicação. Como a comunicação é manifestada em todos os níveis e atividades da Instituição de forma abrangente, serão considerados o [Regimento Geral do IFB](#) de 2016 e a Resolução [nº 01/2017/CS – IFB](#) como estrutura organizacional de comunicação para o trabalho em rede.

Portanto, mesmo contando com uma equipe profissionalizada em comunicação, a comunicação é de responsabilidade de todos os atores institucionais, uma vez que ela é pública e integrada. Com isso, para uma melhor articulação entre setores e servidores, foram definidas as atribuições de comunicação em todos os níveis institucionais dispostas no Guia de Atribuições em Comunicação do IFB.

Já no tocante à gestão das atividades de comunicação social do IFB, a responsabilidade é da Diretoria de Comunicação Social (Dicom), que está subordinada à Reitoria e tem caráter sistêmico. O IFB também conta com uma coordenação de comunicação no IFB Campus Brasília, estrutura organizacional diferenciada dos



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

demais *campi* do IFB, que atende diretamente às questões de comunicação do *campus*.

As atividades de comunicação do IFB iniciaram-se, de forma institucionalizada, desde a criação do Instituto Federal de Brasília em dezembro de 2008. Na ocasião, o setor — denominado à época como Núcleo de Comunicação Social (Nucs) — tinha estrutura física e de pessoal reduzida, mas possuía códigos de vagas para a contratação futura de jornalistas e comunicadores. Porém, por uma decisão institucional, optou-se por trocar os códigos para outras áreas que demandavam mais urgência e necessidade de contratação naquele momento.

Em 2013, a assinatura da Portaria Normativa nº 004, de 11 de julho, oficializou a forma de atuação, as atribuições e as competências do Núcleo de Comunicação Social (Nucs). Já em 2017, foi publicada a Resolução nº 01/2017, que aprovou a estrutura organizacional do IFB, com a alteração da nomenclatura para Diretoria de Comunicação Social (Dicom) e com desempenho de suas atividades como uma diretoria sistêmica, com participação no Colégio de Dirigentes, sem direito a voto.

Em sua estrutura, a Dicom conta com um cargo de Direção (CD-3) e um cargo de Assessoria de Comunicação Social (ASCS) FG-1, e tem, em seu quadro de servidores, as categorias de profissionais do jornalismo, programação visual, relações públicas, revisão textual, assistentes em administração e técnico em audiovisual.

A estrutura é centralizada na reitoria para atender, de forma igualitária, todas as unidades da Instituição. Essa decisão foi justificada pelas características do Distrito Federal, onde a maior distância entre um *campus* e Reitoria não ultrapassa 50 quilômetros.

Em 2019, com o [Decreto Nº 10.185](#), de 20 de dezembro, foram extintos os cargos efetivos vagos e foi vedada a abertura de concurso público para os cargos da área da comunicação social. Tal decisão normativa impacta a inclusão de novos profissionais da área, a qual já possuía um déficit de contratações.

Em 2021, a equipe é composta por 19 profissionais, sendo uma diretora de comunicação, três jornalistas, três relações públicas, dois programadores visuais, uma revisora, um técnico em audiovisual, um técnico de som, duas assistentes em administração, uma técnica em secretariado e quatro estagiários em jornalismo, audiovisual e programador visual, que atendem às demandas da Instituição.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Com a tendência de crescimento da Instituição e de ecossistemas digitais, que proporcionam o aumento de oferta de vagas e de cursos, o volume de atendimento e demandas relacionadas à comunicação devem aumentar também. Com o impedimento de novas contratações, faz-se necessário reverter essa situação e/ou criar alternativas para minimizar a escassez de pessoal e evitar a perda na qualidade dos serviços prestados.

Nesse sentido, pretende-se instituir a atividade de Agentes de Comunicação nos outros nove *campi* do IFB, por meio de uma comissão permanente, visando dar mais autonomia aos *campi* do IFB para promover a descentralização de publicações e auxiliar na divulgação de ensino, pesquisa e extensão. A comissão terá o papel de divulgar cursos e serviços da instituição no futuro portal do IFB e *in loco* em escolas, universidades, feiras e eventos da região de abrangência do *campus*.

2.2 Procedimentos para comunicação institucional

Os procedimentos de comunicação tratam da operacionalização da Política de Comunicação e devem estar em consonância com a identidade cultural e o alinhamento estratégico. Como procedimentos gerais, destaca-se a importância de o IFB garantir a implantação, manutenção, ampliação e agilidade dos fluxos de comunicação entre a Instituição, os servidores e a sociedade.

Comunicação pública no IFB

Estando o IFB no centro das decisões da política nacional, cabe à Dicom analisar o contexto para publicação. Aspectos que ferem a imparcialidade ou que gerem única e especificamente a autopromoção, divulgação de eventos que não estejam alinhados aos objetivos institucionais, ou informações de cunho ideológico ou preconceituoso que possam afetar sob alguma circunstância a credibilidade imputada à imagem institucional do IFB serão objetos de orientação pela Dicom para ajustes necessários ao atendimento dos valores existentes no IFB e — nos casos em que essa readequação for possível — posterior publicação nos meios de comunicação oficiais.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Uso de Imagem

Toda imagem divulgada nos canais de comunicação do IFB precisa ser salvaguardada para evitar sanções de penalidades e prejuízo à pessoa física. O direito de imagem está garantido no art. 5º, X, da [Constituição Federal](#), o qual institui que são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação. O uso de imagem no IFB precisa, portanto, ocorrer de forma gratuita e autorizada com consentimento tácito ou expressa autorização pessoal no Termo de Cessão de Imagem do IFB (Apêndice J) para que haja a sua divulgação.

Segurança da informação

Os servidores devem sempre estar atentos ao uso da informação em todos os seus aspectos, devendo orientar-se pela [Política de Segurança da Informação e Comunicação \(POSIC\)](#) e pela [Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais \(LGPD\)](#), que tem como objetivo proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade de cada indivíduo.

Uso do E-mail institucional

Da mesma forma, as mensagens emitidas por intermédio do *e-mail* institucional são elementos de formação da imagem institucional do IFB; portanto, devem possuir identificação oficial do servidor, conforme [Tutorial](#). O uso do *e-mail* institucional é regulamentado pelas portarias [nº 3 de 30 de março de 2012](#) e [nº 9 de 05 de novembro de 2018](#), e detalhado na [Norma complementar nº 4](#).

Como referências na escrita dos *e-mails* e documentos Institucionais devem ser utilizados a redação oficial do [Manual de Redação da Presidência da República](#) e o [Vocabulário Ortográfico da Língua Portuguesa](#) da Academia Brasileira de Letras.

Publicações do IFB

Para trabalhar com fluxos de informação e divulgação no IFB é necessária a compreensão do que é a notícia, um dos principais resultados do Jornalismo. O Manual de Jornalismo do IFB (Apêndice K) orienta o servidor sobre o que é notícia ou o que pode se tornar matéria a ser publicada no *site* do IFB, nas redes sociais oficiais do IFB, ou até se tornar sugestão de pauta para a imprensa.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

As principais perguntas para apuração de informação são: "O quê? Quem? Quando? Como? Onde? Por quê?". O pedido de notícia e de publicação no *site* do IFB e nos demais canais internos pode ser encaminhado à Dicom, via *e-mail*, por todo servidor do IFB devidamente identificado, devendo realizar o pedido conforme o Fluxo de Solicitação de Publicação no Portal do IFB (Apêndice L). As publicações serão realizadas quando o requerente seguir as orientações desse Fluxo.

Demandas de informações para publicações nos Boletins do Servidor (IFB Informa) e do Estudante (Para Você Estudante), inclusive com compartilhamento nos canais oficiais do Telegram, precisam ser geradas de publicações previamente postadas no *site* do IFB, principal canal de mídia institucional. A escolha das pautas dos Boletins é realizada pela Equipe de Jornalismo, conforme os critérios de atualidade e relevância.

Ressalta-se que o Boletim do Servidor é direcionado para campanhas em parceria com a Pró-Reitoria de Gestão de Pessoas (PRGP), com temáticas de interesse do servidor, como capacitação, cursos, palestras e qualidade de vida. Outro aspecto importante são informações sobre o calendário acadêmico e eventos institucionais. Já no Boletim do Estudante são priorizadas informações dirigidas a esse público, como: calendário acadêmico, biblioteca, projetos de pesquisa e extensão.

O envio de mensagem ao endereço "todos" deverá ser previamente submetido à Diretoria de Comunicação Social para apreciação e envio. A mesma norma se aplica ao *e-mail* institucional todos.campus@ifb.edu.br, cujo gestor será o gabinete da direção-geral.

A publicação de nota de falecimento de autoridade é um tema que está sendo tratado em toda a Rede Federal com a devida atenção que requer o assunto; portanto, deverá seguir orientações dispostas no Fluxo para Publicação de Nota de Falecimento do IFB (Apêndice M).

Publicações nas Redes Sociais

Em relação às redes sociais oficiais do IFB, a dinâmica geralmente acontece logo após a publicação de matérias ou notícias no *site* do IFB, a critério da Equipe de Jornalismo responsável pelo gerenciamento dos perfis oficiais nas redes sociais. Alguns conteúdos para as redes sociais têm um desenvolvimento que não depende de publicação no *site* institucional, como é o caso das interações com os seguidores e



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

conteúdos planejados apenas para as redes sociais, levando em consideração suas particularidades e engajamento de público.

O conteúdo próprio para as redes sociais é aquele que gera interesse na comunidade externa, não apenas interna. Ressalta-se que os textos para as redes sociais do IFB são breves e objetivos e apresentam linguagem adequada pela equipe para as redes sociais oficiais, de forma que atinjam seu objetivo geral e propiciem envolvimento da comunidade.

Todas as publicações feitas nas redes sociais, a qualquer tempo, podem vir a despertar dúvidas ou outras demandas dos seguidores. É de responsabilidade da equipe das redes sociais sanar essas dúvidas por meio de contato com a área ou coordenação responsável pelo projeto/ação/evento/atividade. Sendo assim, é necessária essa disponibilidade dos servidores demandantes para devolutiva ou encaminhamentos das questões, visando ao princípio de serviço e à utilidade pública.

Também são feitas repostagens de perfis que mencionam a página do IFB nas redes sociais do IFB e que estejam relacionadas às iniciativas e projetos do IFB, todas previamente analisadas pela equipe que é responsável pelas redes. Sendo assim, essa é outra forma de divulgação de eventos, projetos, parcerias, lançamentos e notícias de interesse do IFB que não segue o fluxo convencional.

As peças utilizadas para publicações nas redes sociais têm aspectos mais leves e interativos. Para solicitar divulgação de conteúdos nas redes sociais do IFB, será necessário seguir o Fluxo de Solicitação para Redes Sociais (Apêndice N).

Relacionamento com a mídia

O relacionamento com a imprensa acontece apenas por meio de mídia espontânea, ou seja, gratuita, e conforme interesse das editorias pelas pautas sugeridas pela Diretoria de Comunicação Social do IFB. Esse relacionamento é diário entre profissionais da Dicom e produtores de mídia, seja TV, rádio, impresso ou portais de notícias. Também são feitas postagens e publicações de notícias, entrevistas e reportagens relacionadas às iniciativas e projetos do IFB veiculados na imprensa, tanto nas redes sociais oficiais do IFB como no *site* institucional, por meio da página IFB na Mídia.

A solicitação do assunto a ser divulgado externamente deve seguir o Manual de Imprensa do IFB (Apêndice O), e também considerados aspectos subjetivos de



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

oportunidade e temporalidade a serem analisados pela Dicom. As principais perguntas para apuração de informação são: "O quê? Quem? Quando? Como? Onde? Por quê?". Para efeitos de interesse da mídia externa, além do caráter informativo, é necessário que atenda a critérios de audiência, ou seja, que gere no público expectativa de leitura.

O pedido de notícia e publicação na imprensa pode ser encaminhado à Dicom, via *e-mail* institucional comunicacao@ifb.edu.br, por qualquer servidor do IFB, devendo seguir o Fluxo de Solicitação para Equipe de Imprensa (Apêndice P). Vale ressaltar que ao ser contatado em qualquer ocasião pela imprensa, o servidor do IFB deverá se reportar à equipe Dicom para receber apoio e intermediação com o veículo.

As informações serão apuradas para um maior detalhamento, e a equipe de imprensa da Dicom fará a intermediação entre o contato direto na relação entre entrevistados e imprensa, o que pode envolver servidores e estudantes. Em algumas situações poderão ser solicitados áudios e vídeos para contemplar a pauta e atender a pedidos específicos dos veículos. É importante a disponibilidade das fontes para entrevistas e atendimento às dúvidas no período de construção e exposição da pauta à imprensa. Para tanto, o demandante precisa manter seus contatos atualizados no [Caderno de Fontes do IFB](#).

Criação multimídia

A criação de peças de divulgação e comunicação visual para ações de divulgação poderão ser produzidas para os projetos definidos no plano de comunicação e calendário acadêmico. Toda criação de arte do IFB e toda sinalização de ambientes da Instituição deverão respeitar o Manual da Marca do IFB. O servidor da Instituição pode solicitar à equipe de Criação da Dicom, com a devida antecedência, a produção de *cards*, convites, *banners*, infográficos, cartazes, *fôlderes*, *flyers*, seguindo o Fluxo para Solicitação de Criação Multimídia (Apêndice Q). As produções serão feitas com base no planejamento e na organização da Dicom e considerando o calendário de eventos do IFB e as prioridades do plano anual de comunicação.

O desenvolvimento de vídeos institucionais segue, por regra geral, solicitações da Reitoria, projetos do calendário acadêmico e campanhas dos processos seletivos.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

O trabalho de audiovisual envolve produção, captação de imagens, sonorização, edição de texto/vídeo e tradução de libras, sendo definido exclusivamente pela Diretoria de Comunicação Social. A produção de audiovisual dará suporte à equipe de jornalismo na captação de imagens e áudios, em visitas aos *campi* e nas demais pautas da área quando for solicitada.

Eventos internos

Os eventos para o público interno são atividades que têm como objetivo capacitar, informar, motivar, engajar e integrar os servidores do IFB. Os eventos internos devem ser sempre orientados pelo [Guia de Eventos, Cerimonial e Protocolo](#) desenvolvido para a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica. Um evento institucional que gere certificado pode ser criado no Sistema de Eventos do IFB eventos.ifb.edu.br e deve seguir o Fluxo de Utilização do Sistema de Eventos (Apêndice R).

Dentre os eventos internos já realizados pelo IFB estão o Encontro Pedagógico Unificado (evento que ocorre no início do semestre letivo a fim de alinhar informações para a retomada das atividades de ensino, pesquisa e extensão); capacitações (evento que tem como objetivo oportunizar a promoção e a troca de conhecimentos entre os servidores); posses (eventos de investidura de cargo de novos servidores e gestores — Diretores-Gerais e Reitor); campanhas internas (eventos como uma das ferramentas para promover campanhas e atingir o público-alvo e suas metas); reuniões temáticas (eventos para informar políticas e ações da gestão); confraternização e aniversariantes (eventos para integrar e motivar os servidores).

Com relação à Formatura, as Colações de Grau dos cursos superiores são realizadas pela Dicom com o calendário aprovado pelo Colégio de Dirigentes, e as diplomações dos cursos técnicos devem ser feitas pelos *campi*, com a assessoria da equipe de eventos da Diretoria de Comunicação, caso haja necessidade. As orientações para organização das diplomações estão disponíveis no *site* do IFB, no [link https://www.ifb.edu.br/formaturas](https://www.ifb.edu.br/formaturas).

Os eventos digitais devem ser prioritariamente transmitidos no canal do Youtube - TV IFB como forma de registro e disponibilidade atemporal do conteúdo. É necessário que todos os eventos públicos do IFB tenham tradução simultânea em libras. Todo evento gravado precisa explicitar ao início que os participantes estão



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

sendo gravados — conscientizando-os tacitamente, portanto, da veiculação de sua imagem — para publicação na *playlist* atemporal da TV IFB.

TV IFB

Os eventos transmitidos pela TV IFB precisam ser solicitados à Diretoria de Comunicação Social com antecedência, por meio de [chamado no SUAP](#) e envio, por *e-mail*, do Formulário de Solicitação de Transmissão ao Vivo (Apêndice S) com o detalhamento do evento e identificação dos Tradutores-Intérpretes em Libras (TILS), por parte do requerente. Todo evento digital no canal da TV IFB deverá oportunizar a acessibilidade conforme o Guia de Comunicação Inclusiva do IFB. Apenas servidores do IFB serão responsáveis pelo evento, não podendo ser estudantes, estagiários ou bolsistas.

Os vídeos editados e lives transmitidos na TV IFB ficam disponíveis no canal oficial do Instituto no YouTube e compreendem veiculação de seminários, fóruns, eventos, entrevistas, *talk shows*, aula-show, entre outros, sobre temáticas relacionadas à educação e aprendizagem. Os conteúdos variam abordando assuntos como inovação, experiências bem-sucedidas, sustentabilidade, parcerias, diversidade etc.

O gerenciamento da TV IFB está concentrado entre as atividades da Diretoria de Comunicação, que estrutura a programação conforme atendimento multicampi, priorizando a originalidade, o interesse público e os conteúdos educativo e científico, dentre outras temáticas relevantes à comunidade.

Os elementos visuais produzidos para a TV IFB são vinhetas e *templates*, entre outros. A duração das transmissões deverá ser limitada a 50 minutos. É necessário que todos os eventos públicos do IFB tenham tradução simultânea em libras, sendo responsabilidade do organizador do evento indicar os tradutores. Apenas servidores do IFB serão os proponentes do evento, não podendo ser estudantes, estagiários ou bolsistas.

As *lives* serão acompanhadas por mediação em *chats*, e todas as postagens em tempo real, ou não, são passíveis de gerar dúvidas que requeiram respostas. Ocorrendo essas demandas, o responsável pelo evento deverá estar à disposição da equipe Dicom.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

2.3 Mascotes

As mascotes são personagens criadas com o intuito de obter conexões entre as instituições e seus públicos. Além de humanizar a marca — despertando sensações como empatia, confiança ou mesmo amizade —, a adoção da estratégia também oportuniza às mensagens divulgadas valores mais altos de persuasão e de receptividade.

GAIA

No IFB, optou-se pela adoção de uma coruja como mascote, a Coruja Gaia. A escolha do animal deu-se pela associação que se faz, desde a Grécia Antiga, entre o animal e a sabedoria. Para os gregos, a noite era considerada o momento do pensar filosófico e da epifania intelectual. Assim, a coruja com seus hábitos noturnos passou a representar essa busca pelo conhecimento. Essa associação também aparece na mitologia grega, uma vez que Atena, a deusa da guerra e da sabedoria, possui uma coruja como mascote.

A mascote do IFB Gaia possui inspiração livre nos traços da coruja-buraqueira (*Athene cunicularia*) que, por sua vez, é uma das espécies de coruja mais conhecidas no território brasileiro. Muito comum no Distrito Federal, ela pode ser encontrada em áreas verdes abertas, campos naturais, gramados ou em terrenos baldios. É comum vê-las em espaços urbanos como o canteiro central da Esplanada dos Ministérios ou os terrenos que circundam os *campi* IFB. Uma curiosidade da espécie é que são ativas tanto durante o dia quanto à noite e têm este nome — buraqueira — por serem corujas terrícolas, quer dizer, produzem seus ninhos no solo, em buracos que elas mesmas abrem ou que encontram abandonados e readaptam.

Embora tenha sido concebida para ilustrar uma campanha de conscientização ambiental pontual, a mascote do IFB foi bem aceita pelo público e isso a conduziu a diversos outros projetos. Assim, desde sua criação em 2013, a personagem ilustrou numerosas ações e teve duas versões suas produzidas.

Na primeira delas, a coruja teve seu *design* concebido pela ilustradora Maria Luíza Bergo Demonte (Malhu), à época, estagiária na Diretoria de Comunicação Social



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

(Dicom). Nessa versão, a mascote representava uma forma estilizada da coruja-buraqueira, com traços descontraídos e simples em formas sintéticas.

A versão marcou o nascimento da personagem, e para a escolha de seu nome foi feita uma ação de duas etapas nas redes sociais: uma para sugestão de nomes e outra para voto popular. Na primeira, após consulta ao público, os nomes Tuti, Mel e Gaia se destacaram na listagem de sugestões e foram, então, levados a voto popular. Por sua vez, a enquete criada para votação pública contou com 120 respostas, dentre as quais, 68 (56,7%) eram votos para o nome adotado, Gaia.

Como o previsto, o primeiro desenho da coruja-buraqueira ilustrou blocos de notas, adesivos e ecobags — todos itens da campanha de conscientização ambiental que justificou seu nascimento. Contudo, com o passar do tempo, aumentaram os pedidos à Dicom por aplicações em materiais gráficos diversos, tais como cartazes informativos, ilustrações para projetos, dentre tantos outros. Sendo assim, houve a necessidade de humanizar a personagem de modo que ela pudesse ser representada em uma gama maior de atividades.

Com isso, uma segunda versão da mascote foi criada pela equipe de criação da Dicom em 2015. Dessa vez, foram dados à personagem elementos estéticos da linguagem *cartoon*, com uma possibilidade maior de expressões e de interações em contextos comuns às atividades do Instituto Federal de Brasília.

O redesign da Coruja Gaia permitiu que a mascote fosse vista em diversas ações adequando-se à temática da atividade ilustrada. Assim, a Coruja Gaia já apareceu como carateca, nadadora, cientista, estudante, dentre outras tantas atividades.

Ao longo dos anos, a mascote Gaia consolidou-se como um forte produto comunicacional do IFB, e hoje ilustra campanhas, projetos de extensão e mesmo eventos, como é o caso dos Jogos do Instituto Federal de Brasília (JIFB).

ALKINGEL

No final do ano de 2019, durante a pandemia da Covid-19, estabeleceu-se um conjunto de protocolos que visavam à segurança das pessoas e à contenção da transmissão direta do vírus. Dentre os protocolos estabelecidos, um dos procedimentos adotados foi a utilização ostensiva do álcool em gel para a higienização das mãos e dos objetos pessoais.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

O Instituto Federal Brasília, seguindo as orientações de segurança sanitária estabelecidas, criou uma campanha para a divulgação desses protocolos. Elaborada pela Diretoria de Comunicação Social (Dicom), a campanha apresentou como protagonista um personagem simpático, com corpo de frasco de álcool em gel, que foi carinhosamente batizado com o nome de “Alkingel”. Esse personagem foi utilizado em quase todo material produzido para a campanha, levando esclarecimento à comunidade do IFB a respeito das boas práticas estabelecidas pelos protocolos, em cartazes, descansos de tela para as unidades de trabalho (computadores), *banners*, faixas, *cards* para redes sociais etc.

IFbot

A locução *bot* é a versão resumida da palavra de língua inglesa *robot*. Um *bot* é uma ferramenta automatizada que executa uma série de funções pré-programadas, normalmente associada à inteligência artificial, para interagir com usuários de sistemas, simulando a forma de pensar humana.

Criado a pedido da Diretoria de Educação a Distância (DEaD), para auxiliar os usuários da plataforma Moodle, do ambiente virtual de aprendizagem do IFB, destinado à oferta de cursos de educação a distância, o “IFbot” foi elaborado com base na mascote do Instituto — a corujinha Gaia — buscando uma representação mais robotizada e tecnológica da ave. Com olhos e antenas esverdeadas, com aspecto luminoso, a corujinha-robô carrega no peito um display, contendo uma luz avermelhada, que representa o coração da ave. Flutuando com movimentos suaves enquanto aguarda a interação com o usuário, o IFbot foi animado para movimentar as asas e modificar a expressão, de acordo com o tipo de interação que for solicitada pelo usuário.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

3 COMUNICAÇÃO PARA O PÚBLICO EXTERNO E MISTO

Os públicos externo e misto do IFB, segmentados no capítulo I e no Guia de Públicos do IFB, são compostos por uma diversidade de perfis da sociedade que possuem uma relação direta ou indireta com o IFB. Esses públicos estratégicos têm influência decisiva na formação da opinião pública e atuam, direta ou indiretamente, como multiplicadores. Os públicos internos estão em contato direto ou indireto com os públicos externos e trocam com eles informações, experiências e percepções que dizem respeito ao IFB como um todo.

Para conseguir uma comunicação efetiva em que a mensagem possa ser recebida, incorporada, exercida e valorizada por quem a recebe, gerando compartilhamento de conhecimento e produzindo o efeito esperado, o IFB deve conhecer as demandas e expectativas do público externo e misto, por meio de pesquisa de perfil, e elaborar um plano anual abrangente, que contemple ações, estratégias, produtos e canais voltados para a interação com os públicos externos, visando aos objetivos desta Política de Comunicação.

Considerando a importância dos públicos estratégicos, é papel do IFB manter uma postura pró-ativa, buscando uma interação permanente e planejada. Isso implica elaborar planos de comunicação estratégicos e integrados de curto, médio e longo prazo, que contemplem ações, produtos e canais voltados para a interação com os públicos externos. Nesse sentido, cumpre aos servidores e gestores do IFB esforço para interagir com o público externo no sentido de promover a excelência em comunicação, com a criação e fluxos de informações bem delineadas e em conformidade com a Política de Comunicação do IFB.

À Dicom compete articular-se com as pró-reitorias e diretorias dos *campi* e, sempre que possível, participar (ou estar informada a respeito) do processo de relacionamento com os públicos externos, dando visibilidade, nos canais de divulgação do IFB, às ações, aos programas e aos projetos realizados em parceria com esses públicos, o que contribui para reforçar tal interação.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Principais canais de comunicação utilizados para o público externo e misto

- Portal Institucional
- IFB em Números
- Conteúdos veiculados na imprensa
- Eventos abertos ao público
- TV IFB
- Redes sociais
- Canais e espaços próprios para a comunicação no âmbito educacional

Na perspectiva de assegurar a melhor forma de acessar os públicos externo e misto, é necessário que o IFB mantenha um banco de dados com informações básicas sobre esse público, conferindo agilidade e precisão na divulgação de informações de interesse da Instituição. E é importante que realize pesquisas e sondagens periódicas para conhecer de forma mais aprofundada o perfil dos públicos externo e misto e avalie o atendimento das expectativas da sociedade em relação ao Instituto.

3.1 Comunicação no ambiente educacional

Os estudantes do IFB são fundamentais para o exercício da essência da Instituição e cumprimento da sua missão. A comunicação pública no âmbito educacional democrático valoriza o estudante como protagonista da Instituição. Assim sendo, parte do princípio do respeito à pluralidade de ideias, do espírito colaborativo, crítico e reflexivo, da ética e do compromisso com o Instituto e a sociedade. Portanto, a rotina de comunicação com e entre os estudantes deve seguir as premissas desta Política, sobretudo no que diz respeito à comunicação inclusiva, dialógica e participativa, preservando o vínculo fundamental com o IFB.

Os estudantes do IFB possuem diferentes perfis, que variam conforme a faixa etária, a situação social, econômica e cultural, a geolocalização e também conforme os níveis e as modalidades dos cursos aos quais estão vinculados. Os cursos podem ser livres (extensão), de Formação Inicial e Continuada (qualificação profissional), técnicos (concomitante, subsequente e integrado ao ensino médio e à educação de jovens e adultos), de graduação (superior de tecnologia, bacharelado e licenciatura) e



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

pós-graduação *lato* e *stricto sensu*, permitindo, assim, que o discente faça o itinerário formativo dentro de uma mesma instituição.

Nesse contexto de oferta de várias modalidades e complexidade de públicos externos de âmbito educacional, o IFB realiza projetos, ações e divulgações em comunicação específica a cada segmento.

Estudantes com matrícula ativa (em curso, reprovados, integralizados/faltando estágio)

Divulgação das informações acadêmicas importantes aos estudantes nos diferentes canais de comunicação do IFB.

Estudantes em potencial (ainda não pertencem aos quadros das instituições, mas podem ingressar na Rede Federal)

Realização de campanhas de ingresso para que haja comunicação com potenciais estudantes.

Estagiários no IFB e bolsistas (estudantes do IFB ou de outras instituições que fazem seus estágios no IFB ou em outras instituições — sejam estes curriculares ou extracurriculares)

Manutenção e atualização de canal de divulgação de estágios.

Egressos (concluintes)

Aplicação da [Política de Acompanhamento de Egressos](#) que visa acompanhar o itinerário profissional do egresso, na perspectiva de identificar oportunidades no mundo produtivo e retroalimentar o processo de ensino, pesquisa e extensão.

Jubilados, transferidos, desistentes, evadidos

Também é importante haver levantamento periódico que alicerce políticas públicas que minimizem ou revertam casos de desligamento de alunos.

Para viabilizar o processo de comunicação com os estudantes, o IFB utiliza espaços de comunicação e canais de comunicação apropriados: sala de aula presencial e virtual, contato com representantes acadêmicos e organizações



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

estudantis, portal institucional e os portais dos diversos *campi*, portal do estudante, redes sociais, publicações impressas ou digitais, sistema de *e-mail* institucional, eventos, TV IFB.

Para orientar os estudantes na Instituição, o IFB conta com o [Guia do Estudante](#), elaborado a partir do [Regulamento Discente](#) com informações do âmbito acadêmico. O IFB também disponibiliza, de forma virtual, o Manual de [Normalização de Trabalhos Acadêmicos](#).

Além desse material, os estudantes precisam estar cientes de que também são responsáveis pela construção e valorização da imagem do IFB dentro e fora da Instituição e têm o compromisso de:

- encaminhar qualquer solicitação de divulgação de trabalhos/projetos a um servidor responsável, que se encarregará de formalizar o pedido, seguindo as orientações da Política de Comunicação.
- utilizar o *e-mail* institucional de forma a identificar-se como comunidade IFB;
- manter atualizadas as informações de contato pessoal no Registro Acadêmico do seu *campus*, mesmo depois de finalizado o curso;
- participar das campanhas e peças publicitárias do IFB, assinando o Termo de Autorização de Imagem, constante na cláusula do Contrato de Matrícula dos *campi*;
- zelar pela correta aplicação da marca do IFB nas diversas plataformas, de acordo com os seus manuais de uso.

A divulgação de informações acadêmicas é permeada por duas interlocuções, sendo a primeira relacionada ao processo de ensino-aprendizagem, alinhado à concepção humanizadora e transformadora, e a segunda associada à interação estratégica pelo atendimento às demandas organizacionais que se pautam pela responsabilidade pública, transparência e inclusão, sendo esse viés o foco deste documento.

As informações acadêmicas iniciam-se no encontro de boas-vindas para as turmas novas, com a apresentação dos principais representantes da Instituição e divulgação das informações acadêmicas relevantes aos ingressantes. Durante todo o ano letivo, as informações são dispostas no *site* do IFB, no Espaço do Estudante, nas



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

redes sociais, nos *e-mails* institucionais, no sistema Portal do Estudante e nos murais instalados na Reitoria e nos *campi* do Instituto Federal de Brasília.

O Espaço do Estudante é um ponto de apoio ao estudante do IFB, que tem acesso às principais informações dos serviços acadêmicos do IFB, como Calendário, Registros, Estágios, Bibliotecas, Assistências, Guias, Notícias, Núcleos, Formandos, Pesquisa e Extensão.

O Portal do Estudante é um sistema acadêmico que disponibiliza dados do estudante, como declaração de escolaridade, declaração de passe estudantil, comprovante de matrícula, notas das atividades das unidades curriculares e boletins e frequências. Esse sistema contém um ambiente de notícias do *campus* e informações acadêmicas. Semanalmente, a Diretoria de Comunicação do IFB publica o Boletim “Para Você Estudante”, em que constam as principais notícias de interesse acadêmico. É importante que os estudantes façam a leitura semanal desse boletim para se manterem atualizados no que diz respeito aos assuntos do IFB e do mundo acadêmico.

As redes sociais oficiais do IFB — utilizadas para a divulgação de atividades do Instituto tanto para públicos estratégicos como para a sociedade em geral — oportunizam um ambiente de interação entre o IFB e parte de seus públicos. É importante, no entanto, que a interação nas redes sociais siga os princípios da ética e da cordialidade, evitando-se compartilhamentos e comentários que comprometem a legitimidade desses espaços virtuais, como a presença de notícias infundadas (*fake news*) e os riscos da polarização excessiva.

O *e-mail* institucional do IFB é disponibilizado para todos os estudantes, que devem priorizar a sua utilização na comunicação das atividades durante o curso. É importante a compreensão de que as mensagens emitidas por intermédio do *e-mail* institucional são elementos de formação da imagem institucional e acadêmica; portanto, todas as mensagens devem possuir identificação do estudante, como assinatura, e serem utilizadas com uma escrita mais formal. Associado à conta de *e-mail*, o estudante recebe acesso a todos os recursos disponíveis do *Workspace* do Google do IFB para colaborar na comunicação e aprendizagem. Para orientar a utilização do *e-mail*, o IFB possui as [Normas de uso do e-mail](#) e o [Tutorial de acesso](#).

Os murais físicos e virtuais também são espaços de divulgação de informações acadêmicas e merecem atenção e cuidados. O uso dos murais, localizados em pontos



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

estratégicos dos prédios do IFB, e os materiais afixados deverão atender aos objetivos institucionais e obedecerão às orientações do Fluxo de Publicação em Murais do IFB (Apêndice T).

O IFB deve incentivar seus servidores ao desenvolvimento de práticas educacionais com os estudantes, realizando-as a partir de atividades letivas, Projetos de Ensino, Pesquisa e Extensão. A educação é definida como a busca por diálogo entre os campos da educação e da comunicação, conceito que destaca a intenção da educação em estudar os efeitos que os meios de comunicação provocam na formação das crianças e jovens.

A prática educacional é internacionalmente reconhecida como formação para a recepção dos produtos midiáticos. Contudo, o termo Educação envolve outras dimensões da relação Educação/Comunicação, como, por exemplo, leitura crítica, mediação tecnológica na educação e produção midiática realizada por estudantes.

Assim, as ações porventura realizadas devem estar em consonância com esta Política de Comunicação, respeitando suas orientações, bem como utilizando a oportunidade da prática educacional como forma de difusão desta política e de consolidação de uma cultura de comunicação institucionalizada. A Dicom está disponível para acompanhar e/ou orientar os projetos voltados para a educação nas unidades do IFB.

3.2 Comunicação e divulgação Científica e de Extensão

A comunicação científica e de projetos de extensão é importante para propiciar a disseminação de informações especializadas entre os pares na comunidade científica, e é essencial para a ampla difusão dos conhecimentos científicos e tecnológicos com os públicos. A divulgação democrática das informações, por meio da divulgação científica, estimula o progresso tecnológico e social.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Principais meios de comunicação científica e de extensão do IFB

Publicações técnicas e periódicos publicados pela Editora do IFB

O principal periódico do IFB é a [Revista Eixo](#), que, no ano de 2021, completou 10 anos de publicações ininterruptas.

Congressos, seminários e eventos científicos e de extensão em geral

Dentre eles, Semana de Produção Científica, Festival de Arte e Cultura, IncluiIF, Ciclo de Palestras sobre Cultura, Extensão e Inclusão, Feira de Iniciativas Econômicas Solidárias, Jogos do Instituto Federal de Brasília (JIFB), Fábrica de Ideias Inovadoras, CONECTAIF (Encontro de Educação Profissional, Científico e Tecnológico), Curso de Extensão Qualific Express.

Publicações provenientes dos Grupos de Pesquisa do IFB

A divulgação de resultados científicos por servidores ou estudantes nos eventos promovidos pelo IFB é fundamental para comprovar o avanço tecnológico, social e cultural. No caso de resultados parciais, é uma etapa importante a discussão nos eventos para refinar a pesquisa e permitir a divulgação em outros eventos e revistas externas.

Para orientar os pesquisadores do IFB quanto às normas e padrões para produção científica, o IFB possui o Manual de [Normalização de Trabalhos Acadêmicos](#).

As Pró-Reitorias de Extensão e Cultura e de Pesquisa e Inovação devem informar à Dicom os resultados das pesquisas e projetos, seguindo os critérios de hierarquia da relevância da pesquisa e da publicação de artigos, a fim de divulgar as produções científicas e de extensão. A Dicom também seguirá critérios próprios da área para publicação que se refira à inovação, benefícios à comunidade e desenvolvimento econômico, inclusão, entre outros temas.

A Dicom pode realizar produções de jornalismo científico — caso particular de divulgação científica —, que compreende a circulação de informações sobre ciência, tecnologia e inovação pelos meios de comunicação e se apoia no sistema de produção jornalística, com suas características em termos de formato, linguagem e



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

audiência. Essa iniciativa busca dar visibilidade aos resultados dos trabalhos de grupos e de pesquisadores que têm seus projetos formalizados nas Pró-Reitorias de Extensão e Cultura e de Pesquisa e Inovação, incluindo aqueles selecionados por agências de fomento externas.

3.3 Relacionamento com parceiros e imprensa

Os parceiros do Instituto Federal de Brasília são instituições públicas, órgãos federais, autarquias, fundações, empresas públicas, instituições públicas do Governo do Distrito Federal ou de outros estados, universidades, centros de pesquisa e inovação, representações diplomáticas, iniciativa privada, entre outros.

Do ponto de vista comunicacional, é importante que os parceiros envolvidos se comprometam a disseminar informações simultaneamente ao Instituto, quando da iminência ou previsão de programas e ações em conjunto. É importante que essas estratégias sejam planejadas e que venham gerar possíveis publicidades, propagandas ou comunicações, promovendo a inclusão do IFB nas divulgações dos parceiros, assegurando sua identidade e incluídas produções textuais, audiovisuais ou mesmo publicitárias.

Em contrapartida, as produções de comunicação realizadas para divulgação de ações e eventos em parcerias com o Instituto também terão relevante importância e destaque nos canais oficiais do IFB. Contarão, assim, com o trabalho da equipe da Diretoria de Comunicação Social nas produções solicitadas, o atendimento às demandas e, caso necessário, a participação em reuniões prévias e agendadas com os parceiros — desde que a programação das atividades faça parte do plano de comunicação anual da área.

Sendo assim, as notícias desenvolvidas sobre a realização de atividades em parceria serão veiculadas no *site* do IFB e serão avaliadas conforme os critérios de comunicação, com atenção às orientações e restrições pertinentes definidas pela Secretaria de Comunicação da Presidência da República (Secom), que limita publicações de peças e artes de parceiros da iniciativa privada que remetem à publicidade, com cunho comercial.

O relacionamento e atendimento à imprensa é realizado por profissionais da Diretoria de Comunicação do IFB, tanto na promoção de ações como na preparação



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

das fontes para diferentes tipos de pautas, ou seja, temáticas específicas de reportagens jornalísticas. Em caso de demandas e solicitações, esses profissionais de Comunicação vão apurar as informações necessárias para atender aos veículos de comunicação nacionais e locais, sejam TVs públicas e privadas, rádios, portais de notícias ou impressos.

As fontes para entrevistas são pessoas autorizadas e legitimadas em função da sua competência e/ou pertinência em relação a determinados temas ou áreas. Elas contribuem para consolidar a imagem e a credibilidade do Instituto e devem necessariamente estar disponíveis quando acionadas pelo setor de Comunicação. Devem também ter conhecimento dos temas ou das questões sobre os quais se manifestam, além de compromisso com a ética e a transparência.

No IFB são identificados diferentes tipos de fontes: as institucionais, as técnicas, os estudantes e os parceiros. As fontes institucionais são aquelas que representam o Instituto em função de seus cargos, como é o caso do reitor, dos pró-reitores, dos diretores-gerais dos *campi*, dos diretores de áreas e dos coordenadores de cursos. Já as fontes técnicas são aquelas indicadas para falar em função de seu conhecimento, como é o caso dos servidores que, por sua formação e área de pesquisa, podem ser considerados especialistas em determinado assunto.

As fontes estudantis, em muitas situações, são personagens das pautas e entrevistas. As fontes parceiras são comunicadas nas possibilidades de entrevistas conjuntas: é feita a intermediação com os veículos nessa construção de pautas “casadas” com ambientação nos espaços do Instituto ou externos, inclusive, nos quais estes sejam os anfitriões da respectiva atividade.

Os temas mais tratados no relacionamento com a mídia são eventos factuais, como datas comemorativas; principais processos seletivos e cursos de iniciação continuada ofertados; programações culturais; ações, cursos e eventos em parcerias; apresentação de resultados de pesquisas e projetos de inovação e extensão; formação profissional técnica e profissionalização.

Na rotina de trabalho com a imprensa estão envolvidas a apuração de informações sobre projetos e as pesquisas científicas, a identificação de fontes para entrevista, a construção de sugestões de pauta, a solicitação de imagens e a respectiva avaliação, o encaminhamento de *press-releases* e a consolidação diária do relacionamento com a imprensa.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Há um espaço no *site* institucional para publicação de *clippings* de mídia chamado “IFB na Mídia” e um banco para cadastro de fontes de entrevistas. O detalhamento das atividades de assessoria de imprensa, inclusive com dicas sobre apresentação, imagens e produção, poderá ser visitado no Manual de Relacionamento com a Imprensa.

3.4 Comunicação nas redes sociais

Nas redes sociais, a interação com o público é feita a partir das publicações, enquetes, votações, caixinhas de perguntas e respostas, entre outras ferramentas que as redes oferecem aos seus usuários. Além dessa comunicação mais interativa, há o canal aberto para comentários nas publicações, que são respondidos pela equipe que gerencia as redes, e também as mensagens diretas, enviadas pelos seguidores de forma individual, o que gera um atendimento personalizado. Todas as dúvidas e questionamentos são respondidos pela equipe. Surgem questões sobre processos seletivos, documentações, inscrições, matrículas, contatos dos *campi*, novos cursos, editais, entre diversos outros temas.

Todas as comunicações feitas pelo IFB nas redes sociais levam em consideração seu público, incluindo fatores como faixa etária, sexo, formação, picos de audiência, localização etc. O perfil de audiência dessas redes abrange alunos, egressos, potenciais alunos, pais e responsáveis, servidores, terceirizados e comunidade externa. É importante frisar que as redes sociais reúnem públicos interno, externo e misto que seguem as páginas do IFB nas redes sociais.

Outro tipo de relacionamento com a comunidade externa fortalecido nas redes é a parceria com a imprensa, que publica conteúdos do IFB, e a equipe reposta, gerando uma parceria de via de mão dupla que beneficia os dois veículos. Outros parceiros também têm visibilidade nas páginas do IFB quando publicam conteúdos educacionais, a exemplo do MEC, Inep, Governo do Distrito Federal, entre outros. Da mesma forma, estudantes e servidores do IFB republicam os conteúdos do IFB ou gravam vídeos falando sobre as oportunidades do Instituto ou dando depoimentos. Esses vídeos produzidos pelos públicos do IFB podem ser republicados nas redes sociais oficiais.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Também são recebidas, nas redes sociais oficiais, solicitações de divulgação da comunidade externa, inclusive de páginas de outros Institutos Federais espalhados pelo Brasil, e sempre que há algum envolvimento ou participação de estudante ou servidor do IFB nessas atividades, o conteúdo é repostado, convidando os seguidores a prestigiarem. Eventos de cunho nacional e internacional, como olimpíadas, congressos, seminários, oportunidades de intercâmbio para os estudantes e servidores do IFB, também são divulgados nas redes sociais, de forma a estimular a participação da comunidade em eventos acadêmicos.

Diariamente, há dezenas de novos seguidores nas redes sociais do IFB, os quais interagem via mensagem *inbox* nos comentários das publicações, além de encaminharem os conteúdos publicados para amigos, conhecidos e familiares, o que aumenta o alcance e o relacionamento com as pessoas que estão interessadas em ter oportunidade de uma educação gratuita no Distrito Federal.

De uma maneira geral, o que se observa é que o relacionamento com os diversos públicos do IFB é fortalecido com a presença institucional nas redes sociais, pois aproxima o IFB da comunidade, muitas vezes chegando ao conhecimento de pessoas que não possuíam nenhuma relação anterior com o Instituto. São muitos os relatos de seguidores que conheceram mais do trabalho exercido pelo IFB por meio das redes sociais, local em que se mostra diariamente a oferta de educação pública, gratuita e de excelente qualidade às comunidades nas quais o Instituto está inserido por meio da presença dos seus *campi*.

Nesse ambiente, procura-se reforçar que os cursos são gratuitos, abertos à comunidade, ofertados por profissionais qualificados e dispostos a sanar dúvidas das comunidades acadêmica e externa. A presença nas redes sociais visa ao diálogo com a comunidade de forma direta. Busca-se auxiliar as pessoas nos processos de ingresso no IFB, utilizando-se como recurso a linguagem simples, direta, objetiva, a partir de uma comunicação pública apoiada nos princípios regidos pela ética, respeito e verdade.

3.5 Eventos

A promoção e a realização de eventos no IFB são consideradas ferramentas essenciais para se comunicar com os públicos do IFB. De todas elas, o evento é uma



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

das mais completas, porque, além de conseguir falar diretamente com seu público, sem intermediários e de forma segmentada, ao idealizar um evento, a Instituição utiliza todas as outras ferramentas de comunicação para realizá-lo, como a criação de peças publicitárias, o *e-mail* “@todos”, as redes sociais, além da assessoria de imprensa para a propagação da informação, entre outras.

Ao ser executado numa instituição de ensino, o evento é ainda mais significativo, pois torna-se um meio de apresentação e disseminação dos trabalhos científicos, das pesquisas e dos resultados obtidos pelos técnicos, professores e alunos, podendo ser uma oportunidade não apenas de mostrar ou falar sobre, mas de descobertas e de criação de uma experiência única para o participante. O evento, na sua totalidade, possibilita integrar vários atores que ajudam na socialização do conhecimento científico, tecnológico e inovador, tornando as práticas de ensino em avanços de empreendedorismo para o desenvolvimento socioeconômico do mundo do trabalho.

Assim, observando sua importância estratégica, os eventos devem ser planejados com definição clara dos públicos de interesse e de seus objetivos e metas, indicando os recursos necessários e a forma de implementação e realização, além dos instrumentos (ou técnicas) de avaliação para verificação de sua eficácia.

Os principais eventos voltados para a área acadêmica e promovidos pelo IFB são: congressos, seminários, *workshop*, mesa-redonda, jogos estudantis, simpósio, painel, fórum, mostras, exposições, feiras, assinatura de convênios, lançamentos de livros, inaugurações, posse, conferência, jornada, oficina, semanas, aula *show*, aula magna, cerimônia de formatura.

Dessa forma, a prática de eventos é frequentemente adotada pelos gestores, técnicos e professores do IFB. Cada *campus* tem autonomia para propor e realizar seus eventos dentro do calendário acadêmico e conforme seus objetivos de comunicação com os públicos. O demandante do evento deverá comunicar à Dicom a sua realização, enviando informações como data, hora, local, participantes, objetivo e público-alvo, para que seja feita a divulgação no *site*, nas redes sociais do IFB e também na imprensa.

Da mesma maneira, caso necessitem, podem solicitar à assessoria da Dicom orientação no planejamento, na organização e na realização do evento, principalmente em relação à definição da data e horário, roteiro do evento, *script*, *layout*, cerimonial,



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

capacitação de Mestre de Cerimônias, criação da identidade visual, melhor forma de divulgação, entre outros. Também podem solicitar o agendamento para transmissão do evento na TV IFB ou enviar posteriormente o vídeo gravado para publicação, conforme disposto no Fluxo de Solicitação de Transmissão ao Vivo.

Na organização desses eventos, deverá ser dada atenção especial à solenidade de abertura, que conta com a presença de autoridades acadêmicas e também autoridades externas. Por ser uma instituição de ensino federal, o IFB deve seguir as normas do Cerimonial Público e Ordem de Precedência, estabelecidos pelo [Decreto nº 70.274/72](#) e pela [Lei nº 5.700/71](#), que dispõem sobre a forma e a apresentação dos Símbolos Nacionais. Com base nesse decreto e lei, o protocolo indicará o lugar de cada autoridade nas cerimônias oficiais, de acordo com o cargo e a função de cada um, e o cerimonial determinará a sequência de atos, regras e formalidades a serem seguidas em cada evento.

