



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
MEC – SETEC
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE MATO GROSSO
CONSELHO SUPERIOR

RESOLUÇÃO Nº 046, DE 11 DE AGOSTO DE 2020

O PRESIDENTE DO CONSELHO SUPERIOR DO INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE MATO GROSSO, no uso de suas atribuições legais, conferidas pelo Decreto Presidencial de 11/04/2017, publicado no DOU nº 71, 12/04/2017;

RESOLVE:

Art. 1º – Aprovar, *Ad Referendum*, a Política de Comunicação do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso, conforme anexo.

Art. 2º – Esta resolução entra em vigor na data de sua publicação.

Cuiabá–MT, **11 de agosto de 2020.**

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'W. Silva'.

Willian Silva de Paula

Presidente do Conselho Superior do IFMT



POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO DO IFMT

CUIABÁ, 2020

Reitor

Willian Silva de Paula

Diretora de Planejamento Executivo

Gláucia Mara de Barros

Pró-Reitor de Administração

Túlio Marcel Rufino Vasconcelos de Figueiredo

Pró-Reitor de Desenvolvimento Institucional

João Germano Rosinke

Pró-Reitor de Ensino

Carlos André de Oliveira Câmara

Pró-Reitor de Pesquisa e Inovação

Wander Miguel de Barros

Pró-Reitor de Extensão

Marcus Vinicius Taques Arruda

Diretora Sistêmica de Gestão de Pessoas

Fernanda Christina Garcia da Costa

Diretor Sistêmico de Tecnologia da Informação

Rafael Scarselli

Diretor Sistêmico de Relações Internacionais

João Felipe de Freitas

COORDENAÇÃO

Alexandre Canto Melo

Helton Pereira Bastos

Juliana Michaela Leite Vieira

Moisés de Jesus

Natália Ferraz Pavanelli Ormond

Orismere Lúcia Zanelato

Sandrine Robadey Huback

Saulo Nobre de Souza

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE MATO GROSSO

POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO DO IFMT

CUIABÁ - 2020

APRESENTAÇÃO

Entender a comunicação como um processo, e não apenas como atividade-meio, tem importante impacto na sua imagem, reputação e credibilidade. Por isso, a comunicação de excelência é, também, responsabilidade de todos os atores da instituição.

Com a implementação da Política de Comunicação, o IFMT segue na construção de uma cultura de comunicação que, de imediato, supera algumas leituras ou interpretações não precisas sobre o conceito e o papel da comunicação, particularmente aquelas que a reduzem a uma instância meramente operacional e que não a legitimam como um processo estratégico que permeia todo o Instituto (e não apenas os setores de comunicação dos campi e da Reitoria).

A comunicação do IFMT deve assumir a condição de ser estratégica e integrada, ou seja, de ser reconhecida como elemento fundamental no processo de gestão do Instituto, incluída no seu planejamento global e articulada com as várias instâncias (gestão de pessoas, internacionalização, tecnologia da informação, finanças, extensão, pesquisa, ensino, entre outras), para que possa atender, concretamente, às demandas e expectativas dos públicos estratégicos e aos objetivos institucionais.

No processo de implementação da Política de Comunicação, os gestores desempenham papel relevante no sentido de conscientizar e sensibilizar os públicos internos e externos sobre a importância de se adotar as posturas, diretrizes e orientações definidas, além de prover condições para o seu planejamento e execução.

Este documento, hoje finalizado, configura-se, portanto, como a Política de Comunicação do IFMT e é o resultado de um processo de construção coletiva, coordenado pela equipe de comunicadores da Reitoria do IFMT, tendo como base e referência as políticas de comunicação dos Institutos Federais do Ceará, Espírito Santo, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e do Conselho Nacional das Instituições da Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica (Conif). Incluiu, também, considerações dos diversos segmentos da comunidade acadêmica apontadas durante a construção do Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI 2019-2023).

Por fim, este documento espera contribuir para a estruturação e o fortalecimento de uma comunicação integrada, subsidiando o planejamento estratégico, ampliando o diálogo do IFMT com a sociedade e auxiliando no cumprimento da missão da instituição.

Sumário

1. Conceito	6
2. Princípios	6
3. Objetivos	6
4. Estruturas	7
5. Das atribuições de comunicação	13
6. Públicos de interesse	18
7. Eixos de atuação	19
8. Procedimentos de comunicação	21
9. Diretrizes complementares	22
10. Disposições gerais	24
11. Referências	25

1. Conceito

1.1 A Política de Comunicação do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso (IFMT) surgiu para fortalecer a comunicação pública no âmbito da instituição e estabelecer diretrizes para as ações da Assessoria de Comunicação Social da Reitoria e dos setores de Comunicação Social dos campi.

1.2 Por comunicação pública entende-se o processo comunicativo instaurado entre uma instituição pública e a sociedade, que tenha como base as informações de interesse público e o fortalecimento da cidadania.

