



GUIA DE COMUNICAÇÃO

IFMG SANTA LUZIA



INSTITUTO FEDERAL
Minas Gerais
Campus Santa Luzia

GUIA DE COMUNICAÇÃO



Guia destinado à comunidade acadêmica com diretrizes, procedimentos e atribuições do setor de Comunicação do IFMG *Campus Santa Luzia*.



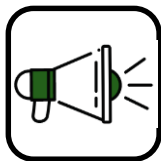
INSTITUTO FEDERAL
Minas Gerais
Campus Santa Luzia



A equipe de Comunicação do IFMG *Campus* Santa Luzia trabalha de forma conjunta e integrada com Direção Geral do *campus* e com a Diretoria de Comunicação (DCOM) do IFMG. O setor administra estrategicamente a informação da Instituição com seus públicos, construindo imagem e identidade corporativas.

ENTRE AS ATRIBUIÇÕES DOS PROFISSIONAIS DA COMUNICAÇÃO DO IFMG *CAMPUS* SANTA LUZIA, ESTÃO:

- Definir as estratégias de comunicação juntamente à direção do *Campus* Santa Luzia, desenvolver campanhas e elaborar materiais gráficos;
- Garantir a atualização das informações no site, como notícias, eventos, informações de interesse público, entre outros, sempre em consonância com as diretrizes institucionais;
- Divulgar os trabalhos desenvolvidos por docentes, alunos e técnicos administrativos, por meio dos canais de comunicação do *campus* ;
- Manter e incentivar o diálogo com a comunidade acadêmica, de modo que possa ser viabilizada a sua participação no envio de sugestões de pautas para divulgação;
- Assessorar os gestores na divulgação das ações do *Campus* Santa Luzia;
- Prestar suporte às ações de divulgação institucional no *campus*, conforme alinhamentos com a DCOM.



Listamos a seguir os principais produtos e serviços realizados pela Coordenação de Comunicação. O objetivo é informar e esclarecer as dúvidas sobre ações que podem ser colocadas em prática pela área de Comunicação do *campus* Santa Luzia.

- **RELEASE:** texto, em formato de notícia, enviado aos meios de comunicação externos para publicizar ações do *campus*.
- **COMUNICADO:** geralmente sobre assuntos internos, de interesse do *Campus*, são enviado por e-mail ou pode ser fixado em painéis, murais ou quadro de avisos, para servidores e alunos da Instituição.
- **CAMPANHA:** divulgação de serviços, festividades e/ou motivacional, incluindo materiais gráficos e audiovisuais.
- **ESPECIAL:** publicação que trata de um assunto específico, com o objetivo de divulgar ou promover determinada ação.
- **SERVIÇOS GRÁFICOS:** criação de materiais gráficos diversos.
- **ATENDIMENTO À IMPRENSA:** mediar a relação com a imprensa e fornecer informações aos meios de comunicação externos.
- **COBERTURAS DE EVENTOS:** coberturas jornalística e fotográfica de evento.
- **REDES SOCIAIS:** desenvolvimento de redes de relacionamento na internet ligadas às atividades do *Campus* Santa Luzia.



Nem todo tipo de informação é passível de ser transformado em notícia. Alguns critérios de noticiabilidade devem ser considerados; eles distinguem notícia de acontecimento cotidiano, conferindo mais impacto e repercussão ao assunto tratado. São eles: RELEVÂNCIA, ATUALIDADE, NOVIDADE, INTERESSE, IMPORTÂNCIA CIENTÍFICA E CURIOSIDADE.

A ATIVIDADE DIÁRIA DA COMUNIDADE ACADÊMICA SUBSIDIA A PRODUÇÃO DE MATÉRIAS RELACIONADAS AO CAMPUS SANTA LUZIA.

- Reuniões entre pró-reitores, diretores ou coordenadores;
- Informes relacionados a gestão do *campus*;
- Ações administrativas e de planejamento;
- Trabalhos interdisciplinares desenvolvidos por estudantes;
- Atividades relacionadas ao ensino, pesquisa e extensão;
- Produção científica e eventos diversos;
- Premiações e outras ações de destaque perante o público externo.

Você sabia...

A Diretoria de Comunicação do IFMG possui um setor que dá suporte à produção de material gráfico para os campi (banner, folder, convite, cartaz, identidade visual, etc.). As solicitações devem, porém, ser feitas via Coordenação de Comunicação do Campus Santa Luzia.

FLUXO DE SOLICITAÇÕES - PROCEDIMENTOS

1

Enviar e-mail para a Coordenação de Comunicação

comunicação.santaluzia@ifmg.edu.br

2

Produzir um *realese* para a publicação

Breve resumo textual com as informações relativas a publicação: O que estou informando? Quem são as pessoas envolvidas? Quando e onde ocorreu/ocorrerá? Como foi/será realizado? Qual o motivo da realização?

