



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA FARROUPILHA
REITORIA

RESOLUÇÃO CONSUP Nº 010/2017, DE 10 DE MARÇO DE 2017

Aprova a Política de Comunicação do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Farroupilha.

A PRESIDENTE DO CONSELHO SUPERIOR do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Farroupilha, no uso de suas atribuições legais e regimentais, considerando as disposições do Artigo 9º do Estatuto do Instituto Federal Farroupilha e os autos do Processo Nº 23243.000204/2017-40, com a aprovação da Câmara Especializada de Administração, Desenvolvimento Institucional e Normas, por meio do Parecer Nº 005/2017/CADIN; e do Conselho Superior, nos termos da Ata Nº 002/2017, da 1ª Reunião Ordinária do CONSUP, realizada em 10 de março de 2017,

RESOLVE:

Art. 1º - APROVAR, nos termos e na forma constantes do anexo, a Política de Comunicação do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Farroupilha.

Art. 2º - Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação.

Santa Maria, 10 de março de 2017.


CARLA COMERLATO JARDIM
PRESIDENTE



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA FARROUPILHA
REITORIA

Política de Comunicação do Instituto Federal Farroupilha

Definição e Pressupostos Básicos

A política de comunicação é um conjunto de princípios, diretrizes e estratégias que objetivam orientar, de maneira uniforme, profissional e sistemática, o relacionamento de uma organização com seus diversos públicos de interesse¹.

Entendemos como públicos de interesse do IF Farroupilha a **comunidade interna**, composta por servidores, alunos e funcionários terceirizados, e a **comunidade externa**, composta por alunos em potencial, imprensa e comunidade em geral.

Este documento tem a função de estabelecer os princípios a partir dos quais serão realizadas as ações de comunicação com os públicos de interesse do Instituto Federal Farroupilha.

Atualmente, o Instituto Federal Farroupilha possui 10 *campi*, um *campus* avançado, oito centros de referência e mais de 30 polos de educação a distância. Distribuídos nestas estruturas, estão cerca de 1500 servidores que atuam para oferecer educação pública, gratuita e de qualidade para 20 mil alunos.

O público variado e a estrutura *multicampi* reforçam a necessidade de um conjunto de diretrizes que integre e coordene as ações de comunicação nas diversas unidades da instituição. Estas diretrizes devem ter a finalidade de integrar o Instituto Federal Farroupilha em torno de seus fins e objetivos estabelecidos por lei e pelo Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI 2014-2018), levando informações claras, padronizadas e estratégicas a todos os seus públicos de interesse.

Entendemos que a comunicação institucional deve ser tratada e desenvolvida como uma atividade estratégica, permanente e profissionalizada. Isso não significa transformá-la em atividade especializada e atribuição exclusiva dos profissionais que compõem as equipes de profissionais da área de comunicação – pelo contrário, acreditamos que a eficácia da comunicação só será plenamente alcançada quando houver envolvimento e participação efetiva de toda a comunidade acadêmica.

¹ A Política de Comunicação do Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC) é uma das referências básicas para a construção deste documento. O conceito de Política de Comunicação, os Pressupostos Básicos e, parcialmente, a estrutura deste texto, bem como outros elementos, foram retirados ou baseados naquele documento. Ver citação em “Metodologia”.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA FARROUPILHA
REITORIA

Envolver a comunidade acadêmica do Instituto Federal Farroupilha significa torná-la ciente dos objetivos institucionais e dos interesses da gestão; dos acontecimentos que envolvam ensino, pesquisa e extensão em todas as unidades; das ações administrativas e dos documentos institucionais que regem seu funcionamento e dos serviços ofertados à população. Acreditamos que os próprios servidores e alunos são o nosso melhor meio de comunicação institucional e com a comunidade externa. Assim sendo, uma comunidade acadêmica bem informada é fundamental para que o IF Farroupilha cumpra suas funções.

Relativamente jovens, os Institutos Federais ainda não são completamente conhecidos pela sociedade brasileira, principalmente quando comparados às universidades. Dessa forma, é necessário fortalecer a imagem institucional frente ao público externo, dar ciência dos serviços prestados e divulgar as ações desenvolvidas com financiamento público, com o objetivo de mostrar o que são, para que e para quem servem e o papel social destas instituições públicas de educação que tem aspectos em comum, mas são diferentes das universidades públicas.

A construção da nossa política de comunicação tem três pressupostos básicos:

- a) a vinculação com o processo de gestão e a cultura organizacional do Instituto;
- b) a existência de uma estrutura profissional de comunicação que tem participação efetiva no processo de tomada de decisões sobre comunicação, com autonomia para a realização de seu trabalho e com recursos, inclusive materiais, suficientes para a gestão da comunicação;
- c) a convicção de que a Política de Comunicação, e por extensão, os manuais publicados pela Secom, representam instrumentos estratégicos de gestão a serem assumidos e praticado por todos, uma vez que a interação do instituto com seus públicos de interesse e com a sociedade de maneira geral é realizada, a cada momento, por todos os seus servidores, independentemente de seu cargo ou vínculo funcional.

Metodologia

A construção dessa política envolveu todos os profissionais de comunicação do Instituto e abrange discussões iniciadas no **I Fórum de Comunicação do IF Farroupilha**, realizado no segundo semestre de 2015, na reitoria. O evento contou com a produção de uma Carta de Intenções na qual foram apontadas as principais dificuldades, necessidades e metas das assessorias.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA FARROUPILHA
REITORIA

A política também é resultado da participação da Secretaria de Comunicação no I Encontro dos Comunicadores da Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, promovido pelo Ministério da Educação e pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, em outubro de 2015. Durante o evento, foi levantada a necessidade de uma atuação mais alinhada dos setores de comunicação da Rede, discutidas práticas específicas, ressaltada a necessidade de atender às normas da área e a padronização dos serviços.

Além das discussões, quatro documentos serviram de base para a nossa política:

A **Lei nº 11.892, de 29 de dezembro de 2008**, que institui a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica e cria os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia. Entre outras providências, esta lei traz as finalidades, características e objetivos dos IFs. É a própria definição do Instituto e suas funções básicas que, essencialmente, devem ser divulgadas e estimuladas através das ações de comunicação.

O **Decreto nº 6.555, de 8 de setembro de 2008**, que estabelece diretrizes e define práticas de comunicação do Poder Executivo Federal. Considerando que o Instituto Federal Farroupilha faz parte deste poder e partindo do princípio da unidade nas ações de comunicação governamentais, consideramos fundamental a observância deste decreto nas ações institucionais.