O reitor, como autoridade máxima da instituição, tem precedência sobre todas as demais no evento e presidirá os trabalhos e atos. A exceção é para quando estiver presente o Presidente da República ou o Vice-Presidente, aos quais, por lei, o reitor deverá ceder a precedência. No Instituto Federal de Brasília, a ordem de precedência é: reitor, pró-reitores, diretor-geral, diretores de ensino e de administração, coordenadores de curso e demais coordenadores. Quando houver mais de um membro de cargos semelhantes, deverá optar pela ordem alfabética do nome dos cargos. Nas solenidades realizadas nos *campi*, o diretor-geral daquela unidade terá precedência sobre os demais.

O uso das Bandeiras deve seguir as normas da [Lei 5.700/71](#), sendo colocadas sempre à direita do palco, do púlpito, da mesa diretiva ou do dispositivo de honra, sem obstrução à sua frente. A execução do Hino Nacional deve seguir as normas desta mesma Lei, não sendo obrigatória em todos os eventos, mas recomendável nas cerimônias de abertura e nos eventos solenes.

Os eventos demandados pelo Gabinete da Reitoria são realizados pela Diretoria de Comunicação Social, desde a sua concepção até a sua conclusão. Nestes, estão inclusas as cerimônias de colação de grau, tanto as coletivas como as de caráter excepcional. Destaca-se que as Outorgas nas colações de grau só podem ser feitas pelo reitor ou seu representante legal.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Os eventos, além das normas, leis e diretrizes citadas neste documento, também deverão seguir as orientações do [Guia de Eventos, Cerimonial e Protocolo para a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica](#).

Da mesma forma, indica-se a criação de um Calendário Anual de Eventos do IFB, em que deverão constar os eventos de todos os *campi*. Assim, haverá mais transparência na divulgação dos eventos e serão evitados choque e concorrência de eventos entre os *campi*. Esse Calendário deverá ser gerenciado e divulgado pela Dicom nos canais oficiais, a partir das informações enviadas por cada *campus*, até o mês de novembro do ano anterior. Da mesma maneira, a Dicom dará prioridade na realização das ações dos eventos previstos no Calendário Anual de Eventos do IFB.

Destaca-se que todos os eventos do IFB devem estar sintonizados com seus objetivos institucionais, sua visão, sua missão e seus valores. Isso posto, no caso de eventos externos, dos quais o Instituto participa como apoiador ou em parceria com outras instituições, é fundamental considerar essa condição, visto que os eventos, como qualquer atividade institucional e de comunicação, necessitam da chancela e do correto uso da marca IFB, pois costumam ser avaliados pelos seus públicos estratégicos e pela sociedade.

Vale considerar ainda a crescente demanda dos eventos digitais para incentivar a sua realização pelos proponentes (servidores do IFB), adotando, para o seu planejamento e a sua realização, clareza dos conteúdos e dos assuntos de interesse institucional.

Os gestores do IFB devem estar atentos às novas demandas e desafios impostos pela utilização intensiva das novas tecnologias de comunicação e informação, buscando promover e incentivar a capacitação dos servidores em programas de treinamento e buscando incorporar esses novos recursos tecnológicos à sua estrutura de comunicação.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

4 COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA

A comunicação do IFB apresenta-se como pública, em rede e estratégica. Isso significa que está alinhada ao princípio da supremacia do interesse público e, portanto, todos os processos de comunicação na Reitoria e nos *campi* devem se voltar à coletividade e precisam estar alinhados com as diretrizes educacionais do Ministério da Educação e demais órgãos normativos federais. A forma de comunicar não se limita a uma abordagem operacional; pelo contrário, tem como proposta básica estabelecer a interação e o diálogo com os públicos estratégicos.

O ato de comunicar dentro do IFB deve ser enxergado como responsabilidade de todo público interno na adoção dos fluxos de informações qualificadas, na promoção e maximização do desenvolvimento de suas atividades e no permanente fortalecimento da imagem e marca institucional. Para tanto, é necessário construir uma cultura de comunicação que contribua para a consolidação de um clima organizacional comprometido com o incremento da produtividade e do trabalho em equipe por um processo dinâmico e contínuo, que potencialize os recursos humanos, tecnológicos e financeiros disponíveis, de forma integrada, alinhando as necessidades e atividades sempre mutantes na Instituição.

A complexidade, que permeia todo o processo comunicativo, imputa à equipe da Diretoria de Comunicação a missão de trabalhar na adequação da linguagem e dos canais que consigam levar informação adequada, confiável e transparente aos seus públicos. Entretanto, esbarra em limitações de pessoal e de estrutura para potencializar as ações já desenvolvidas. Compreende-se que uma atuação mais estratégica passa pela disponibilidade de um quadro completo de servidores habilitados e concursados nas áreas da comunicação e/ou reforçado por estagiários para que assim sejam produzidos conteúdos baseados nas técnicas e em formato próprio direcionado ao público específico da ação.

É preciso levar em conta, também, as limitações impostas por regulamentos e portarias governamentais que dificultam a disponibilidade de contratação de novos servidores especializados na área, dentre eles, jornalista, programador visual, audiovisuais e relações públicas. Como proposta para sanar parcialmente esse déficit,



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

a sugestão é a criação de núcleos locais de comunicação nos *campi*. Todavia, sua implementação requer participação direta da Dicom de modo a garantir o zelo à marca e à imagem do Instituto, bem como identificar perfis de servidores que possam atuar na área de forma a traduzir as demandas diárias de suas unidades, que, por sua vez, necessitariam de formação contínua interna de servidores indicados pela gestão, adoção de fluxo de trabalho direto com a comunicação do IFB, além de reuniões periódicas para avaliação e adequação das atividades desempenhadas.

Como medida efetiva de curto tempo, vislumbra-se agregar estagiários na equipe da Dicom, pela facilidade do processo de recrutamento e seleção de futuros profissionais da área, ressaltando a oportunidade de descoberta de novos talentos que o exercício do estágio propicia.

No que diz respeito à estrutura, a Dicom poderá atuar com mais eficiência quando possuir um espaço ideal de multimídia, semelhante a um núcleo de transmissão. Essa composição permitirá que o conhecimento de seus servidores seja somado a equipamentos apropriados e atualizados, que permitirão captação e produções de conteúdo em diversos formatos, levando assim a informação em múltiplas frentes aos públicos de interesse do IFB.

De toda forma, as mudanças dos meios de comunicação e a importância de produzir mais informações claras e confiáveis que tragam soluções aos desejos e necessidades do público são latentes. Somente assim se evita o surgimento de conflitos e crises dentro e fora da Instituição. Tratar a comunicação como setor essencial ao progresso do IFB traz proteção a todas as ações de Ensino, de Pesquisa e de Extensão do Instituto.

4.1 Gestão estratégica de crise

A Imagem e a Identidade Institucional podem ser afetadas a qualquer momento e bruscamente por influências internas e externas, gerando crises. Mesmo que a instituição seja consolidada e tenha uma imagem pública admirável, ela não está imune a uma crise que pode abalar suas estruturas, como o exemplo de uma pandemia inesperada que atinge todos.

Normalmente, as ameaças são registradas como denúncias, inicialmente em setores como a Ouvidoria, Comissão de Ética, Corregedoria, Auditoria e Comunicação



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Social. Atualmente, as redes sociais também são um canal de divulgação de denúncias e insatisfações dos públicos.

Para prevenir crises e seus efeitos, o Instituto Federal de Brasília adota medidas como o Plano de Integridade, a participação da Diretoria de Comunicação Social em todas as reuniões do Colégio de Dirigentes e, dependendo do gênero e dimensão da crise, são acionados setores e/ou o Comitê de Emergência (COE).

Em todas as instâncias, a comunicação é essencial no processo de prevenção, enfrentamento e análise pós-crise, cabendo nessas situações os perfis de mediadores e tradutores de procedimentos. Em situações de risco, é necessário responder com agilidade, perspicácia e segurança.

Na gestão de riscos, faz-se necessária a construção de fluxos de informações, espaços de diálogo com as partes, visando adotar comportamentos e atitudes para proteção da comunidade que a Instituição representa. Para tanto, é necessário conhecer os públicos (partes interessadas) e construir relações de confiança para um diálogo em que todos possam se expressar com respeito e serem igualmente ouvidos.

Diante da imprensa, por exemplo, é necessário que essas crises, apesar de imprevistas, tenham sido discutidas anteriormente no setor de comunicação e que sejam levantados possíveis nomes de servidores (normalmente da gestão) para esclarecer, trazer novas informações e apresentar os encaminhamentos que a instituição está trazendo para o problema ou para a crise.

É importante que gestores que se comuniquem bem, com assertividade e linguagem simples, sejam previamente demandados para situações de crise que possam existir dentro da instituição. Nesse caso, devem ser preparados pela comunicação para falar com a imprensa de forma objetiva, respeitar os limites de tempo impostos e equilibrar as emoções no momento do discurso.

Para que o gerenciamento de crise seja efetivo, é imprescindível uma boa comunicação, apresentação de soluções e presença de representantes da instituição dispostos a dialogar de maneira equilibrada e amistosa. O bom diálogo com a imprensa e a comunidade é o melhor caminho para sair da crise.

É importante ressaltar a importância da elaboração das notas oficiais em casos de crise na instituição, outro papel desempenhado pela Dicom na lista de atribuições do setor. Em casos de crise ou acontecimentos que deturpem a imagem da instituição, muitas vezes, é necessária a elaboração de uma nota oficial, com o posicionamento



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

da gestão, informando o que está sendo feito internamente para que o problema seja sanado, apresentando soluções e colocando-se à disposição da comunidade para eventuais esclarecimentos. Normalmente, essas notas são divulgadas para a imprensa e publicadas no *site* institucional e nas redes sociais oficiais do IFB.

Já nas redes sociais, o IFB recebe, via mensagem privada, as denúncias e reclamações de alunos, servidores e pais de alunos, além da comunidade externa, e encaminha para o setor responsável apresentar soluções e entrar em contato com o demandante. Dessa maneira, a pessoa que procurou a Instituição não fica sem uma resposta ou solução para o seu problema.

Internamente, documentos como o Plano de Integridade do IFB (aprovado pela Portaria 641/2020) são essenciais para a prevenção de situações de crises, sendo necessárias sua difusão e implementação em todos os setores como fomento para que os servidores tenham consciência que suas posturas e comportamentos constroem e podem também comprometer a imagem institucional.

No Instituto Federal de Brasília, a Unidade de Gestão da Integridade (UGI) é o comitê que planeja ações de conscientização e prevenção a situações de riscos. Já em emergências, o IFB pode acionar um comitê específico, COE — grupo vinculado ao gabinete da Reitoria, formado com o objetivo de analisar a ocorrência de questões inerentes a assuntos sensíveis que gerem mudanças significativas nas atividades da Instituição. Integram o Comitê de Emergência representantes do Gabinete, Diretoria de Comunicação, Comissão Interna de Supervisão do Plano de Carreira do Cargo de Técnico para Assuntos Educacionais — TAE (CIS-PCCTAE), Comissão Permanente de Pessoal Docente (CPPD), dos Diretores de Administração, dos Diretores de Ensino, Pesquisa e Extensão, dos Diretores-Gerais e dos Pró-Reitores. Nos *campi* do IFB, também podem ser instauradas comissões locais de emergência.

4.2 Análise SWOT/FOFA

A matriz SWOT/FOFA é uma ferramenta para a realização do planejamento estratégico. Ela é importante para que a instituição consiga traçar estratégias mais efetivas, para alcançar os objetivos e auxiliar nas tomadas de decisões. SWOT é uma sigla em inglês que significa “Strengths (forças), Weakness (fraquezas), Opportunities (oportunidades) e Threats (ameaças). Em português, a sigla é FOFA.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

A análise parte dos objetivos para a definição de fatores indicativos que são categorizados em ambiente interno e ambiente externo.

No ambiente interno são considerados os fatores de cujos resultados a instituição tem o controle. Esses fatores são analisados como forças ou fraquezas.

No ambiente externo são considerados os fatores que estão fora do controle da instituição, como clima, taxa de juros, mudança de legislação, crises econômicas no país e no mundo, entre outras. Os fatores externos são analisados como ameaças ou oportunidades.

Após realizadas as análises das forças, fraquezas, ameaças e oportunidades e definidos os graus de intensidade, importância e tendência, é feito um cruzamento para identificar o relacionamento entre si e o tipo de estratégia a ser realizada. A partir dessa fase, é possível definir planos de ações estratégicas objetivando maximizar os pontos positivos e minimizar os pontos negativos.

A análise da matriz FOFA da comunicação do IFB e a definição de planos de ação foram realizadas a partir da planilha “Luz — Planilhas Empresariais”, que é apresentada como anexo neste documento. Análise SWOT/FOFA Comunicação IFB (Apêndice U).

Com a análise realizada, percebe-se que a área de comunicação do IFB é uma área estratégica e que grande parte das ações desenvolvidas fortalece a instituição; porém, o estudo aponta fraquezas que precisam ser minimizadas ou revertidas. Os pontos a serem trabalhados mais fortemente são o envolvimento entre áreas e a inclusão do planejamento de comunicação nas ações institucionais, e isso depende diretamente da interação com os demais setores da Instituição e do engajamento do público interno, sendo a implantação da Política de Comunicação fator fundamental para consolidar a imagem institucional e tornar a comunicação acessível para toda e qualquer atuação de ensino, pesquisa e extensão.

4.3 Implantação da Política de Comunicação

Após aprovada, a Política de Comunicação será amplamente divulgada, principalmente para o público interno, para que este seja multiplicador das diretrizes dos princípios e dos valores também para o público externo.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Para que a implantação seja estratégica, será necessário um Plano de Implantação com definição de cronograma de curto, médio e longo prazo para as ações previstas. É fundamental que o Plano de Implementação seja construído de forma coletiva e com envolvimento dos servidores e gestores da Instituição. O Plano deve prever ações permanentes de divulgação da Política de Comunicação para sensibilizar, internalizar e promover o engajamento coletivo das orientações estabelecidas para efetividade das ações.

A Política de Comunicação será oficialmente lançada em um evento específico com a presença dos principais gestores e representantes estratégicos do público externo e transmitida pela TV IFB. É da responsabilidade dos dirigentes das unidades do IFB designar servidores para promover a divulgação e conscientizar os públicos internos sobre a importância e adoção da Política de Comunicação.

O processo de divulgação da Política se dará por meio de materiais de divulgação, como textos explicativos, guias, manuais, diagnósticos, fluxogramas, vídeos, *cards*, depoimentos e seminários, compartilhando nos canais de comunicação oficiais. A Política de Comunicação será referenciada em documentos oficiais e divulgada em mídias, incluindo a citação da página e *link* da internet.

O documento integral desta Política tem caráter público, com destaque da versão digital no Portal do IFB. A versão impressa terá distribuição em setores estratégicos, como Gabinete do Reitor, Pró-Reitorias, Diretorias-Gerais dos *Campi*, Bibliotecas e setores que atendam prioritariamente o público externo. Uma versão em braile integrará o acervo de pelo menos metade das bibliotecas, e, eventualmente, será compartilhada com outras bibliotecas.

4.4 Manuais, Guias e Fluxos

A aplicação das diretrizes desta Política e a consolidação da estrutura de comunicação prevista neste documento serão essenciais para a implantação e gestão da Política de Comunicação no Instituto Federal de Brasília. Dessa forma, os manuais, guias, fluxos de comunicação e modelos desenvolvidos deverão ser utilizados para auxiliar de maneira mais prática a aplicação da Política de Comunicação na rotina laboral do IFB.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Documentos criados e adaptados para a Política de Comunicação

Apresentação da História do IFB e seus *campi*

Manual de Identidade do IFB

Manual de Comunicação Inclusiva | Guia Prático de Comunicação Inclusiva

Manual de Atendimento ao Público – Adaptado do IFSC

Manual do Jornalismo

Manual de Relacionamento com a Imprensa – Adaptado do IFSC

Guia de Públicos do IFB

Guia de Atribuições em Comunicação

Guia de Boas Práticas em Liderança – Adaptado do IFSC

Guia de Reuniões de Trabalho – Adaptado do IFSC

Fluxo de Publicações em Murais

Fluxo de Publicação de Nota de Falecimento

Fluxo de Criação de Evento

Fluxo de Solicitação de Publicação no Portal do IFB

Fluxo de Solicitação de Transmissão ao Vivo

Fluxo de Solicitação para publicação nas Redes Sociais

Fluxo de Solicitação para Criação Multimídia

Termo de Cessão de Imagem do IFB

Análise SWOT/FOFA Comunicação

Demais documentos referenciados no decorrer do texto

[Manual de Conduta do Agente Público Civil do Poder Executivo Federal](#)

[Plano de Integridade do IFB](#)

[Política de Segurança da Informação e Comunicação \(POSIC\)](#)

[Manual de Redação da Presidência da República](#)

[Vocabulário Ortográfico da Língua Portuguesa](#)

[Guia de Eventos, Cerimonial e Protocolo](#)

[Política de Acompanhamento de Egressos](#)

[Guia do Estudante](#)

[Regulamento Discente](#)

[Normalização de Trabalhos Acadêmicos](#)

[Normas de uso do e-mail](#) e [Tutorial de acesso](#)



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Guia de Eventos, Cerimonial e Protocolo para a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica

4.5 Acompanhamento, avaliação e atualização

O acompanhamento, a avaliação e a atualização são imprescindíveis para que a Política de Comunicação seja melhorada. Essas ações não só favorecem a identificação de falhas e a manutenção de ações exitosas como também permitem que a Política acompanhe as mudanças institucionais, sociais e tecnológicas. Nesse sentido, a escuta da comunidade do IFB torna-se essencial para que expectativas sejam atendidas.

Dentre os três processos, é importante que haja um caminho articulado, sistemático e periódico. Assim, o acompanhamento deve ser uma estratégia pensada desde o momento em que a Política for institucionalizada de forma a permitir que correções sejam implementadas no curso das ações. Para tanto, um formulário ficará disponível no *site* do IFB, na página da Política de Comunicação, para a contribuição da comunidade ao longo do processo. Da mesma forma, o acompanhamento deve ser pauta das reuniões da Dicom e da Comissão de implantação do Plano de Comunicação a fim de pontuar melhorias e discutir as contribuições enviadas através do formulário mencionado.

Já a avaliação deve ocorrer através de pesquisa quantitativa, por meio de formulário com perguntas abertas e fechadas, dirigida aos públicos identificados na Política de Comunicação e através de pesquisa qualitativa destinada aos gestores com representação de todos os *campi*. Essa pesquisa pode ser realizada com o uso de formulários e convocação de reuniões. A partir disso, a atualização ocorrerá posteriormente, com o objetivo de rever e atualizar a redação do documento, manter as ações exitosas e rever ou excluir as que apresentaram problemas. O ideal é que as ações de avaliação e atualização sejam realizadas quatro anos após a implementação da Política, com o auxílio de uma comissão composta por servidores da Dicom e demais servidores de diferentes *campi*.

Nos casos omissos, a Diretoria de Comunicação do IFB, quando solicitada, prestará esclarecimento de natureza protocolar, cerimonial, de assessoria de planejamento e organização, assim como de divulgação, identidade visual e do uso



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

correto da marca institucional para que todas as ações de eventos fortaleçam a imagem do IFB perante seus públicos.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

ARAÚJO, Rejane Maria de; BRANCHINE, Sandra Maria; BARROS, Aléssio Trindade de. **A Percepção da Comunidade Acadêmica dos Institutos Federais Sobre a Marca IF**. Relatório de pesquisa institucional. Instituto Federal de Brasília: Brasília, 2020.

BELTRAME, Marcela Monteiro de Lima Lin. **Política de Comunicação em Instituições de Educação Profissional, Científica e Tecnológica: Proposta a Partir da Experiência do IFSC**. 2014. 618f. Dissertação (Mestrado Profissional em Administração) - Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, Santa Catarina, 2014.

BUENO, Wilson (entrevista). **Políticas de comunicação: importância, etapas e resultados**. Comunicação Integrada. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=A-pVA67IITY>> Acessado em 16/03/2021. 2020.

CONIF - CONSELHO NACIONAL DAS INSTITUIÇÕES FEDERAIS DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL, CIENTÍFICA E TECNOLÓGICA. **Política de Comunicação**. Brasília: CONIF, 2017.

IF - INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA. **Manual de Aplicação da Marca**. Brasília: IF, 2015

IFB - INSTITUTO FEDERAL DE BRASÍLIA. **Plano de Desenvolvimento Institucional 2019-2023**. Brasília: IFB, 2019.

IFES - INSTITUTO FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO. **Política de Comunicação do IFES**. Vitória: IFES, 2016.

IFRJ - INSTITUTO FEDERAL DO RIO DE JANEIRO. **Política de Comunicação do IFRJ**. Rio de Janeiro: IFRJ, 2021.

IFSC - INSTITUTO FEDERAL DE SANTA CATARINA. **Política de Comunicação do IFSC**. Florianópolis: IFSC, 2013.

_____. **Manual de Boas Práticas de Liderança**. Florianópolis: IFSC, 2016.

_____. **Manual de Relacionamento com a Imprensa**. Florianópolis: IFSC, 2016.

_____. **Manual de Reuniões de Trabalho**. Florianópolis: IFSC, 2016.

_____. **Manual de Atendimento ao Público**. Florianópolis: IFSC, 2016.

PINTO, Rafaela Caetano. **As Estratégias de Responsabilização Político-social da Andi – Comunicação e Direitos nas Políticas Públicas de Comunicação: O Caso**



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

da Classificação Indicativa. 2018. 199f. Tese (Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação) - Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, Rio Grande do Sul, 2018

SILVA, Nilza Costa da. **O Papel da Comunicação Interna na Melhoria dos Processos de Gestão e Relações Interpessoais:** Estudo Aplicado às Instituições de Ensino da Rede Federal do Brasil. 2018. 107f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Educação/Administração Educacional) - Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Santarém, Santarém, Portugal, 2018.

SOARES, I. De O. **A educomunicação na América Latina:** apontamentos para uma história em construção. In: APARICI, R. (Org.). Educomunicação: para além do 2.0. São Paulo: Paulinas, 2014, p. 7–27.

SOARES, Renata Monteiro. **Plano Conceitual para a Vitrine de Inovação IFB a imprensa.** 2021. 196f. Dissertação (Mestrado Profissional em Comunicação, Inovação e Economia Criativa) - Universidade Católica de Brasília, Brasília, Brasil, 2021.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

APÊNDICE A - MANUAL DE COMUNICAÇÃO INCLUSIVA

(Em revisão ortográfica e diagramação)

1 INTRODUÇÃO À ACESSIBILIDADE DIGITAL

Antes da apresentação das dicas e orientações contidas nesse documento, as quais ajudarão você a visualizar com mais clareza barreiras de acessibilidade e problemas correlatos, faremos uma rápida análise de alguns princípios e conceitos, que nos ajudarão a compreender melhor o universo das pessoas com deficiência, e a importância da acessibilidade digital nesse contexto. Sem essa compreensão, qualquer iniciativa em busca de soluções para essas questões estará comprometida.

1.2 O que é acessibilidade?

O Decreto Federal nº 5.296/2004, em seu artigo 8º, § I, estabelece:

“I – Acessibilidade: condição para utilização, com segurança e autonomia, total ou assistida, dos espaços, mobiliários e equipamentos urbanos, das edificações, dos serviços de transporte e dos dispositivos, sistemas e meios de comunicação e informação, por pessoa portadora de deficiência ou com mobilidade reduzida; [...]”

A Convenção Internacional Sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência, adotada pela ONU em 30 de março de 2007, em Nova York, e ratificada pelo Decreto Federal nº 6.949 de 25 de agosto de 2009, estabelece em seu artigo 9º, item 1:

“A fim de possibilitar às pessoas com deficiência viver com autonomia e participar plenamente de todos os aspectos da vida, os Estados Partes deverão tomar as medidas apropriadas para assegurar-lhes o acesso, em igualdade de oportunidades com as demais pessoas, ao meio físico, ao transporte, à informação e comunicação, inclusive aos sistemas e tecnologias da informação e comunicação, bem como a outros serviços e instalações abertos ou propiciados ao público, tanto na zona urbana como na rural”.

A Norma Brasileira ABNT NBR 9050/2020 define em seu item 3.1:

“Acessibilidade: Possibilidade e condição de alcance, percepção e entendimento para utilização, com segurança e autonomia, de espaços, mobiliários,



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

equipamentos urbanos, edificações, transportes, informação e comunicação, inclusive seus sistemas e tecnologias, bem como outros serviços e instalações abertos ao público, de uso público ou privado de uso coletivo, tanto na zona urbana como na rural, por pessoa com deficiência ou mobilidade reduzida”.

Portanto, acessibilidade é o grau de acesso que o lugar, produto ou serviço oferece aos indivíduos, para que todas as pessoas, principalmente pessoas com deficiência, consigam alcançar seus objetivos.

Acessibilidade Atitudinal

Por definição, acessibilidade atitudinal é a atitude individual de cada pessoa, com base em sua percepção e compreensão do universo das pessoas com deficiência. É o compromisso com um modelo mais acessível de sociedade, um modelo que não fica somente no discurso, mas também, e principalmente, em ações para tornar tudo mais acessível ao seu redor. A acessibilidade atitudinal pode ser entendida como um conceito que visa acabar com estereótipos preconceituosos em relação às pessoas com deficiência. Ter empatia e conviver com elas é o primeiro passo na busca de soluções para a acessibilidade. Lembre-se! Todos nós usufruímos dos recursos de acessibilidade disponibilizados nos meios digitais, ou físicos, tudo depende do nosso estado de saúde, ou das circunstâncias. Recursos de gravação/reprodução de áudio, por exemplo, muito úteis para pessoas com deficiência visual, são amplamente utilizados por pessoas sem deficiência.

Atualmente não devemos mais utilizar termos como: pessoas com necessidades especiais, portadores de deficiência ou deficientes. O termo correto e atual é: Pessoa com Deficiência, representado pelo acrônimo PcD.

Acessibilidade Digital

Quando pessoas com deficiência se aventuram pela *web*, normalmente costumam enfrentar obstáculos que dificultam, ou até mesmo, impossibilitam o seu acesso aos conteúdos. O conceito de Acessibilidade Digital pressupõe que os *sites* e portais sejam projetados de modo que, todas as pessoas possam perceber, entender, navegar e interagir de maneira efetiva com as páginas.

Por isso, para atender a legislação e ser realmente acessível, o desenvolvimento de um *site* deve seguir diretrizes e metodologias estabelecidas pelo



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

World Wide Web Consortium - W3C, apresentadas no documento *Diretrizes para Acessibilidade de Conteúdos Web - WCAG 2.0*, organizado pelo *Web Accessibility Initiative - WAI*, que é um departamento deste consórcio.

Essas diretrizes são baseadas em quatro princípios. Esses princípios, por sua vez, são distribuídos em doze recomendações contendo sessenta e um critérios de sucesso, distribuídos em três níveis de conformidade: “A”, “AA”, e “AAA”.

De acordo com as boas práticas recomendadas para a acessibilidade na web, devemos seguir minimamente os critérios do nível “AA”. Não é difícil perceber que a simples análise dessa documentação demanda grande investimento de tempo e aprendizado. Por isso, iniciativas como a do canal “Todos pela Acessibilidade”, ou do “Movimento Web Para Todos”, assumem um papel de grande importância na disseminação dessas informações.

A implementação das diretrizes possibilita autonomia e igualdade de oportunidades às pessoas com deficiência, onde a não adoção desses critérios dificultará sua interação com o mundo digital.

Acessibilidade Digital na Educação

Segundo o estudo realizado em 2017, pelo Movimento Web para Todos, que analisou sites das 10 melhores universidades e escolas de ensino médio do País (com base no último ranking divulgado pelo MEC em 2015), os resultados do estudo apontaram que há uma movimentação dessas instituições no caminho da acessibilidade, na tentativa de diminuir barreiras de navegação, mas ainda falta conhecimento técnico para adequação da programação, do conteúdo e do *layout*.

Problemas de acessibilidade digital são uma realidade na vida acadêmica de pessoas com deficiência.

Design Universal

Design Universal é um termo relativamente novo que surgiu do “design acessível” - livre de barreiras para dar acessibilidade a pessoas com deficiência.

O *Design Universal*, ou *Design Total* ou *Design Inclusivo*, tem enfoque no *design* de produtos, serviços e ambientes a fim de que sejam usáveis pelo maior número de pessoas possível independente de idade, habilidade ou situação. Está diretamente relacionado ao conceito de sociedade inclusiva.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

No *Design Universal*, o *designer* estuda uma série de questões que geralmente não são abordadas em um projeto comum, porque neste caso é preciso considerar todas as possibilidades de uso, por usuários muito diferentes. Isso inclui questões sociais, históricas, antropológicas, econômicas, políticas, tecnológicas, e principalmente de ergonomia e usabilidade.

O Design Universal promove a inclusão social de forma ampla, não apenas para as pessoas com deficiência, já que proporciona maior conforto, facilidade de uso, rapidez, satisfação, segurança e eficiência para todos.

Design Universal para Aprendizagem

O *Design Universal para Aprendizagem* é uma estrutura educacional baseada em pesquisas nas ciências da aprendizagem, incluindo neurociência cognitiva, que orienta o desenvolvimento de ambientes de aprendizagem flexíveis e espaços de aprendizagem que podem acomodar diferenças individuais de aprendizagem.

Na educação a multiplicidade e a diversidade são a regra, e não a exceção. Diferentes pessoas aprendem de formas diferentes. Algumas aprendem melhor lendo, outras ouvindo, ou ainda, por meio de recursos visuais. Diferenças culturais, sociais, e econômicas influenciam a aprendizagem. O uso de diferentes tipos de mídias, empregado para dar suporte à aprendizagem de pessoas com deficiência, oferece a todos múltiplas opções de interação com os conteúdos.

As Diretrizes utilizadas pelo Design Universal para aprendizagem oferecem um conjunto de sugestões concretas que podem ser aplicadas a qualquer disciplina ou domínio para garantir que todos os alunos possam acessar e participar de oportunidades de aprendizagem significativas e desafiadoras.

Interação Humano Computador

Podemos definir a Interação Humano Computador como: “o conjunto de processos, diálogos, e ações por meio dos quais o usuário humano interage com um computador”. (Baecker e Buxton)

Para que haja essa interação é necessária a presença de algum artefato (*software* ou *hardware*) que proporcione uma ligação física ou lógica entre o homem e a máquina. A esse artefato damos o nome de interface.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Mas nem sempre as interfaces têm a capacidade de atender às necessidades apresentadas por pessoas com deficiência.

Para corrigir ou mitigar esse problema é necessária a implementação de Tecnologias Assistivas.

Interface do Usuário

A interface do usuário, no campo de design da interação homem-máquina, é o espaço onde a interação entre humanos e máquinas ocorre. O objetivo desta interação é a operação e controle efetivos da máquina no lado do usuário e o feedback da máquina, que auxilia o operador na tomada de decisões operacionais. Uma interface de usuário é o sistema pelo qual as pessoas (usuários) interagem com uma máquina. A interface de usuário inclui componentes de *hardware* (físico) e *software* (lógico). As interfaces de usuário existem para vários sistemas, e fornecem um meio de:

Entrada: permitindo ao usuário manipular o sistema;

Saída: permitindo ao sistema produzir os efeitos (as respostas) das ações do utilizador.

Tecnologias Assistivas

São ajudas técnicas ou produtos de apoio: “produtos, recursos, metodologias, estratégias, práticas e serviços que objetivam promover a funcionalidade, relacionada à atividade e participação, de pessoas com deficiência, incapacidades ou mobilidade reduzida, visando sua autonomia, independência, qualidade de vida e inclusão social.

Logo, pessoas com deficiência necessitam do apoio de Tecnologias Assistivas para facilitar ou viabilizar sua interação com as interfaces (lógicas ou físicas).

1.5 Ambiente Virtual de Aprendizagem

Por definição, um Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA, é um *software* (sistema) que proporciona o desenvolvimento e distribuição de conteúdos diversos para cursos online e disciplinas semipresenciais. São ambientes que auxiliam na montagem de cursos acessíveis, livres ou acadêmicos, pela Internet.

No Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília - IFB, utilizamos o sistema *Moodle* para disponibilizar e gerenciar os conteúdos dos cursos.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

O *Moodle* é um sistema de gerenciamento de recursos para aprendizagem (do inglês, *Learning Management System*), um *software* livre, executado num ambiente virtual, uma plataforma de aprendizagem projetada para fornecer a educadores, administradores e alunos um único sistema robusto, seguro e integrado para criar Ambientes Virtuais de Aprendizagem (AVA) personalizados.

Um Sistema de Gestão da Aprendizagem que disponibiliza uma série de recursos, síncronos e assíncronos, que dão suporte ao processo de aprendizagem, permitindo seu planejamento, implementação e avaliação.

O Moodle é um ambiente de aprendizagem flexível, que pode acomodar diferenças individuais de aprendizagem.

Usabilidade

É o grau de facilidade que o usuário sente ao realizar uma ação. A qualidade da interface está diretamente relacionada com a usabilidade. Quando interagimos com um aplicativo, ou dispositivo, que possui uma interface que potencializa a relação de usabilidade, será mais fácil utilizá-lo, até mesmo se você nunca tiver tido contato com ele.

Uma interface bem elaborada proporciona uma experiência sem problemas para o usuário. O ideal é que a Interação Humano Computador ocorra com o mínimo de obstáculos possível.

Pessoas com deficiência devem ser assistida por recursos complementares (Tecnologias Assistivas), tanto do ponto de vista da usabilidade do *software* como do *hardware*, para tornar a navegação e a apreensão de conteúdos acessível.

A usabilidade preocupa-se com a facilidade de memorização e aprendizado das ações, maximização de produtividade, minimização de erros e a satisfação do usuário.

1.7 Experiência do Usuário

A experiência do usuário, ou UX (acrônimo de User eXperience), não é uma tecnologia, um método ou uma ciência, é apenas um termo que designa a relação de uma pessoa com um produto ou serviço. Essa experiência é pessoal, pode variar de acordo com o tempo e humor do usuário. É algo infinitamente variável, mas que



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

podemos induzir, de alguma forma, em algum aspecto, como facilidade de uso e aprendizado, acessibilidade, beleza, simplicidade, facilidade de navegação etc.

A experiência do usuário transcende a usabilidade do produto em si – apesar de a usabilidade ser um dos pontos cruciais para que se obtenha uma boa experiência de uso.

A experiência do usuário vai além da interação imediata com a interface visual ou física do produto. Ela engloba todas as relações que se têm com o produto, desde o momento em que se observa ou se tem conhecimento da existência do mesmo, passando pelo uso do produto de fato, pelo pensamento do usuário sobre ele, e a sua utilização até o momento em que o usuário se desfaz dele.

Podemos observar a experiência do usuário de uma perspectiva macro, ou seja, analisando tudo que se relaciona com o produto/serviço, ou de uma perspectiva micro, voltada apenas para a análise da relação do usuário com a interface do produto.

A experiência do usuário é ampla e envolve a visão, o toque e o pensamento sobre o sistema ou produto, incluindo a admiração por ele e sua apresentação antes de qualquer interação física, ou seja, todas as impressões e sensações a respeito do produto.

2 TECNOLOGIAS ASSISTIVAS E ESTRATÉGIAS ADAPTATIVAS

Na primeira parte deste guia apresentamos os conceitos e definições que julgamos fundamentais para uma compreensão consistente do universo da acessibilidade digital, com enfoque na educação mediada pelos ambientes virtuais de aprendizagem. No caso do IFB, o Moodle.

Agora, durante a segunda etapa, vamos esclarecer como as pessoas com deficiência se conectam com *websites*, *apps*, e tecnologias digitais disponíveis na *web*, e o que é possível fazer para facilitar esse acesso.

Nosso objetivo é oferecer a você condições de identificar quais tecnologias melhor atendem a cada deficiência.

Para tanto, será necessário identificar primeiro, qual a deficiência do usuário: visual, auditiva, intelectual, física ou múltipla? É uma deficiência severa ou moderada?



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Definitiva ou temporária? A pessoa possui mais de uma deficiência concomitante? Essas respostas nos ajudarão a identificar quais recursos e estratégias deverão ser utilizados para resolver os problemas, removendo as barreiras de acessibilidade.

No mundo digital, as pessoas com deficiência navegam na Web de várias maneiras, dependendo de suas necessidades. Algumas pessoas podem usar software e hardware especializados para interagir com a Web, outras podem ajustar as configurações da plataforma e do navegador para acomodar suas necessidades. Não importa como as pessoas acessam a Web, todos têm suas próprias estratégias para fazer isso.

Note aqui, a importância de uma abordagem focada na experiência do usuário (UX), e na aplicação de testes de usabilidade que incluam pessoas com deficiência.

No âmbito da acessibilidade digital, Tecnologias Assistivas são recursos (*softwares e/ou hardwares*) incorporados aos dispositivos digitais para ajudar pessoas com deficiência, mediando sua interação, para que possam realizar suas atividades com mais facilidade e eficiência, por exemplo, usando um leitor de tela ou um controle de interruptor.

Já Estratégias adaptativas são técnicas que pessoas com deficiência usam para interagir com o ambiente digital, como, por exemplo, ajustar as configurações da plataforma e do navegador ou redimensionar as janelas do navegador.

Compreender essas tecnologias e sua relação com cada deficiência será de grande importância para superar barreiras de acessibilidade da forma adequada. Acesse o link abaixo para saber mais a respeito das Tecnologias Assistivas!

Tecnologias Assistivas têm como objetivo a promoção de uma melhor experiência de uso, de natureza específica, para pessoas com deficiências específicas. Acesse o link abaixo e veja como a ONG *Special Effect* auxilia pessoas com deficiência motora a superar barreiras de acessibilidade.

2.1 Pessoas com Deficiência Visual

Entendendo a deficiência

Pessoas cegas, ou com baixa visão, costumam usar um *software* leitor de tela que identifica tudo que é mostrado na tela. Assim, toda informação/significado



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

transmitido visualmente também precisa ser transmitido de forma que possa ser interpretado por um leitor de tela.

Imagens e multimídia são um desafio óbvio para pessoas com deficiência visual, quando não apresentadas com alternativas de texto. Alternativas de texto são necessárias para imagens, botões, controles e vídeo. Todas as imagens significativas ou que executam uma ação (como um link ou botão) devem ter uma alternativa em texto que descreva de forma precisa e sucinta seu significado ou finalidade.

Textos que descrevem imagens para o leitor de tela são definidos como textos alternativos. Esses textos são posicionados no código da página, para que o *software* os interprete em forma de fala.

Os usuários de leitores de tela dependem totalmente do teclado para navegar. Por isso, a identificação de títulos, listas, parágrafos, tabelas de dados e rótulos de formulários precisam ser claros, e precisos, pois são essenciais para a compreensão do layout e da estrutura do conteúdo.

Usuários sem deficiência visual procuram textos maiores para identificar os títulos e encontrar o conteúdo que estão procurando, bem como para escanear a página e pular para outros conteúdos de seu interesse.

Usuários de leitores de tela podem fazer o mesmo usando atalhos de teclado para listar títulos em uma página e ouvir uma visão geral do tipo de índice, para então selecionar o título que desejam e pular para aquela parte da página.

O *software* leitor de tela depende da codificação dos conteúdos para identificar corretamente cada um deles: títulos, parágrafos, listas, formulários etc.

Quando se trata de vídeo, as pessoas com deficiência visual contam com a Audiodescrição (AD), que é um comentário adicional que explica o que está acontecendo na tela. Ele descreve a linguagem corporal, expressões, movimentos e mudanças na tela que são editorialmente significativas.

Existem 35 milhões de brasileiros com deficiência visual. Sendo 6,5 milhões com baixa visão ou cegueira.

Tecnologias Assistivas para Baixa Visão

Leitores de tela

Lupas eletrônicas

Áudio



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Réguas Braille

Principais Barreiras para Baixa Visão

Imagens sem descrição

Vídeos sem alternativa textual ou sonora

Funções que não funcionam pelo teclado

Links mal descritos

Formulários sem sequência lógica e descrição inadequada

Baixo contraste de cores

Zoom de tela inadequado

Projetando para Usuários com Baixa Visão

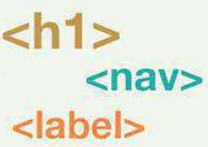
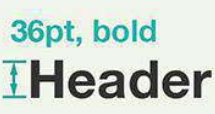
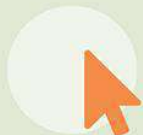
Fazer...	Não fazer...
usar bons contrastes e um tamanho de fonte legível 	usar baixo contraste e tamanho de fonte pequeno 
públicar todas as informações diretamente em páginas HTML 	“esconder” informações em arquivos para download 
usar combinação de cores, formas e texto 	usar apenas cor para transmitir significado 
construir layout linear e lógico garantindo boa leitura em ampliações 	espalhar conteúdo por toda a página e forçar usuário a rolar a tela em ampliações 
construir botões e notificações dentro de um contexto 	separar ações do seu contexto 



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Projetando para Usuários de Leitores de Tela

Fazer...	Não fazer...
descrever imagens e fornecer transcrições para vídeo 	mostrar informações apenas em imagem ou vídeo 
construir um layout linear e lógico 	espalhar conteúdo por toda a página 
estrutura de código baseado em HTML5 	estrutura dependente do tamanho do texto e do posicionamento 
construir para uso apenas do teclado 	forçar uso do mouse ou da tela 
escrever links e títulos auto-descritivos 	escrever links e títulos não informativos 

2.2 Pessoas com Deficiência Auditiva ou Fala

Entendendo a deficiência

É fácil presumir que as pessoas com perda auditiva e de fala não enfrentam muitos desafios na *web*, visto que se trata de um ambiente prioritariamente visual. Contudo, este não é o caso. Vídeos, por exemplo, são um desafio óbvio para pessoas surdas e com deficiência auditiva.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Para apoiar as pessoas que não podem ouvir, os vídeos devem ter *closed captions* para o mesmo idioma do áudio falado, legendas para áudio falado traduzidas para outro idioma, transcrições com transcrição do texto e informações de áudio faladas e não faladas, necessárias para compreender o conteúdo.

A língua de sinais usada para transmitir significado dos conteúdos também deve ser disponibilizada dentro dos padrões que permitam sua incorporação aos conteúdos, a exemplo da janela de intérpretes de libras nas transmissões de vídeo.

Saiba que a compreensão do texto também pode ser um desafio para as pessoas cuja primeira língua (L1) é a língua de sinais, assim como as funcionalidades que depende da fala, como os serviços baseados em voz, como, por exemplo, em dispositivos domésticos e móveis, incluindo Alexa, Google Home, Siri, Google Voice e Cortana.

Embora essas sejam ótimas alternativas acessíveis para muitas pessoas com deficiência, não o são para pessoas com fala limitada ou sem fala. Por isso, é importante incluir várias maneiras de realizar uma tarefa, em vez de limitá-la a apenas uma. Os serviços baseados em voz são um bom exemplo de um aprimoramento acessível, mas não deve ser usado isoladamente.

A tecnologia desempenha um papel cada vez mais importante na forma como controlamos nosso ambiente. A comodidade de apps e aparelhos que permitem tocar música, ligar a TV, controlar a temperatura, atender a porta é enorme. Pessoas com mobilidade ou destreza limitada, ou sem mobilidade podem confiar nesses aplicativos e dispositivos, mas se você também tiver fala limitada isso será uma barreira.

Portanto, garantir que a alternativa aos serviços baseados em voz seja acessível é fundamental. Por exemplo, se a pesquisa por voz for usada em aplicativos móveis, deve haver também uma pesquisa baseada em texto que seja acessível, bem como várias maneiras de encontrar informações por meio de *links*.

Existem **10 milhões** de brasileiros com deficiência auditiva ou surdez.

Tecnologias Assistivas para Deficiência Auditiva

Libras

Legendas

Transcrições



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Principais Barreiras para Deficiência Auditiva

Falta de legendas

Falta de avatares e intérpretes (Libras)

Textos mal estruturados

Inexistência de canais de suporte adequados

Projetando para Usuários com Deficiência Auditiva

Fazer...	Não fazer...
escreva de forma clara e simples Faça isso!	usar figuras de linguagem ou expressões idiomáticas 
usar legendas e/ou fornecer transcrições para vídeos 	usar conteúdo apenas em áudio ou vídeo 
construir layouts simples e consistentes 	construir layouts complexos e desordenados 
dividir o conteúdo com sub-títulos, imagens e vídeos 	construir longos blocos de conteúdo 
permitir que o usuário escolha o seu melhor meio de comunicação 	não permita que o telefone seja o único meio de comunicação para usuários 



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

2.3 Pessoas com Deficiência Física

Entendendo a deficiência

Muitas pessoas com limitações físicas não usam um mouse e contam com outros mecanismos, como teclado, controle de voz e outros dispositivos apontadores para navegar e interagir com a *web*. Do ponto de vista do design e do código, elementos importantes como botões, *links* e controles podem ser acessados pelo teclado e não apenas por meio do mouse. Isso significa que eles podem ser focalizados e acionados usando um teclado, desde que tenham um estado de foco visível e uma ordem do foco lógica. Os *links* para pular também podem ser extremamente úteis.

Mas os desafios não se limitam apenas ao uso do teclado. Alguns usuários com destreza limitada podem usar um mouse ou um dedo para navegar na área de trabalho e nas telas de toque. Pessoas que têm mãos trêmulas, por exemplo, e acham difícil direcionar *links* podem ter dificuldades com menus suspensos.

Alvos de toque pequenos também são um problema, especialmente quando são apresentados ao lado de outros elementos focalizáveis. Se uma série de botões for pequena e próxima, será difícil tocar com precisão no botão de que você precisa. Um exemplo comum disso são os teclados de tela onde o texto nos botões é pequeno e adjacente a outro texto.

Pessoas com destreza limitada também podem usar *software* de reconhecimento de voz, permitindo que a linguagem falada seja traduzida em texto e comandos. Isso é útil para pessoas com limitações de controle muscular, como tremores, má coordenação ou paralisia, como pessoas que vivem com dores e podem ter artrite, ou pessoas com membros faltando.

No desktop, o *software* de reconhecimento de voz permite que as pessoas ditem o texto em qualquer aplicativo, como *Word*, *e-mails*, pesquisas em páginas da *web* e muito mais. Em vez de digitar, as pessoas falam em um microfone com as palavras que aparecem onde o foco do teclado está. Bem como as palavras que você pronuncia pontuação, como “vírgula” ou “hífen”. Também é possível ativar *links*, preencher formulários e ativar botões. Ele ignora a necessidade de um teclado, mouse ou outro dispositivo apontador.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Para minimizar o impacto no usuário final, considere fornecer alternativas mais utilizáveis juntamente com a opção de preencher os campos do formulário. Por exemplo, entrada de voz para pesquisa, menus suspensos, botões de rádio ou caixas de seleção (em vez de entrada de texto livre), suporte para texto preditivo e pré-preenchimento de dados de formulário sempre que possível.

Existem 13 milhões de brasileiros com deficiência física.

Tecnologias Assistivas para Deficiência Física

Teclado

Voz

Joysticks especiais

Principais Barreiras para Deficiência Física

Atividades com limite de tempo

Abertura de várias janelas simultaneamente

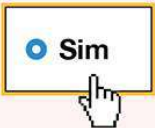
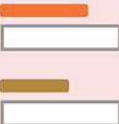
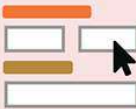
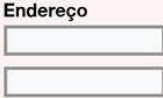
Funções que não funcionam pelo teclado



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Projetando para Usuários com Deficiência Física

Fazer...	Não fazer...
criar grandes áreas clicáveis 	necessidade de precisão 
espaçamento entre campos de formulários 	agrupamento de interações próximas 
projetar para usar apenas teclado ou voz 	conteúdo dinâmico que requer muito movimento do mouse 
projetar para telas móveis e tocáveis em mente 	exibir mensagens em um curto período de tempo 
fornecer atalhos 	cansar usuários com muita digitação e rolagem 

2.4 Pessoas com Deficiência Intelectual

Entendendo a deficiência

Cognição e aprendizagem são tão amplas quanto variadas e podem afetar pessoas diferentes de maneiras muito diferentes. Uma vez que abrangem distúrbios neurológicos, comportamentais, de saúde mental e envelhecimento, podem afetar a forma como as pessoas veem, ouvem, se movem, falam e entendem as informações. Como tal, qualquer um dos desafios que afetam pessoas com deficiências visuais,



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

físicas, auditivas e de fala também podem afetar um indivíduo com deficiências intelectual e de aprendizagem.