3

Enviar material gráfico para publicação (arte, fotos, identidade visual, etc.)

Caso seja necessário produção de material gráfico, envie as informações necessárias para a Coordenação de Comunicação do *Campus*, que irá produzir o material ou entrar em contato com a DCOM.



ORIENTAÇÃO PARA PUBLICAÇÃO DE IMAGENS

- Ao enviar imagens de atividades e eventos para a Comunicação, certifique-se de que os arquivos estejam, preferencialmente, em formato JPEG ou PNG. Evite enviar fotos em arquivos de Word, PowerPoint ou similares.
- Caso deseje enviar fotos obtidas por celular e ipad, certifique-se de que elas estejam em alta resolução.
- É importante que a fotografia explore o fato e esteja relacionada com a notícia.
- As fotografias devem estar em alta resolução, bem enquadradas e iluminadas. Imagens escuras e clareadas em editores de imagens nem sempre ficam boas para serem publicadas.
- Recomenda-se fotografar com câmera digital de boa qualidade, de preferência à luz natural (luz do dia). Durante a noite ou em locais sem iluminação adequada, é necessário regular a câmera para aproveitar a luz do flash.
- Ao se divulgar uma foto, é imprescindível que seu crédito seja informado. Por isso, lembre-se sempre de informar de quem é a autoria
- Em algumas situações específicas, será necessário o preenchimento de uma autorização de uso de imagem. Nesse caso, o setor de Comunicação entrará em contato.



O prazo de solicitação e execução dos serviços de comunicação está relacionado à complexidade do material a ser produzido, às informações fornecidas e à demanda de atividades do setor. Caso tenha dúvidas sobre os prazos para a execução dos serviços, combine-os previamente com o comunicador. Use sempre o bom senso e, principalmente, nunca deixe para a última hora!

SERVIÇO	PRAZO PARA SOLICITAÇÃO*	PRAZO PARA EXECUÇÃO**
Produção de material de divulgação de um evento	15 dias	7 dias
Cobertura jornalística de um evento	10 dias	-
Desenvolvimento de identidades visuais	20 dias	10 dias
Criação de peças gráficas	10 dias	5 dias
Publicação de notícia no site	2 dias	2 dias
Publicação de notícia nas redes sociais (sem desenvolvimento de material gráfico)	2 dias	2 dias
Comunicados de interesse do <i>Campus</i>	2 dias	2 dias

*O prazo de solicitação deve considerar a data prevista para início da divulgação e/ou publicação do material nos canais de comunicação oficiais do *Campus*.

** Apresentação preliminar sujeita a revisão do setores.

A identidade visual do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia (IF) foi construída sobre a ideia do homem, integrado e funcional. Respeitando as possibilidades de uso, a marca IF está configurada com informações complementares como nome do Instituto, além da identificação da unidade (Reitoria/*campus*/polo). A identidade visual do *Campus Santa Luzia* pode ser empregada na horizontal ou na vertical.



Você sabia...

O IFMG possui um guia destinado às comunidades interna e externa para padronização dos materiais e ações de comunicação visual da Instituição, com o objetivo de fortalecer a identidade da sua marca. Para acessar o Manual de Identidade Visual do IFMG [CLIQUE AQUI!](#)

ORIENTAÇÃO PARA USO DA MARCA

- A marca também tem possibilidade de aplicações monocromáticas e em escala de cinza. Alguns exemplos de utilização são: aplicação de baixo-relevo em couro, gravação em metais ou madeira, entre outros. Também pode ser utilizada em ocasiões nas quais o excesso de cores prejudica o conjunto visual.



ORIENTAÇÃO PARA USO DA MARCA

- A marca pode ser aplicada também em diversos tipos de fundos, porém em fundos instáveis (como fotografias e desenhos) e em fundos de cores que não sejam claras, deve-se utilizar um fundo branco sob a marca.



ORIENTAÇÃO PARA USO DA MARCA

- Use a versão mais apropriada para o seu caso, mas NUNCA distorça, rotacione, digite ou escreva textos por cima da marca. E NUNCA utilize-a como marca d'água. Assim como não se deve utilizar os elementos (símbolo e texto) separados ou arrançados de forma diferente.



Presidente da República Federativa do Brasil

Jair Messias Bolsonaro

Ministro da Educação Substituto

Antonio Paulo Vogel de Medeiros

Secretário de Educação Profissional e Tecnológica

Ariosto Antunes Culau

Reitor do Instituto Federal de Minas Gerais

Kléber Gonçalves Glória

Diretor-Geral do *Campus* Santa Luzia

Wemerton Luis Evangelista

Coordenação de Comunicação e Eventos do *Campus* Santa Luzia

Carla da Silva Bastos

COORDENAÇÃO DE COMUNICAÇÃO E EVENTOS



comunicacao.santaluzia@ifmg.edu.br



31 9518-6442



INSTITUTO FEDERAL
Minas Gerais
Campus Santa Luzia