O **Plano de Desenvolvimento Institucional do IF Farroupilha**, o qual estabelece as prioridades e os objetivos institucionais para os anos de 2014-2018. A partir deste documento, podemos alinhar as ações de comunicação aos objetivos estabelecidos pela instituição.

A **Política de Comunicação do Instituto Federal de Santa Catarina**, que tem servido de base para a construção das políticas e a atuação das assessorias de comunicação de diversos IFs. Além do pioneirismo, o texto do IFSC foi feito a partir de um trabalho minucioso, envolvendo toda a instituição e a contratação de um consultor renomado na área.

Trechos destacados e *links* para a íntegra de cada um dos documentos citados estão disponíveis na sessão de anexos desta Política de Comunicação.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA FARROUPILHA
REITORIA

Aplicação da Política de Comunicação

A Política de Comunicação é um documento institucional, aprovado pelo Conselho Superior, que tem como objetivo estabelecer as bases das ações comunicacionais no Instituto Federal Farroupilha.

São os pressupostos, objetivos e diretrizes aqui estabelecidos que vão originar os Planos de Ação e manuais institucionais, que, por sua vez, vão fundamentar e orientar as ações da Secretaria e das Assessorias de Comunicação, assim como de todos os setores que, de alguma forma, atuem com ações comunicacionais.

Como exemplo de manuais que devem ser observados por toda a comunidade acadêmica, podemos citar o manual de publicação e redação, que orienta e padroniza a escrita de termos importantes, como nome e siglas institucionais, cargos e funções, entre outros, e o manual de aplicação da marca do IF Farroupilha.

A comunidade acadêmica vai encontrar também nesta política uma descrição detalhada das atribuições específicas dos setores de comunicação.

Atualização da Política de Comunicação

A Política de Comunicação do Instituto Federal Farroupilha precisa ser permanentemente avaliada e, sempre que necessário, incorporar novos objetivos institucionais e demandas de seus públicos de interesse. Também deve estar sempre atenta a novas tecnologias que venham a contribuir com o aprimoramento das relações entre a instituição e seus públicos.

Objetivos Gerais e Diretrizes das Ações de Comunicação

Estabelecemos objetivos, diretrizes e ações a partir da seleção, do destaque e da adaptação do disposto no Decreto nº 6.555/2008, de acordo com o que consideramos especificidades de nossa instituição.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA FARROUPILHA
REITORIA

Objetivos Gerais da Secretaria de Comunicação

1. Divulgar os serviços colocados à disposição do cidadão pelo Instituto Federal Farroupilha;
2. Disseminar informações sobre assuntos de interesse público dos diferentes segmentos sociais com ênfase às ações de Ensino, Pesquisa e Extensão desenvolvidas pela instituição;
3. Promover a integração institucional;
4. Promover a imagem da instituição.

Detalhamos abaixo esses quatro objetivos gerais:

Divulgar os serviços colocados à disposição do cidadão pelo Instituto Federal Farroupilha

Consideramos que a divulgação dos serviços oferecidos pelo Instituto Federal Farroupilha aos cidadãos é responsabilidade fundamental da Secretaria de Comunicação e das Assessorias de Comunicação dos *campi*. Neste sentido, a divulgação dos cursos oferecidos pela instituição deve ser a prioridade nos trabalhos da Secom. Atividades de pesquisa e extensão que impactam e levam oportunidades aos cidadãos também devem ser priorizados.

A divulgação destes serviços deve se dar a partir de campanhas de divulgação institucional temporárias e permanentes de cursos e processos seletivos. Estas campanhas devem consistir em produção de materiais gráficos impressos e digitais, planejamento de informações, produção de peças e *layouts* para o site institucional e redes sociais, produção de notícias e *releases* para públicos interno e externo, entre outros.

Disseminar informações sobre assuntos de interesse público dos diferentes segmentos sociais com ênfase às ações de ensino, pesquisa e extensão

A disseminação de assuntos de interesse público por meio de notícias e *releases* publicados em nossos veículos e encaminhados à imprensa deve ser encarada como segunda prioridade das ações de comunicação do IF Farroupilha. Além de ajudar na divulgação dos serviços prestados e na promoção da imagem institucional, a divulgação das ações de ensino, pesquisa e extensão desenvolvidas pela instituição devem ser vistas como mais uma maneira de prestar contas à sociedade em relação ao dinheiro investido por meio de impostos.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA FARROUPILHA
REITORIA

Promover a integração institucional

A Secretaria de Comunicação deve assegurar a integração institucional entre as diferentes unidades do IF Farroupilha. Esta integração deve se dar tanto entre o público externo, para que este identifique cada unidade como parte de uma instituição maior, por meio da promoção da imagem institucional de forma unificada; quanto entre o público interno, criando um senso de pertencimento entre o público colaborador, por meio da distribuição de informações de maneira uniforme e divulgação dos objetivos e ações da gestão.

Promover a imagem da instituição

A promoção da imagem deve se dar por meio de todas as ações institucionais. É tarefa da Secom auxiliar a promoção da imagem institucional na realização de eventos, na correta utilização da identidade visual institucional seguindo seu manual de aplicação, na coesão entre os materiais gráficos e digitais institucionais disponibilizados ao público e na disseminação de informações de forma estratégica e alinhada aos objetivos institucionais: a imagem institucional a ser promovida deve estar atenta à missão, visão, valores do Instituto Federal Farroupilha definidos pelo PDI 2014-2018 e às finalidades e objetivos dos IFs estabelecidos pela Lei nº 11.892/2008 (conforme anexos II e III).

O Instituto Federal Farroupilha é uma instituição de educação que oferece formação em todos os níveis de ensino - do nível básico, a partir da formação de professores que atuarão na escola pública, até cursos de pós-graduação. Trata-se de uma instituição profundamente inserida na sociedade, oferecendo soluções reais para demandas locais - seja da perspectiva do indivíduo, oferecendo formação diretamente relacionada ao mundo do trabalho, seja da perspectiva comunitária, oferecendo soluções tecnológicas para o desenvolvimento sustentável local.

As imagens a serem passadas são, portanto, de um ambiente de ensino, de pesquisa e de tecnologia (laboratórios, ferramentas de pesquisa, maquinário) aberto e extensivo à comunidade (pesquisa aplicada, contato com a comunidade, atividades em ambientes externos), intrinsecamente ligado ao mundo do trabalho e às demandas locais e comprometido com o desenvolvimento socioeconômico (imagens de trabalhadores, fábricas, plantações, produção, meio ambiente, natureza).