Por exemplo, alguém que é autista ou com Transtorno de Déficit de Atenção pode usar um leitor de tela para ajudá-lo a entender o conteúdo da web. O que é importante ter em mente, entretanto, é que cada pessoa é única em suas necessidades, não importa qual seja o diagnóstico.

Mecanismos de navegação complexos e *layouts* de página podem ser difíceis de entender e usar para muitas pessoas. Quando um sistema de navegação é vasto e complexo, encontrar o *link* que um usuário pode querer torna-se problemático, especialmente com os problemas de destreza adicionais que menus flutuantes podem apresentar, conforme descrito na seção sobre pessoas com limitações físicas.

Layouts complexos também oferecem dificuldade para localizar os conteúdos que o usuário está procurando. Se um *site* é responsivo, não é incomum para alguns usuários (incluindo usuários com baixa visão) redimensionar a janela para um tamanho móvel menor ou aplicar zoom no conteúdo para acionar o layout responsivo, em que a navegação é compactada atrás de um botão de menu e o conteúdo é apresentado em um *layout* de coluna única, facilitando a navegação para alguns.

Seguindo com a ideia de que o que funciona para alguns não funcionará para todos, no entanto, esta pode não ser a estratégia preferida para alguém que acha a rolagem uma distração. É por isso que os sites devem ser flexíveis para que as pessoas tenham uma escolha.

Ler texto pode ser um desafio por vários motivos. Pode ser muito pequeno, muito grande, a altura da linha muito estreita, o estilo difícil de ler ou as cores difíceis de ver. Uma estratégia chave para pessoas com deficiências intelectual e de aprendizagem é adaptar a página para atender às suas necessidades usando controles do navegador (estratégias adaptativas) ou folhas de estilo personalizadas. Isso permite que as pessoas ajustem estilos de fontes, cores de fontes e de fundo, personalizem bordas, aumentem o espaçamento entre linhas, ajustem as margens e assim por diante. Tudo isso só é possível enquanto o site for codificado de forma a permitir que as pessoas façam essa customização.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Texto

Frases complexas que são difíceis de ler e palavras incomuns que são difíceis de entender podem impedir os usuários de compreender o conteúdo e o contexto. Além disso, o uso de metáforas e gírias pode ser difícil para algumas pessoas que não entendem as nuances. Os blocos do texto também podem ser igualmente difíceis de entender. O ideal é que passagens longas do texto façam bom uso de títulos, subtítulos, listas de marcadores e numeradas, bem como imagens, gráficos ou outras ilustrações para ajudar a explicar e reforçar as informações contidas no texto.

Imagem

As imagens podem ser úteis ou perturbadoras, dependendo de como são usadas. Os ícones precisam ser claramente reconhecíveis e consistentes com o que as pessoas reconhecerão na web. Mas para alguns ícones sempre pode ser difícil de entender, portanto, apresentar um rótulo de texto visível ao lado de um ícone pode ajudar na compreensão. Por exemplo, um ícone de exclusão possui um rótulo de texto 'Excluir' visível adjacente a ele.

Vídeos e animações

Conteúdos em vídeo ou áudio em movimento, piscando ou oscilando que são reproduzidos automaticamente e não podem ser desligados podem distrair os usuários. Conteúdos como estes são projetados para atrair a atenção do usuário, para promover produtos e enviar anúncios. No entanto, quando avaliamos os efeitos que podem causar em pessoas com deficiência intelectual, é ponto passivo que movimento e animação devem ser evitados, ou parar depois de um curto período de tempo. Alternativamente, um botão de parar, pausar ou mudo pode ser fornecido para parar a animação ou mídia.

Existem **1,5 milhão** de brasileiros com deficiência intelectual.

Tecnologias Assistivas para Dislexia

Teclado

Olhos

Joysticks especiais

Principais Barreiras para Dislexia



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Parágrafos muito extensos

Textos justificados

Imagens complexas sem explicação textual

Abreviaturas e palavras incomuns

Falta de clareza e consistência na organização das páginas

Uso de imagens “piscantes” ou áudio “invasivo”

Projetando para Usuários com Dislexia

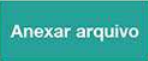
Fazer...	Não fazer...
usar imagens e diagramas para acompanhar textos 	usar grandes blocos de textos 
alinhar textos a esquerda e manter a consistência do layout 	sublinhar palavras, usar itálico e escrever em maiúsculas <i><u>NÃO FAÇA</u></i> <u>ISSO</u>
considere produzir materiais em outros formatos (por exemplo áudio e vídeo) 	forçar usuários a lembrar de coisas em páginas anteriores - forneça lembretes e avisos 
mantenha o conteúdo curto, claro e simples 	depende de ortografia correta e precisa - forneça autocorreção ou sugestões 
permitir que os usuários alterem o contraste entre plano de fundo e texto 	colocar muita informação em um só lugar 



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Projetando para Usuários com Transtorno do Espectro Autista

Fazer...	Não fazer...
usar cores simples 	usar cores contrastantes brilhantes 
escreva de forma clara e simples Faça isso!	usar figuras de linguagem ou expressões idiomáticas 
usar frases e marcadores simples 	usar grandes blocos de textos 
criar botões descritivos 	criar botões vagos ou imprevisíveis 
construir layouts simples e consistentes 	construir layouts complexos e desordenados 

Com o passar dos anos todas nós enfrentaremos perdas em nossas capacidades visual, auditiva, motora e cognitiva. Uns mais, outros menos, mas, invariavelmente, com o passar dos anos, todos nós teremos algum nível de dependência das tecnologias assistivas.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

3 TODOS EM PROL DA ACESSIBILIDADE

World Wide Web Consortium

Como administrador dos padrões globais da Web, a missão do World Wide Web Consortium (W3C) é proteger a abertura, acessibilidade e liberdade da World Wide Web de uma perspectiva técnica.

A atividade principal do W3C é desenvolver protocolos e diretrizes que garantam o crescimento de longo prazo para a web. Os padrões da web amplamente adotados definem as principais partes do que realmente faz a World Wide Web funcionar.

Web Accessibility Initiative

A *W3C Web Accessibility Initiative (WAI)* é o departamento responsável pelo desenvolvimento de padrões e materiais de suporte para ajudá-lo a compreender e implementar a acessibilidade. Esses padrões e diretrizes foram organizados para constituir o guia WCAG, que contém as orientações para que você possa tornar seus sites, aplicativos e outras criações digitais mais acessíveis e utilizáveis para todos.

Web Content Accessibility Guideline

As Diretrizes de Acessibilidade de Conteúdo da Web (WCAG) são desenvolvidas por meio do processo W3C em cooperação com indivíduos e organizações em todo o mundo, com o objetivo de fornecer um único padrão compartilhado para acessibilidade de conteúdo da Web que atenda às necessidades de indivíduos, organizações e governos internacionalmente.

Os documentos WCAG explicam como tornar o conteúdo da web mais acessível para pessoas com deficiência. O “conteúdo” da web geralmente se refere às informações em uma página ou aplicativo da web, incluindo: informações naturais, como texto, imagens e sons e código ou marcação que define estrutura, apresentação, etc.

Você sabia que para ser considerado acessível um site precisa atender a uma série de requisitos, por exemplo:



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

É preciso que tenha contraste suficiente entre as cores do texto e o plano de fundo.

O conteúdo precisa ser acessado por leitores de tela e outras tecnologias assistivas.

Todas as imagens precisam ter uma alternativa em texto.

Tudo precisa ser navegável e operável por teclado, controle de voz e outros métodos além do mouse.

É importante que tenham alternativas para conteúdos, como áudio e vídeo.

Esses requisitos seguem as orientações das diretrizes de acessibilidade estabelecidas pelo guia WCAG 2.0, elaborado pelo *World Wide Web Consortium – W3C*.

De acordo com essas diretrizes, todo conteúdo produzido para web deve ser:

Perceptível – todo conteúdo deve ser visível e audível.

Operável – deve contemplar as tecnologias assistivas.

Compreensível – conteúdos e informações sem ambiguidades.

Robusto – deve funcionar em diferentes dispositivos (responsivo)

Esses quatro princípios englobam sessenta e um critérios de acessibilidade, sendo que o nível de conformidade de um determinado conteúdo em relação a esses critérios objetivos será classificado em:

A = básico (atende a 25 critérios)

AA = intermediário (atende aos critérios básicos + 13 critérios)

AAA = ideal (atende aos critérios básicos e intermediários + 23 critérios)

E-MAG

Além das WCAG 2.0 - *Web Content Accessibility Guidelines*, utilizadas internacionalmente, muitos países desenvolveram seus próprios documentos com recomendações de acessibilidade.

O governo brasileiro, seguindo os exemplos de outros países, desenvolveu suas próprias diretrizes, reunidas no documento chamado de eMAG.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

O eMAG - Modelo de Acessibilidade em Governo Eletrônico - é um documento com recomendações a serem consideradas para que o processo de acessibilidade dos sítios e portais do governo brasileiro seja conduzido de forma padronizada e de fácil implementação.

Para que um sítio esteja dentro dos padrões estabelecidos pelo eMAG, ele deve ser:

Pragmático (estruturado de acordo com os problemas a serem abordados);

Dividido por áreas de atuação;

Padronizado por funcionalidades.

eMAG 3.1

O eMAG 3.1 surgiu da parceria firmada entre o Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão (Departamento de Governo Eletrônico) e o Projeto de Acessibilidade Virtual do IFRS (Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul).

A versão 3.1 do eMAG foi desenvolvida tomando como base a WCAG 2.0, outros documentos internacionais de acessibilidade, além de pesquisas realizadas no âmbito do projeto de acessibilidade virtual e com o auxílio de pessoas com deficiência.

Movimento Web para Todos

No Brasil, o Movimento Web Para Todos - MWPT, têm trabalhado para ampliar a implementação da acessibilidade na web e a conscientização de pessoas, instituições e empresas para a importância da inclusão de pessoas com deficiência (PcD).

É um ponto de encontro entre as organizações, desenvolvedores e pessoas com deficiência com o objetivo de mobilizar a sociedade para a causa da acessibilidade digital, e contribuir para transformar a web brasileira em um ambiente inclusivo para todos.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

4 BOAS PRÁTICAS

Preparação da equipe

Para resolver, ou pelo menos minimizar as barreiras de navegação enfrentadas por pessoas com alguma deficiência, é preciso que durante a elaboração do projeto de produtos digitais, sites, ou aplicativos para dispositivos móveis, existam profissionais qualificados atentos aos critérios e padrões de acessibilidade já estabelecidos, visando atender às necessidades específicas desses usuários.

No projeto de um produto digital, existem áreas estratégicas, as quais exercem grande influência no resultado final e na qualidade da experiência de navegação do usuário, são elas: arquitetura da informação (AI), *design* de interfaces (*Webdesigners*), desenvolvimento do código (desenvolvedores *Front-end & Back-end*), elaboração de conteúdo (Conteudistas), e experiência do usuário (UX).”

O mais importante

Pensar na acessibilidade desde o início do projeto! Fazer com que *designers*, desenvolvedores, e responsáveis pela elaboração dos conteúdos estejam trabalhando juntos. Ah! Não podemos esquecer dos maiores interessados: as Pessoas com Deficiência (PcD). É muito importante que eles sejam incluídos no projeto o mais cedo possível! Quanto antes melhor! Se possível na fase inicial!

Testes de acessibilidade precisam ser realizados durante todo o projeto: testes realizados pelos técnicos especialistas e testes realizados pelos usuários, com ou sem deficiência. Existem testes que podem ser aplicados na fase inicial, mesmo antes da existência de um protótipo digital. Mas, para realizá-los é necessário entender as necessidades específicas de cada deficiência.

Testes de usabilidade

O teste de usabilidade é um método de verificação de funcionalidades da interface de uma plataforma digital. É empregado em websites, aplicações e outras ferramentas, levando usuários reais à execução de determinadas tarefas. Após sua realização, é realizada uma análise de usabilidade e das principais dificuldades.

Dessa maneira, o realizador do teste enxerga a interface do ponto de vista de quem a utilizará. O recolhimento de informações, geralmente, se dá observando as



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

atividades do indivíduo na plataforma. No entanto, o *feedback* de um teste de usabilidade pode vir diretamente do participante por meio de formulários e perguntas abertas.

Tipos de testes

A usabilidade de uma interface leva em consideração uma série de fatores que vão da funcionalidade à navegação. Para testar aplicações variadas, foram criados diferentes experimentos. Veja, quais são os tipos mais comuns.

Teste de Usabilidade In-Person ou In-House

Testes **Remotos Não Moderados** de Usabilidade

Testes **Remotos Moderados** de Usabilidade

Teste de Usabilidade In-Person ou In-House

Os testes de usabilidade In-Person (pessoalmente) ou In-House (em casa), geralmente, são realizados em locais específicos para a pesquisa. Apesar disso, eles são acompanhados por moderadores e pesquisadores.

Testes Remotos Não Moderados de Usabilidade

Esse é o tipo de teste de usabilidade que costuma ser realizado online. Por conta disso, o investimento também é menor. Aqui os participantes realizam os estudos diretamente em seus próprios dispositivos, como tablets, smartphones e notebooks.

Testes Remotos Moderados de Usabilidade

São um meio termo entre os modelos citados anteriormente. Visando proporcionar uma experiência mais imersiva e, por consequência, coletando dados mais orgânicos, eles são realizados diretamente na residência ou trabalho dos participantes. Nesse caso, os moderadores se deslocam até o local para a realização do estudo.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Ferramentas de Validação

Um ferramenta de validação é um recurso de verificação automática on-line para analisar a acessibilidade de sites web. Essas ferramentas têm como referência técnica as pautas de acessibilidade para conteúdo web (WCAG 2.0) do W3C.

Uma ferramenta de validação serve para comprovar o nível de acessibilidade atingido na concepção e desenvolvimento de páginas web com o fim de permitir o acesso a todas as pessoas independentemente de suas características diferenciadoras. Servem para verificar o grau de acessibilidade dos sites web, auxiliando profissionais de como webmasters, programadores, desenhistas de páginas web etc.

As verificações na análise se dividem em duas categorias:

Automáticas: problemas de acessibilidade que a ferramenta detecta por si só e que devem ser resolvidos.

Manuais: a ferramenta assinala a existência de um possível problema que o avaliador/a deve confirmar ou descartar.

Boas práticas

- Pense na acessibilidade antes de produzir qualquer conteúdo para dispositivos digitais.
- Teste seus conteúdos com pessoas com deficiência.
- Utilize ferramentas de validação para verificar a acessibilidade dos seus conteúdos.
- Participe de grupos de discussão sobre acessibilidade digital.
- Conviva com pessoas com deficiência.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

APÊNDICE B - GUIA PRÁTICO DE COMUNICAÇÃO INCLUSIVA

(Em revisão ortográfica e diagramação)

APRESENTAÇÃO

Este Guia Prático é um sub-produto do Manual de Acessibilidade Digital do Instituto Federal de Brasília e tem como objetivo principal propor práticas inclusivas que ultrapassem qualquer tipo de barreira nas comunicações e na informação no âmbito do IFB, construindo uma comunicação acessível a qualquer cidadão.

É recomendado que as práticas sejam adotadas em sites e portais da Instituição, para que sejam projetados de modo que todas as pessoas, independentemente de suas dificuldades específicas — pessoas cegas, surdas, idosas, sem habilidade para usar a internet ou que utilizam dispositivos móveis, por exemplo — possam perceber, entender, navegar e interagir de maneira efetiva com as páginas, sem ajuda de ninguém.

Porém, esse conceito não deve ficar restrito somente ao portal do IFB e deve ser expandido a todo e qualquer canal de comunicação dentro da instituição, tais como redes sociais, documentos institucionais, materiais gráficos, editais, etc.

1 BOAS PRÁTICAS PARA UMA COMUNICAÇÃO ACESSÍVEL NO PORTAL IFB

O governo federal possui o [Modelo de Acessibilidade em Governo Eletrônico \(eMAG\)](#), um conjunto de recomendações a ser considerado para que o processo de acessibilidade dos sítios e portais do governo brasileiro seja conduzido de forma padronizada e de fácil implementação.

No documento, são apresentadas 45 recomendações diferentes, que, de toda forma, devem ser consideradas pelos portais dos órgãos públicos brasileiros. Porém, neste manual prático, foram selecionadas dez recomendações, àquelas que mais se enquadram na realidade de um portal de uma instituição de ensino, que é o caso do IFB.

Não abrir novas instâncias sem a solicitação do usuário

A decisão de utilizar-se de novas instâncias – por exemplo abas ou janelas – para acesso a páginas e serviços ou qualquer informação deve ser de escolha do



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

usuário.

Assim, não devem ser utilizados pop-ups; abertura de novas abas ou janelas; o uso do atributo `target="_blank"`, entre outros elementos, que não tenham sido solicitados pelo usuário.

É muito importante que os links abram na guia ou janela atual de navegação, pois os usuários com deficiência visual podem ter dificuldade em identificar que uma nova janela foi aberta. Quando for realmente necessária a abertura de um link em nova janela, é recomendado que tal ação seja informada ao usuário no próprio texto do link.

Não incluir situações com intermitência de tela

Não devem ser utilizados efeitos visuais piscantes, intermitentes ou cintilantes. Em pessoas com epilepsia fotosensitiva, o cintilar ou piscar pode desencadear um ataque epilético.

A exigência dessa diretriz aplica-se também para propaganda de terceiros inserida na página.



Figura 8: Exemplo de intermitência de imagem

Assegurar o controle do usuário sobre as alterações temporais do conteúdo

Conteúdos como slideshows, que “se movem”, rolagens, movimentações em geral ou animações não devem ser disparadas automaticamente sem o controle do usuário, mesmo em propagandas na página.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Ao usuário deve ser repassado o controle sobre essas movimentações (quer seja por escolha de preferência de visualização da página, quer por outro método qualquer acessível a usuário com deficiência).

Além disso, o usuário deve ser capaz de parar e reiniciar conteúdos que se movem, sem exceção. É desejável que o usuário tenha também o controle da velocidade desses conteúdos.

Descrever links clara e sucintamente

Deve-se identificar claramente o destino de cada *link*, informando, inclusive, se o *link* remete a outro sítio. Além disso, é preciso que o texto do *link* faça sentido mesmo quando isolado do contexto da página.

Exemplo incorreto: Clique aqui para saber mais a respeito de acessibilidade.

Exemplo correto: Saiba mais a respeito de acessibilidade

Não se deve fazer a utilização de links do tipo “clique aqui”, “leia mais”, “mais”, “saiba mais”, “veja mais”, “acesse a lista”, pois estas expressões não fazem sentido fora do contexto.

Muitos usuários de leitores de tela navegam por links, tornando descrições como “Clique aqui”, “Veja mais” insuficientes para o usuário saber o destino do link, ou localizá-lo na página.

Em links de arquivos para download, é necessário informar a extensão e o tamanho do arquivo no próprio texto do link, conforme exemplo a seguir.

Exemplo: Cartilha de Acessibilidade do W3C (.odt 150Kb)

Fornecer alternativa em texto para as imagens do sítio

Deve ser fornecida uma descrição para as imagens da página, utilizando-se, para tanto atributo alt.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Exemplo 1



Figura 10: Exemplo de descrição de imagem.

No código:

```

```

Apesar de não haver um limite de caracteres para o atributo alt, ele é utilizado para descrições sintéticas, em poucas palavras ou em uma frase curta.

Para imagens mais complexas que exigem uma descrição mais detalhada, como infográficos, por exemplo, deve-se fornecer, além do alt, a descrição no próprio contexto ou um link para a descrição longa logo após a imagem. Deve ficar claro para o usuário que esse link remete para a descrição longa da imagem, conforme o exemplo a seguir:

Exemplo 3



Figura 12: Exemplo de descrição de infográfico - A descrição textual está disponível em outra página.

No código da página do infográfico:

```
  
<p><a href="selos-e-certificacoes.html">Conteúdo texto do Infográfico</a> - disponível</p>
```

Código em selos-e-certificacoes.html

```
<h1>Selos e certificações conscientes</h1>  
<p>Conheça os selos e certificações que atestam a qualidade e responsabilidade das empresas na produção:</p>  
<div>  
<div>Orgânico Brasil</div>  
<div><div>Selo do Sistema Brasileiro de Avaliação de Conformidade Orgânica (SISOR) identifica e controla a produção nacional de alimentos orgânicos, caracterizada por processo sustentável em relação ao uso de água, solo, ar e recursos naturais, e sem uso de agrotóxicos ou adubos químicos. Para saber mais visite: <a href="http://www.agricultura.gov.br/desenvolvimentosustentavel/organicos">Orgânico Brasil</a></div></div>  
<div>Inmetro</div>  
<div><div>O selo do Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia, certifica que o produto foi submetido a testes e medições que garantem a conformidade com os padrões das unidades de medida existentes. Para saber mais visite: <a href="http://www.inmetro.gov.br">Inmetro</a></div></div>  
<div>Procel</div>  
<div><div>O selo Procel de Economia de Energia indica os produtos com os melhores níveis de eficiência energética dentro de cada categoria, proporcionando economia na conta de luz. O selo também incentiva o desenvolvimento de produtos inovadores que contribuam para preservação do meio ambiente. Para saber mais visite: <a href="http://www.eletrobras.com/procel">Procel</a></div></div>  
<div>Conselho de Manejo Florestal</div>  
<div><div>O selo do <span lang="en">Forest Stewardship Council</span>, que nacionalmente é chamado de FSC Brasil (Conselho de Manejo Florestal), garante que a madeira utilizada na fabricação de um produto seja proveniente de procedimento ecológicamente adequado que não degrada o meio ambiente e contribui para o desenvolvimento econômico e social das comunidades florestais adequadas. Para saber mais visite: <a href="http://br.fsc.org/">FSC</a></div></div>  
<div><span lang="en">Fairtrade</span></div>  
<div><div>A certificação <span lang="en">Fairtrade</span>, que na tradução significa "comércio justo", é um dos pilares do comércio sustentável, já que seus produtos e serviços devem estar de acordo com princípios como a garantia de pagamento de preços justos a pequenos produtores, a preservação da saúde das pessoas e do meio ambiente e a eliminação da intermediação comercial especulativa. Para saber mais visite: <a href="http://www.fairtrade.net/"><span lang="en">Fairtrade</span></a></div></div>  
<div>ABNT</div>  
<div><div>Associação Brasileira de Normas Técnicas</div>  
<div>A certificação Rotulagem Ambiental da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) visa atestar quais produtos são menos prejudiciais ao meio ambiente, incentivando a redução do uso de energia, de matérias-primas e da poluição durante os processos de produção e comercialização. Para saber mais visite: <a href="http://www.abntonline.com.br/rotule/">ABNT</a></div></div>  
<div>Lista suja do trabalho escravo</div>  
<div><div>Para evitar consumir produtos de empresas que tenham em sua cadeia produtiva fornecedores flagrados pela prática de trabalho escravo, as empresas têm acesso a lista suja do trabalho escravo, divulgada pelo governo federal, por meio de sistema de busca feito pela Organização Internacional do Trabalho, o Instituto Ethos e a ONG Rastrear Brasil, e que toma mais rápida a decisão de suspender fornecedores irregulares. Para saber mais visite: <a href="http://www.reporterbrasil.org.br/pacto/signatarios">Pacto Nacional para a Erradicação do Trabalho Escravo</a></div></div>  
</div>
```



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Disponibilizar documentos em formatos acessíveis

Os documentos devem ser disponibilizados preferencialmente em HTML. Também podem ser utilizados arquivos para download no formato ODF, tomando-se os cuidados para que sejam acessíveis. Se um arquivo for disponibilizado em PDF, deverá ser fornecida uma alternativa em HTML ou ODF.

O ODF (Open Document Format) é um formato aberto de documento adotado pela e-PING (Arquitetura de Interoperabilidade em Governo Eletrônico) que pode ser implementado em qualquer sistema. O ODF engloba formatos como: ODT (Open Data Text) para documentos de texto, ODS (Open Data Sheet) para planilhas eletrônicas, ODP (Open Data Presentation) para apresentações de slides, entre outros.

Disponibilizar uma explicação para siglas, abreviaturas e palavras incomuns

Recomenda-se que na primeira ocorrência de siglas, abreviaturas ou palavras incomuns (ambíguas, desconhecidas ou utilizadas de forma muito específica), deve ser disponibilizada sua explicação ou forma completa. Essa explicação pode estar expressa no próprio texto, pode estar presente em um glossário.

Permitir redimensionamento sem perda de Funcionalidade

A página deve continuar legível e funcional mesmo quando redimensionada para até 200%.

Assim, é preciso garantir que, quando a página for redimensionada, não ocorram sobreposições nem o aparecimento de uma barra horizontal.

Fornecer alternativa para vídeo

Deve haver uma alternativa sonora ou textual para vídeos que não incluem faixas de áudio.

Para vídeos que contêm áudio falado e no idioma natural da página, devem ser fornecidas legendas. Além de essencial para pessoas com deficiência visual, a alternativa em texto também é importante para usuários que não possuem equipamento de som, que desejam apenas realizar a leitura do material ou não



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

dispõem de tempo para ouvir um arquivo multimídia. Neste caso, também é desejável a alternativa em Libras.

Exemplo:

Em um *podcast* o entrevistador faz perguntas a um especialista de saúde. Como essas informações são disponibilizadas ao usuário do sítio em um arquivo de áudio, deve ser fornecido um link para um arquivo com alternativa em texto, logo após o conteúdo em áudio.

Oferecer audiodescrição para vídeo pré-gravado

Vídeos que transmitem conteúdo visual que não está disponível na faixa de áudio devem possuir uma audiodescrição.

A audiodescrição consiste na descrição clara e objetiva de todas as informações apresentadas de forma visual e que não fazem parte dos diálogos. Essas descrições são apresentadas nos espaços entre os diálogos e nas pausas entre as informações sonoras.

2 BOAS PRÁTICAS PARA UMA COMUNICAÇÃO ACESSÍVEL NAS REDES SOCIAIS

O Instituto Federal de Brasília está presente nas redes sociais mais populares no Brasil, com perfil oficial e interação diária com seus usuários. É primordial que, também nestes canais, a acessibilidade da comunicação também se faça presente de forma constante.

2.1 Descrição das imagens

A maneira mais básica, e uma das mais eficazes, para eliminar barreiras de comunicação nas redes sociais é realizar descrição das imagens para leitores de tela em todos os perfis da instituição.

A seguir, vamos apresentar um passo-a-passo de como fazer uma breve descrição das imagens publicadas na internet, elaborado pela Universidade Federal de Santa Maria (UFRS).

Segundo o Guia Sítios da UFRS, a audiodescrição é um modo de descrever imagens para que os usuários com cegueira ou baixa visão em especial, possam vê-



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

las também. E cabe ressaltar que não se trata de um título ou legenda; é algo diferente.

Para fazer uma audiodescrição resumida das imagens contidas nos sítios e portais, é importante mencionar:

- 1º – Tipo de imagem (fotografia, desenho, pintura, gráfico, mapa etc);
- 2º – Formato (quadrado, retangular, circular etc);
- 3º – Cor (colorido, em preto e branco etc);
- 4º – Resumo da imagem (iniciando pelo elemento mais importante: pessoas, posições, enquadramentos, vestimentas, móveis, objetos, ambiente etc).

Atualmente, as redes sociais mais populares que o IFB tem perfil ativo (facebook, instagram, twitter e youtube) já possuem recursos de inserção de descrição da imagem, não sendo mais necessário utilizar a #pracegover na legenda das postagens.

A seguir, vamos apresentar como adicionar o texto alternativo com a descrição de imagens em cada uma dessas redes. Esse texto aparecerá de forma oculta nas imagens, de modo que apenas os usuários que possuem softwares especiais de leituras vão identificar.

Facebook

O texto alternativo automático usa uma tecnologia de reconhecimento de objetos para fornecer uma descrição visual de uma foto para a comunidade de deficientes visuais ou pessoas com visão reduzida. Você pode substituir o texto para fornecer uma descrição melhor de uma foto. Essa descrição será lida apenas por pessoas que usam leitores de tela para acessar o Facebook.

Para ver e editar o texto alternativo de uma foto antes de publicá-la:

1. Clique em Foto/vídeo na parte superior do Feed de Notícias.
2. Escolha a foto que deseja adicionar.
3. Passe o ponteiro do mouse sobre a foto e clique em  Editar.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

4. O texto gerado automaticamente será exibido do lado esquerdo da foto. Clique em Sobrescrever texto alternativo gerado para editá-lo.
5. Escreva o texto alternativo na caixa. Para voltar para o texto gerado automaticamente, clique em Limpar.
6. Para salvar o texto alternativo, clique em Salvar no canto inferior esquerdo.

Para alterar o texto alternativo de uma foto depois de publicá-la:

1. Clique na foto para abri-la.
2. Clique em  no canto superior direito e selecione Alterar texto alternativo.
3. Clique em Sobrescrever texto alternativo gerado ou altere-o na caixa de texto. Se preferir, clique em Limpar para retornar o texto editado para o texto gerado automaticamente.
4. Clique em Salvar.

Instagram

Quando você fizer do texto alternativo um dos passos para criação de todos os posts, nunca mais você esquece. Pra aprender como utilizar o recurso, basta seguir o passo a passo:

1. Carregue uma foto normalmente;
2. Clique em “Configurações avançadas”;
3. Clique em “Escrever texto alternativo”;
4. Descreva a foto e clique em “Salvar”.

Twitter

1. Clique no botão “Tweetar” ou pressione a tecla “n” para usar o atalho do teclado.
2. Anexe sua(s) foto(s).
3. Para inserir um texto descritivo, clique em “Adicionar descrição”.
4. Digite a descrição da imagem e clique no botão “Concluído”. Para editar a descrição, abra novamente a caixa de diálogo “Adicionar descrição” antes de publicar o Tweet. (O limite é de 1000 caracteres.)



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

5. Você pode adicionar uma descrição para cada imagem em um Tweet.
“Observação”: as descrições de imagens não podem ser adicionadas a vídeos.

3.2 Vídeos

Os arquivos em vídeos — independente da rede social (seja Instagram, Facebook, Twitter ou YouTube) — devem vir, preferencialmente, traduzido para a Língua Brasileira de Sinais. Quando não for possível, a utilização da legenda é indispensável. As próprias redes sociais também permitem inserir automaticamente essa ferramenta.

Nas transmissões ao vivo pelos canais do IFB nas redes sociais, sugere-se, também, a utilização da audiodescrição pelos participantes no momento da apresentação, descrevendo características pessoais e do ambiente, como tipo físico, roupas e acessórios e cenário, de forma rápida e objetiva, porém não sendo simples e nem rápido demais, mas tendo cuidado para não se alongar demasiadamente. Caso a pessoa tenha o próprio símbolo da linguagem de sinais, pode apresentar.

3 BOAS PRÁTICAS PARA UMA COMUNICAÇÃO ACESSÍVEL NOS TEXTOS PUBLICADOS

Garantir a leitura e compreensão das informações

Quando falamos em acessibilidade, é comum pensarmos na inclusão de pessoas que possuem alguma necessidade específica. Porém, é importante ficarmos atentos que a comunicação é realmente acessível quando garante a leitura e compreensão das informações por qualquer cidadão.

Por isso, a redação de um texto (independente do canal e do formato que for publicado) deve ser de fácil leitura e compreensão, não exigindo do usuário um nível de instrução mais avançado do que o ensino fundamental completo.

Quando o texto exigir uma capacidade de leitura mais avançada, devem ser disponibilizadas informações suplementares que expliquem ou ilustrem o conteúdo principal. Outra alternativa é uma versão simplificada do conteúdo em texto.

Existem algumas técnicas de Linguagem Simples que auxiliam na melhora da inteligibilidade de textos, como, por exemplo:



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

- Desenvolver apenas um tópico por parágrafo;
- Utilizar sentenças organizadas de modo simplificado para o propósito do conteúdo (sujeito, verbo e objeto, preferencialmente);
- Dividir sentenças longas em sentenças mais curtas;
- Evitar o uso de jargão, expressões regionais ou termos especializados que possam não ser claros para todos;
- Utilizar palavras comuns no lugar de outras pouco familiares;
- Utilizar listas de itens ao invés de uma longa série de palavras ou frases separadas por vírgulas;
- Fazer referências claras a pronomes e outras partes do documento;
- Utilizar, preferencialmente, a voz ativa.

4 REFERÊNCIAS

- 1) <https://www.gov.br/governodigital/pt-br/acessibilidade-digital>
- 2) http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2015/Lei/L13146.htm
- 3) [https://sedu.es.gov.br/Media/sedu/EscoLAR/Livro%20-%20Manual%20de%20Acessibilidade%20em%20Documentos%20Digitais%20\(1\).pdf](https://sedu.es.gov.br/Media/sedu/EscoLAR/Livro%20-%20Manual%20de%20Acessibilidade%20em%20Documentos%20Digitais%20(1).pdf)
- 4) https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/comunicacao/manual_ident_visual/index.php?p=239560
- 5) http://www.gespublica.gov.br/sites/default/files/documentos/linguagem_cidada_-_versao_final_web.pdf
- 6) <https://www.ufsm.br/comunicacao/guiamidiassociais/acessibilidade-nas-redes-sociais/>
- 7) <http://www.inclusive.org.br/wp-content/uploads/Manual-de-Acessibilidade-para-Redes-Sociais.pdf>



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

APÊNDICE C - MANUAL DE ATENDIMENTO AO PÚBLICO DO IFB ADAPTADO DO IFSC

(Em revisão ortográfica e diagramação)

APRESENTAÇÃO

De acordo com a Política de Comunicação do IFB, a comunicação é de responsabilidade de todos os servidores, que devem contribuir para o fortalecimento da imagem e reputação da instituição.

Quando o assunto é Atendimento ao Público, é ainda mais forte a necessidade de uma comunicação de excelência, já que estaremos tratando com os públicos estratégicos, ou seja, com as pessoas que impactam o IFB ou por ele são impactadas.

Precisamos ter informações precisas quando somos questionados, mesmo que não trabalhem diretamente com um público específico. Devemos ter consciência de que somos servidores públicos e carregamos esse legado, em qualquer lugar em que estejamos; somos a imagem do IFB e respondemos por ele, quer na vida social, quer na profissional. Essa situação pode ser remetida até para uma conversa informal em um ponto de ônibus, por exemplo, no caso de sermos questionados sobre nossa instituição.

Este manual tem por objetivo buscar uma linguagem que nos identifique também no relacionamento com nosso público, interno ou externo. Assim, aqui você encontrará orientações para atendimento eletrônico (ao telefone, e-mail e redes sociais); atendimento pessoal; atendimento por correspondência; como deve ser o serviço de recepção e também a Ouvidoria.

Além disso, este Manual apresenta o conceito de Atendimento ao Público, bem como a diferença entre atendimento e tratamento, para a efetividade na comunicação, na construção e solidificação da identidade e da imagem de um serviço público de qualidade.

1 O ATENDIMENTO NO SERVIÇO PÚBLICO

Sociedade é o conjunto de cidadãos que mantêm relações entre si e compartilham regras para a vida coletiva. Ao governo, cabe exercer o poder político. Aos servidores, cabe organizar a estrutura do Estado e atender o cidadão, em seu



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

relacionamento com as diversas instâncias - por isso usa-se a denominação serviço público.

Assim, em primeiro lugar, vem a sociedade. Depois vem o Estado, que compreende o governo e o serviço público. O Estado não é uma empresa e sim um empreendimento com fins sociais. O lucro do serviço público é o bem estar do cidadão.

Com isso, a premissa mais importante para este manual é: "O servidor público é servidor do público". Isso significa dizer que, quando um de nossos públicos estratégicos nos procura, ele é um usuário-cidadão e não um cliente-consumidor. Nós somos clientes quando vamos às compras em um comércio qualquer, para adquirir roupas, comida, eletrodomésticos...

No serviço público nós somos cidadãos buscando atendimento. Interessante observar que o termo "servidor" para o detentor de um cargo público pretende reforçar a ideia de que a missão desse profissional é prestar serviço e oferecer atendimento ao cidadão. Essa é uma relação diferente daquela existente entre um cliente e um vendedor. O serviço público não vende produtos, mas sim disponibiliza serviços para a comunidade. No nosso caso, ofertamos educação pública, gratuita e de excelência.

2 A IMPORTÂNCIA DO BOM ATENDIMENTO

O Instituto Federal de Brasília deve manter com todos os seus públicos uma boa relação, buscando a proatividade, ou seja, visando a uma interação consciente, permanente e planejada.

O que isso significa, quando estamos falando de atendimento ao público? Significa, acima de tudo, que esse serviço solidifica a nossa marca e a nossa imagem a partir de uma identidade que estamos a cada dia construindo.

Na prática, essa identidade compreende o que somos, o que fazemos, o que dizemos e como fazemos e dizemos. É fundamental, pois, que no bom relacionamento com nossos públicos de interesse isso seja também uma forma de construir a marca IFB.

São eles, nossos públicos – externos e internos – que carregam ou que veiculam nossa maneira particular de fazer educação profissional com excelência. Se o IFB, em qualquer de suas possibilidades de relacionamento com eles, o fizer de



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

maneira ágil, competente e efetiva, mais rapidamente seremos reconhecidos, valorizados e procurados pelo serviço que prestamos à sociedade.

Falar de atendimento ao público significa dizer que o servidor do IFB precisa estar preparado para sua interação com o público e precisa dedicar-se a isso.

Preparação: Estar preparado é conhecer de fato o IFB, sua missão, visão e valores, seu planejamento estratégico. Isso implica o necessário conhecimento do funcionamento do IFB no seu todo e em suas particularidades, ou seja, o que faz o IFB e aquilo que você faz no IFB. Essa preparação é fator preponderante na construção das habilidades emocionais exigidas nas relações sociais inerentes à situação de atendimento. Os servidores que atendem o público na instituição são a imagem dela.

Dedicação: O atendimento pressupõe uma ajuda de uma pessoa à outra. Sempre que um servidor atende alguém, ele está se relacionando com outra pessoa. E isso não pode acontecer de maneira efetiva se não houver a dedicação ao momento que está vivenciando. Além das palavras, existe um mundo infinito de nuances e prismas diferentes que geram energias ou estímulos que são percebidos e recebidos pelo outro, pelos quais a comunicação se processa. Um olhar, um tom de voz um pouco diferente, um franzir de cenho, um levantar de sobrancelhas são sinais que podem comunicar muito mais do que uma mensagem manifestada por meio de palavras.

Cordialidade: quando falamos em bom atendimento, normalmente pensamos em atendimento cortês e imaginamos um funcionário gentil, com um grande sorriso. Cortesias básicas, como sorrir ou dizer “Às suas ordens”, “Por favor”, “Muito obrigado” são indispensáveis, sim, no contato com o público, mas, por si só, não garantem o bom atendimento. O bom atendimento implica a satisfação da demanda de informação, produto ou serviço solicitado aliado a um tratamento cortês. Trate bem as pessoas, cuide de sua postura nos momentos de estresse e, durante os conflitos, seja gentil.

Empatia e respeito às diversidades: Empatia é a capacidade de se identificar com outra pessoa, é se colocar no lugar do outro e, por isso, compreender escolhas, alegrias, medos, arrogância, etc, sem julgamentos. Desta forma, as atitudes empáticas envolvem compreensão, aceitação e disposição. a comunicação deve ser inclusiva, feita com empatia e com respeito às diversidades, possibilitando o acesso em igualdade de oportunidades. O Manual de Comunicação Acessível e o seu Guia



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Prático deve ser adotado como referência em todas as formas de comunicação no IFB.

3 COLOCANDO ESSAS REFLEXÕES PRÁTICA

Nós somos uma instituição de ensino multicampi. Isso implica dizer que será muito mais efetivo o atendimento quando tivermos a consciência de que fazemos parte de um todo, de um conjunto maior e interdependente. Se temos uma visão sistêmica, ou seja, se conhecemos bem o IFB como um todo, isso facilitará muito nosso trabalho de atender as pessoas que nos procuram para o que quer que seja em relação à nossa instituição.

Quando falamos em visão sistêmica, estamos querendo dizer que a Reitoria, os campi e seus respectivos setores formam um todo. Além disso, esse termo implica compreensão do inter-relacionamento entre as partes componentes desse sistema. Quanto mais tivermos essa visão, tanto melhor enxergaremos esse todo e sentiremos a necessidade de compreendê-lo para dar as respostas com tempestividade e suficiência, ou seja, dentro do prazo e com real atendimento do que nos foi solicitado.

Vamos entender melhor o que significam esses dois termos?

Tempestividade: atender no prazo é muito importante hoje. As pessoas estão sempre com pressa, pois somos todos escravos do tempo. No passado, a tempestividade não era valor no atendimento, mas hoje é um importante diferencial.

Suficiência: para ser bom, o atendimento deve ser completo. Não pode ficar faltando informação ou alguma etapa do serviço. É preciso estar atento: suficiência não significa ir além, mas sim fazer tudo e apenas o que é necessário para atender à demanda a nós feita.

A pergunta que podemos fazer agora é: o que fazer para colocar isso em ação no jeito IFB de atender o público?

Para responder a essa pergunta, precisamos, primeiro, refletir sobre determinadas questões:

- a) Eu, como servidor(a), tenho visão sistêmica de minha atividade?
- b) Para que o IFB existe?
- c) Qual a missão, a visão e os valores do IFB?



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

- d) Quais os objetivos estratégicos do IFB para cinco anos? Eu conheço o PDI?
- e) Quem compõe o IFB? Quais seus *campi*, pró-reitorias, diretorias, departamentos, coordenadorias?
- f) Onde eu me encontro nessa instituição?
- g) Qual minha função aqui? Como isso contribui para o cumprimento dos objetivos do IFB?
- h) Como a minha atividade se relaciona com as demais no IFB?

Se procurarmos responder a todas essas questões e, mesmo que não saibamos todas as suas respostas, se procurarmos discutir com nossos colegas, conseguiremos, certamente, qualificar o que fazemos e, em consequência, qualificar o nosso atendimento ao público, qualquer que seja ele ou a situação em que acontecer essa necessidade: dentro do IFB ou fora dele.

4 PADRÃO DE ATENDIMENTO NO IFB

4.1 Ao telefone

Atenda com profissionalismo.

Nem sempre sabemos quem está do outro lado da linha. Pode ser qualquer um de nossos públicos (internos ou externos) ou até mesmo uma ligação errada. Atender ao telefone com “e aí?”, um “alô” ou um “pronto” não é o recomendado.

Identifique-se.

Recomenda-se a seguinte identificação nas ligações externas:

- Na Reitoria: IFB, nome do setor, seu nome, saudação (bom dia, boa tarde, boa noite).
- Nos *campi*: IFB Campus xxxx, nome do setor, seu nome, saudação (bom dia, boa tarde, boa noite).

Recomenda-se a seguinte identificação nas ligações internas:

- Na Reitoria e nos *campi*: nome do setor, seu nome, saudação (bom dia, boa tarde, boa noite).

Se o interlocutor não se identificar, pergunte “Senhor (ou senhora), com quem estou falando? e como posso ajudá-lo(a)?” Isso permite que o interlocutor saiba que está sendo tratado pessoalmente e também é importante que você faça anotações



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

para o caso de precisar entrar em contato com essa pessoa de novo, ou transferi-la para outro ramal.

Se a pessoa com quem estão tentando falar não está disponível (por qualquer motivo: desde ausência ou impossibilidade de atendimento), diga: “Perdão, no momento o(a) senhor(a) xxxx não está disponível. Quer deixar algum recado? Posso ajudá-lo(a) de alguma outra forma?”

Concentre-se no seu atendimento.

Recomenda-se não atender ao telefone digitando ou lendo algo, por exemplo, sem parar essas tarefas no momento do atendimento. Saiba que a expressão que você quer projetar a quem está atendendo faz toda a diferença; se você estiver sorrindo, de bom humor, de cara feia, entediado, assoberbado ou desatento, sua voz revelará isso ao seu interlocutor. Repetir o nome da pessoa durante a conversa faz com ela perceba que você realmente está dando atenção.

Ouçá atentamente.

Busque identificar claramente o motivo da ligação e responda de acordo. Certifique-se de anotar o nome da pessoa, número de telefone e propósito da ligação. Dessa maneira, se for uma chamada importante, o problema pode ser enfrentado tão rápido e eficientemente quanto possível.

Se a ligação não for para você.

Quando você receber uma ligação e o problema não for com você e, além disso, não tiver certeza de quem é a responsabilidade por tal assunto, comprometa-se em ligar em seguida, passando a informação com segurança. E ligue! Evite que o interlocutor passe por diversas pessoas até chegar ao que busca. Se precisar transferir a ligação a um outro setor/pessoa, informe antes ao interlocutor o setor, o ramal e a pessoa para contato. Se a ligação se perder, ele saberá o que fazer para obter o contato.

Ao passar a ligação para outro setor ou pessoa, informe o assunto, para que o interlocutor não precise contar o problema do zero.

4.2 Atendimento por e-mail

O atendimento por e-mail nem sempre é uma tarefa fácil e exige um tempo bastante grande do nosso dia-a-dia. Por outro lado, é uma excelente maneira de



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

solidificar profissionalmente nossa imagem e reputação, gerando credibilidade para nossa instituição.

O e-mail institucional deve ser usado apenas para assuntos de trabalho. No IFB, o padrão para esse tipo de atendimento é:

- Você pode enviar a mensagem para um endereço de e-mail ou para mais de um endereço de e-mail. Lembre-se de enviar somente às pessoas interessadas. Caso o assunto não seja de interesse de todos da lista escolhida, envie diretamente aos endereços das pessoas que deseja atingir.
- Preencha sempre o campo “assunto” da mensagem com um título que resuma o seu comunicado.
- Ao reencaminhar uma mensagem recebida, é importante escrever um texto breve dizendo do que se trata o encaminhamento, assim você evita que o receptor não compreenda o sentido da mensagem.
- Inicie o e-mail com uma saudação, como por exemplo “Olá, bom dia, prezado senhor”, ou nominalmente “Olá, Fulano”, conforme a formalidade ou o interlocutor demandarem.
- Não escreva textos longos, pois a leitura feita na tela pode ser exaustiva e causar fadiga no receptor, portanto escreva o necessário. Caso o objetivo seja o envio de materiais para leitura, use a opção de criação de *hiperlinks* ou anexe documentos às mensagens. Também recomenda-se deixar linhas em branco entre blocos de texto para que o texto fique mais fácil de ler e mais leve em sua visualização.
- Não escreva utilizando letras maiúsculas. Elas são identificadas no meio eletrônico como se o emissor da mensagem estivesse gritando, portanto essa prática deve ser evitada.
- Configure o seu texto para ser exibido em uma fonte padrão de leitura em tela, como Arial, Verdana, Trebuchet ou Tahoma. Times New Roman é uma fonte mais adequada para impressos.
- Lembre-se de sempre finalizar o seu e-mail de forma cordial, como por exemplo: “Cordialmente, Respeitosamente, Atenciosamente”, ou mesmo de um modo mais informal, “No aguardo da sua resposta, Obrigada pela atenção, Abraços”. O que vai determinar essa cordialidade é o receptor da mensagem.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

- Nunca esqueça de assinar suas mensagens de e-mail. Recomenda-se que todos os servidores usem como assinatura no e-mail conforme [Tutorial](#) - e mantenham a assinatura mesmo nos e-mails entre servidores. O uso do *e-mail* institucional é regulamentado pelas portarias [nº 3 de 30 de março de 2012](#) e [nº 9 de 05 de novembro de 2018](#), e detalhado na [Norma complementar nº 4](#). Como referências na escrita dos *e-mails* Institucionais devem ser utilizados a redação oficial do [Manual de Redação da Presidência da República](#) e o [Vocabulário Ortográfico da Língua Portuguesa](#) da Academia Brasileira de Letras.