A territorialidade também implica uma ligação com a promoção das culturas locais. O Instituto Federal Farroupilha faz parte de uma rede nacional, e deve estar sempre atento às peculiaridades que o diferenciam dos demais IFs. A produção cultural



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA FARROUPILHA
REITORIA

desenvolvida nos *campi*, principalmente àquelas ligadas ao território, devem ser exploradas de forma a promover culturas locais em ambientes nacionais e fortalecer a identidade institucional.

Além disso, a instituição também possui uma preocupação com a gestão democrática. Dessa forma, entendemos que as ações de comunicação devem sempre buscar a participação da comunidade acadêmica.

Diretrizes das ações de comunicação

No desenvolvimento de suas ações para o cumprimento dos objetivos estabelecidos anteriormente, a Secretaria de Comunicação estará atenta às seguintes diretrizes:

1. atenção ao caráter educativo, informativo e de orientação social das mensagens veiculadas, com linguagem simples, direta, de fácil entendimento e adaptadas aos canais e diferentes segmentos de público;
2. valorização da diversidade étnica e cultural e respeito à igualdade e às questões raciais, geracionais, de gênero e de orientação sexual, com ênfase na representação das minorias;
3. vedação do uso de nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos – a comunicação deve tratar conquistas e méritos, sempre que possível, como sendo institucionais e/ou fruto de políticas públicas;
4. ênfase às ações realizadas ou dirigidas aos alunos ou alunos em potencial da instituição;
5. normatização do uso de marcas e coesão de linguagem e estilo nos conceitos e identidade visual utilizados na comunicação, com reforço às marcas de governo e ao logotipo dos Institutos Federais;
6. reforço das atitudes que promovam o desenvolvimento humano, o respeito ao meio ambiente, o empreendedorismo e o desenvolvimento regional;
7. valorização dos elementos simbólicos da cultura nacional e regional;
8. valorização de estratégias de comunicação regionalizada, estimulando e apoiando as ações de comunicação realizadas pelos *campi*, desde que alinhadas à estratégia institucional;



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA FARROUPILHA
REITORIA

9. observância da eficiência e racionalidade na aplicação dos recursos públicos com especial atenção à sistematização e padronização na prestação de serviços aos outros setores; e
10. difusão de boas práticas na área de comunicação em todos os setores, não se limitando à Secretaria de Comunicação.

Setores de Comunicação do IF Farroupilha

O Instituto Federal Farroupilha possui uma Secretaria de Comunicação, localizada na Reitoria do IF Farroupilha, e Assessorias de Comunicação nos *campi*.

Para que as competências atribuídas aos setores de comunicação sejam cumpridas com efetividade, é necessário uma equipe completa de profissionais de diversas áreas da comunicação, que podem incluir Jornalistas, Publicitários, Relações Públicas, Programadores Visuais, Diagramadores, entre outros.

Em razão de sua estrutura *multicampi*, o IF Farroupilha dificilmente vai dispor de um profissional de cada uma dessas áreas em todas as suas unidades. Desta forma, os setores de comunicação trabalharão em conjunto, dividindo trabalhos e competências de acordo com as necessidades institucionais.

Para conhecer a estrutura atual dos setores de comunicação, consulte os anexos desta Política de Comunicação.

Competências da Secretaria de Comunicação

Conforme o Regimento Geral do Instituto Federal Farroupilha, compete à Secretaria de Comunicação – SECOM:

- I. Prestar assessoria de comunicação para a reitoria do Instituto Federal Farroupilha;
- II. Avaliar e definir estratégias de comunicação para atividades de ensino, pesquisa e extensão;
- III. Apoiar e orientar as atividades de comunicação nas unidades do Instituto Federal Farroupilha;
- IV. Elaborar política de comunicação e planos anuais de comunicação para a instituição;



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA FARROUPILHA
REITORIA

- V. Atuar estrategicamente no planejamento e na execução de atividades, eventos, programas e projetos institucionais, na forma de Campanhas de Comunicação;
- VI. Promover a comunicação interna e externa por meio atividades e peças informativas;
- VII. Desenvolver projetos de identidade visual;
- VIII. Projetar peças gráficas para mídias impressas e digitais;
- IX. Elaborar projetos de programação visual (layout, usabilidade, arquitetura de informação) para sites e sistemas web (webdesign) institucionais;
- X. Elaborar projetos gráficos e diagramar documentos institucionais com o objetivo de publicação eletrônica ou impressa;
- XI. Editorar textos e imagens;
- XII. Definir processo de produção, matéria-prima e características da programação visual gráfica;
- XIII. Redigir notícias sobre o Instituto Federal Farroupilha;
- XIV. Acompanhar o(a) Reitor(a), os Pró-reitores e os servidores do Instituto Federal Farroupilha em eventos institucionais;
- XV. Realizar a cobertura jornalística de eventos promovidos pelo Instituto Federal Farroupilha ou dos quais participe;
- XVI. Administrar conteúdos do Portal Institucional;
- XVII. Avaliar, normatizar e autorizar criação de páginas na internet e em redes sociais das unidades do Instituto Federal Farroupilha;
- XVIII. Planejar e organizar eventos institucionais;
- XIX. Responsabilizar-se por cerimoniais e protocolos em eventos institucionais;
- XX. Assessorar o estúdio de WebTV do Instituto Federal Farroupilha;
- XXI. Exercer outras atividades de mesmo grau, complexidade e especificidade que lhes forem atribuídas pela Chefia de Gabinete.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA FARROUPILHA
REITORIA

Competências das Assessorias de Comunicação dos Campi

As competências descritas a seguir foram pensadas como adaptações das competências da Secretaria de Comunicação, que possui um número maior de servidores. As unidades do IF Farroupilha podem possuir profissionais de diferentes áreas trabalhando nas assessorias de comunicação. De acordo com a especialidade do servidor, é possível que algumas destas competências sejam desenvolvidas com maior efetividade do que outras.