Boas práticas

- Não utilize provérbios, citações, frases motivacionais ou religiosas nas assinaturas de e-mail. Nem todo mundo compartilha da sua opinião, portanto elas devem ser evitadas.
- Não use o e-mail institucional para envio de “correntes” (e-mails com assuntos como simpatias e histórias engraçadas que devem ser repassadas a um determinado número de pessoas), ainda que seja para seus colegas de trabalho mais próximos.
- Dependendo do destinatário de seu texto - especialmente se for público externo do IFB -, evite abreviações de palavras (vc, qto, pq, tb, por exemplo) e de siglas (como FIC, CDP, Consup, PPC, PDI...).
- Evite enviar muitos e-mails ou gerar duplicidade de envio, pois sobrecarregará as caixas de e-mail dos seus colegas. Por isso, antes de repassar um e-mail, confira a pertinência do e-mail e para quem ele já foi enviado.
- Evite enviar arquivos anexados muito pesados, pois isso sobrecarrega o sistema de e-mails do IFB.
- As mensagens direcionadas a todos os servidores devem ser solicitadas com antecedência À DICOM que fará o encaminhamento para a lista @todos. Antes de solicitar a mensagem para a lista, pense se o conteúdo interessa àquelas pessoas – tanto em termos de pertinência como de abrangência. Coloque-se no lugar do outro: eu gostaria de receber essa mensagem? Essa mensagem é útil para mim como servidor do IFB?



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

4.3 Atendimento nas redes sociais

O atendimento nas redes sociais institucionais precisa seguir os mesmos princípios norteadores gerais. Deve-se ressaltar que o alcance dessas mídias pode ser bastante diverso, tanto geograficamente (podemos ter leitores de qualquer lugar, inclusive de outros países) quanto na diversidade de públicos atingidos (servidores, alunos, ex-alunos, futuros alunos, imprensa, entre outros).

Outra característica desses meios é a imprevisibilidade e pouco controle sobre a difusão da informação. Um comentário ou uma foto podem ser compartilhados por milhares de pessoas, aleatoriamente, sem o controle de quem a publicou. Por isso, a má conduta nas redes sociais pode potencializar crises, provocar embates com públicos de interesse, difundir informações equivocadas ou de âmbito restrito ou estratégico, além de expor negativamente o IFB e seus públicos internos.

O atendimento ao público nas redes sociais pode se dar de algumas formas, como mediação e resposta a comentários e resposta de questionamentos inbox, respostas a postagens no Twitter, entre outros, dependendo da mídia social utilizada. Cada mídia social precisa ter um responsável pelo atendimento ao público.

Este servidor terá a incumbência de responder às dúvidas e aos comentários. Quando não puder fazê-lo por conta própria, deve procurar o responsável pelo setor para obter informações precisas e completas. O responsável pelo setor deve atender rapidamente ao pedido do servidor que está a frente das respostas nas redes sociais, atendendo ao princípio da tempestividade.

As respostas devem ser objetivas e impessoais, visto tratar-se de um perfil público, e não pessoal do servidor. Seguem algumas dicas a serem seguidas nas redes sociais institucionais:

- Sempre utilize saudações como “Bom dia”, “Boa tarde”, “estamos à disposição para mais esclarecimentos” etc.
- Se o comentário tiver alguma relação com matéria publicada anteriormente no site do IFB ou nas páginas dos *campi*, forneça o link para que a pessoa acesse mais informações.
- Sempre que possível, forneça outras formas de contato sobre o mesmo assunto. Exemplo: se for algum questionamento relativo ao Ingresso, disponibilize link para inscrições, e-mail para tirar dúvidas, telefone para contato e endereço físico do *campus*.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

- Recomenda-se utilizar a *hashtag* relacionada ao assunto solicitado, para que a pessoa que fez o questionamento ou comentário tenha acesso a outras informações sobre o mesmo assunto (exemplo: #vem_pro_ifb para campanha de ingresso).
- Quando possível, marque a pessoa citada no comentário/resposta (ex: @fulano) para que ela veja que foi mencionada.
- Os comentários e perguntas são postados a qualquer hora, nos finais de semana, por exemplo. Quando necessário, é preciso esclarecer que o atendimento no IFB é realizado em horário comercial, e que as respostas serão dadas nesse período. Porém, responda sempre o mais rápido possível, atendendo ao princípio da tempestividade.
- Fazer críticas agressivas em uma mídia social é mais fácil que pessoalmente ou por telefone. Em caso de postagens com mensagens ofensivas, o servidor do IFB deve manter a polidez, respondendo de forma objetiva. Nos casos em que a crítica não seja direta ao IFB, a postagem pode ser ignorada. Em casos mais graves, será necessário levar à DICOM para fazer a gestão de crise e decidir se a postagem será apagada ou não. Este último recurso não deve ser utilizado para qualquer postagem, para não passar a impressão de censura ou controle.
- Assim como por e-mail ou na comunicação impressa, o interlocutor não pode avaliar suas expressões ou tom de voz. Por isso seja objetivo: evite frases de duplo sentido ou irônicas.
- Não responda de forma pública mensagens de caráter pessoal, ou que foram enviadas de forma privada. O mesmo vale para os e-mails.
- Nunca aceite fazer parte de grupos ou curta páginas de empresas privadas, partidos políticos, promoção pessoal ou que não tenham relação com as atividades do Instituto.
- Lembre-se de que tudo o que é postado na internet fica registrado. Essas informações podem ser utilizadas, inclusive, como prova judicial.

4.4 Atendimento pessoal

O atendimento pessoal deve primar pela cortesia, objetividade, empatia e respeito às diversidades. Quem o procura para tratar de qualquer tema (qualquer que seja o público) quer ser atendido em sua solicitação. Como diz o velho ditado, “a



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

primeira impressão é a que fica”. Se você é bem atendido na primeira vez em que vai a algum lugar, a imagem positiva logo é armazenada na sua mente e você sempre terá como referência aquele lugar.

Aqui no IFB, isso serve para atendimentos a públicos externos e internos também. Somos levados a crer que, quando se fala em atendimento, a referência é feita a apenas pessoas externas. Isso não é verdade. Nos vários setores da Reitoria e dos *campi* também fazemos atendimentos a colegas servidores que precisam de orientação, e isso é um atendimento pessoal, no foco deste manual.

Veja a seguir algumas recomendações para criar um padrão mínimo a fim de que todos os nossos públicos sejam muito bem atendidos e vejam a excelência do nosso trabalho.

Acima de tudo, ouça.

Não interrompa a pessoa enquanto ela está solicitando a informação. Deixe-a falar mesmo que esteja enganada, exaltada ou que você saiba o que ela dirá a seguir. Enquanto escuta, aproveite para entrar em sintonia com ela, praticando a empatia. Coloque-se no lugar dela e tente ajudá-la da melhor maneira possível.

Pratique o atendimento humanizado.

Todo mundo tem dias ruins: a pessoa pode estar mal humorada porque brigou com alguém ou ficou parada no trânsito. Tente melhorar a situação adotando um tom de voz calmo e agradável.

Busque dar informações qualificadas.

Tenha certeza da informação que vai dar. Não suponha algo que você não tenha certeza. Para exemplificar: uma pessoa nos pergunta onde fica o setor tal ou uma pessoa tal. Nós, mesmo sem termos a certeza, dizemos: “ah, é na sala X”. Podem ter acontecido mudanças e a nossa informação, pois, tornar-se incorreta. Isso, no mínimo, mostra desorganização de nossa instituição e gera insatisfação para a pessoa que foi atendida, que chegará ao local e será mandada a outro. Coloque-se no lugar de quem pediu a informação. Só dê a informação com segurança ou busque ajudar de outra forma, mas empenhe-se na solução do problema.

Tenha postura pró-ativa.

É muito desagradável sentir-se perdido em um lugar desconhecido. Assim, se vir uma pessoa com dificuldades de localizar-se, ofereça para ajudá-lo e faça isso com cordialidade e rapidez.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Busque a prontidão no atendimento.

Não faça a pessoa esperar. Ao chegar ao seu setor para ser atendida, mesmo que você esteja em meio a um processo que não possa ser interrompido, cumprimente a pessoa e diga a ela que em seguida a atenderá.

Demonstre disposição.

Forneça a informação ou atenda à solicitação com a maior abrangência possível. Demonstre interesse e cordialidade para prestar esclarecimentos ou forneça soluções voltadas àquilo que a pessoa vem buscar. Seja objetivo e esclarecedor. Prepare-se para isso. Lembre-se da visão sistêmica mencionada no início deste manual! Pratique-a.

4.5 Atendimento por correspondência

Além do atendimento por e-mail, o IFB adota o Sistema Unificado de Administração Pública (SUAP) para envio de memorandos e abertura de chamados. Recomenda-se atender o mais rápido possível todas as solicitações que nos chegam via SUAP, qualquer que seja ela e o seu trâmite necessário. Organize seu tempo para que as respostas sejam feitas em tempo adequado, com linguagem clara, objetiva e obedecendo ao padrão culto da linguagem.

4.6 O serviço de recepção

Muitas vezes, o primeiro contato de qualquer pessoa que chega em nossas instalações, seja via telefone ou pessoalmente, é por meio de um(a) recepcionista. O recepcionista é um prestador de serviço que exerce papel estratégico dentro do IFB.

Reconhecer sua importância e responsabilidade é vital para o bom atendimento. É importante que o recepcionista tenha clareza das suas atividades, deveres, direitos, rotinas, responsabilidades, limites de autonomia e expectativas da sua liderança. Precisa estar atento ao planejamento diário, ter controle das providências a serem tomadas e pode, também, dar à chefia sugestões que contribuam para o aumento da eficácia do trabalho.

Os responsáveis por esse serviço normalmente são terceirizados e precisam ser treinados e qualificados para melhor atender quem busca o IFB. Eles devem se sentir responsáveis também por nossa instituição e têm as seguintes atribuições:



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Receber chamadas telefônicas

Sempre atender telefonemas de maneira cordial e dirigir a ligação ao setor solicitado. Para isso, deve munir-se de todas as informações necessárias a esse encaminhamento. Muitas vezes é preciso anotar um recado. Se isso acontecer, o recado deve ser dado imediatamente após a ligação. O padrão indicado para esse serviço de atendimento ao telefone é:

- Na Reitoria: Instituto Federal de Brasília, Reitoria, recepção, bom dia, boa tarde ou boa noite. Em que posso ajudar?
- Nos *campi*: Instituto Federal de Brasília, *campus* X, recepção, bom dia, boa tarde ou boa noite. Em que posso ajudar?

Acolher as pessoas

A pessoa na recepção tem a função de representar a instituição de maneira positiva, com simpatia e profissionalismo para com visitantes ou servidores. Uma saudação cordial e alegre sempre é bem vinda.

Fazer a identificação de visitantes

Embora seja vital que o recepcionista passe uma imagem profissional e deixe os visitantes à vontade, um recepcionista às vezes tem que fazer uma triagem de visitantes. Em uma era de preocupações maiores com segurança, um recepcionista pode precisar confirmar quem é o visitante, pedir o documento de identidade ou checar para ver se a pessoa está na lista de visitantes. É recomendável entrar em contato com o setor a que a pessoa deseja ir e anunciá-la.

Enfim, qualquer que seja a forma de atendimento, nossos públicos precisam ter suas necessidades atendidas de forma efetiva e ágil. Mantenha esse foco e busque, sempre que possível, superar as expectativas. Assim, também por essa forma de relacionamento, construiremos uma imagem positiva do IFB.

5 BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

EMBRAPA. **Manual de atendimento ao cliente**. Brasília: Embrapa, 1997.

LORENZETTI, G. B. de F.; VULCANO, M. S.; SANTION, M. (Org.). **Programa de excelência no atendimento ao cliente: pratique e provoque melhorias**. Campinas: AFPU-Unicamp, 2010.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

MANUAL de atendimento e serviço ao cliente. Revista DIRIGIR, Lisboa. ENAP.
Curso de atendimento ao cidadão. 2014.

PROGRAMA DE EXCELÊNCIA NO ATENDIMENTO AO CLIENTE. PEAC.
Disponível em: <<http://www.peac.rei.unicamp.br/apresentacao.php>>. Acesso em: 20
mar. 2014.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

APÊNDICE D - GUIA DE ATRIBUIÇÕES EM COMUNICAÇÃO DO IFB

(Em diagramação)

A comunicação é responsabilidade de todos os servidores, ela deve ser feita de forma integrada para que haja uma referência institucionalizada nas informações. Essa premissa deve perpassar por ações de comunicação entre os campi, além da divulgação de informações nos canais de comunicação correspondentes, quando for de interesse comum entre os diferentes públicos do Instituto.

Com isso, esta Política de Comunicação representa um instrumento que deve ser assumido e praticado, a todo momento, por todos os servidores, independentemente de seu cargo ou vínculo funcional. Este Guia apresenta as atribuições de comunicação em todos os níveis institucionais.

Gestores do IFB: Reitor, Pró-Reitores, Diretores Sistêmicos e dos Campi e Coordenadores

- Fazer cumprir a Política de Comunicação Social do IFB.
- Envolver profissionais da comunicação nas reuniões periódicas de gestão, considerando a dimensão estratégica da comunicação para o crescimento da instituição.
- Cientificar-se de que, em alguns momentos, é o maior comunicador e representante da instituição.
- Atender de modo solícito a Dicom e a imprensa nos temas em que a instituição for demandada ou indicar outros porta-vozes para esse papel.
- Conscientizar servidores da importância estratégica da comunicação para o IFB.
- Manter atualizadas as informações na página das respectivas áreas no portal do IFB.
- Demandar em tempo hábil materiais gráficos, eletrônicos e outras ferramentas de divulgação para suporte à divulgação de eventos e programas.
- Revisar, aprovar e autorizar a divulgação dos materiais demandados à Dicom ou indicar uma segunda pessoa para cumprir essas tarefas.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

- Encaminhar as informações de interesse público referentes às suas áreas de atuação à Dicom, em tempo hábil, para possibilitar a correta divulgação das informações aos públicos interno, externo e misto.
- Informar o calendário anual de eventos promovidos por suas respectivas áreas, dentro do prazo definido pela Dicom. Comunicar qualquer alteração posterior nesse calendário e a marcação de outros eventos imprevistos ou demandados de última hora.
- Informar a previsão anual de cursos, vagas e turno de oferta de cursos regulares da instituição, em tempo hábil, a fim de viabilizar o planejamento das ações de divulgação de processos seletivos 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 IFB e pela imprensa local e nacional.
- Elaborar editais, recorrendo à Dicom quanto à construção do documento, ao uso das ferramentas de comunicação para apoio ao ensino, pesquisa e extensão e quanto aos critérios de uso da marca inerente a sua legitimação de ação institucional.
- Estruturar informações complementares dos processos seletivos quanto a ações afirmativas, formas de acesso em linguagem simples de forma a atender o público do IFB.
- Estimular a participação dos pesquisadores da Instituição no Caderno de Fontes do IFB.
- Instituir, deliberar e/ou acompanhar os trabalhos da Comissão de Agente de Comunicação do IFB.
- Dotar os representantes da Comissão de Agente de Comunicação do IFB de carga horária, equipamentos e condições necessárias ao seu bom funcionamento.
- Envolver os Agentes de Comunicação do IFB dos campi nas reuniões periódicas de gestão, considerando a dimensão estratégica da comunicação para o crescimento da instituição.
- Incluir cláusula de uso de imagem no contrato de matrícula do estudante e coletar as respectivas assinaturas.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

- Zelar pela aplicação e pelo uso da marca do IFB nas diversas plataformas, garantindo o cumprimento das orientações dos seus manuais de uso.
- Defender a marca IF e agir com conduta íntegra, de forma a preservar e valorizar a credibilidade institucional.

Diretor de Comunicação Social do IFB e suas equipes, em especial

- Estabelecer as diretrizes das ações de comunicação externa e interna do IFB, alinhadas à política de comunicação do Governo Federal.
- Fazer cumprir as determinações da Política de Comunicação do IFB, respeitando as especificidades de cada campus da instituição.
- Sustentar permanente comunicação inclusiva, em respeito à diversidade e à acessibilidade por meio de linguagem simples e ações rotineiras de comunicação sobre temas diversos de interesse da Comunidade Acadêmica.
- Manter o Caderno de Fontes do IFB com contatos atualizados das principais fontes de comunicação da Instituição.
- Articular as ações do planejamento estratégico de comunicação social com os campi, preservando a unidade da identidade institucional do IFB.
- Planejar, supervisionar, coordenar e executar as ações de comunicação previstas neste documento e ações contingenciais.
- Conscientizar gestores e demais servidores da importância estratégica da comunicação para o IFB.
- Viabilizar a divulgação de informações de interesse público relativas ao IFB 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.
- Acompanhar e orientar os trabalhos da Comissão de Agente de Comunicação do IFB.
- Receber e avaliar, em articulação com as equipes de Jornalismo e Imprensa, de Programação Visual, de Relações Públicas e de Eventos, os pedidos de divulgação de informações enviados pelo gabinete do reitor, pelas pró-reitorias e diretorias sistêmicas e pelos demais setores, bem como enviados pelos servidores da instituição e pelo corpo discente



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

- 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 e sugerir outras estratégias e ações aos autores do pedido quando estas forem mais adequadas.
- Propor ferramentas de comunicação interna e externa direcionadas aos públicos do IFB.
- Orientar gestores e pesquisadores do IFB nos assuntos relativos à comunicação e acompanhá-los em entrevistas e prestação de informações aos veículos de comunicação quando necessário.
- Contribuir com a elaboração do plano de desenvolvimento institucional (PDI) e do plano de ação anual da Reitoria, informando as demandas da área de comunicação a serem implementadas, e acompanhar suas execuções.
- Desenvolver estratégias de relacionamento com a imprensa.
- Detectar situações que possam afetar a imagem da organização e realizar prognósticos.
- Gerir produtos e demandas de agências e entes terceirizados.
- Propor e acompanhar programa de capacitação dos servidores em Comunicação.
- Demandar e especificar à reitoria, mediante disponibilidade orçamentária, os equipamentos necessários às atividades da Diretoria de Comunicação Social.
- Zelar pela correta aplicação da marca do IFB nas diversas plataformas, de acordo com os seus manuais de uso.
- Equipe de Jornalismo e Imprensa
- Realizar ações de comunicação interna e externa do IFB.
- Atender a demandas da imprensa, produzir releases, realizar follow-up de envio de sugestões de pauta e visitar redações quando necessário.
- Planejar e viabilizar materiais e ações de divulgação externa de serviços e produtos do IFB.
- Produzir e manter atualizado, em parceria com os Multiplicadores de Comunicação dos campi, o Caderno de Fontes do IFB.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

- Planejar e executar o treinamento de gestores e outras fontes internas, em parceria com os Multiplicadores de Comunicação dos campi, para o atendimento à imprensa, dentro de padrões de relacionamento, confiança e credibilidade.
- Divulgar informações de interesse público relativas ao IFB para o público externo, utilizando as estratégias adequadas para a obtenção do melhor resultado possível, garantindo a responsabilidade e a exatidão das informações divulgadas.
- Receber e avaliar os pedidos de divulgação de informações enviados pelo gabinete do reitor, pelas pró-reitorias e diretorias sistêmicas e pelos demais setores, assim como enviados pelos servidores da instituição e pelo corpo discente.
- Justificar a negação desses pedidos, nos casos em que isso ocorrer, e sugerir outras estratégias e ações aos autores do pedido quando estas forem mais adequadas.
- Levantar pautas, in loco, nos campi e na Reitoria, com a captura de imagens e entrevistas, definindo a abordagem do assunto.
- Fazer constar o planejamento das agendas e pautas em reunião semanal de área com a equipe Dicom.
- Produzir conteúdo para o portal do IFB, a partir de informações fornecidas pelo gabinete do reitor, pelas pró-reitorias e diretorias sistêmicas, pelos órgãos de apoio e assessoramento, e também pelos Multiplicadores de Comunicação dos *campi*.
- Editar os conteúdos dos informativos impressos/eletrônicos do IFB.
- Zelar pela correta aplicação da marca do IFB nas diversas plataformas, de acordo com os seus manuais de uso.

Equipe de Programação Visual e Publicidade

- Planejar, criar e zelar pela identidade visual dos produtos de comunicação do IFB, dando suporte às ações de comunicação interna e externa.
- Estabelecer produtos-modelos de comunicação.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

- Trabalhar, de forma articulada, com os Multiplicadores de Comunicação dos campi, a fim de manter a correta gestão da marca e promover o aperfeiçoamento dos processos.
- Planejar e viabilizar materiais gráficos para atendimento das demandas de comunicação visual da instituição, inclusive para vídeo e web.
- Planejar e viabilizar campanhas, materiais e ações de divulgação de serviços e produtos do IFB, em parceria com a Equipe de Relações Públicas e Eventos.
- Gerir a marca do IFB nas diversas plataformas, garantindo sua correta aplicação, de acordo com os seus manuais de uso.

Equipe de Relações Públicas e Eventos

- Propor, articular, acompanhar e analisar campanhas institucionais de informação, integração, conscientização e motivação dirigidas aos públicos, em apoio às ações do IFB.
- Propor, supervisionar e avaliar produção de material que, em essência, contenha caráter institucional do IFB e se enquadre na comunicação organizacional, tendo como norte o estabelecimento de relações com o público interno e externo.
- Alimentar e mediar os relacionamentos entre a Reitoria do IFB e a comunidade interna e externa.
- Organizar, em parceria com os órgãos promotores, visitas, exposições e mostras que sejam do interesse da organização.
- Promover, sempre que julgar pertinente, avaliação e pesquisa de clima organizacional.
- Agregar, com criatividade e inovação, valor aos eventos científicos, culturais, corporativos e de empreendedores promovidos pelos órgãos da administração superior do IFB, dando suporte estratégico e técnico.
- Organizar, em parceria com os órgãos promotores, eventos especiais, como inaugurações, comemorações, posses, exposições, visitas e viagens.
- Planejar, conduzir e analisar o cerimonial das solenidades oficiais da Reitoria, redigir discursos, mensagens e convites, bem como os respectivos protocolos.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

- Analisar o cerimonial das solenidades oficiais do IFB em que esteja prevista a presença do reitor da instituição, sugerindo alterações quando necessário.
- Zelar pela correta aplicação da marca do IFB nas diversas plataformas, de acordo com os seus manuais de uso.

Agentes de Comunicação do IFB

- Cada campus deverá ter três representantes na Comissão Permanente de Divulgação.
- A principal função dos Agentes de Comunicação do IFB será a operacionalização do Portal do Campus, tais como atualização, publicação e divulgação de informações institucionais, ações e projetos em suas respectivas páginas.
- Os Agentes deverão divulgar as informações com o máximo de clareza possível, cientes de que representam a instituição.
- Os Agentes farão visitas às escolas e participarão nos eventos, quando necessário, com o suporte de materiais gráficos e audiovisuais fornecidos pela Diretoria de Comunicação Social.
- Os Agentes serão responsáveis por auxiliar a apuração de informações para matérias e notícias dos campi e contribuir com o trabalho de divulgação de projetos, ações e pesquisas.
- Os Agentes devem observar a correta aplicação da marca do IFB nas diversas plataformas, de acordo com os seus manuais de uso.

Diretor de Gestão de Tecnologia da Informação, em especial

- Participar da gestão compartilhada do portal do IFB e da lista de mailing dos servidores, além de outras ferramentas eletrônicas de comunicação institucional.
- Disponibilizar e manter um grupo de servidores dedicados à operação do portal do IFB, inclusive para emergências fora do horário de expediente, garantindo total segurança das informações postadas neste veículo.
- Avaliar e autorizar em conjunto com a Dicom a criação de páginas no domínio ifb.edu.br.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

- 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.
- Desenvolver, criar, manter e atualizar a rede SUAP do IFB e/ou sistema com função similar.
- 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 Dicom.
- Realizar treinamentos na área de Tecnologia da Informação para os servidores lotados nas estruturas de comunicação do IFB, de acordo com as demandas necessárias de operação dos portais eletrônicos e demais serviços de comunicação.
- Zelar pela correta aplicação da marca do IFB nas diversas plataformas, de acordo com os seus manuais de uso.

Coordenadoria de Comunicação Social do Campus Brasília, em especial

- Estabelecer as diretrizes das ações de comunicação externa e interna do Campus Brasília alinhadas à política de comunicação do IFB.
- Manter o Caderno de Fontes do IFB com contatos das principais fontes de comunicação do Campus Brasília atualizados.
- Planejar, supervisionar, coordenar e executar as ações de comunicação previstas neste documento e ações contingenciais para o Campus Brasília.
- Conscientizar gestores e demais servidores da importância estratégica da comunicação para o Campus Brasília.
- Viabilizar a divulgação de informações de interesse público relativas ao Campus Brasília 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.
- Receber, avaliar e submeter, em articulação com a equipe de Jornalismo e Imprensa, de Programação Visual e de Relações Públicas e Eventos, os pedidos de divulgação de informações enviados pelos servidores da instituição, bem como do seu corpo discente.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

- 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 e sugerir outras estratégias e ações aos autores do pedido quando estas forem mais adequadas.
- Orientar gestores e pesquisadores do Campus Brasília nos assuntos relativos à comunicação e acompanhá-los em entrevistas e prestação de informações aos veículos de comunicação quando necessário.
- Contribuir com a elaboração do plano de desenvolvimento institucional (PDI) e do plano de ação anual da Reitoria em conjunto com a Diretoria de Comunicação Social, informando as demandas da área de comunicação a serem implementadas, e acompanhar suas execuções.
- Detectar situações que possam afetar a imagem da organização e realizar prognósticos.
- Propor e acompanhar programa de capacitação dos servidores em Comunicação.
- Divulgar cursos e serviços da instituição no futuro portal do IFB e in loco em escolas, universidades, feiras e eventos da região de abrangência do campus.
- Realizar visitas às escolas e participar dos eventos, quando necessário, com o suporte de materiais gráficos e audiovisuais fornecidos pela Diretoria de Comunicação Social.
- Auxiliar a apuração de informações para matérias e notícias do Campus Brasília e contribuir com o trabalho de divulgação de projetos, ações e pesquisas.
- Zelar pela correta aplicação da marca do IFB nas diversas plataformas, de acordo com os seus manuais de uso.

Servidores

- Cientificar-se de que também é responsável pela construção da imagem do IFB dentro e fora da instituição.
- Desde que autorizado pela instituição, atender a imprensa, respondendo aos questionamentos referentes ao tema indicado previamente, e encaminhar os demais assuntos para conhecimento da Diretoria de Comunicação Social e Chefia Imediata.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

- Encaminhar para a Dicom qualquer solicitação de divulgação, de acordo com os procedimentos de comunicação previstos neste documento.
- Em entrevistas, seguir as orientações da Dicom sobre a apresentação pessoal (roupa, crachá) e a forma de representar a instituição perante a imprensa.
- Zelar pela correta aplicação da marca do IFB nas diversas plataformas, de acordo com os seus manuais de uso.

Pesquisadores, em especial

- Cientificar-se de que a divulgação dos resultados das pesquisas desenvolvidas no âmbito do IFB é parte inerente ao seu trabalho.
- Atender com solicitude a imprensa e os comunicadores da reitoria e dos campi acerca dos resultados de suas pesquisas, desde que não haja confidencialidade em seus trabalhos.
- Respeitar os princípios da ética na pesquisa ao divulgar informações sobre os estudos realizados no âmbito do IFB.
- Manter atualizada a fase das pesquisas desenvolvidas no âmbito da instituição, na Pró-Reitoria de Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação, para fins de triagem das informações a serem divulgadas.
- Manter seus contatos atualizados no Caderno de Fontes do IFB.
- Zelar pela correta aplicação da marca do IFB nas diversas plataformas, de acordo com os seus manuais de uso.

Comissões e subcomissões do IFB

- Cientificar-se de que a divulgação do processo de avaliação institucional é parte obrigatória de seu trabalho, atendendo com solicitude a imprensa e os comunicadores da reitoria e dos *campi*.
- Participar ativamente do processo de mobilização da comunidade interna.
- Manter atualizadas as informações na página do IFB.
- Zelar pela correta aplicação da marca do IFB nas diversas plataformas, de acordo com os seus manuais de uso.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

APÊNDICE E - MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL DA MARCA IFB

(Em revisão ortográfica e diagramação)

APRESENTAÇÃO

A DICOM – Diretoria de Comunicação Social do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília, na condição de guardião da marca que representa o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília, vem, por intermédio deste manual, apresentar os critérios para a construção e preservação das características da marca IFB.

Em um momento especial da história da Rede Federal, onde vários institutos buscam a formulação de suas Políticas de Comunicação é importante analisar a relação da marca IF, que representa os 38 institutos distribuídos pelo território nacional, e a formulação de uma política de gestão compartilhada da marca para a Rede Federal.

Meneghel (2018) aborda a problemática enfrentada por organizações que compõem um sistema sob a chancela de uma marca comum, e que, portanto, deveriam ser percebidas como partes de uma mesma entidade social. A partir da abordagem do sistema de orientações que atuam sobre a marca “Instituto Federal”, o autor identifica a necessidade de adoção de um projeto de gestão que oriente o compartilhamento da marca e que proponha um alinhamento de posicionamento e propósitos, para eliminar dificuldades para a comunicação pública coerente com a identidade sistêmica da marca comum da Rede Federal de Institutos de Educação, Ciência e Tecnologia. Este sistema - chamado de Sistema de Gestão Compartilhada da Marca IF (SIGCOM) - é fundamental para a coerência e eficiência da comunicação institucional.

Portanto, essa relação entre a preservação da marca institucional e a formulação da política de comunicação institucional, precisam ser analisadas sob a ótica de uma problemática enfrentada por organizações que compõem um sistema sob a chancela de uma marca comum, e que, portanto, deveriam ser percebidas como partes de uma mesma entidade social.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

1 INSTITUCIONAL

O Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília (IFB) insere-se na história de Brasília no ano de 2008, oferecendo qualificação profissional e tecnológica em unidades educacionais distribuídas em regiões administrativas do Distrito Federal: Brasília, Ceilândia, Estrutural, Gama, Planaltina, Recanto das Emas, Riacho Fundo, Samambaia, São Sebastião e Taguatinga. Formado por dez (10) campi e pela reitoria, o IFB oferece cursos organizados em eixos tecnológicos que observam a vocação econômica de cada região, por meio de eixos como: ambiente, saúde e segurança; controle de processos industriais; gestão e negócios; hospitalidade e lazer; informação e comunicação; infraestrutura; produção alimentícia; produção cultural e design; produção industrial; linguagens, seus códigos e suas tecnologias; ciências humanas; matemática e ciências da natureza.

A instituição conta com professores especializados e qualificados, pedagogos, psicólogos, coordenadores e gestores administrativos que se inserem em um projeto de desenvolvimento nacional de Educação Profissional Pública dedicada ao ensino, à pesquisa e à extensão. Cada unidade é identificada pela marca do Instituto Federal Brasília, acrescida do nome do campus.

Este Manual está alinhado à Política de Comunicação do IFB e segue seus princípios e orientações.

2 INTRODUÇÃO

Conteúdo do manual

Esse manual tem como objetivo apresentar o conjunto de normas definidas para a aplicação da Identidade Visual do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília, ou IFB, como costuma ser identificado pela comunidade, para que sejam preservadas suas características formais, garantindo sua ampla utilização, com uniformidade e coerência.

A produção do material destinado a esse fim, ou seja, o projeto para preservação e fortalecimento da marca, foi dividido em três etapas distintas, iniciando-se com a publicação desse Manual de Identidade Visual, que mostra o esquema



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

construtivo da marca; seguindo-se da elaboração e publicação à *posteriori* do Sistema de Identidade Visual, que mostra como a marca deve ser aplicada em diferentes suportes e mídias; e do *Brandbook* da marca, que engloba a coleção de todas as ações e processos relacionados à manutenção da marca, abrangendo aspectos estratégicos, de gestão e operacionais. Veja a seguir alguns conceitos importantes para a compreensão do projeto.

Conceito de marca

Uma marca é uma representação simbólica de uma série de informações sobre um produto, um serviço, um grupo de produtos/serviços, ou uma instituição. A representação simbólica de uma marca é constituída tipicamente por um nome (marca nominativa) e por imagens ou conceitos que distinguem o produto, serviço ou a própria empresa (marca figurativa). Quando se fala em marca, é comum estar se referindo, na maioria das vezes, a uma representação gráfica no âmbito e competência da comunicação visual, onde a marca pode ser representada graficamente por uma composição de um símbolo ou logotipo, tanto individualmente quanto combinados. Logo, o conceito de marca é mais abrangente que a sua representação gráfica.

Identidade Visual

Uma Identidade Visual consiste em um conjunto de elementos gráficos que representam visualmente e de forma sistematizada, um nome, ideia, produto, empresa, instituição ou serviço. Esse conjunto de elementos baseia-se em um símbolo ou logotipo e todas as possibilidades de sua aplicação dentro da comunicação visual da instituição.

Manual de Identidade Visual

Pode-se considerar que um Projeto de Identidade Visual é um método de sistematização das representações gráficas de uma marca. Esse projeto é documentado em um Manual de Identidade Visual, que apresenta de forma clara e objetiva os critérios para a construção e aplicação da marca.

As recomendações, especificações e normas geralmente tratam de:

- Explicar a lógica construtiva da marca e dos elementos que a compõem.
- Estabelecer variações formais da marca (assinaturas vertical/horizontal).
- Explicar a organização dos elementos que compõem a marca em cada variação formal (símbolo, logotipo e designações).



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

- Estabelecer as dimensões mínimas de reprodução para preservar a legibilidade em função de cada um dos diversos meios de reprodução gráfica, assim como nas diversas mídias disponíveis no mercado.
- Indicar as especificações técnicas das cores utilizadas na marca, para garantir a fidelidade da cor em cada um dos diversos meios de reprodução.
- Demonstrar algumas situações de aplicação da marca a serem evitadas.

Sistema de Identidade Visual

A normatização de um Projeto de Identidade Visual se dá através de um Sistema de Identidade Visual, onde estão dispostos todos os estudos de construção e aplicações da marca. O objetivo é fornecer recursos para que os elementos estruturais do Projeto de Identidade Visual sejam aplicados corretamente em todos os níveis de informação nas quais a instituição o utiliza. É importante que todas as normas estabelecidas sejam seguidas corretamente para que os elementos visuais da identidade sejam aplicados de maneira consistente.

Brandbook

Engloba a coleção de todas as ações e processos relacionados à manutenção da marca, inclusive os mencionados anteriormente, abrangendo aspectos estratégicos, de gestão e operacionais.

3 ELEMENTOS ESTRUTURANTES

Proporções

Absolutamente indispensável ao projeto, o sistema de proporções modulares constitui a base geométrica para a construção do símbolo, tipograma, diagramas, assinaturas e todas as possibilidades de combinações e desdobramentos desses elementos. Com o objetivo de uniformizar e garantir o modo de funcionamento dos elementos primordiais da identidade, o sistema de módulos torna flexível e dinâmica a montagem das normas de uso do projeto, adaptáveis aos mais diversos sistemas de medição (metro, pixel, polegada, ponto tipográfico).

Símbolo

O símbolo IF é a peça chave do sistema de identidade da Rede Federal de Institutos. Este manual contém uma série de normas de uso desse elemento, assim como as configurações corretas do comportamento símbolo-tipograma e suas aplicações.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Tipografia

Do grego: typos, cunho + gráphein, escrever

A função da tipografia é dar ordem estrutural e formal à comunicação textual. Em um projeto de identidade, a especificação de uma família de tipos e suas aplicações constituem a forma de como a linguagem escrita deve ser representada visualmente num grande sistema.

Desde a construção do tipograma até a composição de textos em publicações e documentos, a tipografia é o meio de representação do conteúdo textual presente em qualquer projeto de identidade. É através de um sistema tipográfico bem construído que consegue-se uma uniformidade em todas as representações textuais da identidade.

Tipograma

“Considera-se tipograma a expressão verbal e visual composta com base em signos tipográficos existentes e agrupados de forma particular. Por seu comportamento, uniformidade, destaque e constância de uso, serve como referência visual de uma empresa, instituição, corporação e produtos” (WOLLNER, 2003)

O tipograma consiste na forma visual de representação da sigla IFB, através da especificação de signos alfabéticos de um tipo existente.

Assinaturas

O termo assinatura é utilizado para as variações de combinação do símbolo com o tipograma. Esse sistema estabelece duas versões da assinatura: principal e auxiliar, ambas com as variações horizontal e vertical.

Cores

A padronização de cores através de um código cromático é de suma importância para a consolidação da marca. O código cromático estabelece uma paleta de cores fundamental para a construção do projeto de identidade, assim como a utilização de cores auxiliares, aplicações em preto e branco e negativo. Especifica também padrões cromáticos para reprodução em impressos e monitores de vídeo.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

4 MARCA IFB

Conceitualmente a marca apresenta a ideia de agrupamento, de conjunto, proximidade, estruturação e interação entre as partes que a compõem. Além disso, procura incorporar aspectos orgânicos, utilizando formas arredondadas.

Sua estrutura, composta por um conjunto de quadrados com bordas levemente arredondadas, distribuídos em padrão regular de alinhamento e distanciamento, insinuando a percepção estilizada da figura humana e das letras “i” e “f” respectivamente. O posicionamento do círculo reforça a percepção da letra “i”, que também pode ser interpretada como a cabeça de um ser humano.



5 CONSTRUÇÃO

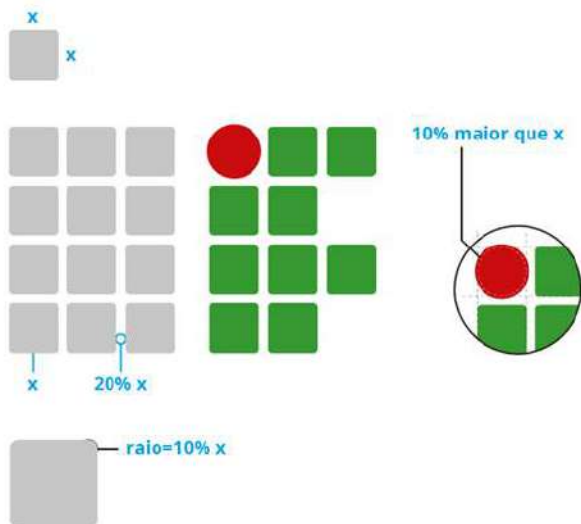
A base do sistema modular é o quadrado de lado “x”. Através dele podemos estabelecer um módulo padrão e assim criar uma estrutura para a construção de todos os diagramas da identidade.

Para construção do símbolo, o círculo deve ter a dimensão 10% maior que x, o espaço entre os módulos x, é 20% de x, e o raio de arredondamento do módulo é de 10% de x.

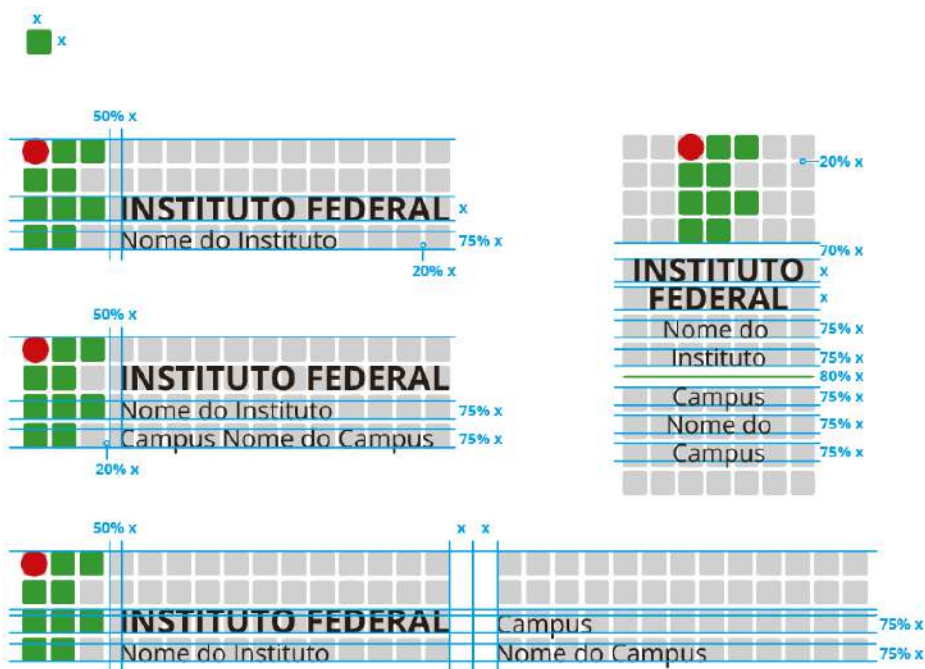


MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília



Para o posicionamento correto dos elementos da marca, de forma a preservar a proporção e os espaços, foi desenvolvida uma grade, cuja base é formada pelo módulo x . A partir deste módulo serão calculadas todas as proporções dos elementos que compõem a marca IF.





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

A marca possui estrutura para que sejam criadas outras assinaturas, apenas com a substituição dos campos “Definição da estrutura” e “Nome da estrutura”.

Como exemplos dessa utilização, podemos citar: Polo de Educação a Distância, Polo de Inovação, Centro de Referência, Campus Avançado, de acordo com a Portaria 1.291 de 30 de dezembro de 2013, e demais estruturas que venham a ser criadas.



6 TIPOGRAFIA

A família tipográfica *Open Sans*, além de ser utilizada na composição da marca, nas versões *bold* e *regular*, exclusivamente, pode ser utilizada para textos



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

complementares e em materiais de divulgação, na totalidade de variações de sua família tipográfica.



Open Sans light Italic
ABSCERGHJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 #@\$€¥

Open Sans light Italic
ABSCERGHJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 #@\$€¥

Open Sans light Italic
ABSCERGHJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 #@\$€¥

Open Sans light Italic
ABSCERGHJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 #@\$€¥

Open Sans light Italic
ABSCERGHJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 #@\$€¥

Open Sans light Italic
ABSCERGHJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 #@\$€¥

Open Sans light Italic
ABSCERGHJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 #@\$€¥

Open Sans light Italic
ABSCERGHJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 #@\$€¥

Open Sans light Italic
ABSCERGHJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 #@\$€¥

Open Sans light Italic
ABSCERGHJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 #@\$€¥

7 ASSINATURA PRINCIPAL

Assinatura é a combinação do símbolo com o tipograma. As assinaturas têm a função de flexibilizar a representação da marca conforme as suas necessidades de expressão.

Para atender às diversas demandas de aplicação da marca IFB, foi criado um conjunto de assinaturas, tanto na horizontal quanto na vertical.

Nem todas as versões horizontais possuem correspondentes na vertical, devido à dificuldade de aplicação do *lettering* nessa orientação.





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília



INSTITUTO FEDERAL



INSTITUTO FEDERAL
Brasília



**INSTITUTO
FEDERAL**



INSTITUTO FEDERAL
Brasília
Campus Recanto das Emas



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



INSTITUTO FEDERAL
Brasília
Campus
Recanto das Emas



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



**INSTITUTO
FEDERAL**



**INSTITUTO
FEDERAL**
Brasília



**INSTITUTO
FEDERAL**
Brasília
Campus
Recanto das Emas

8 ASSINATURA AUXILIAR

Além da assinatura principal, que utiliza as cores oficiais da instituição, existe também a representação complementar, que utiliza apenas uma cor, ou uma combinação de tonalidades de cinza.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Monocromática positiva



Monocromática negativa



Escala de cinza



9 LIMITE DE REDUÇÃO

Aplicações da marca em reproduções para mídia impressa podem sofrer perda de legibilidade em virtude do ganho de ponto (absorção da tinta pela fibra do papel). Por isso, é necessário controlar o processo de impressão, assim como o tipo de papel utilizado. Em mídias digitais também existem limitações, que podem comprometer a legibilidade. Para uma boa reprodução da marca ela nunca deve ser reduzida a um tamanho no qual o símbolo fique menor que 1cm ou 30px.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília



Altura mínima
1cm / 30px

10 CÓDIGO CROMÁTICO

Uma das premissas básicas para o bom funcionamento do sistema de identidade diz respeito à especificação de um código cromático. É importante que seja mantida uma unidade cromática em todo o sistema, tendo em vista que as cores sofrem alterações conforme o processo de impressão, superfície utilizada (papel, tecido, chapa metálica etc), fonte de luz e ambiente.

Com tantas variantes envolvidas no processo, é necessário um ponto de referência para a consolidação das cores-padrão da identidade. A referência é o sistema de cores Pantone 1. A partir desta referência, pode-se definir as cores-padrão da marca, que são o Verde IFB (Pantone 362 C) e o Vermelho IFB (Pantone 187 C), com os textos em Preto (Process Black C).

Acredita-se que a impressão *offset* sobre papel seja a interface mais comum para aplicação da marca. Nesse caso, a aplicação das cores pode acontecer de duas maneiras.

Uma das formas é a bicromia 2, somente com as duas cores-padrão (Pantone 362 C e Pantone 187 C). Essa situação constitui uma aplicação com as cores puras (sem mistura do verde e do azul). Deve-se optar preferencialmente pelo uso da marca em bicromia nas cores-padrão. Toda a papelaria, formulários e uma série de papéis de uso interno devem ser impressos dessa maneira. Isso porque a padronização de cores por meio do sistema Pantone tem melhores resultados quanto à fidelidade de cor, além de ser um processo mais econômico para impressos de grandes tiragens.

Em algumas situações, a utilização de cores Pantone é tecnicamente inviável, como em peças gráficas com fotografias ou outras imagens coloridas. Nestes casos utiliza-se o sistema cmyk 3, onde pode-se encontrar cores equivalentes às cores-padrão Pantone. Mesmo sabendo que a correspondência entre Pantone e cmyk não é 100% fiel, a conversão entre os dois sistemas é um procedimento muito comum no meio gráfico. O principal requisito para designação das cores-padrão da marca é a boa



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

correspondência entre os sistemas Pantone e cmyk. Para isso utilizou-se como referência o guia de cor Pantone *Solid to Process Guide*, catálogo que indica a correspondência entre os dois sistemas.

O código cromático especifica cores para uso em monitores de vídeo, obtidas a partir da conversão de valores cmyk em rgb 4. Cores rgb só devem ser usadas para saída em vídeo (sites, multimídias, tv) e jamais devem ser convertidas em cmyk para uso no meio impresso.

A marca do IF possui três cores. Para usá-las de maneira correta, é fundamental seguir os padrões relacionados ao lado, nas versões RGB, Hexadecimal, CMYK e PANTONE.



INSTITUTO FEDERAL
Brasília



R50 G160 B65
HEX #2f9e41
C75 M0 Y100 k15
PANTONE 362 C



R200 G25 B30
HEX #cd191e
C0 M100 Y100 k15
PANTONE 187 C



R0 G0 B0
HEX #000000
C0 M0 Y0 k100
PANTONE Process Black C

1. Pantone: Sistema de identificação, combinação e comunicação de cores para resolver problemas associados com produção precisa de combinações de cores na comunidade de artes gráficas. Durante os últimos 40 anos, a Pantone expandiu o conceito do seu sistema de combinação de cores para outras indústrias de cores críticas, incluindo tecnologias digitais, têxteis, plásticos, arquitetura e interiores.

(fonte: www.pantonebr.com.br)

2. Bicromia: Processo de impressão em duas cores, onde geralmente utiliza-se o sistema Pantone para especificação das cores. As duas cores utilizadas no processo de bicromia podem se misturar, formando uma terceira tonalidade (e.g. azul + amarelo = verde)



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

3. CMYK: Sistema de cores utilizado para a reprodução de imagens coloridas, utilizado nos processos de impressão policrômicos. Baseia-se no princípio óptico de mistura das cores básicas (ciano, magenta, amarelo) para gerar todas as outras cores. Refere-se a cores formadas por fontes de luz refletida (papel por exemplo), onde a mistura das 3 cores básicas resulta em preto. O preto, que não é considerado cor, faz parte do sistema cmyk por uma questão de limitação técnica: o princípio ótico de que a mistura das cores básicas gera o preto, só acontece nas condições ideais (pigmentos perfeitos, papel 100% branco etc), que só existem em teoria. A mistura de ciano, magenta e amarelo gera uma tonalidade marrom-acinzentada, além de encharcar o papel de tinta. Utilizando a tinta preta, elimina-se o problema de saturação de tinta no papel e obtêm-se um preto mais profundo, ao invés do marrom-acinzentado.