- I. Prestar assessoria de comunicação para o *campus* no qual está lotada;
- II. Avaliar e definir estratégias de comunicação para atividades de ensino, pesquisa e extensão;
- III. Apoiar e orientar as atividades de comunicação na unidade;
- IV. Colaborar na elaboração da política de comunicação e planos anuais de comunicação para a instituição e para os *campi*;
- V. Atuar estrategicamente, por meio de Campanhas de Comunicação, no planejamento e na execução de atividades, eventos, programas e projetos institucionais;
- VI. Promover a comunicação interna e externa por meio de atividades de comunicação informativas;
- VII. Acompanhar projetos de identidade visual;
- VIII. Orientar o desenvolvimento de peças gráficas para mídias impressas e digitais;
- IX. Apoiar a elaboração de projetos de programação visual (usabilidade, arquitetura de informação) para sites e sistemas web institucionais;
- X. Definir processo de produção, matéria-prima e características da programação visual gráfica;
- XI. Redigir notícias sobre o Instituto Federal Farroupilha;
- XII. Realizar a cobertura jornalística de eventos promovidos pelo Instituto Federal Farroupilha ou dos quais participe;
- XIII. Fazer a gestão dos conteúdos do Portal Institucional referentes aos *campi*;



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA FARROUPILHA
REITORIA

- XIV. Avaliar, normatizar e autorizar criação de páginas na internet e em redes sociais das unidades do Instituto Federal Farroupilha;
- XV. Auxiliar no planejamento e organização de eventos institucionais;
- XVI. Responsabilizar-se por cerimoniais e protocolos em eventos institucionais;
- XVII. Assessorar o estúdio de WebTV do Instituto Federal Farroupilha; e
- XVIII. Exercer outras atividades de mesmo grau, complexidade e especificidade que lhes forem atribuídas pela Direção Geral.

Ações de Comunicação

Abaixo são descritas as ações desenvolvidas pelos setores de comunicação de acordo com as especificidades de cada uma das áreas da comunicação e com os Objetivos Gerais estabelecidos nesta Política.

Comunicação Interna

A comunicação interna compreende os processos, ações, estratégias, veículos ou canais que se destinam ao relacionamento entre o Instituto e seus públicos internos. É um sistema de mão dupla, estruturado, dinâmico e receptivo, capaz de disseminar as informações que a instituição deseja compartilhar e que seus públicos necessitam saber.

Esse relacionamento efetivo e permanente possibilita à comunicação interna a propagação de sua função primordial: a difusão da missão, visão e valores do Instituto, buscando engajamento e comprometimento dos públicos internos (sejam eles servidores efetivos ou terceirizados, alunos ou estagiários).

Outra função da comunicação interna diz respeito ao estabelecimento de fluxos e processos oficiais/formais pelos quais a instituição e seus públicos se comunicam, evitando os impactos que uma rede de comunicação informal pode causar no sentido de desarmonizar o bom clima organizacional.

Por isso, a comunicação interna engloba, além dos veículos formais – intranet, informativos dos *campi* voltados para alunos e servidores – a preocupação com a criação de instrumentos/estratégias que visam potencializar 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.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA FARROUPILHA
REITORIA

A partir da implantação de um processo de comunicação interna coerente, transparente e permanente, visando dar ciência sobre assuntos relevantes à instituição de forma simultânea ou anterior ao compartilhamento de informações com o público externo, constitui-se uma rede colaborativa entre os públicos internos, facilitando a disseminação e a adesão aos objetivos da instituição.

A comunicação interna é parte de uma estratégia de comunicação integrada e mais ampla, que engloba também os públicos externos, de forma que os relacionamentos tenham objetivos comuns, promovendo uma imagem única da instituição.

A partir da publicação dessa Política, registra-se a necessidade de constante avaliação da comunicação interna, por meio da prospecção de informações, como a elaboração de pesquisas de opinião, formação de *focus group*, aplicação de questionários, autopreenchimento de formulários, etc., a fim de aprimorar e adequar os instrumentos de comunicação aos objetivos do plano de gestão institucional.

Merecem atenção especial momentos de mudanças institucionais como alterações nos processos de seleção, consultas públicas, trocas de gestão, mudanças em regulamentos, Instruções Normativas, regimentos, etc. Como resultado desses processos de avaliação, a instituição terá um diagnóstico precioso para direcionar as estratégias e ações futuras.

Relacionamento com a Imprensa

A imprensa é fundamental para que o Instituto Federal Farroupilha atinja seus objetivos, principalmente quanto à divulgação dos serviços (com destaque para processos seletivos e oferta de cursos), disseminação de informações sobre atividades desenvolvidas por servidores e alunos e promoção da imagem institucional.

É fundamental entender, porém, que os interesses da mídia muitas vezes não correspondem aos interesses do Instituto Federal Farroupilha. Não é sempre que um assunto considerado importante do ponto de vista institucional conseguirá conquistar espaço na mídia. É tarefa da Secom e das Ascoms dos *campi* identificar os assuntos que podem ser de interesse e notificar a imprensa.

Nos casos em que a imprensa busca informações no IF Farroupilha é preciso identificar quando se trata de assunto institucional. Nestas situações, a informação liberada deve ter caráter oficial. Para isso, o contato será sempre feito através da Secom,



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA FARROUPILHA
REITORIA

que notificará o setor responsável e repassará a informação para a imprensa. É fundamental que, caso a imprensa não contate diretamente a Secretaria de Comunicação, o servidor repasse o contato para que a informação seja oficializada.

Também existem situações em que a imprensa pode buscar servidores e alunos do IF Farroupilha como fonte de informação a respeito de um assunto técnico, para divulgação de trabalhos de interesse para a sociedade ou eventos. Nestas situações, é interessante que a Secom ou as Ascoms sejam notificadas para auxiliar nas divulgações.

A boa relação com a imprensa deve ser mantida especialmente em situações de crise, isto é, momentos em que se disseminam informações que prejudicam a imagem institucional. Não se deve esquecer que o princípio constitucional da transparência se aplica especialmente nestes casos. Agir com cordialidade e eficiência nestes momentos assegura uma boa relação, uma boa imagem mesmo em períodos ruins e a possibilidade de divulgações positivas futuras.

Fontes

Servidores do IF Farroupilha, principalmente ocupantes de cargos de chefia e gestão, são pessoas legitimadas institucionalmente para falar em nome da instituição e devem estar sempre preparados para lidar com a imprensa, quando solicitadas pela Secom ou Ascoms. Na condição de porta-vozes, essas pessoas devem ser solícitas aos convites relacionados à imprensa, munindo-se de informações e dados de forma a assegurar um diálogo fluido com o entrevistador

Neste sentido, é interessante que a Secom e as Ascoms promovam programas de capacitação no que diz respeito ao relacionamento com a imprensa, preparando os servidores para o diálogo, criando a cultura de uma comunicação estratégica e integrada. Na impossibilidade de realização de um *media training*, sugere-se a disponibilização de diretrizes para encaminhamento às fontes, anteriormente às entrevistas.