O Manual estabelece uma paleta de cores auxiliares, para uso específico em peças gráficas da instituição, como material promocional (folhetos, cartazes, banners) e projetos editoriais (livros, periódicos). Trata-se de um conjunto de cores dividido em cores neutras e cores saturadas. Essas cores podem ser utilizadas também para projetos multimídia, onde os valores cmyk desta tabela tem que ser convertidos em rgb.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Cores Padrão

	PANTONE 7739 C C: 75% M: 0% Y: 100% K: 15% R: 95 G: 151 B: 60 Hexadecimal: # 32a041
	PANTONE 186 C C: 0% M: 100% Y: 100% K: 15% R: 172 G: 20 B: 22 Hexadecimal: # ac1416
	PANTONE Black 6 C: 0% M: 0% Y: 0% K: 100% R: 10 G: 10 B: 10 Hexadecimal: # 0a0a0a

Cores Neutras

	PANTONE 7553 C C: 46% M: 56% Y: 85% K: 55% R: 88 G: 71 B: 39 Hexadecimal: # 574729
	PANTONE 7497 C C: 47% M: 41% Y: 61% K: 30% R: 115 G: 113 B: 91 Hexadecimal: # 777159
	PANTONE 4515 C C: 29% M: 29% Y: 63% K: 10% R: 174 G: 160 B: 108 Hexadecimal: # aea06c
	PANTONE 454 C C: 23% M: 18% Y: 37% K: 3% R: 200 G: 195 B: 166 Hexadecimal: # c8c3a6
	PANTONE 0000 C C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0% R: 216 G: 213 B: 289 Hexadecimal: # d8d5bc
	PANTONE 0000 C C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0% R: 236 G: 234 B: 221 Hexadecimal: # eceadd
	PANTONE 0000 C C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0% R: 88 G: 88 B: 88 Hexadecimal: # 585858
	PANTONE 0000 C C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0% R: 134 G: 134 B: 134 Hexadecimal: # 868686
	PANTONE 0000 C C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0% R: 177 G: 177 B: 177 Hexadecimal: # b1b1b1
	PANTONE 0000 C C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0% R: 217 G: 217 B: 217 Hexadecimal: # d9d9d9
	PANTONE 0000 C C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0% R: 236 G: 236 B: 236 Hexadecimal: # ececec

Cores Saturadas

	PANTONE 0000 C C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0% R: 32 G: 71 B: 96 Hexadecimal: # 204760
	PANTONE 0000 C C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0% R: 83 G: 144 B: 181 Hexadecimal: # 5390b5
	PANTONE 0000 C C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0% R: 146 G: 191 B: 225 Hexadecimal: # 92bfe1
	PANTONE 0000 C C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0% R: 84 G: 93 B: 53 Hexadecimal: # 545d35
	PANTONE 0000 C C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0% R: 148 G: 165 B: 123 Hexadecimal: # 94a57b
	PANTONE 0000 C C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0% R: 195 G: 210 B: 183 Hexadecimal: # c3d2b7
	PANTONE 0000 C C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0% R: 97 G: 44 B: 18 Hexadecimal: # 612c12
	PANTONE 0000 C C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0% R: 170 G: 121 B: 109 Hexadecimal: # aa796d
	PANTONE 0000 C C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0% R: 221 G: 192 B: 183 Hexadecimal: # ddc0b7
	PANTONE 0000 C C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0% R: 220 G: 145 B: 27 Hexadecimal: # dc911b
	PANTONE 0000 C C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0% R: 238 G: 145 B: 27 Hexadecimal: # eec450

11 ÁREA DE PROTEÇÃO

Para leitura correta da marca, deve-se manter uma área a sua volta livre da interferência de qualquer elemento gráfico. Para isso, deve ser preservada uma área mínima equivalente a 1 (um) módulo x. Sempre que possível, utilizar uma área maior.



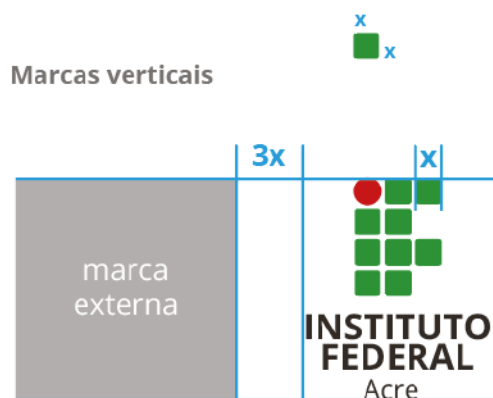
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília



12 ASSINATURA COOPERADA

Nos casos em que a Marca IF for utilizada de forma conjunta com outras, deve-se manter uma distância mínima de 3 módulos x entre elas. Quando da utilização com as assinaturas do MEC e Governo Federal deve-se seguir os padrões estabelecidos pela SECOM PR.



Marcas horizontais





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

13 APLICAÇÃO SOBRE FUNDOS

Para usar a marca original em fundos coloridos e fundos instáveis, deve-se aplicá-la sobre uma base na cor branca, obedecendo à área de proteção da marca. Nos fundos escuros, pode-se aplicar a tipografia na cor branca.



14 USOS INCORRETOS

Na marca é fundamental ser consistente para preservar a sua integridade, credibilidade e garantir a sua perfeita leitura. Assim, nunca faça uma aplicação que não esteja de acordo com os padrões aqui determinados.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Não rotacionar



Não distorcer



Não alterar as cores



Não utilizar outline



Não aplicar como
marca d'água



Não desalinhar
os elementos



Não alterar a tipografia



Não aplicar moldura



Não estilizar marca



Não criar novas aplicações



15 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

MENEGHEL, Thiago Rodrigues. **Modelo de Gestão Compartilhada do Conhecimento da Marca em Sistemas com Administrações Autônomas**: Uma proposição a partir do estudo da marca “Instituto Federal”. 2018. Tese (Doutorado) - Pós Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2018.

WOLLNER, Alexandre. **Design Visual 50 Anos**. 1 ed. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

APÊNDICE F - APRESENTAÇÃO DA HISTÓRIA DO IFB E SEUS CAMPI

(Em diagramação)

1 INSTITUTO FEDERAL DE BRASÍLIA

O Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília (IFB) é a casa que acolhe a todos que procuram qualificação profissional e tecnológica no Distrito Federal. É nessa instituição, com seus 10 *campi* e a reitoria, que o ensino profissional, da unidade da federação, carinhosamente denominada de “quadrado”, encontra embasamento para ser uma ferramenta estruturante para o exercício da cidadania, para o desenvolvimento da ciência e para o fomento à cultura e ao trabalho, conforme cita a Constituição Federal de 1988 e a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional nº 9.394 de 20 de dezembro de 1996.

Inserindo-se na história de Brasília em 2008, o IFB segue os caminhos dos “eixinhos” e das “tesourinhas” tão características para a população formada por gente de vários cantos do país e por que não dizer também do mundo. Diante de uma diversidade tão forte, o IFB ajusta seus cursos em eixos tecnológicos e observam a vocação econômica da região que atendem, por meio de eixos como: ambiente, saúde e segurança; controle de processos industriais; gestão e negócios; hospitalidade e lazer; informação e comunicação; infraestrutura; produção alimentícia; produção cultural e design; produção industrial; linguagens, seus códigos e suas tecnologias; ciências humanas; matemática e ciências da natureza.

Como o eixo monumental que serve de esqueleto para o belo avião que modela a cidade, o Instituto Federal de Brasília se estrutura em suas unidades educacionais das regiões administrativas, para se dedicar ao ensino, à pesquisa e à extensão, disponibilizando, como forma de ingresso para os alunos de nível médio, subsequente e formação inicial e continuada, o sorteio para vagas, para que todos tenham chances iguais. Para o nível superior, o IFB usa o Sistema de Seleção Unificada (SISU) e a nota do Exame Nacional de Ensino Médio - ENEM.

No balão que une qualidade de vida e economia criativa, na abundância do verde em pleno cerrado brasileiro e assim como os azulejos de Athos Bulcão – marca



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

que leva a imagem de Brasília para os olhares externos – o IFB vem deixando sua marca na comunidade brasiliense, uma vez que a instituição se insere em um projeto de desenvolvimento nacional, na medida em que trabalhadores qualificados e éticos, conscientes de seus deveres e direitos, são elementos fundamentais para que o país possa se desenvolver com inclusão e justiça social.

E com o perdão à licença poética, cita-se o poeta Renato Russo, na música *Faroeste Caboclo*, que diz: “estou indo pra Brasília, neste país lugar melhor não há” para exemplificar a mistura riquíssima que forma a comunidade acadêmica, com seus professores, técnicos-administrativos e educacionais, colaboradores e nossos discentes que vêm de muitos lugares do país e que aqui encontra uma outra casa.

2 CAMPI DO IFB

Os *campi* do Instituto Federal de Brasília formam o coração da Educação Profissional Pública no “quadrado” mais famoso do Brasil. Espalhados em dez regiões administrativas do Distrito Federal, os *campi*: Brasília, Ceilândia, Estrutural, Gama, Planaltina, Recanto das Emas, Riacho Fundo, Samambaia, São Sebastião e Taguatinga recebem, todos os anos, vidas e sonhos dos corações de seus estudantes.

Nessas unidades, se percebe a vida pulsando e se transformando no dia a dia acadêmico, é onde se enxerga, de mais perto, a colcha de retalhos de aspirações profissionais e pessoais intimamente ligadas por grossos fios de esperança que emergem nas salas de aulas, nos pátios, nos laboratórios, e naquelas conversas de “pé de ouvido” que se faz, às vezes de forma mais incisiva, para ver o crescimento do outro, do futuro profissional.

É nos *campi* do IFB, que se observa, mais intimamente ao longo da estadia nos variados cursos e modalidades ofertadas, a direção e o sentido dos caminhos que os estudantes vão delineando aos poucos em suas vidas. Os laços nutridos entre professores, pedagogos, psicólogos, coordenadores e gestores administrativos vão ajudando no formato que o discente quer percorrer rumo às realizações profissionais e pessoais.

As teorias, os conteúdos e as técnicas aprendidas por meio de professores especializados e qualificados, com toques de ardor e persistência dos que buscam



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

uma qualificação para o mundo do trabalho e para o crescimento pessoal fazem dos *campi* do IFB um lugar de metas a serem atingidas, de realizações, e de perspectivas para novos desejos e de novas portas a serem abertas para subir os degraus da vida.

Conheça um pouco da trajetória de cada um.

IFB CAMPUS BRASÍLIA

O IFB Campus Brasília é gigante em sua natureza física e em sua diversidade étnica e cultural. Está presente no “avião” de Lúcio Costa, entre cores e entre quadras, próximo à constelação de poderes e sob o céu azul do planalto. Maior *campus* do Instituto Federal de Brasília em número de estudantes, o CBRA, como é chamado internamente pelos seus servidores e estudantes, possui muitas faces, cores, estilos, formas, movimentos, gostos, cheiros e vozes que vêm delineando sua história. Criado em 2008, oferta cursos de formação inicial e continuada (FIC), técnicos, de graduação e de pós-graduação.

O CBRA teve em sua trajetória vários espaços provisórios de trabalho, até que, em 2012, inicia o ano letivo na sede definitiva e própria, localizada na L2 610 Norte, que conta com quatro blocos de salas de aulas e laboratórios específicos e espaços de inovação, um bloco administrativo, ampla biblioteca, ginásio poliesportivo, piscina e restaurante, ambientes que atendem, atualmente, mais de 3.200 estudantes, nos eixos tecnológicos *Gestão e Negócios*; *Tecnologia da Informação*; *Turismo, Hospitalidade e Lazer*; e na área do conhecimento *Artes – Dança*.

Espaço de formação, de manifestações expressivas, de diversidade e de exploração da criatividade que busca gerar experiências únicas aos seus discentes, o CBRA volta-se também para a consolidação de políticas e diretrizes voltadas para a Sustentabilidade, a Cultura, o Gênero, as Etnias e os Estudos Afro-Brasileiros, cujas ações permitem uma maior integração entre estudantes, professores, técnicos administrativos, colaboradores e comunidade externa. Há ainda projetos voltados para a institucionalização da educação a distância e para ações focadas no desenvolvimento de pessoas e na qualidade de vida, bem como na qualidade das relações de trabalho.

Nessa heterogeneidade, o IFB Campus Brasília oferece, por meio de seus professores, ações de pesquisa que buscam a articulação com o ensino e com a extensão, não somente pela oferta dos cursos de nível médio integrado e subsequente



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

ou FIC, mas também por meio do Mestrado Profissional em Educação Profissional e Tecnológica e a Especialização em Gestão Pública.

Reinando nas asas de Brasília, o CBRA recebe seus servidores, seus estudantes – candangos e seus filhos aqui nascidos – que passam pelas tesourinhas, balões e eixos, com vistas para belos ipês de tantas cores e belezas, para desenvolver uma política de ensino que vincula educação, cultura, trabalho e território.

IFB CAMPUS CEILÂNDIA

O IFB Campus Ceilândia é relativamente novo e pequeno, mas com muita história para contar e muito aconchego a todos que ali frequentam. Está situado na QNN 26, entre o *campus* da Universidade de Brasília (UnB) e o viaduto do metrô.

Os cursos ofertados pelo IFB Campus Ceilândia têm sido criados em diálogo com a comunidade. Aos poucos, o *campus* amplia sua atuação. Hoje já oferta cursos que vão do ensino médio à pós-graduação: Técnico em Eletrônica, Técnico em Equipamentos Biomédicos, Técnico em Segurança do Trabalho, Licenciatura em Letras – Espanhol e Especialização em Ciências Policiais. Além desses, oferta diversos outros cursos ligados à formação inicial e qualificação profissional, dentre os quais se destacam Língua Espanhola, Língua Brasileira de Sinais (Libras) e Informática para a Terceira Idade.

Em relação à aderência das áreas de formação que o IFB Campus Ceilândia oferece, a eletrônica sempre possui espaço na região do Distrito Federal; afinal, embora não existam tantas indústrias neste quadradinho, há muita prestação de serviço em todo lugar. O mundo tem se tornado cada vez mais equipado eletronicamente. A área de equipamentos biomédicos, por sua vez, se compraz com o atendimento aos diversos hospitais e clínicas da região – que anteriormente precisavam trazer técnicos de outras cidades. No que se refere à segurança do trabalho, o DF é um ambiente repleto de oportunidades também; afinal, muitas empresas de médio e grande porte surgem por aqui, além de outras que têm buscado se instalar no território candango a partir de benefícios diversos.

Em relação ao nível superior, o *campus* atua na área de Letras – Espanhol, que oferece à comunidade professores com formação atualizada e crítica, professores competentes que podem atuar tanto em escolas de idiomas quanto em escolas da educação básica.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

E no que se refere à especialização em segurança pública, é válido pensar que com o crescimento do DF cresce a atuação policial. O curso é resultado de uma parceria das instituições IFB, Polícia Civil do DF e Fundação Universidade Aberta do Distrito Federal (Funab) e formou um curso exclusivo na metodologia Ativa de Aprendizagem Baseada em Problemas (ABP).

A diversidade de cursos ofertados na Unidade reflete o clima alto astral encontrado nos corredores. Ao mesmo tempo em que se encontram pessoas trabalhando com projetos de robótica, há pessoas praticando idiomas ao lado de quem já se prepara para atuar na docência. Em paralelo, pessoas analisam riscos em aulas simuladas de segurança do trabalho no mesmo ambiente em que passa pela cantoria de um grupo de idosos ansiosos por se conectarem ao mundo virtual.

Assim, a troca de experiência constitui-se uma marca do IFB Campus Ceilândia, que busca integração social e cada vez mais capacitar aqueles que já são ou que ainda se tornarão profissionais para o mundo do trabalho.

IFB CAMPUS ESTRUTURAL

O IFB Campus Estrutural é uma conquista para os moradores do Setor Complementar de Indústria e Abastecimento – SCIA. É um legado de luta de pessoas que construíram o direito de viver ali sob muita poeira e suor – pessoas que, apesar das agruras da vida, têm orgulho de suas conquistas e dos saberes que acumularam na cidade. O *campus* é o símbolo do reconhecimento do direito à educação, que outrora fora negado a essa comunidade, mas que, agora, estampa a esperança de respeito e reparação.

À primeira vista, pelo clima de familiaridade, o visitante pode ficar com a impressão de que se trata de um *campus* pequeno; mas, à medida que se aproxima, logo percebe a grandeza da sua diversidade, graças a sua composição, formada por estudantes de várias idades, gêneros, cores e habilidades. E, conforme se vai além da beleza dessa imagem inspiradora, percebe-se que ela é apenas o prenúncio de uma série de histórias, saberes e sonhos que demonstram o mais relevante potencial desse *campus*: o de fortalecer e desenvolver as capacidades técnicas e humanas ao seu redor.

A localização geográfica do IFB Campus Estrutural já dá as pistas dos seus eixos de formação: por um lado, é cercado pela Cidade do Automóvel e, por outro, é



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

vizinho dos Centros de Triagem de Cooperativas de Catadores de Recicláveis. Assim, reconhecendo os arranjos produtivos locais, esse *campus* tem como principais eixos de formação o de *Controle e Processos Industriais* e *Ambiente e Saúde*. Os cursos oferecidos vão desde o Programa de Educação para Jovens e Adultos (Proeja) e ensino médio integrado até curso de graduação e pós-graduação, de curta até de longa duração, com aulas durante o dia ou à noite.

Tendo começado a oferta de cursos na Cidade Estrutural em 2010, ainda em espaço provisório, hoje o *campus* tem à disposição de seu público os seguintes cursos regulares de nível médio: Técnico em Manutenção Automotiva integrado ao ensino médio, Técnico em Meio Ambiente integrado ao ensino médio, Técnico em Manutenção Automotiva na modalidade subsequente, Técnico em Reciclagem integrado ao ensino médio – modalidade Proeja, Licenciatura em Matemática e pós-graduação (especialização) em Governança Territorial para o Desenvolvimento Saudável e Sustentável (parceria com a Fundação Oswaldo Cruz – Fiocruz Brasília). Há ainda a opção dos cursos de formação inicial e continuada: Informática Básica para Concurso, Auxiliar Administrativo, Espanhol Básico, Espanhol Intermediário, Inglês Básico e Libras Básico. Nessa caminhada, que está apenas no começo, o IFB Campus Estrutural, ao passo que oferta seus cursos, objetiva atuar em favor do desenvolvimento local e regional, na perspectiva da construção da cidadania dos moradores da Cidade Estrutural e região, conforme preconizam as finalidades dos Institutos Federais.

IFB CAMPUS GAMA

O IFB Campus Gama está presente no meio do cerrado, na entrada da Região Administrativa do Gama, e forma um corredor de conhecimentos com o *campus* da Universidade de Brasília (UnB) na região. Ora camuflado pelas folhas das árvores que o cercam, ora destacado pelas placas luminosas que o identificam, esse *campus* é repleto de diversidade e curiosidades. Seu corpo docente é formado por professores de diferentes partes deste país e até de outras nacionalidades, perceptível nos sotaques e costumes.

Essa heterogeneidade reflete também na composição dos estudantes, que vêm de muitas realidades e encontram no *campus* um espaço de acolhimento, inclusivo e acessível. Uns são muitos jovens e cheios de expectativas para os cursos técnicos



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

integrados ao ensino médio: enchem o *campus* de sorrisos, brincadeiras e travessuras, ao mesmo tempo em que se dedicam aos estudos nas áreas de Alimentos e Química. Outros, jovens, adultos e idosos, retornam aos bancos escolares para “recuperar o tempo perdido”, e nos cursos técnicos em Administração e em Logística, desafiam professores, no reconhecimento de seus saberes e experiências, sem deixar de ampliar os conhecimentos escolares e promover a qualificação profissional para inserção ou reinserção no mundo do trabalho. Além disso, o *campus* também abriga os estudantes que anseiam por cursos de nível superior, no Bacharelado em Administração, Graduação em Química e Tecnologias em Logística e em Alimentos.

Diversidades de conhecimentos, de sotaques, de idades e de interesses se destacam nos projetos de ensino, pesquisa e extensão desenvolvidos. O LABLIN – Laboratório de Práticas de Linguagens em Línguas Materna e Estrangeiras trouxe para o *campus* o Clube do Livro, o Clube do Cinema (Cine-Cabeça), além das diversas oficinas, palestras e minicursos voltados para as práticas de leitura e produção textual. Esse projeto de extensão entusiasma os estudantes no conhecimento das literaturas brasileira, portuguesa e afro-brasileira.

Há também, entre outros, o Talentos Proeja, um evento cheio de graça, sabores e diversões, no qual os estudantes, jovens e adultos, demonstram suas experiências e conhecimentos adquiridos fora do ambiente escolar, para uma plateia de professores e colegas cheios de curiosidade e expectativas. O *campus* também abre suas portas para a Jornada de Ensino Pesquisa e Extensão (JEPE), evento que desde 2016 oportuniza a integração dos saberes dos estudantes do *campus* com os de outras instituições de ensino. Há ainda os projetos que aproximam o *campus* da comunidade externa e setor produtivo da região, como o Circo Social, o grupo de teatro, as aulas de *rugby* e a Olaria Empresa Júnior. Para valorizar o cerrado da região, o *campus* trabalha com Educação Ambiental, produção e plantio de mudas, participa de gincanas com a comunidade e colabora com a sustentabilidade do meio ambiente. Uma parte do terreno do *campus* também abriga uma das Unidades do Batalhão Escolar da região administrativa.

Assim é o IFB Campus Gama, um lugar onde a convivência entre servidores tem se mostrado por demais enriquecedora com troca de experiências pedagógicas e muita colaboração que favorecem o aprendizado dos estudantes e promovem



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

formação continuada entre os professores e técnicos nos encontros pedagógicos realizados periodicamente. Os servidores compartilham suas experiências, porque são comprometidos com o crescimento da instituição, e essa colaboração promove uma convivência respeitável, saudável e amigável e de aprendizado para o exercício da docência e da cidadania no *campus*, onde servidores e estudantes têm prazer em estar.

IFB CAMPUS PLANALTINA

O IFB Campus Planaltina, antiga Escola Agrotécnica e Colégio Agrícola, foi um sonho concretizado pelo presidente Juscelino Kubistchek de construir Brasília e sua visão de promover o autoabastecimento do Distrito Federal. A Escola Agrotécnica de Brasília foi criada em 17 de fevereiro de 1959 (Plano de Metas – Lei nº 3.552, de 16 de fevereiro de 1959, e Exposição de Motivos nº 95/DOU) e inaugurada efetivamente em 21 de abril de 1962.

Em seus mais de 60 anos de história, o atual IFB Campus Planaltina está voltado à formação profissional nas áreas da Agropecuária e da Agroindústria tanto no modelo tradicional quanto no agroecológico, associadas ao eixo tecnológico dos recursos naturais.

O campus é uma das maiores escolas-agrícolas do Brasil — com área total de 2.300 hectares — com ampla estrutura de salas de aula, unidades de produção, laboratórios, biblioteca, refeitório e residência estudantil para receber os estudantes que moram distante.

Em suas salas de aula, nas chamadas Unidades de Ensino, Pesquisa, Extensão e Produção (UEPs), os estudantes podem realizar as práticas no campo a um passo da porta das salas de aula.

O IFB Campus Planaltina oferta os cursos técnicos de nível médio Técnico em Agropecuária (nas modalidades integrado e subsequente) e Técnico em Agroindústria e os cursos de graduação Licenciatura em Biologia, Tecnologia em Agroecologia e Bacharelado em Agronomia, além de cursos a distância e de qualificação profissional. Também promove atividades artísticas, culturais e folclóricas, sempre na perspectiva da valorização do campo com qualidade de vida.

Com suas ações de ensino, pesquisa e extensão, o IFB Campus Planaltina prioriza a educação que tem como base estruturante o exercício da cidadania, o



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

desenvolvimento da ciência, o fomento à cultura e ao trabalho, pois entende que o desenvolvimento do nível educacional é grandeza diretamente proporcional à produtividade.

Possui um histórico de projetos comunitários como, por exemplo, a Farmácia Vida (horta com produção de mudas certificadas) em parceria com o Centro de Medicina Alternativa (CEMA) e a Secretaria de Saúde do Governo do Distrito Federal e o Centro de Equoterapia – sistema terapêutica que auxilia o desenvolvimento biopsicossocial de pessoas com deficiência ou com necessidades especiais desde o ano 2000, numa parceria com a Secretaria de Educação do Distrito Federal, entre outros projetos que marcam todos os anos a presença do IFB em eventos como o aniversário da cidade e a Agrobrasília (uma das maiores feiras de agronegócio do País).

O Campus Planaltina também tem uma trajetória de receber programas inovadores da Rede Federal, como foram as parcerias internacionais para oferta de cursos para profissionais do Benin e do Sudão e programas de economia sustentável como as Usinas Fotovoltaicas.

IFB CAMPUS RECANTO DAS EMAS

O IFB Campus Recanto das Emas pode ser definido pela imensa força coletiva, pela criatividade, pela coragem e pelos esforços incansáveis de seus servidores. Nasceu como IFB Campus Taguatinga Centro, pequeno abrigado em um antigo prédio da Receita Federal, sobreviveu em um prédio alugado, onde todos conviviam entre poucas paredes, em seu casulo de transformação. Aquele espaço e o desejo de crescimento e busca de novas frentes de atuação exigiam que o *campus* se transformasse; dessa forma foi necessário sair e ocupar o “seu lugar”.

Assim, buscando outra comunidade do querido quadradinho para fixar raízes e sair do casulo, chegou-se ao Recanto das Emas, local de um povo batalhador, que não tem medo de pegar no pesado, mas que busca cultura como forma de alegrar as vidas sofridas. Em 2018, após anos incansáveis de muita luta, o IFB Campus Recanto das Emas abriu suas portas para a comunidade local. Trata-se de um *campus* pequeno, o menor do IFB. Como nas famílias que têm muitos filhos, o *campus* é o caçula ou a “rapa do tacho”. Pequeno em estrutura, mas com grande coração, abriga



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

muitos projetos, muitas ideias e muita dedicação. Localiza-se em uma chácara, que possui um pôr-do-sol dos mais lindos da região.

A vinda para o Recanto foi realmente transformadora. O *campus* modificou o eixo tecnológico para Produção Cultural e Design, passando a oferecer o curso Técnico em Produção de Áudio e Vídeo no ensino médio integrado, no Proeja e no subsequente. Os estudantes aprendem a utilizar câmeras, a editar vídeos, também escrevem roteiros, captam áudios, colocam a luz... Enfim, saem habilitados para adentrar o mundo do audiovisual. Ver e produzir filmes, documentários, curtas é parte do currículo. O IFB Campus Recanto das Emas está se transformando em uma pequena “Hollywood” na periferia do Distrito Federal.

Quando falamos de produção audiovisual, não podemos fugir do berço brasileiro: o cinema. Muitos dos docentes possuem suas trajetórias formativas atreladas ao cinema, encantando os estudantes com a beleza da sétima arte durante as aulas e com as diversas técnicas envolvidas de produções audiovisuais. Aqui, o cinema é levado a sério, seja nas aulas, seja nos projetos. O Festival Recanto do Cinema é um exemplo do trabalho e dedicação dos docentes, técnicos e estudantes para promover, divulgar e tornar acessíveis produções audiovisuais.

O *campus* é bem animado e adora um evento – acadêmico ou cultural. Isso fortalece e estreita laços. Assim é o IFB Campus Recanto das Emas, abraçado e acolhido pela comunidade da cidade e por seus colaboradores. Alimentado por seu coletivo, a cada dia toma mais corpo, força e sabedoria para atender ao objetivo de promover educação técnica pública e de qualidade e, ao mesmo tempo, de formar profissionais éticos para trabalhar no campo da produção audiovisual.

IFB CAMPUS RIACHO FUNDO

O IFB Campus Riacho Fundo é “sensorial, hospitaleiro e gostoso”, tem aquele ar de sensação de estar em casa, onde todos se conhecem, e que em determinado momento sobe um cheiro de comida boa chegando aos olfatos da comunidade acadêmica. Com um trabalho voltado para o eixo tecnológico –Turismo, Hospitalidade e Lazer, as atividades do *campus* iniciaram-se em agosto de 2011, com sede provisória, mas, com a força de trabalho dos que fazem o IFB. Em janeiro de 2015, as ações de ensino, pesquisa e extensão passaram a ser desenvolvidas em endereço próprio, em sua sede na Avenida Cedro, Fazenda Sucupira, Riacho Fundo I.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Em atenção à comunidade que participou de audiência pública, o *campus* oferta cursos que visam não apenas à formação profissional mas também à formação cidadã dos discentes, que têm a escolha de cursar as modalidades de ensino médio integrado, Proeja, subsequente, formação inicial e continuada, graduação e pós-graduação nos cursos Técnico e Tecnologia em Gastronomia, Técnico em Hospedagem e Tecnologia em Hotelaria, Técnico em Panificação, Técnico em Restaurante e Bar, Licenciatura em Letras/Inglês e em Geografia, Especialização em Ensino de Humanidades e Linguagens, entre outros cursos ofertados no Riacho Fundo.

Observa-se, mediante a oferta dos cursos apresentados, que os adjetivos utilizados para personificar o IFB Campus Riacho Fundo num ser sensorial, hospitaleiro e gostoso tem embasamento e que não é só a liberdade poética ora aqui utilizada. Os cursos ofertados têm cheiros, sabores, toques, simpatias, sorrisos, poesias, paisagens, e muito conteúdo, é claro, afinal formam profissionais para o mundo do trabalho do Distrito Federal (DF).

O eixo Turismo, Hospitalidade e Lazer foi identificado como de extrema relevância para o desenvolvimento do Distrito Federal, pois tem, no serviço, o segundo mais importante setor de atividade. No Riacho Fundo, o setor denominado de “serviço de alimentação fora do lar” é uma área que gera grande quantidade de emprego e, mesmo em tempos de crise, é pouco afetado por se tratar de alimentação. Vale destacar que o Campus Riacho Fundo do Instituto Federal de Brasília é a única instituição do DF que oferta o curso gratuito na área de gastronomia. Outro destaque são os cursos da área de hotelaria, que levam em consideração o grande potencial de exploração turística do DF.

Com este breve histórico do IFB Campus Riacho Fundo, ressalta-se a importância dos cursos para o desenvolvimento da comunidade da região administrativa do Riacho Fundo I e adjacentes, que buscam realizar o objetivo de uma qualificação profissional, acadêmica e cidadã, que os levem a mudar, sempre para melhor, a realidade de suas vidas.

IFB CAMPUS SAMAMBAIA

O IFB Campus Samambaia, instituído em 2009, trouxe uma experiência nova para o Distrito Federal. A título de curiosidade, a região administrativa que deu nome



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

ao *campus* foi assim denominada pelas plantas da espécie Samambaia encontradas em abundância no córrego que corta a região. Naquele ano, 2009, foram realizadas diversas audiências públicas para escolha de cursos técnicos nos *campi* do Instituto Federal de Brasília (IFB). Em Samambaia, as escolhas foram de cursos na área de construção civil, móveis e meio ambiente. Isso se fez com a participação de lideranças empresariais, políticas, trabalhistas e estudantis. Por outro lado, muita gente que desejava fazer um curso técnico e também ofertar um curso técnico para os seus filhos se fez presente.

O *campus* oferta hoje os cursos técnicos em Design de Móveis, em Móveis, em Controle Ambiental e em Edificações. Além desses cursos técnicos, o *campus* oferta os cursos superiores Tecnologia em Design de Produto, Licenciatura em Educação Profissional e encontra-se aprovado pelo Conselho Superior o curso de Engenharia Civil. Essa oferta se mantém fiel à consulta feita à população, isto é, atende-se à sociedade com profissionais e com tecnologia para resolver suas demandas.

Para que seus discentes desenvolvam linhas, formas, desenhos e possam refletir sobre soluções para o meio ambiente, o *campus* dispõe de uma infraestrutura de laboratórios modernos e completos, como de informática, desenho em computadores, modelagem, prototipagem, topografia, materiais de construção, qualidade de águas, solos, energia solar, instalações elétricas e hidrossanitárias. Toda essa infraestrutura é para que se cumpra um princípio fundamental para os Institutos Federais: o trabalho como princípio educativo.

Com essa infraestrutura e com profissionais de alta capacidade técnica e pedagógica, o IFB Campus Samambaia desenvolve projetos de extensão e pesquisa que visam apoiar a sociedade do DF. Entre várias ações, destacam-se a reforma dos móveis históricos do Palácio Itamaraty, reforma de centros comunitários de Samambaia e avaliação da segurança e condições de uso dos prédios públicos federais, tudo isso com tecnologia própria do IFB e para desenvolver a prática técnica e o compromisso social da instituição. Nesse contexto, com a missão de prover profissionais e tecnologias para o desenvolvimento regional e local, o *campus* atende a empresas e órgãos públicos para o desenvolvimento de produtos em parceria, de forma que os discentes relacionem o conteúdo com a prática.

O campus possui uma Empresa Júnior, a Tabê Design, que conecta os estudantes com o mundo do trabalho com projetos de Design de Produto nas áreas de



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Mobiliário, Embalagem, Decoração, Utilidades Pessoais e Profissionais; Modelagem 3D, Detalhamento, Prototipagem, bem como projetos de Design de Serviços e Consultorias nas áreas de Branding, Redesign de Produtos e Serviços e Design Thinking.

Formando e qualificando cidadãos com vistas à atuação profissional nos diversos setores da economia, com ênfase no desenvolvimento socioeconômico local, regional e nacional, no IFB Campus Samambaia são encontradas as tecnologias da construção civil e da indústria (e manufatura) moveleira que buscam trazer para seus estudantes o desejo de criar visuais sofisticados, exclusivos, modernos e futuristas, e, dessa forma, a relação tríplice entre o setor acadêmico, o setor empresarial e o governo atuar em conjunto para o atendimento do desenvolvimento tecnológico e produtivo do Distrito Federal.

E o IFB Campus Samambaia também foi selecionado para receber uma Unidade da maior rede de pré-incubadoras do país, a Ccreation Lab.

IFB CAMPUS SÃO SEBASTIÃO

O IFB Campus São Sebastião tem a característica de ser o *campus* da comunidade. Tudo o que se faz tem a participação ativa tanto dos estudantes como dos moradores da cidade, seja em apresentações culturais, discussões políticas, mutirões para plantio de árvores, grafite e pintura de paredes, rodas de conversas, semanas científicas, ou em qualquer outra atividade organizada pelos estudantes ou comunidade, como a “Quitanda IFB” (feira de produtos orgânicos provenientes da agricultura familiar).

Ao passear pelo *campus*, observa-se quão acolhedor ele é. E isso desde o início das suas atividades em agosto de 2011, quando estudantes, servidores e a comunidade se sentavam nos banquinhos da entrada do “múltiplas”, embaixo de árvores muito lindas, para sonhar com o *campus* novo.

O Centro de Múltiplas Funções (CMF) era uma construção provisória com muitos problemas estruturais, mas ofereceu condições para o funcionamento do *campus*. Foi o local onde o IFB se desenvolveu em São Sebastião, mesmo em situação adversa. O CMF tem o piso irregular na maior parte do prédio, rachaduras nas paredes, problemas com a rede elétrica, poucos sanitários, iluminação e ventilação inadequadas e insuficientes. Mesmo assim, havia estacionamento, copa,



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

sala de almoxarifado, recepção, sala para o Registro Acadêmico, sala para a Biblioteca, três salas de aula, um laboratório de informática, uma sala administrativa, sala da direção-geral, sala da direção administrativa, sala dos professores, sala das coordenações e muito entusiasmo.

As demais salas de aula do *campus* funcionaram em parceria com o Centro de Ensino Fundamental Miguel Arcanjo, escola pública que, em mais uma parceria com o GDF por meio da Secretaria de Educação, cedeu salas de aula para a realização dos cursos noturnos. Essa parceria foi fundamental para que os cursos técnicos noturnos pudessem crescer e alcançar quantidade considerável de estudantes matriculados e formados.

Mesmo com a conclusão da construção da sede definitiva, em 2015, “o Múltiplas” é muito querido pela comunidade por isso, recebeu na parte externa um redário construído pelos estudantes e a sala da árvore. Além disso, uma reforma da parte interna para implementar o CocreationLab (um espaço de *coworking* para ideação e pré-incubação de projetos inovadores). Lá, ainda se tem um espaço de trabalho coletivo para os professores, laboratório de física, sala de artes e a LudolF (Ludoteca, que atende crianças da comunidade e recebe estudantes dos cursos de Monitor infantil e Pedagogia para realização de projetos de ensino, pesquisa e extensão e ainda acolhe o batalhão escolar.

Como uma família, a comunidade se reúne em mutirões para plantio de espécies nativas ou adaptadas ao solo e ao clima local, que proporciona espaços agradáveis e adequados ao convívio por meio de sombra, redários, jardins e embelezamento do IFB Campus São Sebastião. No espaço há um viveiro e uma horta de plantas medicinais executada e mantida com a colaboração de alunos, professores, servidores e equipe do NEA (Núcleo de Estudos Agroecológicos).

Vale ressaltar que os recursos utilizados para toda essa movimentação são provenientes de diversos editais internos e externos coordenados pelos servidores, que atuam com muita dedicação, por meio de diversos grupos de pesquisa.

Os eixos do *campus* escolhidos pela comunidade em 2011 foram: 1) Meio ambiente e Saúde; 2) Gestão e Negócios e 3) Desenvolvimento Social e Educacional. Atualmente, o *campus* oferta diversos cursos: cursos de formação inicial e continuada (FIC) – Auxiliar Administrativo, Monitor Infantil e Gestão de projetos ambientais, DOULA, Viveiricultura, Horticultura, Libras, Preparatórios PAS-UNB, Auxiliar de



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Marketing; três cursos técnicos subsequentes – Técnico em Secretaria Escolar, Técnico em Secretariado e Técnico em Desenvolvimento de Sistemas Educacionais; além dos cursos de graduação de Licenciatura em Letras, Licenciatura em Pedagogia e Tecnologia em Secretariado. Oferta, ainda, dois cursos de Ensino Médio Integrado (Técnico em Desenvolvimento de Sistemas Educacionais e Administração) e Proeja em Secretariado.

O IFB Campus São Sebastião atende, por meio de sua infraestrutura, observando as normas de acessibilidade com rampas de acesso em todos os blocos, elevador para transporte de livros e pessoas com dificuldades de locomoção na biblioteca, banheiros masculinos e femininos, ambos adaptados para pessoas com necessidades especiais e com dimensões apropriadas, a população da Região Administrativa de São Sebastião e as localidades do seu entorno – Jardim Botânico, Paranoá e Núcleo ABC, entre outros.

Transpondo os muros da instituição e da reclusão acadêmica, o IFB Campus São Sebastião envolve sua comunidade para difundir a pesquisa e a ciência nos espaços públicos, relacionando-se com o mundo externo na busca de soluções e melhorias para ampliação da qualidade de vida e bem-estar, proporcionando uma formação que articula ciência, cultura e trabalho.

IFB CAMPUS TAGUATINGA

O IFB Campus Taguatinga é uma instituição de ensino, pesquisa e extensão com atuação no desenvolvimento científico, com foco em novas tecnologias e *design*, atuando nos eixos tecnológicos Controle e Processos Industriais, Informação e Comunicação, Produção Cultural e Design e Produção Industrial. O *campus* iniciou suas atividades em 2010, em uma sede provisória, com a oferta de cursos de formação inicial e continuada (FIC) e um curso técnico subsequente. Em agosto de 2011, as atividades do *campus* foram transferidas para a sede definitiva, na QNM 40, Área Especial 1, possibilitando assim a ampliação da oferta de cursos.

Os cursos ofertados pelo *campus* não focam apenas na formação profissional, mas também na formação cidadã, tecnológica, empreendedora e inovadora dos discentes, que tem à disposição 10 cursos, entre técnicos e superiores: Técnico em Eletromecânica, Técnico em Suporte e Manutenção em Informática, Técnico em Vestuário, Técnico em Eletromecânica, Técnico em Artesanato (PROEJA),



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Bacharelado em Ciência da Computação, Licenciatura em Computação, Licenciatura em Física, Tecnologia em Automação Industrial e Tecnologia em Design de Moda.

Na extensão, o *campus* também oferta, considerando as demandas da comunidade, cursos de formação inicial e continuada nas diversas áreas de conhecimento dentro de seus eixos de atuação, além da realização de parcerias com os setores produtivos do Distrito Federal e da Região Integrada de Desenvolvimento do Distrito Federal e Entorno (RIDE).

Na pesquisa, há o desenvolvimento de projetos específicos e multidisciplinares que permeiam diversas áreas de conhecimento e demandas dos setores produtivos, com projetos nas áreas de mecânica e automação industrial, computação e vestuário.

Além das ações de ensino, pesquisa e extensão, o *campus* mantém as portas abertas para a comunidade disponibilizando acesso público à biblioteca e ao acervo bibliográfico. Também são colocados à disposição da comunidade estruturas como: sala *maker*, auditório, ginásio poliesportivo e salas em geral.

Com esse breve histórico do IFB Campus Taguatinga, ressalta sua importância para a região e adjacentes com disponibilização de estrutura e a oferta de uma formação pública e de qualidade, contribuindo para o aumento da qualidade de vida da comunidade atendida.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

APÊNDICE G - GUIA DOS PÚBLICOS DO IFB

(Em diagramação)

O IFB deve manter com todos os seus públicos estratégicos uma relação permanente, contemplando-os com estratégias e ações em seus planos de comunicação, em consonância com esta Política. Serão estabelecidas prioridades para esse relacionamento, considerando os recursos disponíveis e os objetivos estratégicos do Instituto em curto, médio e longo prazos.

Dessa forma, o IFB deve manter uma postura pró-ativa em relação a esses públicos, ou seja, buscar uma interação permanente e sistematicamente planejada. Isso implica conhecimento aprofundado de cada público, a identificação de suas demandas e da sua percepção em relação ao Instituto, bem como a implementação de canais de relacionamento que possibilitem o incremento e a qualificação dessa interação. É importante que o IFB realize, periodicamente, sondagens e análises visando avaliar em que medida está atendendo ou pode atender às suas expectativas.

No auxílio a essas ações, esta Política de Comunicação adota os seguintes conceitos, baseados em conceitos e estudos de diversos autores da área de Comunicação Social.

Públicos Estratégicos Internos

1. **Docentes:** professores do IFB (efetivos, temporários ou substitutos) que, além de desempenharem suas atividades em sala, desenvolvem atividades administrativas ou nas áreas de ensino, extensão, pesquisa e inovação.
2. **Técnicos administrativos:** todos os servidores que cumprem um conjunto abrangente de atividades, sejam elas técnicas, sejam administrativas ou de assessoramento.
3. **Terceirizados:** funcionários contratados por meio de empresa intermediária, mediante contrato de prestação de serviços, que cumprem atividades na



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

reitoria e nos *campi*, em determinadas áreas, entre elas as de segurança, recepção, transporte e limpeza.

4. **Estagiários:** estudantes (do IFB ou de outras instituições) que cumprem estágio, curricular ou extracurricular, nos diferentes setores do Instituto.
5. **Membros dos colegiados:** servidores do Instituto ou pessoas externas ao IFB que integram diversos órgãos colegiados, como, por exemplo, o Conselho Superior, o Colégio de Dirigentes, os colegiados dos *campi* ou que participam de Comissões Permanentes.
6. **Aposentados:** ex-servidores do IFB que, cumpridas as exigências previstas em lei, estão aposentados.

Públicos Estratégicos Misto

1. **Familiares dos servidores:** parentes dos docentes e técnicos administrativos do IFB.
2. **Fornecedores:** pessoas físicas ou jurídicas que prestam serviço ou fornecem produtos, recursos ou materiais considerados essenciais para o desenvolvimento regular das atividades do Instituto.
3. **Entidades representantes de servidores:** associações ou sindicatos que representam os servidores (docentes e técnicos administrativos) do IFB.
4. **Institutos que integram a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica (RFEPECT) e do seu Conselho Nacional (Conif):** Institutos Federais, Universidade Tecnológica, CEFET e o Colégio Pedro II.

Públicos Estratégicos Externos

1. **Estudantes matriculados:** alunos matriculados em cursos presenciais ou a distância, de nível médio, técnico, voltado à educação profissional técnica de nível médio integrada ao ensino médio na modalidade de educação de jovens e adultos (EJA) e superior — de graduação e de pós-graduação —, bem como cursos de extensão e de Formação Inicial e Continuada (FIC).



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

2. **Estudantes intercambistas ou bolsistas:** alunos de outras instituições de ensino (IEs) que cumprem programas de intercâmbio no Instituto. Da mesma forma, estudantes do IFB que participam de programas similares em outras IEs no país e no exterior. Além disso, o Instituto também recebe, excepcionalmente, estudantes que são contemplados com bolsas e desenvolvem atividades extracurriculares nas áreas de ensino, extensão, pesquisa e inovação.
3. **Estagiários do IFB:** alunos do IFB que fazem seus estágios — curriculares ou extracurriculares — em outras instituições/empresas.
4. **Entidades estudantis:** centros acadêmicos, grêmios e diretórios estudantis cuja função é representar a categoria dos estudantes do IFB.
5. **Egressos:** ex-estudantes do IFB que estão ou não no mercado de trabalho, atuando no setor produtivo ou em organizações em geral.
6. **Empresas juniores:** associações civis sem fins econômicos, constituídas e geridas exclusivamente por estudantes de graduação do IFB, conforme a Lei nº 13.267/2016, podendo envolver estudantes do ensino médio e técnico, de cursos de FIC e de pós-graduação, em composições mistas.
7. **Empresas/startups incubadas:** admitidas no Instituto por meio de edital de seleção pública lançado por uma incubadora da instituição. Podem ser residentes (quando inclui cessão de espaço físico para seu funcionamento) ou não residentes e, em geral, desenvolvem projetos de inovação, de base tecnológica ou social.
8. **Familiares dos atuais e potenciais alunos:** pessoas que desempenham papel importante na escolha dos cursos por seus filhos e os acompanham em todas as etapas ao longo de seus estudos.
9. **Docentes e gestores das escolas que abrigam os potenciais estudantes do IFB:** professores, bem como diretores ou coordenadores das instituições de ensino frequentadas pelos alunos que desejam estudar no IFB.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

10. **Empresas e associações/entidades representativas:** empresas que estão inseridas em diversos setores da economia, incluindo as empresas fundadas por egressos do IFB, e associações ou entidades que as representam.
11. **Instituições parceiras:** organizações legalmente constituídas que colaboram ou podem vir a colaborar com o IFB, tanto uni quanto multidirecionalmente, criando melhores condições para o cumprimento das missões institucionais dos envolvidos — estando a parceria formalizada ou não. A categorização dos tipos de parcerias deve ser considerada nos planos de comunicação em função da sua natureza diversificada, específica e circunstancial.
12. **Organizações da sociedade civil/Terceiro Setor:** entidades da sociedade civil comprometidas com a defesa dos direitos humanos, a preservação do meio ambiente, a liberdade de expressão, a qualidade de vida e a segurança das populações vulneráveis, dentre muitas outras causas.
13. **Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário:** representantes dos três poderes da República com atuação nas instâncias distrital e federal.
14. **Imprensa:** jornalistas que atuam nos meios de comunicação ou que exercem atividades de natureza jornalística em empresas e organizações, como assessoria de imprensa ou edição de publicações jornalísticas, impressas ou digitais. Integram, também, essa categoria os blogueiros e influenciadores que atuam nas mídias sociais.
15. **Comunidade acadêmica e científica:** conjunto amplo de pesquisadores, em várias áreas do conhecimento, que estudam, realizam investigações e publicam trabalhos especializados no país e no exterior, incluindo-se, dentre eles, os pesquisadores que são visitantes estrangeiros e brasileiros e que cooperam com a instituição para o desenvolvimento de projetos de investigação.
16. **Instituições que avaliam ou financiam atividades de ensino, extensão, pesquisa e inovação:** agências de fomento — como a Fundação de Amparo à Pesquisa do Distrito Federal (Fap/DF), a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), o Conselho Nacional de Desenvolvimento



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Científico e Tecnológico (CNPq) e a Financiadora de Estudos e Projetos (Finep) —, o Ministério da Educação e outros ministérios, bem como as Secretarias de Educação do DF e de outras áreas que podem atuar em parceria com o IFB para o desenvolvimento de projetos conjuntos.