Adicionalmente, é importante destacar que é preciso que todos os servidores do IF Farroupilha, e não apenas os setores de comunicação, mostrem disposição para se relacionar com a imprensa e forneçam informações com cordialidade, transparência, eficiência e, na maioria dos casos, impessoalidade.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA FARROUPILHA
REITORIA

Publicidade Institucional

Diferente da divulgação institucional, consideramos publicidade institucional toda a forma de promoção e divulgação que envolva a compra de espaço em mídias, como televisão, rádio, jornal, outdoors, internet, entre outros.

A publicidade dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal é disciplinada pela Instrução Normativa Secom-PR nº 7 de 19 de dezembro de 2014 (ver anexo **). A partir deste documento, e de orientações dadas pelo setor responsável por publicidade da Secretaria de Comunicação da Presidência da República durante o I Encontro dos Comunicadores da Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, entende-se que **o Instituto Federal Farroupilha está autorizado a fazer apenas publicidade legal e publicidade de Processos Seletivos.**

Campanhas de Ingresso

O ingresso no Instituto Federal Farroupilha, bem como os cursos oferecidos, devem ter, em maior ou menor intensidade, divulgação permanente.

A divulgação é trabalho específico da Secretaria de Comunicação e responsabilidade indireta de todos os servidores do Instituto Federal Farroupilha. É preciso sensibilizar os servidores sobre processos em andamento, datas, cursos oferecidos e modos de ingresso nas diferentes modalidades de ensino oferecidas pelo IF Farroupilha.

A divulgação deve ocorrer de forma integrada, com planejamento prévio das datas para que constem nos materiais institucionais desde o começo do ano e para que estas não concorram entre si. O planejamento das datas também permite uma melhor sensibilização dos servidores da instituição.

Com datas e cursos definidos previamente – ainda que com definições aproximadas e não definitivas – o ingresso no IF Farroupilha pode constar em todos os materiais institucionais. As unidades podem divulgar todas os serviços oferecidos e as formas de ingresso do Instituto Federal Farroupilha ao longo de todo ano, com destaque para os eventos e feiras.

Em períodos de inscrições abertas, as divulgações devem ser intensificadas e especificadas nas modalidades oferecidas durante aquele período.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA FARROUPILHA
REITORIA

Também visando a efetividade e a economia de recursos, a divulgação destes processos deve ser feita, quando possível, diretamente ao público de interesse. Algumas modalidades, como os cursos técnicos integrados ao nível médio, têm público bastante definido – neste caso, os alunos concluintes do ensino fundamental.

Fica evidente que a divulgação de processos seletivos não se limita à produção de materiais e compra de espaço em mídia. Depende de um envolvimento maior da instituição, incluindo servidores de diversos setores, e não apenas da comunicação, no esforço de divulgar os serviços oferecidos pelo IF Farroupilha, destacadamente os cursos e os processos seletivos, incentivando a utilização destes serviços por parte da população – que é, em suma, a razão da existência desta instituição pública.

Eventos

Os eventos visam manter e reforçar a imagem da instituição e aumentar a confiança dos diversos públicos. A partir da realização de eventos, também é possível atrair a atenção do público externo e de veículos de imprensa para o Instituto, tornando a instituição mais conhecida entre a comunidade. São excelentes “cartões de visitas” para a instituição, por isso o planejamento, a execução e a avaliação devem constituir-se como etapas indispensáveis a todo evento.

Todo evento, independentemente de sua dimensão, deve partir da definição do que precisa ser comunicado. A partir dos objetivos do evento é que se define o público de interesse e organiza-se o melhor formato, local, horário, recursos a serem despendidos e as estratégias para mobilização de cada público.

No IFFar, é recorrente a realização de eventos de naturezas distintas, desde uma atividade de formação para servidores até a promoção de uma festa de integração entre os públicos internos e suas famílias. E justamente por se tratarem de eventos diferentes, com interesses, públicos e repercussões potenciais também distintas, é que se faz necessário avaliar, via Secom ou Ascom, quais são os eventos que necessitam do acompanhamento dos setores de comunicação para serem executados.

Em se tratando de um evento institucional não organizado pelos setores de comunicação, seja para público interno ou público misto, a participação destes profissionais é sempre desejável para assessorar no planejamento de que tipos de materiais serão necessários para a divulgação, quanto tempo é necessário para a produção, auxiliar na escolha do nome e do conceito do evento do ponto de vista



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA FARROUPILHA
REITORIA

comunicacional, sugerir a relação de entidades convidadas, desenvolver o cerimonial e assegurar que existem condições adequadas para a cobertura jornalística (espaço para os servidores ocuparem, acesso a internet, iluminação adequada para fotografias, etc.).

Produção de materiais gráficos

Os setores de comunicação do IF Farroupilha são responsáveis pela elaboração de peças comunicacionais gráficas digitais e impressas através de atividades de programação visual e diagramação.

Estas atividades não podem ser vistas de forma individual, mas como partes de um trabalho maior que envolve planejamento. A elaboração destes materiais não se dá de maneira isolada, mas como solução de problemas comunicacionais.

A criação de marcas e identidade visual para eventos ou setores, bem como a aplicação das marcas institucionais já existentes devem se dar com a orientação da Secom e das Assessorias de Comunicação das unidades ou em observância aos manuais disponíveis.

Em relação aos materiais impressos, é necessário um planejamento ainda maior, principalmente por parte dos setores solicitantes, pois envolve a contratação de serviços. Para mais informações em relação a este tema, consulte o Manual de Serviços Gráficos da Secom.

Canais de Relacionamento do IF Farroupilha

Consideramos **Canais de Relacionamento** os veículos formais produzidos e mantidos pelo IF Farroupilha para comunicar-se com o público, com proposta visual e editorial claramente identificadas e conteúdos alinhados com os objetivos da instituição. Por exemplo: o portal institucional, páginas em redes sociais, informativos impressos ou digitais, canais em TV, rádio, etc.