17. **Instituições de Ciência e Tecnologia (ICTs):** órgãos ou entidades da administração pública ou entidades privadas sem fins lucrativos que tenham como missão institucional, dentre outras, executar atividades de pesquisa básica ou aplicada de caráter científico ou tecnológico.
18. **Representações sindicais:** entidades representativas das diversas categorias acadêmicas e profissionais presentes no Instituto.
19. **Conselhos de Classe Profissionais:** autarquias federais e regionais cuja principal função delegada pelo Estado é a fiscalização profissional, sobretudo aquelas responsáveis pelo registro profissional de egressos do IFB, bem como pelo reconhecimento dos cursos de formação profissional oferecidos pela instituição.
20. **Instituições estrangeiras de ensino, pesquisa, extensão e/ou inovação:** instituições com as quais o IFB se relaciona por meio da área de Relações Internacionais, visando à internacionalização da instituição.
21. **Órgãos de orientação, fiscalização e controle dos atos e ações das instituições da Rede Federal:** Ministério Público da União (MPU), Controladoria-Geral da União (CGU) e Tribunal de Contas da União (TCU), dentre outros.
22. **Administrações das Regiões Administrativas onde se situam os campi do IFB, bem como os diversos órgãos ou entidades que representam a comunidade local:** essas instâncias favorecem o diálogo com os cidadãos dessas RAs e contribuem para que o IFB esteja em sintonia com as suas demandas e expectativas.

Observação importante: O Instituto dedica atenção especial às pessoas com deficiência, que, na verdade, integram várias categorias de públicos internos e



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

externos, listados neste Guia. Por esse motivo, decidimos não criar uma categoria específica para elas. Recomenda-se, inclusive, que os documentos da Política e do Plano de Implementação da Política estejam disponíveis, por exemplo em áudio e videodescrição, para garantir as condições de acessibilidade requeridas para essas pessoas.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

APÊNDICE H - GUIA DE ORIENTAÇÕES PARA REUNIÕES DE TRABALHO DO IFB ADAPTADO DO IFSC (Em diagramação)

APRESENTAÇÃO

A comunicação interna, segundo a Política de Comunicação do IFB, compreende os processos, ações, estratégias ou canais que se destinam ao relacionamento entre a Instituição e seus públicos internos e dos públicos internos entre si. Ela está associada ao processo de gestão e à cultura organizacional e incorpora os contatos interpessoais, as relações entre servidores e todas as instâncias que permitem a interação dos (e com os) públicos internos, visando ao desenvolvimento pessoal e profissional.

No dia a dia do IFB, uma das ações mais comuns são as reuniões, assim como em todas as organizações. Elas fazem parte da vida e da rotina de profissionais diariamente. É preciso que esses espaços de discussão e tomada de decisões sejam qualificados, de modo que o planejamento dos trabalhos caminhe em direção à concretização daquilo que está sendo projetado para a instituição e que a comunicação interna seja efetiva por esse canal de relacionamento.

Muitas vezes, no entanto, pela falta de planejamento e até banalização desses espaços — tudo é motivo para se reunir por horas — o que poderia ser uma profícua dinâmica de trabalho traz a impressão de tempo perdido. E nada, ou muito pouco, é efetivamente encaminhado ou resolvido.

Este Guia tem o propósito de contribuir para o planejamento, condução, participação e avaliação das reuniões de trabalho no IFB. Cada servidor que participar desses momentos precisa tomar consciência do seu papel para tornar produtivas as horas dispensadas em torno de uma pauta elaborada, cujos encaminhamentos devem necessariamente contribuir com a missão institucional.

No foco da Política de Comunicação, as reuniões de trabalho estão conceituadas como espaços formais de comunicação interna. Assim, para otimizar esses espaços, serão apresentadas várias reflexões dentro de um protocolo a ser seguido no que diz respeito a atitudes e ações que devem ser adotadas/executadas



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

pelos integrantes de uma reunião de trabalho — seja em sua preparação, condução, avaliação ou participação como membro de uma equipe.

1 O QUE SÃO REUNIÕES DE TRABALHO NO IFB

No IFB, reuniões de trabalho são espaços formais de comunicação em que os servidores discutem uma pauta pré-elaborada para a solução de problemas ou para o encaminhamento de ações, buscando a concretização de objetivos voltados ao planejamento institucional.

As reuniões devem promover uma intervenção nas rotinas dos servidores e setores da instituição, em que consensos são gerados, a partir de discussões, para a definição da melhor solução ou para a descoberta de novos caminhos, criativos e inovadores, para as mais diferentes ações a serem executadas.

São consideradas importantes fóruns de soluções com comunicação direta. Devem reforçar a oportunidade de ampliar a base de informações, com decisões consensuais que gerem o crescimento e o desenvolvimento da equipe na sua atividade profissional.

Ainda mais: os processos de trabalho acabam por capilarizar as informações, fazendo com que, em relação ao todo, os servidores fiquem parcialmente informados. Ampliar a compreensão coletiva sobre o que é feito para obter soluções efetivas aumenta, naturalmente, a necessidade de uma reunião. Por meio desses espaços, a complexidade de uma solução pode ser diminuída pela multidisciplinaridade dos participantes, pelo intercâmbio de ideias e pelas vivências diversificadas.

2 AS REUNIÕES DO IFB

Estando este Guia direcionado a reuniões de trabalho, pode-se tipificá-las como: ordinárias, extraordinárias e específicas para determinado projeto. Não terão foco neste documento as reuniões consideradas “assembleias” (número grande de participantes), ou as de “prestação de contas” (em que todos os servidores são chamados a conhecer a evolução de um projeto de uma determinada área ou do IFB de forma geral), nem aquelas organizadas a cada início ou final de ano — ou quando



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

uma data assim o demandar — para a fala do reitor ou diretor aos servidores da reitoria ou de um *campus*.

As reuniões ordinárias são as realizadas periodicamente (semanal, quinzenal, mensal...), em data e horário previamente acordados. São convocadas pelo gestor da área/setor e regidas por uma pauta comum a todos. São aquelas realizadas, como, por exemplo, pelo Conselho Superior (Consup), por todos os colegiados que compõem a estrutura da instituição e ainda por diretorias, departamentos, coordenadorias da reitoria ou dos *campi* que assim organizam sua forma de trabalhar.

Já as extraordinárias são as realizadas quando há um tema urgente ou esporádico a ser debatido e podem acontecer a qualquer tempo. Recomenda-se que sejam convocadas com pelo menos 48 horas de antecedência. Mesmo assim, também requerem envio de pauta e eventuais documentos junto com a convocação.

As reuniões específicas para determinado projeto são aquelas que surgem da necessidade gerada a partir do andamento do planejamento. Podem envolver apenas uma pró-reitoria, uma diretoria, um departamento, uma coordenação ou acontecer com servidores de várias áreas e setores. Têm número definido de realização, de acordo com as necessidades detectadas. Aquelas realizadas por comissões com tempo determinado para o término dos trabalhos para os quais foram constituídas servem para ilustrar esse tipo de reunião. Exemplo são as reuniões realizadas pelo comitê criado para desenvolver o *site* do ingresso e que reúne servidores de três diretorias: Comunicação, TI e Ensino. Assim que o projeto estiver concluído, as reuniões passam a não mais ocorrer.

As reuniões podem ser realizadas de forma presencial e/ou virtual, por meio de videoconferência nas salas virtuais utilizadas pelo IFB. Sugere-se que todos os tipos de reuniões sigam o protocolo, desenvolvido neste Guia, para planejamento, condução, participação e avaliação.

3 ORIENTAÇÕES PARA QUEM CONDUZ A REUNIÃO

Objetivo da reunião

Quem propõe a reunião deve fazer a seguinte pergunta: “o que se pretende alcançar com essa reunião?” Um bom exercício para essa resposta é pensar: “quais seriam as prováveis consequências de não realizá-la?” Somente com o objetivo claro



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

é que se pode organizar a pauta (ou agenda) e calcular o tempo necessário para a sua concretização.

Elaboração da pauta

A pauta tem papel fundamental para uma efetiva reunião de trabalho e gera a expectativa ou motivação necessária para os participantes. Ela só pode ser elaborada tendo-se claro o objetivo da reunião e os resultados a serem alcançados.

Elaborá-la de forma objetiva e elucidativa ajuda os membros da reunião a formar opiniões, examinando com antecedência informações necessárias à sua discussão. Observem este exemplo de item de pauta: “Plano de Comunicação”. Posto dessa forma, verifica-se que é um tema que envolve muitas variantes tornando-se vago e não permitindo que os membros da reunião se preparem devidamente. Se, ao contrário, fosse colocado, por exemplo, “Discussão da Matriz SWOT/FOFA para a elaboração do Plano de Comunicação”, os participantes já poderiam buscar informações sobre essa metodologia para discuti-la na reunião e contribuir com o que for proposto.

Outro item importante na elaboração da pauta é o tempo que se tem para a realização da reunião. Às vezes, pautas muito extensas não são vencidas e a efetividade da reunião fica prejudicada, já que a expectativa não é atendida. Para evitar isso, hierarquize as prioridades e verifique a pertinência para o momento daquele item, ou ainda verifique a possibilidade de deslocá-lo para a reunião seguinte.

Também é importante mandar a pauta com, pelo menos, cinco dias de antecedência a todos os que vão participar da reunião. Se houver material de leitura para elucidar os pontos de pauta, eles devem ser enviados com o mesmo prazo de antecedência. O Consup e os colegiados da reitoria e dos *campi* devem acordar esse prazo de envio entre os participantes.

O importante é garantir que todos conheçam de fato e com antecedência os temas que serão discutidos na reunião.

Pontualidade

A pontualidade precisa ser levada em consideração. Os horários de início e de término da reunião devem ser seguidos à risca. É importante prever tempo para cada item da pauta de modo que todos sejam discutidos.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Essa preocupação com o tempo ajudará na elaboração da pauta. Ao se perceber que o tempo estipulado para a reunião não será suficiente para a discussão de todos os itens, é preciso buscar uma alternativa.

Uma possibilidade é já de início acordar um tempo maior (o que nem sempre é recomendável, pois as pessoas já têm programado seu tempo), ou sugerir uma reunião extraordinária para dar conta dos itens importantes a serem discutidos. Uma dica: se as reuniões estão sempre com pauta longa e, na maioria das vezes, não se esgota, é preciso rever a periodicidade dessas reuniões.

Durante a reunião

Quem conduz a reunião exerce um papel fundamental para sua efetividade. Algumas recomendações:

- O início da reunião deve ser cortês e motivador. Sugere-se que o condutor use o seu próprio estilo para isso. Na sequência, deverá apresentar a pauta e solicitar algum possível esclarecimento (obs.: observar que esse tempo deve ser previsto na preparação). Ao apresentar a pauta, é preciso deixar claro qual será o tempo reservado para discussão de cada item e solicitar que todos busquem cumprir o que for determinado. Caso algum tema da pauta precise de uma apresentação por parte do proponente, esse tempo também deverá ser computado.
- A fala dos participantes é o que dá sentido à reunião. O responsável pela reunião precisa garantir que todos falem e que a discussão não seja centralizada em duas ou três pessoas. Para isso, é necessário verificar se essas pessoas não estão fugindo do tema ou sendo repetitivas. Uma sugestão é abrir inscrições (o número ideal dependerá do número de participantes e do tempo de reunião) para o início do debate, com um tempo estipulado de fala, réplica e tréplica. O tempo recomendado é de 3 minutos, 2 minutos e 1 minuto respectivamente. Assim, sucessivamente, até o esgotamento do tema, dentro do tempo previsto para ele. Ao abrir as últimas inscrições, avisar quanto tempo ainda há para o tema. Se perceber que ele não será resolvido, propõe-se um encaminhamento, dando sequência à reunião.
- Durante a reunião é importante observar se todos estão atentos e participando das discussões. Se houver esvaziamento nos debates, sugere-se propor um



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

encaminhamento ou questionar os membros. O compromisso do proponente da reunião é encaminhar de forma clara e objetiva os pontos de pauta propostos e, para isso, teoricamente, todos devem participar. A solicitação da participação nominal das pessoas desatentas (a desatenção momentânea é normal) deverá ser feita de forma elegante e cortês, buscando envolvimento de todos e mantendo a reunião ativa, sem desviar do tema. É preciso, da mesma forma, garantir que seja rápida, com exposições curtas. Assim, faz-se necessário intervir quando alguém quiser falar muito ou com demasiada frequência, assim como quando alguém sair do tema. Sugestão de fala: “O assunto que estamos discutindo é... Por favor, não se afaste do tema”. A premissa de que todos vieram preparados para os debates, já que foram devidamente instrumentados com antecedência no envio da pauta e dos materiais, deverá prevalecer, e os participantes precisam ser alertados para isso.

- O encerramento da reunião precisa acontecer no tempo previsto. A partir do controle do tempo e da pauta, os participantes deverão ser avisados do término do penúltimo ponto de pauta. Ao final do horário previsto, o responsável deverá dar os encaminhamentos necessários, se, porventura, a pauta não tiver sido esgotada. O ideal é que para cada item discutido seja feita uma breve fala do encaminhamento dado, com o objetivo de relembrar os participantes. Esse item “encerramento da reunião” também precisa constar na pauta. Recomenda-se nesse momento da pauta a passagem da lista de presença. Se ela acontece em dois períodos, fazem-se duas listas, que serão passadas ao final de cada período.

Orientações para quem participa de reuniões de trabalho

- **Chegue sempre no horário previsto e saia somente ao término**

Se acontecerem imprevistos, informe ao coordenador da reunião, que dará o encaminhamento necessário.

- **Contribua com o tema em discussão preparando-se com antecedência**



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Leve papel e caneta para anotações, ou outro instrumento qualquer. Cuidado com os *tablets*, *notebooks* e afins: se mal-usados, eles servem apenas para tirar a atenção da reunião.

- **Não seja repetitivo**

Para isso, acompanhe atentamente a exposição do colega e, se perceber que sua fala em nada altera o que foi apresentado, abstenha-se de falar no momento. Aguarde o momento oportuno de contribuir efetivamente com a discussão.

- **Seja objetivo em suas contribuições**

Para isso, prepare-se. Ouça com atenção as discussões e fique atento ao horário. Todos temos direito de emitir opinião, mas cada um de nós tem o compromisso de fazê-lo de forma clara e objetiva. Não faça conversas paralelas ou não desvie do foco central da reunião para discutir assuntos que não estão em pauta. Contribua com o tema em pauta de forma prática e efetiva.

- **Preste atenção em tudo o que é dito na reunião**

Em casos de dúvidas, não tenha medo de perguntar. Por outro lado, se as questões não estiverem relacionadas ao assunto pautado, deixe para abordar o gestor ao final do encontro. Para garantir que não se esquecerá de nada do que foi abordado, anote as orientações. Ao sair da reunião, é recomendável refletir sobre tudo o que foi discutido e traçar os próximos passos das suas atribuições.

- **Conecte-se à reunião**

As horas dedicadas àquele encontro são para resolver as questões relacionadas a ele. Todas as outras devem ter sido encaminhadas por você de outra forma. Assim, não se esqueça de desligar o celular ou de deixá-lo em modo silencioso. Ao entrar em uma sala de reunião, essa é a primeira atitude que deve ser tomada. Se você espera uma ligação importante, o ideal é avisar o coordenador da reunião. Nesses casos, opte por deixar o telefone no modo silencioso. Caso ele toque, não o atenda se abaixando na cadeira. Peça licença e saia da sala. Também os outros aparelhos devem estar desligados, principalmente os que possibilitam a conexão com a internet. Caso contrário, somos tentados a responder e mandar mensagens, *e-mails* e outros, e a produtividade da reunião cai, ou — o que é pior — decisões podem ser tomadas sem que participemos delas.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

- **Acione o seu suplente quando precisar faltar.**

Se você é membro eleito de um colegiado e tem seu suplente, é sua obrigação avisá-lo sobre uma possível ausência sua. Faça isso com a maior antecedência possível e repasse a ele todas as informações (pauta, documentos) sobre a reunião. Depois, busque com ele os encaminhamentos/decisões tomadas.

- **Comportamentos e posturas**

Alguns comportamentos e posturas podem comprometer o desenvolvimento da reunião. Manias como bater os dedos na mesa, os pés no chão ou abrir e fechar a tampa da caneta repetidamente até podem parecer inofensivas, mas, geralmente, desviam a atenção dos demais participantes e, conseqüentemente, colocam em xeque o rendimento do encontro.

As conversas paralelas, risos, cochichos ou bilhetinhos também devem ser banidos, mesmo quando se referem ao mesmo assunto em discussão. Ou você comenta com todos os participantes ou permanece em silêncio. Se a reunião está cansativa e o sono já começa a incomodar, opte por anotar o que está sendo falado. Não se recomenda ficar fazendo desenhos ou mexendo em aparelhos eletrônicos (aliás, eles não devem ser usados, lembra?). Demonstrar desinteresse pela reunião pode ser um grande erro, além de transparecer falta de maturidade e comprometimento profissional.

- **Reuniões virtuais.** Todas as orientações para uma reunião presencial valem para a participação em reuniões virtuais. Dentro do possível, deixe a câmera aberta e o microfone fechado. Quando for falar, acione o botão “levantar a mão”, aguarde a sua vez e abra o microfone e a câmera (caso ela esteja fechada). Use o *chat* como ponto de apoio, mas evite utilizá-lo para discussões. O ideal é apresentar suas ideias e comentários por meio de voz. A conversa paralela no *chat* pode tirar a atenção dos participantes e de quem conduz a reunião. Esteja presente na reunião virtual. Não é ético entrar na sala virtual, fechar a câmera e fazer outras atividades.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

4 ROTEIRO DE UMA REUNIÃO DE TRABALHO

Este é um roteiro básico de uma reunião de trabalho e pode ser adaptado para reuniões mais ou menos informais. O padrão aqui apresentado é adequado às reuniões ordinárias de conselhos e colegiados aqui nesta instituição.

a) Elaboração da pauta

b) Convocação, com antecedência mínima de cinco dias, feita pelo coordenador (ou presidente quando se tratar de conselho ou colegiado).

Lembre-se de que essa convocação é protocolo, já que o calendário das reuniões deve ter sido definido no primeiro encontro. A convocação ratificará o horário, a data e o local da reunião. Deve ser acompanhada da pauta e demais documentos necessários à leitura antecipada pelos participantes.

c) Execução da reunião, que inclui:

- Abertura e verificação de quórum. Reuniões de trabalho devem ter representatividade de 50% +1 para terem valor de decisão.
- Leitura da ata ou súmula da reunião anterior. É recomendável que toda reunião tenha seu registro e que este seja aprovado por todos que participaram da reunião. As atas ou súmulas das reuniões do Conselho Superior (Consup), do Colégio de Dirigentes (CD) e do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão (Cepe) devem ser publicadas em espaço próprio, já que são de interesse de toda a instituição.
- Apresentação da pauta pelo coordenador (ou presidente) da reunião.
- Discussão dos pontos de pauta. Aqui, ratifica-se a importância de o coordenador da reunião estar atento aos tempos estipulados para cada item. Em Conselho e Colegiados, quando os pontos discutidos forem polêmicos e haja necessidade de votação para a tomada de decisão, o presidente deve encaminhá-la, com o seguinte cuidado: presença de 50% +1 dos membros. O Presidente do Colegiado exerce o voto de minerva, ou seja, somente poderá votar nos casos de empate nas decisões do Colegiado.

d) Encerramento da reunião (com resgate dos principais pontos encaminhados).



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

5 ORIENTAÇÕES GERAIS

- Ajustes podem ser feitos a partir da necessidade de cada equipe que se reúne. Um exemplo disso é a forma como a pauta pode ser construída. Pode ser feita com a solicitação/demanda de todos os participantes (por *e-mail*, por exemplo), o que precisa ser feito com antecedência, para que a convocação aconteça no prazo estipulado.
- Toda reunião precisa de um coordenador, de um secretário e de um cronometrista. Esses dois últimos terão a responsabilidade pela redação da ata (ou súmula) e pela condução do tempo, respectivamente. O coordenador pode ainda designar algum membro para fazer inscrições de fala, quando for o caso, ou pedir ao secretário que execute essa função.
- As decisões de Conselho ou de Colegiado devem ser publicadas em Resoluções, em espaço próprio, e merecem ampla divulgação.
- As atas ou súmulas devem ser de conhecimento de todos os membros e, quando for o caso, de publicação, e devem estar aprovadas por todos os que participaram da reunião.
- Após a reunião deve haver o controle/avaliação com dois objetivos: primeiro, para efetuar uma breve avaliação do que foi a reunião; segundo, para acompanhar e implementar as resoluções efetivadas. O compromisso por essa avaliação deve ser de todos e coordenado pelo condutor da reunião. Uma ideia é fazê-lo no item “encerramento da reunião”.
- Sempre que for necessário, deve-se nomear uma pessoa ou uma comissão para acompanhar os desdobramentos das decisões tomadas.
- As reuniões transmitidas ao vivo pela TV IFB no canal do *Youtube* ou por outros canais síncronos, como videoconferência ou webconferência, devem ter especial atenção dos participantes, que só devem falar com o microfone. Isso evita que as pessoas que estão acompanhando *on-line* fiquem sem ouvir as contribuições dadas.
- As reuniões feitas virtualmente via *web* ou por videoconferência devem seguir o protocolo aqui apresentado. A única diferença é que as pessoas estarão



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

fisicamente distantes, mas a interação deve ter o mesmo princípio de uma reunião presencial.

- Ao falar, use um tom de conversação, mas garanta que todos os participantes estejam ouvindo.
- Evite expressar suposições ou generalidades em uma reunião (falar de problemas e entraves de um modo geral para justificar qualquer que seja seu argumento), existe um tema que está sendo debatido e é esse o foco. Não aproveite sua fala para outros objetivos.
- Não interrompa quando outra pessoa estiver falando.
- Discorde com profissionalismo: se alguém fizer alguma afirmação com a qual você não concorda, não discuta, pergunte a essa pessoa por que pensa daquela maneira, ou seja, você pode questionar a ideia, não a pessoa. O ideal é procurar averiguar porque a pessoa pensa daquele modo e buscar um consenso na resolução do problema.
- Quem estiver em um setor em que não se valorizem reuniões eficazes e produtivas, o trabalho para obtê-las será muito maior e os resultados muito menores. Assim, todos estão convidados a trabalhar no sentido de mudar essa cultura. E isso significa, por exemplo, incentivar os colegas para que as reuniões sejam sempre bem preparadas; que comecem e terminem na hora agendada; que se tenha sempre em conta o princípio da economia, ou seja, obter o máximo com o mínimo e, conseqüentemente, maximizar a relação tempo/produtividade.

Em suma, o objetivo é buscar a motivação para fazer reuniões dentro da máxima produtividade. Para que isso aconteça, é preciso competência, esforço e determinação não só do coordenador ou proponente da reunião, mas de cada um que dela participar. Os resultados virão sob a forma de um trabalho mais efetivo, flexível e motivador, e a frase “aqui as reuniões funcionam e valem o tempo que se gasta com elas” será uma regra de ouro nesta instituição.

6 ORIENTAÇÕES PARA A REDAÇÃO DE UMA ATA OU SÚMULA

ATA



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

A redação da ata cabe ao secretário ou assessor da chefia. A ata, de acordo com Hernandes (2009, p. 304), é “um resumo escrito do que se disse ou se fez na reunião”, ou seja, é o documento no qual se registram, de forma clara e resumida, as ocorrências de uma reunião.

Os principais procedimentos na elaboração da ata são o registro da data e o horário da reunião, bem como o nome das pessoas que estavam presentes. Utiliza-se também a lista de presença, na qual todos os presentes na reunião (convocados e convidados) registram sua presença. A ata também é assinada pelos participantes da reunião. O texto deve ser redigido de forma que impossibilite qualquer alteração do texto original. Não pode conter rasuras, parágrafos e alíneas. No caso de alguma incorreção constatada após assinatura dos presentes, pode ser feita correção na ata posterior.

Em todas as atas, devem constar os seguintes elementos:

- dia, mês, ano e hora da reunião, sempre por extenso;
- local da reunião;
- pessoas presentes (com suas respectivas qualificações ou representações);
- pauta;
- ordem do dia;
- fecho.

SÚMULA

É o registro simplificado dos fatos transcorridos e das decisões tomadas em reuniões. Os modelos de Ata e Súmula estão disponíveis no Sistema Unificado de Administração Pública do IFB (SUAP).

7 BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

FORSYTH, Patrick. **Como fazer reuniões produtivas**. São Paulo, Nobel, 2001.

KAYE, Steve. **Manual de bolso do gerente: reuniões produtivas**. Rio de Janeiro: Qualitymark Editora, 2002.

MEDEIROS, J.B; HERNADES, S. **Manual da secretária: técnicas de trabalho**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

SILVEIRA NETO, Fernando Henrique. **Outra reunião? Teoria e prática para a realização de reuniões eficazes**. 4. ed. Rio de Janeiro: COP Editora, 1994.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

SNAIR, Scott. **Chega de reunião:** menos conversa, mais ação. Rio de Janeiro: Campus, 2003



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

APÊNDICE I - MANUAL DE ATENDIMENTO AO PÚBLICO DO IFB ADAPTADO DO IFSC

(Em revisão ortográfica e diagramação)

APRESENTAÇÃO

De acordo com a Política de Comunicação do IFB, a comunicação é de responsabilidade de todos os servidores, que devem contribuir para o fortalecimento da imagem e reputação da instituição.

Quando o assunto é Atendimento ao Público, é ainda mais forte a necessidade de uma comunicação de excelência, já que estaremos tratando com os públicos estratégicos, ou seja, com as pessoas que impactam o IFB ou por ele são impactadas.

Precisamos ter informações precisas quando somos questionados, mesmo que não trabalhem diretamente com um público específico. Devemos ter consciência de que somos servidores públicos e carregamos esse legado, em qualquer lugar em que estejamos; somos a imagem do IFB e respondemos por ele, quer na vida social, quer na profissional. Essa situação pode ser remetida até para uma conversa informal em um ponto de ônibus, por exemplo, no caso de sermos questionados sobre nossa instituição.

Este manual tem por objetivo buscar uma linguagem que nos identifique também no relacionamento com nosso público, interno ou externo. Assim, aqui você encontrará orientações para atendimento eletrônico (ao telefone, e-mail e redes sociais); atendimento pessoal; atendimento por correspondência; como deve ser o serviço de recepção e também a Ouvidoria.

Além disso, este Manual apresenta o conceito de Atendimento ao Público, bem como a diferença entre atendimento e tratamento, para a efetividade na comunicação, na construção e solidificação da identidade e da imagem de um serviço público de qualidade.

1 O ATENDIMENTO NO SERVIÇO PÚBLICO

Sociedade é o conjunto de cidadãos que mantêm relações entre si e compartilham regras para a vida coletiva. Ao governo, cabe exercer o poder político. Aos servidores, cabe organizar a estrutura do Estado e atender o cidadão, em seu



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

relacionamento com as diversas instâncias - por isso usa-se a denominação serviço público.

Assim, em primeiro lugar, vem a sociedade. Depois vem o Estado, que compreende o governo e o serviço público. O Estado não é uma empresa e sim um empreendimento com fins sociais. O lucro do serviço público é o bem estar do cidadão.

Com isso, a premissa mais importante para este manual é: "O servidor público é servidor do público". Isso significa dizer que, quando um de nossos públicos estratégicos nos procura, ele é um usuário-cidadão e não um cliente-consumidor. Nós somos clientes quando vamos às compras em um comércio qualquer, para adquirir roupas, comida, eletrodomésticos...

No serviço público nós somos cidadãos buscando atendimento. Interessante observar que o termo "servidor" para o detentor de um cargo público pretende reforçar a ideia de que a missão desse profissional é prestar serviço e oferecer atendimento ao cidadão. Essa é uma relação diferente daquela existente entre um cliente e um vendedor. O serviço público não vende produtos, mas sim disponibiliza serviços para a comunidade. No nosso caso, ofertamos educação pública, gratuita e de excelência.

2 A IMPORTÂNCIA DO BOM ATENDIMENTO

O Instituto Federal de Brasília deve manter com todos os seus públicos uma boa relação, buscando a proatividade, ou seja, visando a uma interação consciente, permanente e planejada.

O que isso significa, quando estamos falando de atendimento ao público? Significa, acima de tudo, que esse serviço solidifica a nossa marca e a nossa imagem a partir de uma identidade que estamos a cada dia construindo.

Na prática, essa identidade compreende o que somos, o que fazemos, o que dizemos e como fazemos e dizemos. É fundamental, pois, que no bom relacionamento com nossos públicos de interesse isso seja também uma forma de construir a marca IFB.

São eles, nossos públicos – externos e internos – que carregam ou que veiculam nossa maneira particular de fazer educação profissional com excelência. Se o IFB, em qualquer de suas possibilidades de relacionamento com eles, o fizer de



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

maneira ágil, competente e efetiva, mais rapidamente seremos reconhecidos, valorizados e procurados pelo serviço que prestamos à sociedade.

Falar de atendimento ao público significa dizer que o servidor do IFB precisa estar preparado para sua interação com o público e precisa dedicar-se a isso.

Preparação: Estar preparado é conhecer de fato o IFB, sua missão, visão e valores, seu planejamento estratégico. Isso implica o necessário conhecimento do funcionamento do IFB no seu todo e em suas particularidades, ou seja, o que faz o IFB e aquilo que você faz no IFB. Essa preparação é fator preponderante na construção das habilidades emocionais exigidas nas relações sociais inerentes à situação de atendimento. Os servidores que atendem o público na instituição são a imagem dela.

Dedicação: O atendimento pressupõe uma ajuda de uma pessoa à outra. Sempre que um servidor atende alguém, ele está se relacionando com outra pessoa. E isso não pode acontecer de maneira efetiva se não houver a dedicação ao momento que está vivenciando. Além das palavras, existe um mundo infinito de nuances e prismas diferentes que geram energias ou estímulos que são percebidos e recebidos pelo outro, pelos quais a comunicação se processa. Um olhar, um tom de voz um pouco diferente, um franzir de cenho, um levantar de sobrancelhas são sinais que podem comunicar muito mais do que uma mensagem manifestada por meio de palavras.

Cordialidade: quando falamos em bom atendimento, normalmente pensamos em atendimento cortês e imaginamos um funcionário gentil, com um grande sorriso. Cortesias básicas, como sorrir ou dizer “Às suas ordens”, “Por favor”, “Muito obrigado” são indispensáveis, sim, no contato com o público, mas, por si só, não garantem o bom atendimento. O bom atendimento implica a satisfação da demanda de informação, produto ou serviço solicitado aliado a um tratamento cortês. Trate bem as pessoas, cuide de sua postura nos momentos de estresse e, durante os conflitos, seja gentil.

Empatia e respeito às diversidades: Empatia é a capacidade de se identificar com outra pessoa, é se colocar no lugar do outro e, por isso, compreender escolhas, alegrias, medos, arrogância, etc, sem julgamentos. Desta forma, as atitudes empáticas envolvem compreensão, aceitação e disposição. a comunicação deve ser inclusiva, feita com empatia e com respeito às diversidades, possibilitando o acesso em igualdade de oportunidades. O Manual de Comunicação Acessível e o seu Guia



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Prático deve ser adotado como referência em todas as formas de comunicação no IFB.

3 COLOCANDO ESSAS REFLEXÕES PRÁTICA

Nós somos uma instituição de ensino multicampi. Isso implica dizer que será muito mais efetivo o atendimento quando tivermos a consciência de que fazemos parte de um todo, de um conjunto maior e interdependente. Se temos uma visão sistêmica, ou seja, se conhecemos bem o IFB como um todo, isso facilitará muito nosso trabalho de atender as pessoas que nos procuram para o que quer que seja em relação à nossa instituição.

Quando falamos em visão sistêmica, estamos querendo dizer que a Reitoria, os campi e seus respectivos setores formam um todo. Além disso, esse termo implica compreensão do inter-relacionamento entre as partes componentes desse sistema. Quanto mais tivermos essa visão, tanto melhor enxergaremos esse todo e sentiremos a necessidade de compreendê-lo para dar as respostas com tempestividade e suficiência, ou seja, dentro do prazo e com real atendimento do que nos foi solicitado.

Vamos entender melhor o que significam esses dois termos?

Tempestividade: atender no prazo é muito importante hoje. As pessoas estão sempre com pressa, pois somos todos escravos do tempo. No passado, a tempestividade não era valor no atendimento, mas hoje é um importante diferencial.

Suficiência: para ser bom, o atendimento deve ser completo. Não pode ficar faltando informação ou alguma etapa do serviço. É preciso estar atento: suficiência não significa ir além, mas sim fazer tudo e apenas o que é necessário para atender à demanda a nós feita.

A pergunta que podemos fazer agora é: o que fazer para colocar isso em ação no jeito IFB de atender o público?

Para responder a essa pergunta, precisamos, primeiro, refletir sobre determinadas questões:

- a) Eu, como servidor(a), tenho visão sistêmica de minha atividade?
- b) Para que o IFB existe?
- c) Qual a missão, a visão e os valores do IFB?
- d) Quais os objetivos estratégicos do IFB para cinco anos? Eu conheço o PDI?



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

- e) Quem compõe o IFB? Quais seus *campi*, pró-reitorias, diretorias, departamentos, coordenadorias?
- f) Onde eu me encontro nessa instituição?
- g) Qual minha função aqui? Como isso contribui para o cumprimento dos objetivos do IFB?
- h) Como a minha atividade se relaciona com as demais no IFB?

Se procurarmos responder a todas essas questões e, mesmo que não saibamos todas as suas respostas, se procurarmos discutir com nossos colegas, conseguiremos, certamente, qualificar o que fazemos e, em consequência, qualificar o nosso atendimento ao público, qualquer que seja ele ou a situação em que acontecer essa necessidade: dentro do IFB ou fora dele.

4 PADRÃO DE ATENDIMENTO NO IFB

4.1 Ao telefone

Atenda com profissionalismo.

Nem sempre sabemos quem está do outro lado da linha. Pode ser qualquer um de nossos públicos (internos ou externos) ou até mesmo uma ligação errada. Atender ao telefone com “e aí?”, um “alô” ou um “pronto” não é o recomendado.

Identifique-se.

Recomenda-se a seguinte identificação nas ligações externas:

- Na Reitoria: IFB, nome do setor, seu nome, saudação (bom dia, boa tarde, boa noite).
- Nos *campi*: IFB Campus xxxx, nome do setor, seu nome, saudação (bom dia, boa tarde, boa noite).

Recomenda-se a seguinte identificação nas ligações internas:

- Na Reitoria e nos *campi*: nome do setor, seu nome, saudação (bom dia, boa tarde, boa noite).

Se o interlocutor não se identificar, pergunte “Senhor (ou senhora), com quem estou falando? e como posso ajudá-lo(a)?” Isso permite que o interlocutor saiba que está sendo tratado pessoalmente e também é importante que você faça anotações para o caso de precisar entrar em contato com essa pessoa de novo, ou transferi-la para outro ramal.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Se a pessoa com quem estão tentando falar não está disponível (por qualquer motivo: desde ausência ou impossibilidade de atendimento), diga: “Perdão, no momento o(a) senhor(a) xxxx não está disponível. Quer deixar algum recado? Posso ajudá-lo(a) de alguma outra forma?”

Concentre-se no seu atendimento.

Recomenda-se não atender ao telefone digitando ou lendo algo, por exemplo, sem parar essas tarefas no momento do atendimento. Saiba que a expressão que você quer projetar a quem está atendendo faz toda a diferença; se você estiver sorrindo, de bom humor, de cara feia, entediado, assoberbado ou desatento, sua voz revelará isso ao seu interlocutor. Repetir o nome da pessoa durante a conversa faz com ela perceba que você realmente está dando atenção.

Ouçá atentamente.

Busque identificar claramente o motivo da ligação e responda de acordo. Certifique-se de anotar o nome da pessoa, número de telefone e propósito da ligação. Dessa maneira, se for uma chamada importante, o problema pode ser enfrentado tão rápido e eficientemente quanto possível.

Se a ligação não for para você.

Quando você receber uma ligação e o problema não for com você e, além disso, não tiver certeza de quem é a responsabilidade por tal assunto, comprometa-se em ligar em seguida, passando a informação com segurança. E ligue! Evite que o interlocutor passe por diversas pessoas até chegar ao que busca. Se precisar transferir a ligação a um outro setor/pessoa, informe antes ao interlocutor o setor, o ramal e a pessoa para contato. Se a ligação se perder, ele saberá o que fazer para obter o contato.

Ao passar a ligação para outro setor ou pessoa, informe o assunto, para que o interlocutor não precise contar o problema do zero.

4.2 Atendimento por e-mail

O atendimento por e-mail nem sempre é uma tarefa fácil e exige um tempo bastante grande do nosso dia a dia. Por outro lado, é uma excelente maneira de solidificar profissionalmente nossa imagem e reputação, gerando credibilidade para nossa instituição.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

O e-mail institucional deve ser usado apenas para assuntos de trabalho. No IFB, o padrão para esse tipo de atendimento é:

- Você pode enviar a mensagem para um endereço de e-mail ou para mais de um endereço de e-mail. Lembre-se de enviar somente às pessoas interessadas. Caso o assunto não seja de interesse de todos da lista escolhida, envie diretamente aos endereços das pessoas que deseja atingir.
- Preencha sempre o campo “assunto” da mensagem com um título que resuma o seu comunicado.
- Ao reencaminhar uma mensagem recebida, é importante escrever um texto breve dizendo do que se trata o encaminhamento, assim você evita que o receptor não compreenda o sentido da mensagem.
- Inicie o e-mail com uma saudação, como por exemplo “Olá, bom dia, prezado senhor”, ou nominalmente “Olá, Fulano”, conforme a formalidade ou o interlocutor demandarem.
- Não escreva textos longos, pois a leitura feita na tela pode ser exaustiva e causar fadiga no receptor, portanto escreva o necessário. Caso o objetivo seja o envio de materiais para leitura, use a opção de criação de *hiperlinks* ou anexe documentos às mensagens. Também recomenda-se deixar linhas em branco entre blocos de texto para que o texto fique mais fácil de ler e mais leve em sua visualização.
- Não escreva utilizando letras maiúsculas. Elas são identificadas no meio eletrônico como se o emissor da mensagem estivesse gritando, portanto, essa prática deve ser evitada.
- Configure o seu texto para ser exibido em uma fonte padrão de leitura em tela, como Arial, Verdana, Trebuchet ou Tahoma. Times New Roman é uma fonte mais adequada para impressos.
- Lembre-se de sempre finalizar o seu e-mail de forma cordial, como por exemplo: “Cordialmente, Respeitosamente, Atenciosamente”, ou mesmo de um modo mais informal, “No aguardo da sua resposta, Obrigada pela atenção, Abraços”. O que vai determinar essa cordialidade é o receptor da mensagem.
- Nunca esqueça de assinar suas mensagens de e-mail. Recomenda-se que todos os servidores usem como assinatura no e-mail conforme [Tutorial](#) - e mantenham a assinatura mesmo nos e-mails entre servidores. O uso do *e-mail*



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

institucional é regulamentado pelas portarias [nº 3 de 30 de março de 2012](#) e [nº 9 de 05 de novembro de 2018](#), e detalhado na [Norma complementar nº 4](#). Como referências na escrita dos e-mails Institucionais devem ser utilizados a redação oficial do [Manual de Redação da Presidência da República](#) e o [Vocabulário Ortográfico da Língua Portuguesa](#) da Academia Brasileira de Letras.

Boas práticas

- Não utilize provérbios, citações, frases motivacionais ou religiosas nas assinaturas de e-mail. Nem todo mundo compartilha da sua opinião, portanto elas devem ser evitadas.
- Não use o e-mail institucional para envio de “correntes” (e-mails com assuntos como simpatias e histórias engraçadas que devem ser repassadas a um determinado número de pessoas), ainda que seja para seus colegas de trabalho mais próximos.
- Dependendo do destinatário de seu texto - especialmente se for público externo do IFB -, evite abreviações de palavras (vc, qto, pq, tb, por exemplo) e de siglas (como FIC, CDP, Consup, PPC, PDI...).
- Evite enviar muitos e-mails ou gerar duplicidade de envio, pois sobrecarregará as caixas de e-mail dos seus colegas. Por isso, antes de repassar um e-mail, confira a pertinência do e-mail e para quem ele já foi enviado.
- Evite enviar arquivos anexados muito pesados, pois isso sobrecarrega o sistema de e-mails do IFB.
- As mensagens direcionadas a todos os servidores devem ser solicitadas com antecedência À DICOM que fará o encaminhamento para a lista @todos. Antes de solicitar a mensagem para a lista, pense se o conteúdo interessa àquelas pessoas – tanto em termos de pertinência como de abrangência. Coloque-se no lugar do outro: eu gostaria de receber essa mensagem? Essa mensagem é útil para mim como servidor do IFB?

4.3 Atendimento nas redes sociais

O atendimento nas redes sociais institucionais precisa seguir os mesmos princípios norteadores gerais. Deve-se ressaltar que o alcance dessas mídias pode ser



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

bastante diverso, tanto geograficamente (podemos ter leitores de qualquer lugar, inclusive de outros países) quanto na diversidade de públicos atingidos (servidores, alunos, ex-alunos, futuros alunos, imprensa, entre outros).

Outra característica desses meios é a imprevisibilidade e pouco controle sobre a difusão da informação. Um comentário ou uma foto podem ser compartilhados por milhares de pessoas, aleatoriamente, sem o controle de quem a publicou. Por isso, a má conduta nas redes sociais pode potencializar crises, provocar embates com públicos de interesse, difundir informações equivocadas ou de âmbito restrito ou estratégico, além de expor negativamente o IFB e seus públicos internos.

O atendimento ao público nas redes sociais pode se dar de algumas formas, como mediação e resposta a comentários e resposta de questionamentos inbox, respostas a postagens no Twitter, entre outros, dependendo da mídia social utilizada. Cada mídia social precisa ter um responsável pelo atendimento ao público.

Este servidor terá a incumbência de responder às dúvidas e aos comentários. Quando não puder fazê-lo por conta própria, deve procurar o responsável pelo setor para obter informações precisas e completas. O responsável pelo setor deve atender rapidamente ao pedido do servidor que está à frente das respostas nas redes sociais, atendendo ao princípio da tempestividade.

As respostas devem ser objetivas e impessoais, visto tratar-se de um perfil público, e não pessoal do servidor. Seguem algumas dicas a serem seguidas nas redes sociais institucionais:

- Sempre utilize saudações como “Bom dia”, “Boa tarde”, “estamos à disposição para mais esclarecimentos” etc.
- Se o comentário tiver alguma relação com matéria publicada anteriormente no site do IFB ou nas páginas dos *campi*, forneça o link para que a pessoa acesse mais informações.
- Sempre que possível, forneça outras formas de contato sobre o mesmo assunto. Exemplo: se for algum questionamento relativo ao Ingresso, disponibilize link para inscrições, e-mail para tirar dúvidas, telefone para contato e endereço físico do *campus*.
- Recomenda-se utilizar a *hashtag* relacionada ao assunto solicitado, para que a pessoa que fez o questionamento ou comentário tenha acesso a outras



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

informações sobre o mesmo assunto (exemplo: #vem_pro_ifb para campanha de ingresso).

- Quando possível, marque a pessoa citada no comentário/resposta (ex: @fulano) para que ela veja que foi mencionada.
- Os comentários e perguntas são postados a qualquer hora, nos finais de semana, por exemplo. Quando necessário, é preciso esclarecer que o atendimento no IFB é realizado em horário comercial, e que as respostas serão dadas nesse período. Porém, responda sempre o mais rápido possível, atendendo ao princípio da tempestividade.
- Fazer críticas agressivas em uma mídia social é mais fácil que pessoalmente ou por telefone. Em caso de postagens com mensagens ofensivas, o servidor do IFB deve manter a polidez, respondendo de forma objetiva. Nos casos em que a crítica não seja direta ao IFB, a postagem pode ser ignorada. Em casos mais graves, será necessário levar à DICOM para fazer a gestão de crise e decidir se a postagem será apagada ou não. Este último recurso não deve ser utilizado para qualquer postagem, para não passar a impressão de censura ou controle.
- Assim como por e-mail ou na comunicação impressa, o interlocutor não pode avaliar suas expressões ou tom de voz. Por isso seja objetivo: evite frases de duplo sentido ou irônicas.
- Não responda de forma pública mensagens de caráter pessoal, ou que foram enviadas de forma privada. O mesmo vale para os e-mails.
- Nunca aceite fazer parte de grupos ou curta páginas de empresas privadas, partidos políticos, promoção pessoal ou que não tenham relação com as atividades do Instituto.
- Lembre-se de que tudo o que é postado na internet fica registrado. Essas informações podem ser utilizadas, inclusive, como prova judicial.

4.4 Atendimento pessoal

O atendimento pessoal deve primar pela cortesia, objetividade, empatia e respeito às diversidades. Quem o procura para tratar de qualquer tema (qualquer que seja o público) quer ser atendido em sua solicitação. Como diz o velho ditado, “a primeira impressão é a que fica”. Se você é bem atendido na primeira vez em que vai



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

a algum lugar, a imagem positiva logo é armazenada na sua mente e você sempre terá como referência aquele lugar.

Aqui no IFB, isso serve para atendimentos a públicos externos e internos também. Somos levados a crer que, quando se fala em atendimento, a referência é feita a apenas pessoas externas. Isso não é verdade. Nos vários setores da Reitoria e dos *campi* também fazemos atendimentos a colegas servidores que precisam de orientação, e isso é um atendimento pessoal, no foco deste manual.

Veja a seguir algumas recomendações para criar um padrão mínimo a fim de que todos os nossos públicos sejam muito bem atendidos e vejam a excelência do nosso trabalho.

Acima de tudo, ouça.

Não interrompa a pessoa enquanto ela está solicitando a informação. Deixe-a falar mesmo que esteja enganada, exaltada ou que você saiba o que ela dirá a seguir. Enquanto escuta, aproveite para entrar em sintonia com ela, praticando a empatia. Coloque-se no lugar dela e tente ajudá-la da melhor maneira possível.

Pratique o atendimento humanizado.

Todo mundo tem dias ruins: a pessoa pode estar mal-humorada porque brigou com alguém ou ficou parada no trânsito. Tente melhorar a situação adotando um tom de voz calmo e agradável.

Busque dar informações qualificadas.

Tenha certeza da informação que vai dar. Não suponha algo que você não tenha certeza. Para exemplificar: uma pessoa nos pergunta onde fica o setor tal ou uma pessoa tal. Nós, mesmo sem termos a certeza, dizemos: “ah, é na sala X”. Podem ter acontecido mudanças e a nossa informação, pois, tornar-se incorreta. Isso, no mínimo, mostra desorganização de nossa instituição e gera insatisfação para a pessoa que foi atendida, que chegará ao local e será mandada a outro. Coloque-se no lugar de quem pediu a informação. Só dê a informação com segurança ou busque ajudar de outra forma, mas empenhe-se na solução do problema.

Tenha postura pró-ativa.

É muito desagradável sentir-se perdido em um lugar desconhecido. Assim, se vir uma pessoa com dificuldades de localizar-se, ofereça para ajudá-lo e faça isso com cordialidade e rapidez.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Busque a prontidão no atendimento.

Não faça a pessoa esperar. Ao chegar ao seu setor para ser atendida, mesmo que você esteja em meio a um processo que não possa ser interrompido, cumprimente a pessoa e diga a ela que em seguida a atenderá.

Demonstre disposição.