A criação desses canais deve ser planejada e gerenciada de forma organizada, evitando-se sobreposições e redundâncias na comunicação, a fim de garantir a economia de esforços e recursos e de reforçar a identidade institucional.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA FARROUPILHA
REITORIA

Independentemente de serem impressos, eletrônicos ou digitais, a produção de conteúdos para serem veiculados por meio dos canais de relacionamento do Instituto federal Farroupilha deve observar as orientações constantes no manual de redação, manual de publicação, manual de uso da marca do IF Farroupilha, manual de cerimonial e eventos, e manual de redes sociais.

Propostas de criação de novos canais de relacionamento devem ser encaminhadas à Secretaria de Comunicação do IF Farroupilha, em solicitação que explicita os objetivos, o formato, a periodicidade, o setor responsável e o público de interesse. A Secom irá manter atualizado um cadastro de canais de relacionamento no âmbito do Instituto, a fim de mapear os veículos criados em todas as unidades.

Após a publicação desta Política de Comunicação, serão realizados esforços para rever os canais de relacionamento existentes, a fim de adequá-los às orientações estabelecidas, o que poderá resultar na criação de novos canais ou a supressão de alguns que estão em circulação.

Manuais e orientações institucionais

Como já descrito anteriormente, a comunicação se dá em todos os setores, sendo o relacionamento entre público interno e externo intrínseco à atividade de todos os servidores. A característica *multicampi* do IF Farroupilha também fragmenta as ações desenvolvidas pelos comunicadores.

Este conjunto de fatores exige que as ações que envolvam a comunicação sejam orientadas por documentos norteadores visando a qualidade dos serviços e a manutenção da imagem institucional baseada em todos os princípios e diretrizes descritos nesta Política.

A Secom, com a colaboração das Ascoms dos *campi* e dos demais setores diretamente envolvidos, vai publicar manuais com orientações e padronizações de serviços.

Alguns manuais que já estão finalizados ou em fase de planejamento e produção são: manual de uso da marca do IF Farroupilha, incluindo definição da sigla institucional; manual de publicação no novo portal do IF Farroupilha; manual de redação do IF



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA FARROUPILHA
REITORIA

Farroupilha; manual de criação e gestão de mídias sociais; manual de cerimonial e eventos.

Além dos manuais, também cabe à Secom e às Ascoms dos *campi* orientar os setores nas demais atividades que envolvam comunicação e imagem institucional, como por exemplo: montagem de estandes em eventos, produção de materiais informativos para divulgação institucional, confecção de materiais gráficos para uso interno e externo, como banners, sinalização, pintura de prédios e brindes, participação de servidores em entrevistas jornalísticas, entre outras.

Fórum anual de comunicação

A realização de um encontro presencial entre todos os comunicadores do Instituto Federal Farroupilha é fundamental para avaliação do trabalho desenvolvido, troca de experiências entre as unidades, acordos de colaboração entre as unidades, padronização de procedimentos e criação dos planos integrados de comunicação.

Estes encontros se darão em formato de Fórum, no mínimo uma vez por ano, podendo contar com a participação de profissionais de fora do Instituto Federal Farroupilha para troca de experiências e cursos rápidos de capacitação. A programação deve ser constituída majoritariamente por mesa de discussão entre os profissionais para solução de problemas e apresentação de propostas que objetivem o aprimoramento do trabalho realizado.

Os fóruns devem originar, no mínimo, um Plano de Comunicação Integrado anual.

Planos Integrados de Comunicação

A partir dos objetivos propostos pela Política de Comunicação, da análise de necessidades institucionais e de requisições da gestão, a Secretaria e as Assessorias de Comunicação do Instituto Federal Farroupilha vão elaborar Planos Integrados de Comunicação.

Estes Planos serão anuais e vão conter diagnósticos das questões comunicacionais do IF Farroupilha, lista de ações a serem desenvolvidas e cronograma estabelecendo prazos para que as ações sejam postas em prática.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA FARROUPILHA
REITORIA

Os Planos de Comunicação serão ferramentas de integração institucional, de aprimoramento do trabalho das assessorias de comunicação e de compromissos com a gestão.

Valorização institucional dos setores de comunicação

Os setores de comunicação do IF Farroupilha devem ser valorizados de acordo com sua importância estratégica e o conhecimento técnico de suas áreas de atuação.

A Secom e as Assessorias de Comunicação do Instituto Federal Farroupilha são estratégicas no desenvolvimento de algumas ações institucionais e devem ter participação, inclusive, em suas etapas de planejamento.

É comum a solicitação de confecção de materiais e cobertura jornalística para eventos, reuniões, entre outras atividades institucionais, com pouca antecedência.

Além disso alguns setores tendem a avaliar a produção de materiais gráficos e de notícias sobre determinadas atividades, aprovando ou não sua produção/publicação.

Estas atitudes fazem com que as ações de comunicação acabem tendo um caráter instrumental e de prestação de serviços aos outros setores.

A conversa e a avaliação do trabalho entre diferentes setores é fundamental para o pleno funcionamento institucional. Mas é preciso que haja uma valorização, um reconhecimento e um respeito ao conhecimento técnico dos servidores em relação às suas áreas de atuação.

Para que a valorização estratégica e o reconhecimento técnico dos setores de comunicação sejam atingidos, é preciso que estes tenham independência para definir e aplicar as melhores soluções dentro de suas áreas de conhecimento técnico, que tenham recursos financeiros e força de trabalho para que as ações sejam corretamente aplicadas, principalmente aquelas que são solicitadas diretamente pela gestão e que sejam distribuídos cargos e funções de acordo com o nível de responsabilidade exigido.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA FARROUPILHA
REITORIA

Anexos

Anexo I - Comunicação no IF Farroupilha – Estrutura Organizacional

Atualmente, os setores de comunicação do IF Farroupilha contam com servidores ocupando os cargos de Jornalista, Relações Públicas, Produtor Cultural, Programador Visual e Diagramador.

Algumas atividades inerentes à Comunicação Social, como planejamento de campanhas publicitárias e produções de áudio e vídeo exigem profissionais capacitados nestas áreas, como por exemplo, Publicitários, Diretores de Produção, Técnicos em Audiovisual, entre outros.

Os setores de comunicação do IF Farroupilha podem vir a desempenhar algumas destas funções com ou sem apoio de outros setores. Mas para que as atividades possam ser desenvolvidas em sua plenitude, registramos a necessidade da contratação de profissionais com atribuições adequadas às demandas de trabalho.

Abaixo, segue uma descrição das atribuições de cada um dos profissionais disponíveis nos setores de Comunicação do IF Farroupilha.

Jornalista

Elabora notícias para divulgação de informações de interesse dos públicos da instituição; articula fontes para entrevista; promove o relacionamento com veículos e entidades e realiza a cobertura de eventos (produção de textos e imagens).

Relações Públicas

Estrutura estratégias de divulgação institucional; planeja, organiza e executa eventos; atua na assessoria de imprensa; produz conteúdos e realiza a cobertura de eventos (produção de textos e imagens).

Produtor Cultural

Colabora no planejamento e divulgação dos eventos; elabora projetos de cunho cultural; assessora na produção de materiais gráficos para promoção da instituição.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA FARROUPILHA
REITORIA

Programador Visual

Planeja serviços de informação visual impressa e digital, dentre eles: comunicação interna e externa da instituição por meio atividades e peças informativas; projetos de identidade visual; peças gráficas para mídias impressas e digitais; projetos de programação visual (layout, usabilidade, arquitetura de informação) para sites e sistemas web (webdesign) institucionais; editoração de texto e imagens; definição de processos de produção, matéria-prima e características da programação visual gráfica.

Diagramador

Planeja serviços de pré-impressão. Planeja, organiza e executa a distribuição de publicações gráficas. Realiza programação visual e edita textos e imagens. Opera processos de tratamento de imagem, monta fotolitos e imposição eletrônica.

SECOM (Reitoria)

A Secretaria de Comunicação do IF Farroupilha está localizada na Reitoria, em Santa Maria. Vinculada ao Gabinete da Reitoria, a Secom é o setor responsável por divulgar as atividades do IF Farroupilha junto à comunidade interna e externa.

Carolina Weber Dall’Agnese e Vitor Tassinari Dornelles - jornalistas

Diego Guarienti e Giovana Marzari Possatti - programadores visuais

Bruna Martins Bulegon e Leandro Freitas – diagramadores

Lauren Steffen – jornalista responsável pela organização de eventos

secom@iffarroupilha.edu.br | (55) 3218 9807

Facebook: <https://www.facebook.com/iffarroupilha/>

ASCOM (campi)

As Assessorias de Comunicação dos *campi*, vinculadas às Diretorias Gerais, são os setores responsáveis por divulgar as atividades específicas dos *campi* do IF Farroupilha junto à comunidade.

Campus Alegrete

Ana Gabriela Barboza Vaz - jornalista

ascom.al@iffarroupilha.edu.br | (55) 3421-9600 - ramal 209

Facebook: <https://www.facebook.com/iffcalegrete>



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA FARROUPILHA
REITORIA

Campus Jaguari

Melissa Reghelin Gastaldo*

ascom.ja@iffarroupilha.edu.br | (55) 3255-0200

Facebook: <https://www.facebook.com/iffarroupilhajaguari>

**Servidora formada em direito e atualmente responsável pelo setor de comunicação no campus.*

Campus Júlio de Castilhos

Cadiani Lanes Garcez – relações públicas

ascom.jc@iffarroupilha.edu.br | (55) 3376-8800 Ramal 8842

Facebook: <https://www.facebook.com/Instituto-Federal-Farroupilha-Campus-J%C3%BAlio-de-Castilhos-1686711531574611/>

Campus Panambi

Justina Franchi Gallina - relações públicas

ascom.pb@iffarroupilha.edu.br |(55) 3376 - 8842

Facebook: www.facebook.com/iffarroupilhapb

Campus Santa Rosa

Tarciane Andres – relações públicas

ascom.sr@iffarroupilha.edu.br | (55) 3511 2575

Facebook: <https://www.facebook.com/iffarroupilhasantarosa>

Campus São Borja

Elisandro Coelho – relações públicas

ascom.sb@iffarroupilha.edu.br | (55) 3431-0500

Facebook: www.facebook.com/iffarroupilhasb

Campus Santo Augusto

Carla Maron – jornalista

Maria Stela Paris – produtora cultural

comunicaçao.sa@iffarroupilha.edu.br | (55) 3781-3555

Facebook: <https://www.facebook.com/iffarroupilhasantoaugusto/>

Campus São Vicente do Sul

Andreza Tasiiane da Silva – jornalista

ascom.svs@iffarroupilha.edu.br | (55) 3257-4103

Facebook: <https://www.facebook.com/iffarroupilhasvs>



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA FARROUPILHA
REITORIA

Anexo II – Missão, Visão e Valores do IF Farroupilha

O Plano de Desenvolvimento Institucional do IF Farroupilha para o período de 2014 a 2018 estabelece missão, visão e valores para a instituição. O documento completo pode ser visto neste link (http://w2.iffarroupilha.edu.br/site/midias/arquivos/2015324151055989pdi_14_18pdf.pdf)

Missão

Promover a educação profissional, científica e tecnológica, pública, por meio do ensino, pesquisa e extensão, com foco na formação integral do cidadão e no desenvolvimento sustentável.

Visão

Ser excelência na formação de técnicos de nível médio e professores para a educação básica e em inovação e extensão tecnológica.

Valores

- Ética
- Solidariedade
- Responsabilidade Social e Ambiental
- Comprometimento
- Transparência
- Respeito
- Gestão Democrática

Anexo III – Finalidades e Objetivos dos Institutos Federais

A Lei nº 11.892/2008 institui a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica e cria os Institutos Federais. O documento traz ainda as finalidades e objetivos destas instituições. Acesse aqui (http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2007-2010/2008/lei/l11892.htm) o texto completo da lei.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA FARROUPILHA
REITORIA

Finalidades e Características dos Institutos Federais

- I. ofertar educação profissional e tecnológica, em todos os seus níveis e modalidades, formando e qualificando cidadãos com vistas na atuação profissional nos diversos setores da economia, com ênfase no desenvolvimento socioeconômico local, regional e nacional;
- II. desenvolver a educação profissional e tecnológica como processo educativo e investigativo de geração e adaptação de soluções técnicas e tecnológicas às demandas sociais e peculiaridades regionais;
- III. promover a integração e a verticalização da educação básica à educação profissional e educação superior, otimizando a infra-estrutura física, os quadros de pessoal e os recursos de gestão;
- IV. orientar sua oferta formativa em benefício da consolidação e fortalecimento dos arranjos produtivos, sociais e culturais locais, identificados com base no mapeamento das potencialidades de desenvolvimento socioeconômico e cultural no âmbito da atuação do Instituto Federal;
- V. constituir-se em centro de excelência na oferta do ensino de ciências, em geral, e de ciências aplicadas, em particular, estimulando o desenvolvimento de espírito crítico, voltado à investigação empírica;
- VI. qualificar-se como centro de referência no apoio à oferta do ensino de ciências nas instituições públicas de ensino, oferecendo capacitação técnica e atualização pedagógica aos docentes das redes públicas de ensino;
- VII. desenvolver programas de extensão e de divulgação científica e tecnológica;
- VIII. realizar e estimular a pesquisa aplicada, a produção cultural, o empreendedorismo, o cooperativismo e o desenvolvimento científico e tecnológico;
- IX. promover a produção; o desenvolvimento e a transferência de tecnologias sociais, notadamente as voltadas à preservação do meio ambiente.