Forneça a informação ou atenda à solicitação com a maior abrangência possível. Demonstre interesse e cordialidade para prestar esclarecimentos ou forneça soluções voltadas àquilo que a pessoa vem buscar. Seja objetivo e esclarecedor. Prepare-se para isso. Lembre-se da visão sistêmica mencionada no início deste manual! Pratique-a.

4.5 Atendimento por correspondência

Além do atendimento por e-mail, o IFB adota o Sistema Unificado de Administração Pública (SUAP) para envio de memorandos e abertura de chamados. Recomenda-se atender o mais rápido possível todas as solicitações que nos chegam via SUAP, qualquer que seja ela e o seu trâmite necessário. Organize seu tempo para que as respostas sejam feitas em tempo adequado, com linguagem clara, objetiva e obedecendo ao padrão culto da linguagem.

4.6 O serviço de recepção

Muitas vezes, o primeiro contato de qualquer pessoa que chega em nossas instalações, seja via telefone ou pessoalmente, é por meio de um(a) recepcionista. O recepcionista é um prestador de serviço que exerce papel estratégico dentro do IFB.

Reconhecer sua importância e responsabilidade é vital para o bom atendimento. É importante que o recepcionista tenha clareza das suas atividades, deveres, direitos, rotinas, responsabilidades, limites de autonomia e expectativas da sua liderança. Precisa estar atento ao planejamento diário, ter controle das providências a serem tomadas e pode, também, dar à chefia sugestões que contribuam para o aumento da eficácia do trabalho.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Os responsáveis por esse serviço normalmente são terceirizados e precisam ser treinados e qualificados para melhor atender quem busca o IFB. Eles devem se sentir responsáveis também por nossa instituição e têm as seguintes atribuições:

Receber chamadas telefônicas

Sempre atender telefonemas de maneira cordial e dirigir a ligação ao setor solicitado. Para isso, deve munir-se de todas as informações necessárias a esse encaminhamento. Muitas vezes é preciso anotar um recado. Se isso acontecer, o recado deve ser dado imediatamente após a ligação. O padrão indicado para esse serviço de atendimento ao telefone é:

- Na Reitoria: Instituto Federal de Brasília, Reitoria, recepção, bom dia, boa tarde ou boa noite. Em que posso ajudar?
- Nos *campi*: Instituto Federal de Brasília, *campus* X, recepção, bom dia, boa tarde ou boa noite. Em que posso ajudar?

Acolher as pessoas

A pessoa na recepção tem a função de representar a instituição de maneira positiva, com simpatia e profissionalismo para com visitantes ou servidores. Uma saudação cordial e alegre sempre é bem-vinda.

Fazer a identificação de visitantes

Embora seja vital que o recepcionista passe uma imagem profissional e deixe os visitantes à vontade, um recepcionista às vezes tem que fazer uma triagem de visitantes. Em uma era de preocupações maiores com segurança, um recepcionista pode precisar confirmar quem é o visitante, pedir o documento de identidade ou checar para ver se a pessoa está na lista de visitantes. É recomendável entrar em contato com o setor a que a pessoa deseja ir e anunciá-la.

Enfim, qualquer que seja a forma de atendimento, nossos públicos precisam ter suas necessidades atendidas de forma efetiva e ágil. Mantenha esse foco e busque, sempre que possível, superar as expectativas. Assim, também por essa forma de relacionamento, construiremos uma imagem positiva do IFB.

5 BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

EMBRAPA. Manual de atendimento ao cliente. Brasília: Embrapa, 1997.

LORENZETTI, G. B. de F.; VULCANO, M. S.; SANTION, M. (Org.). Programa



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

de excelência no atendimento ao cliente: pratique e provoque melhorias. Campinas: AFPU-Unicamp, 2010.

MANUAL de atendimento e serviço ao cliente. Revista DIRIGIR, Lisboa. ENAP. Curso de atendimento ao cidadão. 2014.

PROGRAMA DE EXCELÊNCIA NO ATENDIMENTO AO CLIENTE. PEAC.
Disponível em: <<http://www.peac.rei.unicamp.br/apresentacao.php>>. Acesso em: 20 mar. 2014.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

APÊNDICE J - TERMO DE CESSÃO E AUTORIZAÇÃO DE USO DE DIREITOS DE IMAGEM

(Em diagramação)

Pelo _____ presente _____ instrumento, eu _____ RG/CPF _____ / _____, aqui denominado(a) cedente, cedo e autorizo o INSTITUTO FEDERAL DE BRASÍLIA, aqui denominada cessionária, com sede na SAUS Quadra 2 Bloco E Edifício Siderbrás - CEP 70070906, inscrita no CNPJ 10.791.831/0001-82, neste representado(a) pela **UNIDADE/SETOR** _____, de forma inteiramente gratuita, a título universal, em caráter total, definitivo, irrevogável e irretratável, a utilização de seus direitos autorais e de sua imagem, junto ao acervo audiovisual desta entidade.

Essa cessão de direito poderá ser transferida para outro órgão, na mesma instituição, caso a unidade originária venha deixar de existir em substituição a **UNIDADE/SETOR** _____.

Reconhece expressamente o(a) cedente que a cessionária,, tendo em vista a autorização efetuada neste termo, poderá, a seu exclusivo critério e de forma não-onerosa, utilizar todas as imagens livremente, bem como seus extratos trechos ou partes, podendo adaptá-los para fins de produção de peças institucionais e utilizá-los, para produção de matéria promocional em qualquer mídia para a composição de produtos ligados à entidade e fixá-lo em qualquer suporte e de transmissão, analógico ou digital, com atributos de interatividade.

Nenhuma das utilizações previstas, ou ainda qualquer outra que pretenda o(a) cessionário(a), tem limitação de tempo ou de número de reproduções.

Toda e qualquer utilização das imagens objeto deste instrumento fica subordinada às regras estabelecidas pelo Estado Brasileiro.

O presente instrumento é firmado em duas (02) vias de igual teor, ficando eleito o foro de Brasília/DF para dirimir quaisquer dúvidas oriundas deste Termo.

_____, _____ de _____ de 20 _____
Cidade dia mês ano

Assinatura do(a) cedente, ou responsável legal (se menor)

Assinatura do(a) representante do(a) cessionário(a)



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

APÊNDICE K - MANUAL DE JORNALISMO DO IFB

(Em revisão ortográfica e Diagramação)

APRESENTAÇÃO

Este Manual de Jornalismo do Instituto Federal de Brasília (IFB) tem o objetivo de padronizar as publicações que são realizadas pela Diretoria de Comunicação Social (DICOM) nos veículos oficiais de comunicação do Instituto Federal de Brasília (IFB).

O documento servirá de orientação para os servidores e estagiários que atuam na DICOM, esclarecendo questões, como noticiabilidade e escolha do veículo mais adequado para publicar cada tipo de conteúdo.

Além disso, outra função deste manual, que merece ser destacada, é a difusão, entre outros setores da instituição, do funcionamento e do fluxograma existente dentro da área de jornalismo da DICOM.

Para criação do Manual de Jornalismo foram utilizados como base manuais que possuem o mesmo objetivo, criados por outros Institutos Federais de referência na Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica. Porém, as informações que aqui foram incluídas também levaram em consideração conhecimentos técnicos, conceitos de renomados autores da área e, principalmente, da vivência rotineira da diretoria nos últimos anos.

Este Manual serve como documento orientativo, sempre respeitando o estilo e a experiência de cada comunicador. Este documento poderá ser alterado com o objetivo de se adequar às futuras necessidades do IFB.

1 VEÍCULOS OFICIAIS DE COMUNICAÇÃO DO IFB

Para efeito deste manual, veículos de comunicação oficiais do IFB são os produtos de comunicação atualizados pelo DICOM.

Portal do IFB – O Portal do IFB é o principal meio de comunicação com o público externo do IFB. Nele são publicadas matérias jornalísticas sobre os acontecimentos nas unidades da instituição.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Neste veículo são divulgadas notícias sobre eventos culturais, esportivos e acadêmicos; atividades promovidas por estudantes ou servidores da instituição; projetos de pesquisa e extensão desenvolvidos pela comunidade estudantil e outras pautas que atendam aos critérios de institucionalidade e noticiabilidade à publicação externa.

Outros assuntos divulgados neste veículo, tais como publicação de editais, realização de audiências públicas, inscrições em processos seletivos devem estar presentes em função da necessidade de transparência e publicidade na atuação de instituições públicas.

No Portal do IFB não devem ser publicadas notícias de trabalhos, apresentações em congressos ou outras publicações de servidores, decorrentes de pesquisas que não tenham ligação estritamente direta com a instituição. Esses casos podem ser divulgados em outros canais como o Boletim “IFB Informa”, por exemplo. Caso a pesquisa traga nítidos benefícios à comunidade, o foco da notícia deverá ser dado à pesquisa e não ao pesquisador.

Critérios para utilização das ferramentas de divulgação no Portal do IFB

Banner Rotativo – Este espaço de destaque no site, tem limite máximo cinco publicações simultâneas e o objetivo de divulgar oportunidades e vagas no IFB, como processos seletivos e concursos públicos. Seguem, a seguir, alguns critérios para veiculação neste espaço:

- Espaço exclusivo para ações institucionais do IFB, que tenham apelo social e envolvam a comunidade externa;
- As ações devem envolver, preferencialmente, atividades interdisciplinares e comunidade acadêmica de mais de um *campus* do IFB;
- Preferencialmente que sejam informações sobre prestação de serviços e cursos do IFB a serem divulgados para a comunidade externa;
- Todas as criações para *banners* deverão ser executadas prioritariamente pela área de programação visual da Diretoria de Comunicação do IFB;
- O período de realização da ação ou evento divulgado deverá ser fator essencial para uso desta ferramenta. Será considerado relevante se estiver no período de 15 dias antes de sua realização e será retirado automaticamente após o término da atividade.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Caso a demanda de publicações seja maior do que a capacidade dos *banners* disponíveis (que são cinco), será priorizado o que estiver com data mais próxima de realização. Caberá, de qualquer forma, a análise dos profissionais de Comunicação de acordo com avaliação dos critérios de noticiabilidade e relevância, citados neste manual;

Destaques – Será avaliado caso a caso, conforme interesse institucional e relevância da notícia pelos profissionais de Comunicação, seguindo os critérios a seguir:

- As divulgações deverão incluir atividades que envolvam a comunidade interna e externa ao IFB;
- As ações devem envolver, preferencialmente, atividades interdisciplinares e comunidade acadêmica de mais de um *campus* do IFB e serem o mais atual possível, de preferência projetos acadêmicos planejados e com programação definida;
- Todas as imagens sobre o assunto precisarão necessariamente ter resolução e qualidade para uso no site institucional. Caso haja a presença de alunos nas fotos, é importante o uso do uniforme do IFB ou alguma identidade visual que remeta ao instituto. As imagens devem respeitar o uso e aplicação da marca institucional, seguindo todas as diretrizes contidas no Manual de Identidade Visual da Marca .

Caso a equipe da DICOM verifique que as imagens não estejam nos padrões mínimos de aplicação, os editores do portal poderão não publicá-la e produzirão uma nova proposta para publicação.

Boletim Interno “IFB Informa” – O Boletim “IFB Informa” é um meio de comunicação com os servidores do instituto por meio do *e-mail* institucional. O boletim é enviado em formato digital, semanalmente, sempre às sextas-feiras. Por se tratar de um boletim, as notas são curtas, objetivas e levam para um link que remete a mais informações detalhadas em texto da intranet, portal do IFB ou páginas externas.

Nesse meio de comunicação são inseridas de 3 a 12 notas rápidas, de interesse dos servidores, de divulgação de editais, seleções, capacitações, entre



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

outras. Além de notas, fotos e imagens podem ser utilizadas para complementar o texto.

Boletim interno “Para você estudante” – Semelhante ao “IFB Informa”, o boletim “#Para Você Estudante” é um meio de comunicação com os estudantes do instituto por meio do Portal do Estudante (SGA). O boletim é publicado em formato digital, semanalmente, sempre às segundas-feiras, às 7h30, ficando disponível sempre até às 7h29 da próxima segunda, quando é substituído pelo atualizado. Por se tratar de um boletim, as notas são curtas, objetivas e levam para um link que remete a mais informações detalhadas em texto do portal do IFB ou páginas externas.

Nesse meio de comunicação, são inseridas de 3 a 12 notas rápidas de interesse dos estudantes, como divulgação de editais, seleções, capacitações, entre outras.

E-mail Institucional – Nos casos em que – por motivo de urgência na divulgação da notícia – não for possível esperar até a próxima edição do “IFB Informa”, a informação poderá ser divulgada diretamente para o e-mail institucional de todos os servidores, no formato de “Informe”. Não sendo permitido o envio, por outro remetente, de e-mail de abrangência aos servidores do IFB, conforme [Portaria normativa nº 03, de 30 de março de 2012](#) em atendimento à [Resolução nº 34/2011-CS/IFB](#), a [Portaria normativa nº 09, de 05 de novembro de 2018](#), que normatiza procedimentos da gestão documental no âmbito do IFB e a [Norma Complementar nº 04](#) da Governança Digital - Correio Eletrônico.

Redes Sociais oficiais: A DICOM também é responsável pela atualização das redes sociais da instituição. Esse meio é utilizado, especificamente, para atingir o público presente no mundo virtual.

Nas redes sociais, são realizadas as divulgações do IFB e seus *campi*. As redes sociais também são importantes ferramentas para incrementar a leitura da página do Instituto. Assim, estes canais diariamente trazem chamadas, como vídeos e cards, para algumas matérias publicadas no portal, sempre com imagem e uma linguagem mais direta e atrativa. Deve-se tomar cuidado, no entanto, para que elas não virem meras replicadoras de conteúdo.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

As redes sociais também se tornam um contato mais direto com o público, respondendo aos questionamentos recebidos pelos seguidores das páginas oficiais do IFB. É importante ressaltar que a produção de respostas aos questionamentos surgidos nestes meios não pode se confundir com o papel desempenhado pela Ouvidoria. A DICOM tem autonomia para responder determinadas demandas, mas assuntos mais polêmicos e complexos sempre devem ser encaminhados às áreas responsáveis. A DICOM não se responsabiliza ou monitora postagens em outras páginas e mídias sociais não oficiais, mesmo que divulguem projetos, produtos ou atividades do IFB.

As páginas institucionais nas redes sociais são as seguintes: Instagram: [@ifbrasil](https://www.instagram.com/ifbrasil)/ Twitter: [@ifbnoticias](https://twitter.com/ifbnoticias)/ Youtube: [TV IFB](https://www.youtube.com/TVIFB)/ Facebook: [IFBrasilia](https://www.facebook.com/IFBrasilia) / Flickr: [if.brasil](https://www.flickr.com/photos/ifbrasil).

2 PÚBLICOS DO IFB

É competência da DICOM a definição do veículo no qual será publicado cada tipo de notícia. Essa escolha será definida de acordo com o público e assunto identificados para cada publicação. Para exemplificar, se a notícia trata da abertura de inscrições para um Seminário voltado exclusivamente para servidores, ela será publicada no “Espaço do Servidor”, no portal IFB e poderá, também, ser divulgada via Boletim Interno “IFB Informa” ou no formato Informe pelo *e-mail* Institucional.

Essa definição dependerá da análise dos profissionais da DICOM, levando em questão conhecimentos técnicos da área de comunicação, a fim de atingir, com maior eficácia, o público-alvo da notícia.

Outro fator que merece destaque neste manual é a utilização das mídias sociais. Esses espaços virtuais não servem, apenas, para replicação dos conteúdos postados em outros veículos de comunicação. As mídias sociais têm linguagem própria e as informações devem ser adaptadas para tal meio. Nas publicações postadas no *Facebook*, em especial, é preferível que contenham imagens criadas especificamente para este canal. A proposta é que essas imagens despertem interatividade e interesse em compartilhamento das informações por parte dos usuários.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Também ficará a cargo dos profissionais da DICOM a definição de quais informações serão veiculadas nos ambientes virtuais.

Enfim, para efeito deste manual, os públicos do IFB são os identificados na Política de Comunicação e detalhados no Manual de Públicos do IFB.

Os planos de comunicação devem ser elaborados considerando estes públicos para a elaboração das ações de comunicação a serem desenvolvidas no planejamento estratégico e manter uma postura pró-ativa diante dos seus públicos, buscando uma interação permanente e planejada.

3 PRINCÍPIOS BÁSICOS

Por estar inserida em uma instituição pública, a DICOM deve obedecer aos princípios descritos na Constituição Federal, como legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência. Além disso, os comunicadores deverão seguir outros princípios básicos da comunicação pública.

Objetividade e Impessoalidade – O comunicador deve optar por redigir o texto jornalístico de forma objetiva, sempre escrito em 3.^a pessoa, evitando opiniões pessoais. Na apuração, é importante buscar informações precisas. Por exemplo, prefira utilizar “cerca de 200 pessoas lotaram o auditório”, em vez de “o auditório estava lotado”, ou “em uma área de 400 m²”, em vez de “em uma área muito grande”. Esses exemplos de imprecisão podem ser admitidos nas falas de entrevistados.

Utilização da norma culta da língua – Todos os materiais produzidos pela DICOM devem obedecer à norma culta da Língua Portuguesa e segui-la. O comunicador pode ter a liberdade de adaptar a linguagem de acordo com o público-alvo, dando ao texto um formato mais leve, porém sempre obedecendo às normas gramaticais da Língua Portuguesa.

Verdade e precisão – Esses dois princípios são destacados no Código de Ética da FENAJ (Federação Nacional dos Jornalistas), que aponta “a divulgação da informação precisa e correta” como dever dos meios de comunicação. Mesmo sendo uma



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Assessoria de Comunicação, esses dois princípios devem ser seguidos de forma que não sejam publicizadas inverdades nos veículos de comunicação do IFB.

4 O QUE É NOTÍCIA?

Para definição do que deve (ou não) ser publicado e qual o veículo mais indicado a ser utilizado, é importante definir, neste documento, o que é notícia. Na literatura da área de comunicação, existem diversos conceitos sobre o que é notícia e quais os critérios de noticiabilidade que devem ser utilizados.

Para efeito deste manual, a notícia será definida como um texto de caráter informativo, que atenda a critérios de audiência, ou seja, que gerará no público expectativa de leitura. Segundo Mauro Wolf – estudioso da área de comunicação – o texto tem de seguir um conjunto de requisitos para adquirir a justificativa de existência pública.

E é esse conjunto de requisitos que, no jornalismo, chama “noticiabilidade”. Para ajudar no processo de produção do comunicador e definir o que pode ser de interesse do público, a DICOM – com base na literatura da área – adotou alguns critérios de noticiabilidade.

Ineditismo – Quanto maior o fator “ineditismo” do acontecimento, maior o interesse no público-alvo na notícia.

Trazendo para o contexto educacional, dentro de uma instituição de ensino, fatos que fazem parte da rotina da unidade escolar não preenchem este critério. Exemplificando, se um professor ministra uma aula de Química no laboratório do *campus*, esse acontecimento não preenche o critério de ineditismo; mas se o mesmo professor leva a turma para uma aula em uma fábrica de refrigerantes, esse fato pode ser uma pauta e virar notícia.

É importante atentar que um fato “inédito”, se repetido, acabará se tornando rotineiro. Por exemplo, se o *campus* desenvolve o projeto de levar, semanalmente, os estudantes para essa aula na fábrica de refrigerantes, a primeira visita será inédita, mas as outras já virarão rotina, ou seja, não será indicada a publicação semanal das visitas.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Atualidade – É necessário atentar para este critério, já que com o passar do tempo o interesse do público vai diminuindo. Não é aconselhável a publicação de um fato que aconteceu há mais de quatro dias. Nesses casos, a divulgação só deverá ser feita caso o comunicador busque um novo “gancho” para a matéria (termo utilizado na área de jornalismo).

Por exemplo, se há cinco dias tivesse acontecido uma audiência pública e até o presente momento não tivesse sido divulgada, não seria aconselhável publicar uma notícia com o título “IFB realiza audiência pública em Sobradinho”, já que o critério de atualidade foi perdido. Se mesmo com o passar do tempo a notícia tivesse de ser publicizada, o comunicador deveria buscar outras alternativas de enfoque, como, por exemplo, “IFB prepara-se para abertura de um novo *campus* em Sobradinho”. A notícia teria um foco diferente e, dentro do texto, seria citada a realização da audiência pública. Porém, caso o fato não tenha tanta relevância, ele poderá ser descartado.

Relevância e Interesse – Esses dois critérios assemelham-se muito. Por isso foram apresentados juntos. Assim como o critério de “ineditismo”, é preciso que o comunicador reflita sobre qual a relevância da notícia e sobre o interesse que o público terá em lê-la.

O critério de “relevância” aponta que a notícia deve ser importante, ou, pelo menos, significativa. Acontecimentos banais e corriqueiros geralmente não interessam ao público. Já o de “interesse” pode ser identificado por meio da visualização da quantidade de pessoas que serão afetadas com a notícia. Quanto maior o número de interessados, maior o valor-notícia do acontecimento.

Para exemplificar, imagine que esteja aberto o prazo de inscrições de um concurso para universitários na área de filosofia. No caso do IFB, o interesse de divulgação dessa notícia será zero, já que a instituição não oferta cursos nessa área.

5 LINHA EDITORIAL

Como já falado anteriormente, a intenção deste manual não é tornar-se uma cartilha, mas sim um objeto de auxílio ao comunicador na hora de redigir os textos, a fim de padronizar as publicações realizadas pela DICOM.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Assinatura – As matérias e fotos publicadas nos veículos oficiais de comunicação do IFB não são assinadas. Todos os materiais produzidos pela coordenação são produtos da DICOM.

Fotografia – Para o Portal do IFB é importante que as fotografias utilizadas tenham cunho jornalístico, ou seja, que esteja em sintonia com a pauta em questão. Evite publicar fotos posadas. Por exemplo, se a matéria trata de uma palestra, a foto deve ser do palestrante falando para o público, e não do palestrante posando com os organizadores no final do evento.

Fotografias posadas podem ser publicadas nas redes sociais, especialmente no *Facebook*, em que o público poderá marcar e compartilhar as fotos.

Lide – De acordo com o Manual da Folha de São Paulo, “lide” (ou *lead*), no jornalismo, é o termo utilizado para resumir a função do primeiro parágrafo: introduzir o leitor no texto e prender sua atenção. Basicamente, no primeiro parágrafo devem ser respondidas as seguintes questões (não necessariamente nesta ordem): “O quê? Quem? Quando? Onde? Como? Por quê?”.

Personagens – No jornalismo, personagem é o nome que é dado para as pessoas que ilustrarão as notícias com as suas histórias reais. É aconselhável que sempre sejam utilizadas personagens nas matérias, para que a leitura fique mais agradável.

Título – Os títulos das notícias publicadas no Portal do IFB devem ser escritos, no máximo, em três linhas e na ordem direta: sujeito + verbo no presente ou no futuro + complementos e /ou adjuntos. Nunca em caixa alta. Não é recomendado utilizar siglas no título, a não ser que sejam bem reconhecidas pelo público.

6 REDAÇÃO E ESTILO

Neste espaço, foram selecionados alguns tópicos do Manual de Redação da Folha de São Paulo que são constantemente utilizados nas redações das notícias do IFB.

Adjetivo – Evite usar em textos noticiosos adjetivos que impliquem juízo de valor e são, portanto, duvidosos: bonito/feio; verdadeiro/falso; certo/errado. Utilize o que torna mais preciso o sentido do substantivo: amarelo/azul; redondo/quadrado; barroco/clássico. Em vez de “o artista trabalha com telas grandes”, escreva “o artista trabalha com telas de três metros por dois”.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Ano – Escreva sempre sem ponto de milhar: 1992 e não 1.992.

Cacoete de linguagem – Evite expressões pobres de valor informativo e, portanto, dispensáveis, em textos noticiosos: antes de mais nada, ao mesmo tempo, pelo contrário, por sua vez, por outro lado, via de regra, com direito a, até por quê.

Uso da palavra “campus” – No IFB, utilizamos o termo “IFB Campus Planaltina”, por exemplo, com a palavra em maiúsculo e sem itálico por ser o nome da Unidade. Quando for citado o espaço usamos *campus* (singular) e *campi* (plural), neste caso minúsculo e em itálico.

Caixa-alta/baixa – Não se usam palavras inteiras com letras maiúsculas (Caixa Alta), a menos siglas com até três letras ou que não possam ser lidas como uma palavra. Ex.: MEC, BNDES. O significado das siglas desconhecidas deve estar escrito por extenso, antes da sigla.

Cargos – Escreva sempre com minúscula: presidente, secretário, ministro, diretor, professor, papa, deputado, doutor, juiz, embaixador, desembargador.

Cerca de – Evite. A melhor informação é sempre a mais precisa. Quando for indispensável, use apenas para números redondos e que não possam ser contados com facilidade: cerca de 200 pessoas estavam na festa, nunca cerca de 157 pessoas estavam na festa nem cerca de 11 bailarinos estavam no palco.

Chegar a/chegar em – Nunca escreva chegar em. O correto é chegar a algum lugar: Bob Dylan chega amanhã a São Paulo, nunca em São Paulo.

Ciências – Escreva seus nomes sempre com minúscula: química, física, biologia, antropologia, pedagogia.

Concisão – O texto jornalístico deve ser conciso. Tudo o que puder ser dito em uma linha não deve ser dito em duas.

Data – Para designar datas, use algarismos arábicos para o dia, minúscula para o mês e algarismos arábicos para o ano, sem ponto de separação do milhar: 31 de outubro de 1952. Apenas o dia primeiro de cada mês é grafado com ordinal.

Dias do mês – Sempre com numeral cardinal, exceto o dia 1º, com ordinal: 1º de outubro, 25 de março.

Doutor – Não use títulos como forma de tratamento da personagem da notícia: “O dr. João dos Passos atendeu o jogador” ou “o professor dr. João dos Passos”. Use



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

apenas o nome da profissão do personagem: “O médico João dos Passos atendeu o jogador” ou “o professor João dos Passos”.

Em alguns casos, em que a área de titulação influencia no contexto da matéria, ela pode ser utilizada, mas não como forma de tratamento. Por exemplo: “Segundo o professor da USP João dos passos, doutor em Economia, a inflação deve continuar subindo nos próximos meses”.

Gerúndio – Evite começar frases com esta forma verbal, que geralmente tem função adverbial ou adjetiva. Pode encompridar o período e tirar a agilidade do texto sem acrescentar informação relevante: “O presidente resolveu baixar o decreto por considerar a situação de emergência” é melhor do que “O presidente resolveu baixar o decreto considerando que a situação é de emergência”. Mas pode ser conveniente para evitar o uso de conjunção: “O pintor foi pego pichando o muro do cemitério” é melhor do que “O pintor foi pego quando pichava o muro do cemitério”.

Horário – Informe em todo texto noticioso o horário do fato relatado. Se for impossível registrar a hora exata, indique a aproximada: O presidente demitiu o ministro no final da tarde. Não use “m” para abreviar minutos (m é abreviatura de metro). Não abrevie o termo minutos no registro de horário: 12h45.

Não use algarismos para registrar duração, exceto em artes: A conferência se prolongou por duas horas e 40 minutos e não 2h40.

Identificação de pessoa – Toda personagem deve ser identificada pelo cargo, função ou profissão que exerce no Instituto e conforme o contexto da notícia.

Verbos declarativos – Para introduzir ou finalizar as falas das personagens da notícia. Ex.: afirmar, declarar, dizer, falar, perguntar, responder...

Título de obras – Títulos de palestras, seminários, eventos, discos, livros, filmes, pinturas, esculturas, peças de teatro, óperas, programas de TV, devem vir entre aspas - “O Lago dos Cisnes”, “O Homem que Confundiu Sua Mulher com um Chapéu”, “Mulheres à beira de um Ataque de Nervos”.

Vias e logradouros – Escreva com minúscula: rua da Consolação, avenida Brasil, praça da República, parque do Carmo.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constitui%C3%A7ao.htm

> A

BRASIL. Decreto Nº 1.171, de 22 de Junho de 1994. **Código de Ética Profissional do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal**. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/d1171.htm > Acesso em 08 jun 2011.

BRASIL. **Manual de Uso da Marca do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia**. Disponível em:
<http://redefederal.mec.gov.br/index.php?ption=com_content&view=article&id=55&Itemid=50 > Acesso em 04 jul de 2011.

BRASIL. **Padrões Web em Governo Eletrônico E-PWG**: Cartilha de Usabilidade. Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão, Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação. Brasília: MP, SLTI, 2010.

BRASÍLIA. **Ofício Circular Nº 32/Acs/Setec-Mec**, 30 de julho de 2010. Brasília-DF.

DEL GÁUCIO, Rozália; LEMOS, Cláudia. **Publicações jornalísticas**. In: DUARTE, Jorge (Org.). Assessoria de imprensa e relacionamento com a Mídia: teoria e técnica. São Paulo: Atlas, 2010. P. 278-305.

FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS. **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros**. Vitória, 04 de agosto de 2007. Disponível em:
<http://www.fenaj.org.br/federacao/cometica/codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf> Acesso em 08 jun 2011.

FORSTER JÚNIOR, José; MENDES, Gilmar Ferreira. **Manual de Redação da Presidência da República**. 2 ed. Brasília: Presidência da República, 2002.

PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa. **A apuração da notícia: métodos de investigação na imprensa**. 3 Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

APÊNDICE L - FLUXO DE SOLICITAÇÃO DE PUBLICAÇÃO NO PORTAL IFB (Em diagramação)

Para um melhor fluxo, agilidade e eficiência no processo, visto que a DICOM atende a demandas das onze unidades, *campi* e reitoria, encaminhamos algumas informações para os servidores responsáveis pelo encaminhamento de pedidos de publicações:

- todas as demandas de publicação devem ser enviadas para o e-mail comunicacao@ifb.edu.br;
- os documentos devem vir anexados a mensagem no e-mail. Por questões de segurança e registro, o Jornalismo não extrai documentos do SUAP para publicação.
- as solicitações enviadas até as 16h serão publicadas no mesmo dia (após esse horário poderá ficar para o dia posterior, conforme a fila de demandas do dia);
- para agilização do atendimento, pedimos que sejam encaminhadas no corpo *do e-mail* as principais informações do documento que for enviado em anexo (edital, chamada pública, resultado etc.), como: a Unidade (*campus*/setor que envia), assunto, texto com dados sobre o objeto da proposta, cronograma principal, número de vagas, *links* e contato;
- quando da atualização da informação no Portal IFB, solicitamos que seja informado local com envio do *link* atual, de forma que a substituição da informação possa ser feita rápida e corretamente;
- todos os documentos anexados devem estar em [papel timbrado oficial](#) (gerado pelo SUAP ou não) desde que a marca institucional esteja [atualizada](#);
- os documentos devem conter assinatura eletrônica (SUAP) ou devem vir com o registro “original assinado”;
- a primeira e a última páginas dos documentos gerados pelo SUAP são imagens e para que todos os *links* desses documentos sejam acessíveis ao público é preciso que o responsável pelo documento ao assinar e finalizar o Edital clique em Ações > Imprimir em Carta > Fazer download (ícone ao lado da impressora), desta forma o PDF fica pesquisável e os links podem ser



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

acessados. Outrossim, convém que o setor encaminhe os *links* separados (corpo do *e-mail* ou *word*) para que possam ser inseridos nas notícias;

- não coloquem nos editais o horário em que eles devem ser divulgados, porque, por fatores imprevisíveis, como, por exemplo, queda de energia ou internet, as publicações podem atrasar;
- os documentos nunca devem vir escaneados, por questão de acessibilidade (leitura de aplicativos de usuários com deficiência visual);
- os anexos disponibilizados em *word* devem vir na versão “doc” (o sistema não aceita “.docx”);
- os arquivos em pdf devem vir nomeados de forma clara e sem *underline*, como, por exemplo, “Edital CBRA 01.20 – Monitoria”, “Edital CEST 02.20 – Pincel”;
- como as informações são oficiais, convém a linguagem formal (sem o uso de adjetivos e exclamações, letras maiúsculas e em vermelho);
- quando houver formulário *on-line* pedimos que eles sejam revisados anteriormente sobre a devida redação da introdução, os tópicos e datas/horários que estarão disponibilizados. Para a DICOM encaminhe o *link* do formulário separado do edital para que possa ser inserido na notícia;
- sobre os anexos das notícias (como editais), o tamanho máximo que o portal comporta é 2 MB. Se o arquivo for maior, o demandante deve compactar até no máximo essa medida ou disponibilizar para o público externo em *link* de *drive* para leitura pública (clique [aqui](#) e saiba como fazer);
- as solicitações devem ser enviadas por servidor que tenha função de coordenador a diretor, sempre autorizadas pelo diretor-geral;
- o *e-mail* deve ser devidamente assinado, com nome, função/cargo, unidade e telefone (veja [tutorial](#));
- é importante sempre observar os *e-mails* de resposta da DICOM (se houve falha ou se foi publicado). Em caso de ser necessário encaminhar uma resposta complementar, faça-o para o *e-mail* comunicação, não apenas para o jornalista que o enviou;
- em caso de eventos, o ideal é que a solicitação seja encaminhada à DICOM em data anterior à do início da publicação, para que se possa preparar a divulgação (criação de *cards* para redes sociais, envio de *release* para imprensa etc).



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

APÊNDICE M - FLUXO PARA PUBLICAÇÃO DE NOTA DE FALECIMENTO NO IFB (Em diagramação)

A publicação de nota de falecimento de autoridade é um tema que está sendo tratado em toda a Rede Federal com a devida atenção que requer o assunto; portanto, deverá seguir orientações dispostas neste Fluxo:

- O IFB deverá seguir os dispositivos do capítulo VIII do [Decreto nº 70.274](#), de 9 de março de 1972, que trata do falecimento de autoridades civis ou militares, e os Art. 17 e 18 da [Lei nº 5.700](#), de 1º de setembro de 1971, que dispõe sobre a forma e a apresentação dos Símbolos Nacionais.
- O luto oficial no IFB é decretado quando houver falecimento do reitor, pró-reitores e diretores sistêmicos da reitoria e diretores dos *campi*, não devendo o prazo de luto ultrapassar três dias.
- Em caso de falecimento de pró-reitores e diretores sistêmicos da reitoria e diretores dos *campi*, o luto oficial será decretado pelo reitor.
- Em caso de falecimento do reitor, o luto oficial será decretado pela autoridade que o substituir.
- Em caso de falecimento do reitor, a Bandeira fica a meio-mastro ou a meia-adriça em todas as unidades do IFB, desde que não coincidam com os dias de festa nacional.
- Em caso de falecimento de pró-reitores e diretores sistêmicos da reitoria e diretores dos *campi*, a Bandeira fica a meio-mastro ou a meia-adriça na unidade do IFB pertencente à autoridade, desde que não coincida com os dias de festa nacional.
- Em caso de falecimento de reitor, a Chefia de Gabinete, com a assessoria da Diretoria de Comunicação Social, deverá solicitar publicação de nota no Portal Institucional e enviar documento formal em meio eletrônico para os seguintes destinatários: Colégio de Dirigentes, Conselho Superior Universidades, Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, SETEC, MEC, CONIF, Administração das Regiões Administrativas em que o IFB possui *campus*, Comitês, Gabinete do Governador e sindicatos de parlamentares. As informações deverão ser redigidas sob a forma de comunicado à imprensa, a ser enviado para os meios



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

de comunicação das seguintes esferas: local, da área de abrangência da reitoria e dos *campi*; estadual; e nacional.

- Em caso de falecimento de diretores, as informações sobre o falecimento deverão ser redigidas sob a forma de comunicado oficial pela Chefia de Gabinete, com a assessoria da Diretoria de Comunicação Social, a ser enviado para os meios de comunicação locais da área de abrangência do *campus*.
- Compete aos diretores-gerais dos *campi* enviar *e-mail* para os servidores da unidade com nota de pesar quando houver falecimento de servidor do respectivo *campus*.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

APÊNDICE N - FLUXO DE SOLICITAÇÃO PARA PUBLICAÇÃO NAS REDES SOCIAIS

(Em diagramação)

Para o trabalho de publicação nas redes sociais do IFB, os critérios serão os abaixo citados, e também serão considerados aspectos subjetivos de interesse externo e temporalidade, a serem analisados pelo profissional responsável, a seu tempo e experiência;

- A solicitação deve ser feita por *e-mail*, que deve ser devidamente assinado, com nome, função/cargo, unidade e telefone (veja [tutorial](#));
- O conteúdo próprio para as redes sociais é aquele que gera interesse na comunidade externa, não apenas interna, e este ponto é de suma importância para ser analisado antes que seja feita a solicitação da divulgação. Neste sentido, podemos exemplificar com cursos abertos à comunidade, projetos do IFB que atendam ao público externo, premiações de alunos e servidores do IFB que tenham impacto positivo para a instituição, consultas públicas, concursos, exposições, eventos, processos seletivos, sendo todos eles abertos à participação da comunidade.
- Conteúdos de promoção pessoal, notas de falecimento, depoimentos com conotações políticas ou de cunho preconceituoso não serão divulgados nas redes sociais do IFB, seguindo a ética e impessoalidade, critérios da comunicação pública. Estes mesmos critérios serão seguidos na análise de qual tipo de publicação pode ser repostada nas redes sociais quando as páginas do IFB são marcadas em conteúdos externos.
- A solicitação do assunto a ser divulgado nas redes sociais pode ser realizada com envio das informações em breve texto ou "briefing", que envolva o conteúdo e imagens, ao e-mail Institucional da Comunicação do IFB. Em um segundo momento, serão apuradas as informações com maior detalhamento e pode haver contato direto, por parte da Dicom, com o responsável pelo envio para obtenção de outras informações necessárias.
- Posteriormente, é feito um planejamento de como essa atividade poderá ser adequadamente divulgada nas redes sociais (vídeo, card, enquete, interações



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

em geral) e, em seguida, o departamento de criação produz material digital para este trabalho de publicação.

- Em algumas situações, poderão ser solicitados áudios e vídeos para enriquecer a divulgação nas redes sociais. É importante a disponibilidade dos servidores envolvidos para entrevistas e atendimento a dúvidas da Dicom no período de planejamento de divulgação.
- Ressaltamos que nem todos os conteúdos solicitados por servidores do IFB serão divulgados nas redes sociais, considerando que muitos deles não são adequados para o formato ou não interessam ao público em geral. Esta análise será feita pela equipe responsável pelas redes sociais.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

APÊNDICE O - MANUAL DE RELACIONAMENTO COM A IMPRENSA DO IFB ADAPTADO DO IFSC (Em diagramação)

APRESENTAÇÃO

Manter-se em contato permanente com a imprensa significa ampliar os canais de comunicação entre a instituição e a comunidade. Por meio desse contato, o IFB pode divulgar informações de interesse público — como a abertura de inscrições para cursos ou a realização de eventos — e mostrar o trabalho que é desenvolvido na instituição.

Mais que divulgadora, a imprensa é também formadora de opinião. A veiculação de notícias sobre as atividades do IFB influencia diretamente na consolidação da marca da Instituição e na formação de uma imagem positiva e de credibilidade na sociedade.

Além disso, o contato permanente com a imprensa torna o IFB uma fonte de informações de qualidade e credibilidade. Seus servidores passam a ser vistos como referência em determinados assuntos não apenas entre seus pares mas também para o público em geral, consolidando a marca de instituição de excelência nas áreas em que atua.

Por isso, são muitas as grandes empresas, organizações e instituições que possuem um setor destinado à produção de informações jornalísticas para a imprensa ou que contratam agências especializadas nesse serviço. A imprensa é o principal meio de difusão de informações para a sociedade, e os fatos por ela divulgados são os que ganham maior repercussão.

Muitas vezes tratada como “o quarto poder”, a imprensa também tem o papel social de acompanhar e fiscalizar as ações do poder público. Como instituição pública, o IFB tem obrigação de prestar contas à sociedade, fornecer informações de utilidade pública e, frequentemente, até orientar a comunidade. Por isso, atender bem a imprensa é fundamental.

Os pressupostos básicos para um bom relacionamento com a imprensa estão expostos na Política de Comunicação do IFB. Para detalhar melhor como gerir esse relacionamento na prática e que posturas assumir diante da imprensa, disponibilizamos este manual para os servidores do IFB. O documento traz



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

explicações básicas sobre a dinâmica de trabalho das redações, bem como orientações sobre como os servidores, que são ou possam vir a ser fontes do IFB, devem se portar em entrevistas.

É importante que todos os servidores tenham conhecimento do conteúdo deste manual, não apenas os comunicadores, uma vez que todos podem, em algum momento, tornar-se fontes ou necessitar divulgar algum evento ou projeto para a imprensa. O claro entendimento sobre a dinâmica desse processo pelos servidores permitirá ao IFB qualificar seu relacionamento com a imprensa e potencializar sua divulgação, fortalecendo sua imagem.

1 O QUE FAZ UM FATO VIRAR NOTÍCIA?

Não há uma fórmula pronta para definir que fatos vão virar notícia. Diversos fatores, como a linha editorial do veículo de comunicação e a experiência pessoal do jornalista, podem influenciar na escolha de determinado fato para ser noticiado. Há, no entanto, algumas características em comum entre os fatos que são divulgados pela imprensa. Quanto mais essas características o fato tiver, maior a chance de virar notícia.

Algumas dessas características, chamadas de “critérios de noticiabilidade”, são: **“Quebra” da normalidade**

De maneira geral, se as coisas estão como devem ser, não há notícia. Essa característica aparece mais fortemente em notícias negativas, mas não se restringe a elas. Um aumento na procura por cursos, a destinação de mais recursos para investimento em pesquisa ou a visita de um cientista renomado, o resultado positivo ou de uma pesquisa, a criação de um novo produto ou serviço também podem ser “quebras” da normalidade, de maneira positiva. Por outro lado, existem notícias que não seguem essa premissa, como as de serviço. São notícias que informam, por exemplo, se um aeroporto está funcionando normalmente ou um lembrete de que as matrículas vão começar no dia estabelecido previamente.

Relevância ou interesse para o público

Todo veículo de comunicação tem seus públicos estratégicos. A escolha dos assuntos que vão ser divulgados nesses veículos leva em conta se eles são relevantes ou interessantes para o seu público. Assim, saber o editorial do canal de comunicação



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

ajudará numa melhor aceitação do fato pelo veículo e maior possibilidade de publicação.

Abrangência

Em geral, quanto mais pessoas do público do veículo se interessarem pelo fato, maior a chance de ele ser noticiado.

Atualidade

Para um jornal diário, fato que aconteceu anteontem não é mais notícia, salvo raríssimas exceções. Esse tem de ser atual para ganhar importância no noticiário. Um fato atual também pode servir de “gancho” para produção de matérias correlatas sobre determinado assunto: por exemplo, reportagem sobre inserção profissional dos formandos em cursos técnicos no Dia do Técnico, ou matéria sobre as profissões mais valorizadas no mercado de trabalho quando um grande processo seletivo de ingresso começar.

Assim, para que a assessoria de imprensa do IFB possa trabalhar com esse **valor-notícia** na divulgação para a imprensa, é fundamental que os servidores informem a Diretoria de Comunicação do IFB, com maior antecedência possível, sobre eventos ou fatos relevantes que acontecem nos *campi* ou na reitoria. Com isso a DICOM poderá trabalhar a informação, planejando sua divulgação e aceitação por parte dos veículos midiáticos.

Ineditismo

“O novo” e “a primeira vez” são algumas características que tornam um fato altamente noticiável. Por exemplo, a primeira formatura de um curso pode virar notícia. Mas, a partir do momento que as formações começam a ocorrer todo semestre, o fato entra na normalidade da rotina institucional e deixa de ser notícia para a imprensa. A primeira vez que um projeto é desenvolvido ou um novo curso, por exemplo, tem mais chance de virar notícia. Assim, numa instituição onde há o fomento da pesquisa e inovação, como o IFB, essa característica é muito mais fácil de ser explorada, podendo gerar muitas notícias sobre acontecimentos inéditos na instituição.

Intensidade

Quanto mais pessoas envolvidas ou atingidas no fato, maior a chance de ele virar notícia. No caso do IFB, é importante fazer a divulgação de maneira estadual e regional. É mais relevante para quem lê e chama mais atenção dizer que o IFB abriu três mil vagas do que só mencionar a iniciativa de uma unidade.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Proximidade

A proximidade do fato com o público do veículo aumenta as chances de ele virar notícia. Essa proximidade pode ser geográfica ou cultural. No IFB a atuação acontece diretamente em dez regiões administrativas do Distrito Federal, no qual os *campi* estão localizados. A atuação da imprensa em Brasília é diferenciada por ser a capital do país e centralizar informações de caráter político voltadas ao governo federal. Normalmente, o relacionamento com a imprensa acontece em coberturas realizadas por veículos locais e até mesmo por emissoras de caráter público, como, por exemplo, canal Justiça, TV Câmara, Agência Brasil, Rádio Nacional, entre outras. Há também o trabalho com veículos menores nas regiões que não estão propriamente localizadas no plano piloto, já que a comunidade é beneficiada pelos serviços prestados pelo Instituto. Assim, em situações como a Campanha de Ingresso, o IFB divulga números gerais para a imprensa local; no entanto, quando há necessidade de reforço de divulgação, faz campanhas pontuais em rádios comunitárias para um *campus* específico.

2 QUE ASSUNTOS DO IFB COSTUMAM VIRAR NOTÍCIA PARA A IMPRENSA?

Por ser uma instituição pública e gratuita de ensino que atende um público significativo no Distrito Federal entre estudantes e comunidade em geral, o IFB é uma instituição de grande relevância para a sociedade e pode ser destaque na imprensa como uma importante fonte de pautas¹, principalmente na imprensa local, mas também regional e nacional. Essas pautas são geradas quase sempre quando o IFB desenvolve atividades voltadas ao público externo, como eventos, abertura de vagas em cursos, ou produções científicas, que trazem benefícios à sociedade.

Alguns exemplos de fatos relacionados ao IFB que costumam ser noticiados pela imprensa são:

- formas de ingresso na Instituição;
- criação de novos cursos e *campi*;
- eventos, concursos e prêmios, principalmente os voltados para a comunidade externa;

¹ Chama-se de pauta o assunto a ser trabalhado pelo jornalista para publicação de notícias.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

- lançamento de livros e outras publicações de interesse para o público externo;
- iniciativas de melhoria na gestão institucional;
- ações sociais, solidárias ou que ajudam a resolver problemas da comunidade;
- ações de extensão;
- desenvolvimento de pesquisas e produtos que beneficiem a sociedade;
- histórias de sucesso de estudantes e egressos — bom desempenho no mercado de trabalho, bons resultados em competições, intercâmbios, participação em pesquisas e projetos de extensão;
- concursos públicos e seleção de professores;
- reivindicações de servidores;
- visita de profissionais de destaque;
- inaugurações de novos espaços que beneficiam o público externo.

Assuntos que estão em destaque na imprensa também podem ser aproveitados pelo IFB, oferecendo fontes e informações que ajudem a esclarecer o tema. Por exemplo, pode-se enviar à imprensa informações sobre a conservação e recuperação da qualidade do solo, do ar e da água, e sugerir que servidores do curso Bacharelado de Agronomia do IFB, como autoridades no assunto, sejam possíveis entrevistados para matérias.

Os jornalistas do IFB também aproveitam datas comemorativas para sugerir pautas que envolvam os cursos, bem como resultados em pesquisas científicas que estão sendo desenvolvidas, colocando à disposição profissionais com informações técnicas e materiais de apoio, como imagens fotográficas e recursos audiovisuais para embasar a matéria jornalística.

3 COMO SE DÁ O CONTATO COM A IMPRENSA

Para conseguir espaço de divulgação de notícias na imprensa, muitas instituições recorrem aos serviços de uma assessoria de imprensa, que pode ser uma estrutura criada internamente com profissionais da área da comunicação. Ela pode tanto enviar sugestões de pauta para os veículos de comunicação quanto receber demandas deles, como pedidos de entrevistas e informações.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

A sugestão de pauta para os veículos geralmente é feita por meio do envio de *press releases*. As sugestões são destinadas, em geral, aos pauteiros, editores, chefes de reportagem ou produtores dos veículos.

No IFB, a sugestão de pauta se dá de maneira ativa, ou seja, o IFB envia semanalmente o release para a imprensa. Nessas situações, o servidor que for a principal fonte da pauta deve estar disponível para conceder a entrevista, uma vez que foi a própria instituição que buscou o espaço. Igualmente, mesmo quando o IFB é procurado pela imprensa, ainda que não tenha sugerido a pauta, há um esforço da equipe de Comunicação para disponibilizar uma fonte especializada no assunto solicitado para concessão da entrevista, para que, assim, possa estreitar e ampliar a relação com os colegas da imprensa. Essa dinâmica torna o IFB uma referência em diferentes assuntos e também há o ganho em reputação institucional com a repercussão das pautas.

Para que esse contato com a imprensa ocorra de forma profissional e fluida, a DICOM tem a função de capacitar e treinar os colaboradores da instituição que vão atender a imprensa, ou seja, os veículos de comunicação, por meio do chamado *media training*. Além disso, diariamente é realizado o monitoramento e acompanhamento de informações na área de Educação local e nacional nos principais veículos. Sendo assim, é feita a clipagem, seleção e arquivo de informações divulgadas na imprensa e dos principais destaques sobre a instituição (trabalho de clipagem ou *clipping*, disponível no *link* IFB na Mídia, no Portal do IFB).

É importante que haja uma estrutura profissional para o relacionamento com a imprensa, uma vez que a atividade exige conhecimento técnico da área da Comunicação Social. No IFB, a DICOM conta com uma assessoria de imprensa para a realização desse trabalho.

4 FONTES DO IFB

As fontes são pessoas autorizadas e legitimadas em função da sua competência, conhecimento e/ou pertinência em relação a determinados temas ou áreas. Elas contribuem para consolidar a imagem e a credibilidade do Instituto e devem necessariamente estar disponíveis quando acionadas pelo setor de



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

comunicação. Devem também ter conhecimento dos temas ou questões sobre os quais se manifestam e compromisso com a ética e a transparência.

No IFB, existem dois tipos de fontes: as institucionais e as técnicas. As fontes institucionais são aquelas que representam o IFB em função de seus cargos, como é o caso do reitor, dos pró-reitores, dos diretores-gerais dos *campi*, dos diretores de áreas e dos coordenadores de cursos. Já as fontes técnicas são aquelas indicadas para falar em função de seu conhecimento, como é o caso dos servidores que, por sua formação e área de pesquisa, podem ser considerados especialistas em determinado assunto.

A situação mais comum é os veículos de comunicação procurarem a DICOM em busca de fontes especializadas para participação em programas de TV ou rádio ou em entrevistas para TV, rádio, jornal ou portal de internet. Nesse caso, a assessoria de imprensa busca fontes especializadas no assunto tratado e faz a mediação do contato com o veículo.

Importante

Pode acontecer de os veículos entrarem em contato diretamente com a fonte, em função de entrevistas concedidas anteriormente (todo jornalista costuma recorrer a sua agenda de fontes). Nesses casos, recomenda-se que a DICOM seja informada sobre esse contato da imprensa para monitoramento do material publicado ou veiculado. E caso a fonte procurada não tenha disponibilidade ou não se sinta apta a responder, deve solicitar ao veículo que entre em contato com a DICOM.

É recomendável que as fontes do IFB estejam conscientes de que a manifestação de posições ou comentários em nome da Instituição devem estar devida e previamente autorizadas pela DICOM, principalmente no caso das fontes institucionais. O servidor indicado para ser fonte institucional não deve sobrepor a sua posição pessoal à do IFB em declarações públicas que possam permitir a leitura equivocada por parte dos públicos estratégicos e da opinião pública.

Em situações de crise, as fontes do IFB só deverão se manifestar quando legitimadas pela Diretoria de Comunicação Social, que fará a gestão da crise, tendo em vista os riscos de conflito de opiniões e a repercussão de suas declarações para a imprensa. Nesse caso, recomenda-se que a Diretoria de Comunicação seja comunicada desse fato para as necessárias orientações.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

A melhor fonte para cada situação dependerá do assunto a ser tratado. No caso do IFB, assuntos sistêmicos (que envolvam todos os *campi* ou mais de um *campus*) devem ser tratados por fontes sistêmicas.

Assuntos regionais podem ser tratados por fontes locais — com o cuidado de que o entrevistado esteja preparado para fornecer informações regionais. Por exemplo: uma entrevista sobre vagas de ingresso para um veículo de comunicação específico de uma região pode ser dada por um servidor de um dos *campi*, mas esse entrevistado deverá ter conhecimento dos dados dos demais *campi*. Por fim, assuntos locais deverão ser tratados por fontes do *campus*.

Para entrevistas sobre assuntos específicos, como resultado de pesquisas, projetos e eventos, quem deve falar é o respectivo coordenador.

Antes de agendar qualquer entrevista, é importante comunicar à DICOM.

5 A ENTREVISTA

A entrevista é o principal modo de o jornalista obter os dados de que necessita para a matéria. Ela pode ser feita pessoalmente, por telefone, *e-mail*, *chat*, enfim, qualquer meio que permita a troca de informações entre o jornalista e o entrevistado. É um momento fundamental na elaboração de uma matéria e que pode determinar se a mensagem chegará corretamente ao público ou não. Por ser tão importante, merece que se tenha atenção com alguns detalhes.

O jornalista sempre tem pressa

O repórter, na maioria dos casos, tem muitas matérias para fazer no mesmo dia e precisa finalizá-las num prazo determinado por sua chefia (o *deadline*). Por isso, o jornalista pode insistir com veemência na realização da entrevista naquele momento, mesmo que o entrevistado esteja ocupado. Diante dessa correria com que a imprensa trabalha, é importante que a fonte — ou seja, o entrevistado — esteja sempre acessível. É fundamental que os servidores compreendam que pode ser preciso alterar sua agenda para atender o jornalista. Caso a principal fonte esteja realmente impossibilitada de conceder a entrevista, recomenda-se que ela ajude a encontrar um substituto entre seus colegas de área.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

O jornalista quer informações precisas

Não adianta um servidor conceder entrevista se ele não tiver informações para repassar. O entrevistado deve estar bem preparado, com dados precisos sobre o assunto.

Nem todas as perguntas vão ser positivas

O jornalista produz a matéria pensando no interesse do seu público, não no interesse da pessoa que está sendo entrevistada ou da instituição à qual ela pertence. Por isso, pode fazer perguntas sobre temas que o entrevistado não gostaria de abordar.

O entrevistado é especialista no assunto em pauta. O jornalista, não

O jornalista não necessariamente é especialista no assunto abordado. Por isso, podem surgir durante a entrevista perguntas consideradas óbvias pelo entrevistado, mas que são fundamentais para o jornalista, para que ele compreenda o assunto. É importante ser didático na entrevista, fazer analogias, explicar assuntos e termos técnicos para que a mensagem possa ser bem entendida pelo jornalista e, depois, repassada por ele ao público final, que também é leigo no assunto.

A entrevista foi concedida, mas pode não ser veiculada

Uma matéria pode “cair”, ou seja, ficar de fora do noticiário, mesmo depois de produzida pelo repórter. Isso pode ocorrer em função da inserção de anúncios publicitários, no caso de jornais, ou da falta de espaço no noticiário provocada por outros motivos, como a ocorrência de um fato de grande repercussão.

Jornalistas erram

Por uma série de motivos, pode ocorrer de uma informação ser divulgada de maneira errada pelo veículo. É possível pedir correção, caso se julgue que houve um engano factual ou de interpretação. Caso haja algum erro de informação na matéria, procure um jornalista do IFB para ver a possibilidade de correção.

5.1 Entrevistas para rádio e TV

As entrevistas para rádio e TV possuem algumas especificidades que devem ser compreendidas para que ocorram da melhor maneira possível. Entre elas, destacam-se:



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

A resposta tem de ser objetiva

No caso de uma entrevista gravada para rádio ou TV, a fala do entrevistado geralmente tem de 20 a 30 segundos de duração. Por isso, a objetividade na resposta, com frases curtas e diretas, é fundamental. Truques como arredondar cifras ou ignorar siglas ajudam bastante. Repórter e entrevistado podem conversar sobre o tema antes da gravação da entrevista e combinar o que vai ser perguntado e respondido.

Pode pedir para repetir

Se for uma entrevista gravada, não há problemas em o entrevistado pedir para repetir a resposta, caso tenha se enganado ou queira construir melhor seu pensamento. No entanto, é preciso estar atento para evitar gafes: se a entrevista for ao vivo, não há como pedir para interromper e começar de novo.

Pode corrigir o entrevistador

Caso o entrevistador tenha falado na entrevista ao vivo alguma informação errada — como o nome ou o cargo do entrevistado —, não há problemas em corrigi-lo. Espere até ele terminar sua fala ou pergunta para fazer a correção.

Cuidado com o figurino

Nas entrevistas para a TV, o cuidado com a roupa e acessórios é importante. Utilize roupa adequada a seu cargo e ao ambiente. Evite adereços chamativos e óculos escuros (mesmo ao sol). Roupas com listras finas, xadrezes e estampas muito chamativas, além de brincos, anéis, colares ou óculos que se destacam demais devem ser evitados. Recomenda-se para os homens, em caso de entrevista em estúdio, usar terno ou *blazer*. Em entrevistas no local de trabalho, pode-se usar camisetas do tipo polo ou camisas. No caso de mulheres, evitar blusas sem mangas ou decotadas, além de saias ou vestidos curtos ou muito justos. É importante também verificar as características do programa. Um programa para o público jovem pode permitir um grau de informalidade maior.

Cuidado com o ambiente

Uma entrevista para TV exige um pouco de produção. O ambiente não deve estar bagunçado nem deve ter ao fundo objetos ou pessoas que vão desviar a atenção de quem está assistindo à entrevista. Tanto no caso da TV como no do rádio, deve-se evitar ambientes onde haja muito barulho, o que pode atrapalhar a compreensão do que está sendo dito pelo entrevistado e pelo entrevistador. Escolha um bom local para dar a entrevista para a TV sem que se perca a naturalidade e a relação com o tema da



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

entrevista. Se a entrevista para TV for no local de trabalho, a tela do computador deve exibir a página do IFB. Quando a entrevista for realizada em um laboratório, o ambiente deve estar organizado.

E se eu não sei a resposta?

Em uma entrevista ao vivo, pode ser embaraçoso para o entrevistado admitir que não sabe uma resposta. No entanto, é melhor tomar essa atitude a dar uma resposta vazia ou falsa. O entrevistado deve explicar que não sabe a resposta e, se for o caso (um assunto de sua responsabilidade), que irá buscar as informações e poderá repassá-la ao veículo ou jornalista em outra oportunidade. Em uma entrevista ao vivo, é importante conversar com o repórter sobre o assunto antes de iniciar a gravação e até mesmo saber quais as perguntas que serão feitas.

Evite referir-se a respostas anteriores

Na maioria das vezes, as entrevistas são gravadas para serem editadas e veiculadas mais tarde. Por isso, expressões como “conforme eu disse antes” ou “como eu já disse” ou “como lhe expliquei anteriormente” devem ser evitadas, pois a resposta anterior pode não ter entrado na edição final, dificultando a compreensão de quem está ouvindo ou assistindo à entrevista.

5.2 Entrevistas para mídia impressa

Repórteres de jornais e, principalmente, os de revistas, costumam ter um pouco mais de tempo que os colegas de rádio e TV para fazer as entrevistas. Por isso, tendem a se aprofundar mais no assunto a ser tratado e exigem do entrevistado um pouco mais de informações. Portanto, prepare-se bem para esse tipo de entrevista, reunindo o máximo de informações possível, incluindo alguns detalhes que, a princípio, poderiam parecer irrelevantes.

As mesmas dicas de roupas e ambiente de entrevista para TV valem para a mídia impressa, pois a fotografia também transmite muitas mensagens acerca do entrevistado e do ambiente em que ele está inserido. No caso das fotografias, não faça pose ou olhe para a câmera durante a entrevista, a não ser que o jornalista ou o repórter fotográfico solicite.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Se for uma entrevista sobre projeto de pesquisa, por exemplo, ofereça opções para fotografia, como o produto desenvolvido, materiais utilizados, equipe trabalhando, entre outros.

6 O QUE DEVE SER EVITADO NO RELACIONAMENTO COM A IMPRENSA

Atender somente a um veículo, ignorando os demais

Todos os veículos de comunicação possuem um público e são importantes para a divulgação de informações sobre o IFB. Não se deve privilegiar um veículo em detrimento de seus concorrentes, ou não conceder entrevistas a jornais de bairro ou rádios comunitárias por considerá-las menos importantes.

Divulgar informações falsas, imprecisas ou não confirmadas

O jornalismo trabalha com a veracidade dos fatos, e a divulgação de uma informação falsa, imprecisa ou não confirmada abala a credibilidade do IFB e da fonte que forneceu a informação. Além disso, lesa o público daquele veículo, que espera ter acesso a informações fidedignas.

Pressionar profissionais para que a reportagem seja veiculada

A reportagem pode não ser veiculada, mesmo que já tenham sido feitas fotos, gravações etc. Não adianta pressionar o assessor de comunicação, o repórter ou o editor do jornal. Isso somente abalará a imagem de quem está fazendo a pressão.

Pressionar profissionais para que a reportagem não seja veiculada

Se a reportagem é negativa para a instituição ou para pessoas da instituição, é baseada em fatos verídicos e foi feita pelo jornalista de maneira ética e profissional, não existe justificativa para que ela não seja veiculada. O que se deve fazer é tentar responder às críticas ou denúncias e promover ações para corrigir o erro, mas não pedir ao repórter ou editor que não divulgue a notícia.

Sonegar informações de interesse público

Como instituição pública, o IFB deve ser transparente com a sociedade. A não ser que sejam informações definidas como sigilosas pela lei ou que seja eticamente condenável sua divulgação, não há motivo que justifique esconder algo da imprensa.

Oferecer presentes ou brindes ao jornalista

O jornalista pode interpretar que a fonte está tentando “comprá-lo” ou ganhar sua simpatia por meio do brinde ou presente para que ele seja mais brando na hora de



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

escrever. Isso pode criar uma péssima imagem da pessoa ou da instituição, principalmente se a reportagem for negativa.

Pedir para ler a reportagem e/ou as anotações

Pedir para ler a matéria ou as anotações que o jornalista está fazendo durante a entrevista pode parecer tentativa de censurá-lo na divulgação das informações. Se o entrevistado está preocupado com a divulgação correta das informações, o melhor a fazer é ser claro durante a entrevista e fazer o jornalista compreender o assunto. Você pode deixar seus contatos com o jornalista e dizer que está à disposição para tirar dúvidas mesmo após a entrevista. Caso a matéria tenha saído com informações erradas, peça que a DICOM entre em contato com o repórter para informar o erro e pedir uma correção.

Pedir para que o jornalista escreva algo

Ditar uma resposta para que o jornalista escreva é algo indelicado. Dê sua resposta de forma espontânea; se o jornalista julgar relevante, ele vai anotar a informação.

Não priorizar o atendimento a jornalistas

O IFB é um órgão público e, como tal, tem a obrigação de prestar contas à sociedade sobre as atividades que desenvolve. Por isso, o atendimento à imprensa também deve ser compreendido como uma das atribuições dos servidores do IFB. É importante procurar atender às solicitações da imprensa com a maior brevidade possível.

Passar “por cima” da assessoria no atendimento

Caso o servidor queira divulgar algum evento ou projeto, deve procurar a DICOM. Da mesma forma, caso a imprensa entre em contato direto com um servidor, este deve informar ao IFB.

Imaginar que a assessoria substitui porta-voz/fonte

Os jornalistas e os profissionais de relações públicas do IFB fazem a intermediação entre a imprensa e a Instituição. Não cabe a eles assumir o papel de fonte. Sendo assim, eles não dão entrevistas em nome do IFB; apenas organizam e orientam o contato dos profissionais e públicos da instituição, sejam técnicos, professores e estudantes, com a imprensa.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

7 OUTROS ESPAÇOS PARA INSERÇÃO NA IMPRENSA

Muitos jornais possuem seções nas quais são publicados artigos (textos de opinião) assinados por qualquer pessoa. Um servidor do IFB pode enviar a um jornal um artigo sobre o assunto que domine ou sobre o qual queira opinar. Não se trata de artigos científicos, mas de textos breves com opiniões e comentários acerca de determinado tema.

Para ter mais chances de publicação, é importante construir o texto não só com opiniões mas também com dados que as sustentem. Cada jornal tem um tamanho determinado de artigo, e alguns pedem fotos. É importante observar essas condições para que o material encaminhado atenda às especificações do veículo. Assim como ocorre com as sugestões de pauta, o envio do artigo não garante que este seja publicado.

O servidor do IFB que escrever um artigo de opinião para um jornal deve ter consciência de que nem sempre poderá falar pela Instituição, mas emitirá uma visão pessoal sobre determinado assunto. Ao mesmo tempo, se assinar o artigo como servidor do IFB, deve ter consciência também de que sua opinião pode, de alguma maneira, “respingar” na Instituição. O cuidado deve ser maior se o servidor for dirigente e visto pela comunidade como seu representante. Nesse caso, recomenda-se que a DICOM seja consultada para dar orientações e até para ajudar na produção do artigo.

Os jornais também possuem seções nas quais os leitores, por meio de cartas, podem opinar sobre vários assuntos — em geral, sobre temas que estão em pauta na imprensa.

8 BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

DUARTE, Jorge (Org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica.**

DUARTE, Jorge. **Pequeno guia de relacionamento com a imprensa para fontes da área pública.** In: DE SOUSA, Vivaldo. *Jornalismo político: teoria, história e técnicas.* Editora Record, 2006.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

SCHMITZ, Aldo Antônio. **Guia de relacionamento com a mídia**. Florianópolis: ISCOM, 2008.

UNB. **Guia prático de relacionamento com a mídia**. Fundação Universidade de Brasília. 2013. Disponível em: <http://www.secom.unb.br/imagens/guia_pratico.pdf>. Acesso em: 21 ago. 2014.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

APÊNDICE P - FLUXO DE SOLICITAÇÃO PARA ASSESSORIA DE IMPRENSA

(Em diagramação)

- Para o trabalho de Assessoria de Imprensa, os critérios serão os descritos no Manual de Relacionamento com a Imprensa, como atualidade e ineditismo, e também considerados aspectos subjetivos de oportunidade e temporalidade, a serem analisados pelo profissional de comunicação a seu tempo e experiência.
- O *e-mail* deve ser devidamente assinado, com nome, função/cargo, unidade e telefone (veja [tutorial](#)).
- O acesso à imprensa acontece apenas por meio de mídia espontânea, ou seja, gratuita e conforme interesse das editorias. Esse relacionamento é diário entre um profissional da Dicom e produtores de mídia, seja TV, rádio, impresso ou sejam portais de notícias.
- A solicitação do assunto a ser divulgado externamente pode ser realizada com envio das informações em breve texto ou "briefing" que envolva o conteúdo e imagens (fotografias autorais ou com crédito) ao *e-mail* Institucional da Comunicação do IFB. Em um segundo momento, serão apuradas as informações com maior detalhamento, em contato direto na relação entre entrevistados e assessoria de imprensa, o que pode envolver servidores e estudantes.
- Posteriormente é produzido "release" sobre o conteúdo, que difere em alguns detalhes da publicação no *site*, e formatado para envio ao *mailing* de imprensa do IFB, tanto por mensagem eletrônica quanto pela ferramenta *Whatsapp* (o que tem sido mais usual nessa relação entre o IFB e a mídia externa).
- Em algumas situações poderão ser solicitados áudios e vídeos para contemplar a pauta e atender a pedidos específicos dos veículos. É importante a disponibilidade das fontes para entrevistas e atendimento a dúvidas no período de construção e exposição da pauta à imprensa.
- Todas as veiculações estarão disponíveis no *link* IFB na Mídia, *site* do IFB, após clipagem das matérias publicadas.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

APÊNDICE Q - FLUXO PARA SOLICITAÇÃO DE CRIAÇÃO MULTIMÍDIA DO IFB

(Em revisão ortográfica e diagramação)

Visando a agilidade, eficiência e melhoria do fluxo das demandas direcionadas à área de criação multimídia da DICOM, que presta suporte comunicacional aos dez *campi* do IFB e à reitoria, apresentamos a seguir, orientações para auxiliar os servidores responsáveis pelo encaminhamento dessas demandas, para que as mesmas sigam os critérios e boas práticas estabelecidas pela DICOM:

1. Todas as demandas de criação multimídia, devem ser realizadas via SUAP.
2. Para abrir um chamado de criação multimídia no SUAP, selecione a opção “Abrir Chamado”, localizada no menu lateral. Depois, selecione “COMUNICAÇÃO”.
3. Dentro da aba “COMUNICAÇÃO” você terá duas opções: “AUDIOVISUAL” e “CRIAÇÃO”. Escolha a opção que esteja de acordo com a sua demanda.
4. Após escolher uma das duas opções, faça a descrição do seu pedido, de forma sucinta e objetiva, inserindo as informações essenciais:
 - a) **Canais de divulgação**: importante para a definição do formato da peça.
 - b) **Data de início da campanha de divulgação**: importante para definir a data de finalização do trabalho de criação e envio dos arquivos finalizados para divulgação.
 - c) **Descrição da ideia/conceito que a arte deve representar**: cores, características estéticas, público-alvo etc.
 - d) **Referências visuais**: importante para complementar visualmente a descrição.
 - e) **Texto que será inserido na arte**: revisado e com número de toques compatível com o canal de divulgação.
 - f) **Relação de complementos**: fotos de palestrantes, mapas, logos etc.
5. Os serviços de criação devem ser solicitados com margem de, pelo menos, 10 dias úteis de antecedência da data prevista para o início da divulgação (data de entrega do material solicitado).
6. A DICOM trabalha com base no calendário institucional do IFB, como, por exemplo, o Processo Seletivo para o ingresso de novos alunos, que ocorre



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

- semestralmente. Em caso de conflito com a agenda institucional e havendo restrição operacional, por parte da equipe DICOM, para o atendimento da demanda, a mesma poderá ser rejeitada, ou remanejada para outra data.
7. Arquivos que sejam importantes para a realização do trabalho como, textos, logos, fotos de palestrantes e referências visuais, deverão ser disponibilizados pelo solicitante, através de link de acesso ao drive institucional (do órgão ou do servidor). O respectivo link deverá ser inserido no corpo da “DESCRIÇÃO” do chamado. Preferencialmente, na hora de sua abertura.
 8. Chamados abertos sem antecedência de 10 dias, serão avaliados pela DICOM, considerando o calendário institucional do IFB e o fluxo de trabalho do momento.
 9. Após recebimento e análise de cada chamado, a equipe de criação multimídia poderá encaminhar orientações e solicitar mais informações ao demandante, caso seja necessário.
 10. Todo chamado aberto deve ser acompanhado pelo demandante, tempestivamente, através da linha do tempo e das notificações disponibilizadas no SUAP.
 11. As peças e/ou vídeos produzidos pela DICOM serão disponibilizados para o solicitante, através de um link de acesso ao drive da pasta de produção da DICOM. Esse link será encaminhado via notificação no SUAP, tendo o solicitante o prazo de cinco (5) dias úteis para fazer sua avaliação e apresentar suas observações, também via notificação no SUAP. Após esse prazo, se não houver manifestação expressa, o chamado será considerado como RESOLVIDO e será FECHADO.
 12. Após o recebimento da proposta de layout o solicitante poderá requisitar até três (3) pedidos de alterações e/ou ajustes, que serão realizados dentro do prazo definido no chamado do SUAP e das possibilidades técnicas da equipe, respeitando o fluxo de trabalho da DICOM.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

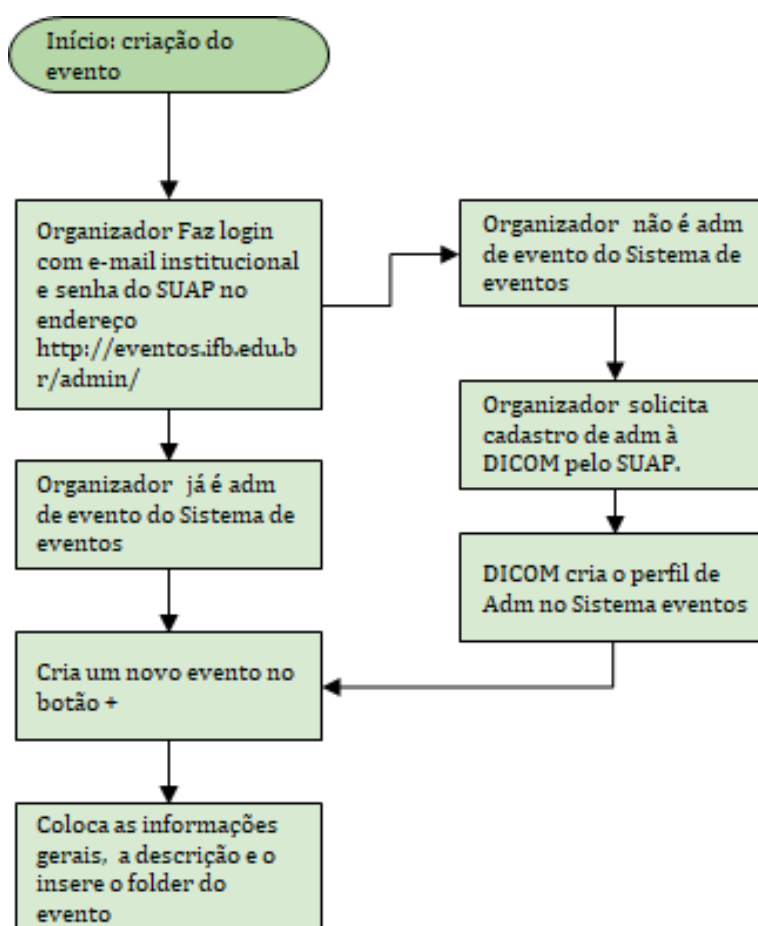
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

APÊNDICE R - FLUXO DE UTILIZAÇÃO DO SISTEMA DE EVENTOS

(Em diagramação)

Para um melhor fluxo, agilidade e eficiência no processo, visto que a DICOM atende a demandas das onze unidades, campi e reitoria, encaminhamos algumas informações para os servidores responsáveis pelo encaminhamento de pedidos de utilização do sistema de eventos:

<http://eventos.ifb.edu.br/admin/>





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

APÊNDICE S - FLUXO DE SOLICITAÇÃO DE TRANSMISSÃO AO VIVO

(Em diagramação)

Com o propósito de estruturar uma agenda de programação institucional no canal TV IFB de transmissão de conteúdo acadêmico voltado a nossa comunidade, a Diretoria de Comunicação orienta, para inserção de conteúdo, que o servidor atenda aos seguintes requisitos:

SUAP – A solicitação deverá ser formalizada via SUAP através do *link* https://suap.ifb.edu.br/centralservicos/abrir_chamado/145/.

ENVIO DOS ANEXOS – Qualquer imagem, logo e peças publicitárias (editáveis) que o evento possua deverão ser compactados em uma pasta e encaminhados, em anexo, bem como a solicitação do pedido devidamente preenchido (**AGENDA TRANSMISSÃO AO VIVO**).

RESPONSÁVEL PELO EVENTO – Apenas **servidores do IFB** serão responsáveis pelo evento, não podendo ser estudantes, estagiários ou bolsistas.

TRANSMISSÃO – Será necessária a **criação de um *link* de reunião no Google Meet** a partir de um ***e-mail* institucional do IFB**, sendo disponibilizado de imediato após a solicitação. Pode ser o *e-mail* do responsável bem como do moderador (apenas o criador do *link* será responsável por autorizar a entrada dos participantes na live, sendo obrigatória sua participação durante a transmissão).

HORÁRIO E DURAÇÃO – Os horários disponibilizados são às **13h, 16h ou 19h**, limitando-se a **2 (dois) eventos por dia**. A transmissão total do evento deverá ser limitada a **50 minutos**. Caso não seja possível, este deverá ser dividido em tantas partes quantas forem necessárias, agendadas em datas posteriores.

LIBRAS – O proponente da *live* será o responsável pela convocação dos Intérpretes de Libras, caso necessite. O(s) intérprete(s) deve(m) entrar na live com 30 minutos de antecedência para ajustes técnicos e posicionamento de câmera.

PARTICIPANTES – Todos os participantes do evento devem entrar com **20 minutos de antecedência** para os devidos ajustes de enquadramento, posicionamento de câmera e orientações sobre o evento. Caso a live tenha mais de 5 participantes – excluindo-se os intérpretes de Libras – o tempo deverá ser de **30 minutos de antecedência**.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

CHAT PÚBLICO – Durante a transmissão, o *chat* público do Youtube estará disponível para comentários externos. É importante que haja um responsável para observar, acompanhar e filtrar perguntas ou informações do telespectador e repassar para a organização ou moderação do evento via *Google Meet*.

APRESENTAÇÃO DE SLIDES – É de responsabilidade do palestrante ou moderador inserir, apresentar e comandar as apresentações que venham a ser exibidas durante a transmissão, bastando para isso habilitar a função “Apresentar agora” no *Goggle Meet*. Antes da live, o técnico irá testar a apresentação. Se, dentro dela, **contiver algum vídeo**, este deverá ser encaminhado em separado, com antecedência mínima de 24 horas, para que o técnico possa executar o vídeo em separado para que não haja perda de qualidade.

REPRODUÇÃO DE VÍDEOS, IMAGENS E FOTOS – É de responsabilidade do organizador do evento enviar o(s) arquivo(s) 24 horas antes do horário da live para o e-mail comunicacao@ifb.edu.br, além de incluir o *link* no formulário e anexar ao suap. Atentem-se para os direitos autorais e de exibição dos arquivos de mídia!

ACESSIBILIDADE EM LIBRAS – É necessário que todos os eventos públicos do IFB tenham tradução simultânea em libras, sendo responsabilidade do organizador do evento indicar os tradutores.

INTERNET NO PC OU NOTEBOOK – Recomendamos, sempre, que seja usado um cabo de rede, ao invés da rede sem fio, no PC/notebook. A conexão física via cabo é mais estável e melhora a qualidade do vídeo. Caso não seja possível, desligue por 5s e ligue o roteador antes da live para atualizar o sinal da rede sem fio.

INTERNET NO SMARTPHONE OU TABLET – Geralmente a conexão móvel 4G das operadoras é melhor que a Wi-Fi residencial. Caso não seja possível utilizar os dados móveis, reinicie o roteador para atualizar o sinal da rede sem fio.

AMBIENTE FÍSICO – Escolha um lugar bem iluminado, com poucos objetos ao fundo, com luz natural, silencioso e que tenha um bom sinal de Wi-Fi.

Evite:

- ficar de costas para janelas que tenham luz;
- conversar com pessoas da casa perto do equipamento;
- janelas e portas abertas com barulhos ou iluminação externos;
- ambientes com muita poluição visual, como estantes com muitos objetos ou livros (isso atrapalha a captação da imagem).



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

AGENDA TRANSMISSÃO AO VIVO

DADOS DO EVENTO

Campus:

Setor solicitante:

Nome do Evento:

Título da transmissão ao vivo (Máximo 100 caracteres):

Título resumido para a miniatura/capa do Youtube (Máximo 70 caracteres):

Formato: () Live () Reunião () Debate () Oficina () Formatura () Outro

Privacidade do vídeo após a transmissão:

() Público – liberado na *playlist* no canal da TV IFB

() Não listado – apenas quem tiver o link terá acesso

() Privado – arquivado: acesso indisponível

Mídias usadas durante a live: () slides () vídeo () música () foto () hino nacional

Data:

Horário (início e fim):

Link da sala do Google Meet ou outra plataforma:

Responsável pelo evento:

Whatsapp/telefone e e-mail:

Responsável pelo chat:

Whatsapp/telefone e e-mail:

Objetivo da live:

Programação (Incluir todas as datas e horários necessários)

RESUMO DO EVENTO

DADOS DOS PARTICIPANTES

Mediador: Nome e apenas um sobrenome

Função/titulação para mostrar na live:

Intérpretes de Libras:

Intérprete 1: Nome e apenas um sobrenome

Função/titulação: (Exemplo – Intérprete de Libras/Campus Brasília)

Intérprete 2:

Função/titulação:

Intérprete 3:

Função/titulação:

Participantes:

Participante 1: Nome e apenas um sobrenome

Função/titulação RESUMIDA para mostrar na live: (Exemplo: Diretor do IFB – Campus Gama)

Palestrante? sim ou não

Participante 2:

Função/titulação RESUMIDA para mostrar na live:

Palestrante? sim ou não

Todos os dados e informações deste documento são de preenchimento obrigatório do responsável pelo evento!

Links do evento para adicionar na descrição pública da live no Youtube:

Apenas exemplos (caso não tenha, deixe em branco os campos abaixo):



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Link 1: lista de presença (<https://sitedeeventos.com.br>)

Link 2: *site* do evento (<evento.com.br>)

Link 3: ...



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

APÊNDICE T - FLUXO DE PUBLICAÇÃO EM MURAIS DO IFB

(Em diagramação)

O Instituto Federal de Brasília (IFB) utiliza material impresso para fixação em murais ou espaços de maior circulação nos *campi* e na Reitoria para comunicação com servidores e estudantes. Os murais físicos e virtuais merecem atenção e cuidados. O uso dos murais físicos, localizados em pontos estratégicos dos prédios do IFB, e os materiais afixados deverão atender aos objetivos institucionais e obedecerão às seguintes orientações:

- Observar a norma legal vigente no Brasil, seja municipal, estadual ou federal, que veta a publicação de conteúdo calunioso, difamatório, injurioso, racista, de incitação à violência ou a publicação de qualquer ilegalidade, ou que desrespeite a privacidade alheia; com linguagem ou imagem obscena e/ou pornográfica; de cunho comercial e/ou pertencentes a correntes ou pirâmides de qualquer espécie; anônimas ou com assinatura falsa.
- Utilizar murais específicos, quando houver, para suas divulgações de cada setor.
- Consultar o respectivo *campus*/setor e obter autorização quando tiver interesse em publicar algum cartaz nos murais.
- Deixar o material afixado nos murais até a sua validade, ou pelo prazo estipulado pelo setor que administra o mural, ficando sob a responsabilidade do setor que o afixou efetuar a sua retirada.
- Não afixar materiais impressos fora dos murais.
- No caso do não cumprimento dessas orientações, os cartazes e os comunicados poderão ser retirados pelo setor responsável pelo mural, sem aviso prévio.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

APÊNDICE U - ANÁLISE SWOT/FOFA COMUNICAÇÃO IFB

(Em revisão ortográfica e diagramação)

INTRODUÇÃO

A matriz SWOT/FOFA é uma ferramenta para a realização do planejamento estratégico. Ela é importante para que a instituição consiga traçar estratégias mais efetivas, para alcançar os objetivos e auxiliar nas tomadas de decisões. SWOT é uma sigla em inglês que significa *Strengths* (forças), *Weakness* (fraquezas), *Opportunities* (oportunidades) e *Threats* (ameaças). Em português, a sigla é FOFA.

A análise da matriz FOFA da comunicação do IFB e a definição de planos de ação foram realizadas a partir da planilha “Luz — Planilhas Empresariais”, que é apresentada como anexo neste documento.

1 DEFINIÇÃO DOS FATORES DE ANÁLISE

A análise partiu dos objetivos para a definição de fatores de análise que foram categorizados em ambiente interno e ambiente externo.

Os objetivos são:

Estabelecer diretrizes de uma comunicação institucional guiada pela responsabilidade pública, transparência e inclusão, visando

- a) instituir a Política de Comunicação do IFB;
- b) fortalecer a identidade do IFB;
- c) difundir o conhecimento científico pelo ensino, pesquisa e extensão;
- d) consolidar um processo colaborativo e estratégico;
- e) promover e ampliar o diálogo e o relacionamento do IFB com seus públicos;
- f) atuar de forma integrada institucionalmente para potencializar os resultados da comunicação.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Os fatores de análise são:

Internos - No ambiente interno são considerados os fatores de cujos resultados a instituição tem o controle. Esses fatores são analisados como forças ou fraquezas.

- Uso da marca e identidade,
- Comunicação pública,
- Comunicação inclusiva,
- Comunicação integrada,
- Comunicação estratégica com setores do IFB,
- Comunicação interna,
- Canais de Comunicação,
- Estrutura organizacional Dicom,
- Procedimentos de divulgação,
- Atendimento ao público,
- Comunicação no âmbito educacional,
- Comunicação Científica e de Extensão no âmbito interno,
- Divulgação dos resultados de pesquisa e de Extensão,
- Canais de comunicação interna,
- Canais de comunicação externa,
- Campanhas de ingresso,
- Relacionamento com a imprensa,
- Promoção e realização de eventos.

Externos - No ambiente externo são considerados os fatores que estão fora do controle da instituição, como clima, taxa de juros, mudança de legislação, crises econômicas no país e no mundo, entre outras. Os fatores externos são analisados como ameaças ou oportunidades.

- Posicionamento da marca no ambiente externo,
- Comunicação com a sociedade,
- Percepção da imprensa,
- Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica,



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

- Interesse da sociedade nos cursos ofertados pelo IFB,
- Instituições de ensino básico e de Eja, CRAS, etc,
- Engajamento dos públicos internos,
- Arranjos sociais locais,
- Políticas públicas brasileiras para promover a comunicação pública e inclusiva,
- Mudanças no contexto político brasileiro,
- Fatores econômicos e sociais brasileiros,
- Dinamismo das tecnologias da informação,
- Acesso à internet,
- Índice de Educação da população brasileira (taxa de alfabetização e taxa de escolarização),
- Programas Sociais,
- Capacidade dos estudantes entenderem os comunicados.

2 ANÁLISE SWOT/FOFA

Após as definições foram realizadas as análises das forças, fraquezas, ameaças e oportunidades e definidos os graus de intensidade, importância e tendência, que gerou os cinco principais fatores a serem apurados.

1. Fatores internos

1.1 Top 5 Forças	600	1.2 Top 5 Fraquezas	480
Uso da Marca e identidade	125	Atendimento ao público	100
Procedimentos de divulgação	125	Divulgação dos resultados de pesquisa e de Extensão	100
Relacionamento com a imprensa	125	Campanhas de ingresso	100
Promoção e realização de eventos	125	Comunicação integrada com setores do IFB	100
Comunicação Inclusiva	100	Canais de Comunicação interna	80



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

2. Fatores externos

2.1 Top 5 Oportunidades	555	2.2 Top 5 Ameaças	404
Posicionamento da marca no ambiente externo	125	Engajamento dos públicos internos	100
Percepção da imprensa	125	Interesse da sociedade nos cursos ofertados pelo IFB	80
Políticas Públicas para comunicação pública e inclusiva	125	Mudanças no contexto político brasileiro	80
Dinamismo das tecnologias da informação	100	Fatores econômicos e sociais brasileiros	80
Instituições de ensino básico e de Eja, CRAS, etc.	80	Acesso à internet	64



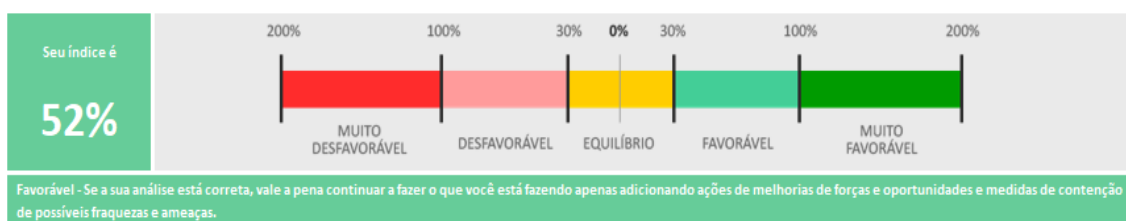
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

3 RELATÓRIO DA ANÁLISE SWOT/FOFA

Índice de favorabilidade - em cada fator de análise foi dada uma pontuação baseada nos critérios de Importância, Intensidade e Tendência. Quanto mais alto forem as pontuações nos itens bons da SWOT, maior o índice de favorabilidade. Quanto mais alto forem as pontuações dos itens prejudiciais, o índice será mais desfavorável. O índice da Comunicação do IFB é 52% de favorabilidade, indicando que as forças estão mais altas que as fraquezas e possui as oportunidades à favor.

Índice de favorabilidade



Análise geral dos fatores internos e externos

Forças	36%	Suas forças estão mais altas ou iguais as suas fraquezas, mantenha esse bom resultado!
Fraquezas	19%	Suas fraquezas estão mais baixas ou iguais as suas forças, esse é um bom sinal, mas não se acomode!
Oportunidades	27%	Você tem mais oportunidades do que ameaças e isso indica um futuro promissor, só falta você alinhar quais forças vão otimizar as chances delas acontecerem de fato.
Ameaças	18%	Suas ameaças estão mais baixas do que suas oportunidades, esse é um bom sinal, mas ainda assim vale a pena analisar as suas ameaças mais relevantes e criar planos de ações para elas.

Análise geral dos fatores internos e externos

Forças	1015
Fraquezas	525
Oportunidades	747
Ameaças	515

Gráficos radar da análise SWOT





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

4 DEFINIÇÃO DE ESTRATÉGIAS E PLANOS DE AÇÃO

Com a análise da situação da Comunicação do IFB indicando 52% de favorabilidade, é necessário elaborar estratégias para minimizar ainda mais as fraquezas e a cada vez mais aumentar o índice de favorabilidade. Para compreensão da melhor estratégia foi feito um cruzamento em que será possível definir planos de ações estratégicas objetivando maximizar os pontos positivos e minimizar os pontos negativos.

Cruzamento dos fatores analisados

Forças e Fraquezas	No seu negócio	Oportunidades e Ameaças	No seu negócio	Tipo de estratégia	Recomendação
<i>Ex.: O portfólio de produtos/serviços é variado</i>	<i>Ex.: Força</i>	<i>Ex.: Aproveita avanço tecnológico</i>	<i>Ex.: Ameaça</i>	<i>Ex.: Estratégia ofensiva</i>	<i>Ex.: Procure criar planos de ação para desenvolver as vantagens competitivas.</i>
Uso da Marca e identidade	Força	Posicionamento da marca no ambiente externo	Oportunidade	Estratégia ofensiva	Procure criar planos de ação para desenvolver as vantagens competitivas.
Procedimentos de divulgação	Força	Interesse da sociedade nos cursos ofertados pelo IFB	Ameaça	Estratégia de confronto	Procure elaborar planos de ação para modificar o ambiente a favor do seu negócio.
Relacionamento com a imprensa	Força	Percepção da imprensa	Oportunidade	Estratégia ofensiva	Procure criar planos de ação para desenvolver as vantagens competitivas.
Promoção e realização de eventos	Força	Posicionamento da marca no ambiente externo	Oportunidade	Estratégia ofensiva	Procure criar planos de ação para desenvolver as vantagens competitivas.
Comunicação Inclusiva	Força	Políticas Públicas para comunicação pública e inclusiva	Oportunidade	Estratégia ofensiva	Procure criar planos de ação para desenvolver as vantagens competitivas.
Comunicação integrada com setores do IFB	Fraqueza	Engajamento dos públicos internos	Ameaça	Estratégia defensiva	Isto pode ser um sinal de que você precisará fazer profundas mudanças para proteger a empresa.
Canais de Comunicação interna	Fraqueza	Engajamento dos públicos internos	Ameaça	Estratégia defensiva	Isto pode ser um sinal de que você precisará fazer profundas mudanças para proteger a empresa.
Atendimento ao público	Fraqueza	Engajamento dos públicos internos	Ameaça	Estratégia defensiva	Isto pode ser um sinal de que você precisará fazer profundas mudanças para proteger a empresa.
divulgação dos resultados de pesquisa e de Extensão	Fraqueza	Percepção da imprensa	Oportunidade	Estratégia de reforço	Procure criar planos de ação para aproveitar melhor as oportunidades que o ambiente proporciona.
Campanhas de ingresso	Fraqueza	Interesse da sociedade nos cursos ofertados pelo IFB	Ameaça	Estratégia defensiva	Isto pode ser um sinal de que você precisará fazer profundas mudanças para proteger a empresa.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Planos de ação para a comunicação do IFB

Planos de ação	Itens	No seu negócio
<i>Ex.: Aumentar a divulgação da empresa</i>	<i>Ex.: O serviço é de qualidade</i>	<i>Ex.: Força</i>
Engajar os setores no planejamento de comunicação de suas ações	Comunicação integrada com setores do IFB	Fraqueza
Instituir o módulo de comunicação social no SUAP	Canais de Comunicação interna	Fraqueza
Instituir um referencial institucional para o atendimento telefônico	Atendimento ao público	Fraqueza
Realizar produções de jornalismo científico	Divulgação dos resultados de pesquisa e de Extensão	Fraqueza
Incluir a mídia indoor como canal de comunicação	Canais de Comunicação interna	Fraqueza
Realizar campanhas de ingresso com planejamento juntamente com ensino	Campanhas de ingresso	Fraqueza
Estabelecer um calendário oficial do IFB com divisão de responsabilidade entre os setores	Promoção e realização de eventos	Força
Propor uma revisão dos editais de ingresso para ampliar o acesso	Comunicação Inclusiva	Força
Realizar periodicamente a Exposição da memória do IFB	Uso da Marca e identidade	Força
Manter atualizado o Projeto de organização do acervo fotográfico do IFB	Uso da Marca e identidade	Força
Criar um Hall Virtual de placas de formandos	Uso da Marca e identidade	Força
Implantar o novo portal institucional	Procedimentos de divulgação	Força
Ampliar o relacionamento com veículos comunitários alternativos	Relacionamento com a imprensa	Força
Apresentar os cursos do IFB de forma atrativa e relacionadas aos arranjos produtivos locais	Interesse da sociedade nos cursos ofertados pelo IFB	Ameaça
Desenvolver ações institucionalizadas para minimizar os efeitos das mudanças políticas	Mudanças no contexto político brasileiro	Ameaça
Promover ações que incentivem o cidadão a estudar para ajudar na transformação social	Fatores econômicos e sociais brasileiros	Ameaça
Divulgar o acesso à internet no IFB nas campanhas de ingresso	Acesso à internet	Ameaça
Realizar parcerias para auxiliar na divulgação do processo seletivo	Instituições de ensino básico e de Eja, CRAS, etc.	Oportunidade
Aproveitar as políticas públicas para favorecer a comunicação com a sociedade	Políticas públicas para comunicação pública e inclusiva	Oportunidade
Aproveitar o bom posicionamento para reforçar a missão do IFB perante os públicos	Posicionamento da marca no ambiente externo	Oportunidade
Continuar envolver a imprensa para auxiliar na divulgação espontânea	Percepção da imprensa	Oportunidade
Fortalecer a divulgação nas redes sociais e redimensionar as contas em desuso	Dinamismo das tecnologias da informação	Oportunidade



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

5 CONCLUSÃO

Com a análise realizada, percebe-se que a área de comunicação do IFB é uma área estratégica e que grande parte das ações desenvolvidas fortalece a instituição; porém, o estudo aponta fraquezas que precisam ser minimizadas ou revertidas. Os pontos a serem trabalhados mais fortemente são o envolvimento entre áreas e a inclusão do planejamento de comunicação nas ações institucionais, e isso depende diretamente da interação com os demais setores da Instituição e do engajamento do público interno, sendo a implantação da Política de Comunicação fator fundamental para consolidar a imagem institucional e tornar a comunicação acessível para toda e qualquer atuação de ensino, pesquisa e extensão.

6 REFERÊNCIA

LUZ, Planilhas empresariais. **Planilha de Análise SWOT 3.5**. 2016

Documento Digitalizado Público

Política de Comunicação do IFB

Assunto: Política de Comunicação do IFB
Assinado por: Camila Coelho
Tipo do Documento: Anexo
Situação: Finalizado
Nível de Acesso: Público
Tipo do Conferência: Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

■ **Camila Paim Veran Coelho, ASSISTENTE EM ADMINISTRACAO**, em 27/11/2021 07:36:35.

Este documento foi armazenado no SUAP em 27/11/2021. Para comprovar sua integridade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifb.edu.br/verificar-documento-externo/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 290048

Código de Autenticação: ab219480d5