Objetivos dos Institutos Federais

- I. ministrar educação profissional e técnica de nível médio, prioritariamente na forma de cursos integrados, para os concluintes do ensino fundamental e para o público da educação de jovens e adultos (mínimo de 50% das vagas);



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA FARROUPILHA
REITORIA

- II. ministrar cursos de formação inicial e continuada de trabalhadores, objetivando a capacitação, o aperfeiçoamento, a especialização e a atualização de profissionais, em todos os níveis de escolaridade, nas áreas da educação profissional e tecnológica;
- III. realizar pesquisas aplicadas, estimulando o desenvolvimento de soluções técnicas e tecnológicas, estendendo seus benefícios à comunidade;
- IV. desenvolver atividades de extensão de acordo com os princípios e finalidades da educação profissional e tecnológica, em articulação com o mundo do trabalho e os segmentos sociais, e com ênfase na produção, desenvolvimento e difusão de conhecimentos científicos e tecnológicos;
- V. estimular e apoiar processos educativos que levem à geração de trabalho e renda e à emancipação do cidadão na perspectiva do desenvolvimento socioeconômico local e regional; e
- VI. ministrar em nível de educação superior:
 - a) cursos superiores de tecnologia visando à formação de profissionais para os diferentes setores da economia;
 - b) cursos de licenciatura, bem como programas especiais de formação pedagógica, com vistas na formação de professores para a educação básica, sobretudo nas áreas de ciências e matemática, e para a educação profissional (mínimo de 20% das vagas);
 - c) cursos de bacharelado e engenharia, visando à formação de profissionais para os diferentes setores da economia e áreas do conhecimento;
 - d) cursos de pós-graduação *lato sensu* de aperfeiçoamento e especialização, visando à formação de especialistas nas diferentes áreas do conhecimento; e
 - e) cursos de pós-graduação *stricto sensu* de mestrado e doutorado, que contribuam para promover o estabelecimento de bases sólidas em educação, ciência e tecnologia, com vistas no processo de geração e inovação tecnológica.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA FARROUPILHA
REITORIA

Anexo IV – Ações de Comunicação do Poder Executivo Federal

O Decreto nº 6.555/2008 dispõe sobre as ações de comunicação do Poder Executivo Federal. O documento traz objetivos, diretrizes e ações de comunicação do governo federal, entre outras providências. O documento original pode ser acessado neste link (http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ Ato2007-2010/2008/Decreto/D6555.htm).

Objetivos principais das ações de comunicação do Governo Federal

- I. dar amplo conhecimento à sociedade das políticas e programas do Poder Executivo Federal;
- II. divulgar os direitos do cidadão e serviços colocados à sua disposição;
- III. estimular a participação da sociedade no debate e na formulação de políticas públicas;
- IV. disseminar informações sobre assuntos de interesse público dos diferentes segmentos sociais; e
- V. promover o Brasil no exterior.

Diretrizes das ações de comunicação

- I. dar amplo conhecimento à sociedade das políticas e programas do Poder Executivo Federal;
- II. divulgar os direitos do cidadão e serviços colocados à sua disposição;
- III. estimular a participação da sociedade no debate e na formulação de políticas públicas;
- IV. valorização da diversidade étnica e cultural e respeito à igualdade e às questões raciais, geracionais, de gênero e de orientação sexual;
- V. reforço das atitudes que promovam o desenvolvimento humano e o respeito ao meio ambiente;
- VI. valorização dos elementos simbólicos da cultura nacional e regional;



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA FARROUPILHA
REITORIA

- VII.** vedação do uso de nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;
- VIII.** adequação das mensagens, linguagens e canais aos diferentes segmentos de público;
- IX.** uniformização do uso de marcas, conceitos e identidade visual utilizados na comunicação de governo;
- X.** valorização de estratégias de comunicação regionalizada;
- XI.** observância da eficiência e racionalidade na aplicação dos recursos públicos; e
- XII.** difusão de boas práticas na área de comunicação.

Ações de Comunicação do Poder Executivo Federal

- I.** Comunicação Digital;
- II.** Comunicação Pública;
- III.** Promoção;
- IV.** Patrocínio;
- V.** Publicidade, que se classifica em:
 - a) publicidade de utilidade pública;
 - b) publicidade institucional;
 - c) publicidade mercadológica;
 - d) publicidade legal;
- VI.** Relações com a Imprensa;
- VII.** Relações Públicas.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA FARROUPILHA
REITORIA

Anexo V – Publicidade de órgãos e entidades do Poder Executivo Federal

A Instrução Normativa nº 07/2014 da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom – PR) disciplina a publicidade dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal. O documento define os tipos de publicidade e os procedimentos pelos quais os serviços devem ser contratados. Acesse o documento completo neste link (<http://www.secom.gov.br/acesso-a-informacao/institucional/legislacao/arquivos-de-instrucoes-normativas/2014in07publicidade.pdf>).

Tipos de Publicidade

Publicidade Institucional: destina-se a posicionar e fortalecer as instituições, prestar contas de atos, obras, programas, serviços, metas e resultados das ações do Poder Executivo Federal, com o objetivo de atender ao princípio da publicidade e de estimular a participação da sociedade no debate, no controle e na formulação de políticas públicas e de promover o Brasil no exterior;

Publicidade de Utilidade Pública: destina-se a divulgar temas de interesse social e apresenta comando de ação objetivo, claro e de fácil entendimento, com o objetivo de informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população para a adoção de comportamentos que gerem benefícios individuais e/ou coletivos;

Publicidade Mercadológica: destina-se a alavancar vendas ou promover produtos e serviços no mercado;

Publicidade Legal: destina-se a divulgar balanços, atas, editais, decisões, avisos e de outras informações dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal, com o objetivo de atender a prescrições legais.