2. Princípios

2.1 A Constituição Federal do Brasil assegura o direito de todo cidadão receber das instituições públicas informações de seu interesse particular ou de interesse coletivo. Esse direito constitucional foi regulamentado por meio da [Lei nº 12.527](#), de 18 de novembro de 2011 – conhecida como Lei de Acesso à Informação, fortalecendo, nos órgãos da administração pública, a cultura de transparência organizacional. Por isso, é dever do IFMT levar informação aos seus públicos como uma das formas de atender às necessidades do cidadão, sendo a comunicação social uma das ferramentas da gestão pública que confere transparência e torna mais acessíveis os serviços oferecidos pela instituição.

2.2 A comunicação social deve colaborar para o desenvolvimento estratégico da instituição, facilitando a compreensão, em todos os âmbitos da organização, acerca da missão, da visão, dos valores, objetivos e planos do IFMT, contribuindo para que esses sejam cumpridos.

2.3 A comunicação social do IFMT primará pelo profissionalismo do conteúdo produzido e pela veracidade das informações divulgadas. Contribuirá para a melhoria dos serviços oferecidos pela instituição, estabelecendo permanente diálogo com os públicos interno e externo. Atenderá, ainda, ao princípio da impessoalidade e garantirá o pluralismo de ideias e a diversidade regional.

2.4 A Política de Comunicação Social será executada de forma integrada pelos diversos profissionais da área e de forma articulada com os demais setores do IFMT, considerando que todos os integrantes da organização devem contribuir para uma boa comunicação.

3. Objetivos

3.1. Objetivo geral

Estruturar e fortalecer a comunicação integrada na instituição, criando e mantendo fluxos de informação e influência recíprocas entre o IFMT e seus diversos públicos de interesse, subsidiando o planejamento estratégico e contribuindo para o cumprimento da missão da instituição.

3.2 Objetivos específicos

3.2.1 Nos âmbitos interno e externo

- Fortalecer e defender a marca, contribuindo para consolidar a institucionalidade IFMT.
- Estabelecer programas de comunicação adequados para cada público da instituição.
- Divulgar as informações de interesse público relacionadas ao IFMT.
- Qualificar as informações divulgadas sobre o Instituto, garantindo que elas tenham linguagem adequada ao público a que se dirigem.

3.2.2 No âmbito interno

- Tornar a comunicação uma ferramenta de desenvolvimento estratégico.
- Criar e consolidar os fluxos de comunicação que promovam a interação entre a gestão e os servidores do IFMT.
- Conscientizar o público interno, em todos os níveis, de que ele tem responsabilidade na construção da imagem do IFMT, contribuindo para implantar uma cultura de comunicação participativa na instituição.
- Integrar a comunicação institucional, otimizando recursos humanos e materiais.
- Criar uma unidade de discurso institucional e zelar pela sua aplicação em todas as unidades do IFMT, para que as informações básicas sobre o Instituto possam ser de conhecimento do público, a fim de que se tenha uma boa imagem da instituição.

3.2.3 No âmbito externo

- Ampliar o diálogo do IFMT com a sociedade.
- Apresentar e promover os serviços oferecidos pela instituição.

4. Estrutura

4.1 A Assessoria de Comunicação Social

4.1.1 A Assessoria de Comunicação Social do IFMT na Reitoria é formada por: duas jornalistas, um programador visual, uma relações-públicas, um diagramador, um publicitário, uma revisora de textos e um técnico em audiovisual.

4.1.1.1 Sugere-se que a equipe mínima da Assessoria de Comunicação Social da Reitoria seja composta por:

- a) jornalista;
- b) relações-públicas;
- c) publicitário;
- d) programador visual;
- e) diagramador;
- f) revisor de texto;
- g) técnico em audiovisual;
- h) profissional de rádio e tv ou cineasta;
- i) web designer ou desenvolvedor de sistemas para web;
- j) assistente em administração.

4.1.2 A Assessoria de Comunicação Social da Reitoria do IFMT será subordinada à Diretoria de Planejamento Executivo.

4.1.3 A Ascom tem caráter sistêmico e é responsável por:

- a) estabelecer as diretrizes das ações de comunicação externa e interna do IFMT, alinhando-se à Política de Comunicação do governo federal, defendendo a educação pública, gratuita e de qualidade como um bem inalienável de todo cidadão;
- b) fazer cumprir as determinações da Política de Comunicação do IFMT, respeitando as especificidades de cada campus da instituição;
- c) articular as ações de comunicação social com os campi, preservando a identidade institucional do IFMT;
- d) pensar, planejar, supervisionar, coordenar e executar, em parceria com os setores de Comunicação dos campi, obedecendo às diretrizes estabelecidas nesta política, as ações de comunicação previstas no capítulo 7 deste documento (Eixos de atuação);
- e) contribuir para a elaboração do Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) e elaborar o Plano de Ação Anual (PAA) de Comunicação da Ascom da Reitoria, informando as demandas da área a serem implementadas, bem como acompanhar suas execuções.

4.1.4 As demandas de serviços e apoio solicitadas à Ascom da Reitoria e aos setores de Comunicação dos campi serão atendidas de acordo com os prazos estabelecidos, a serem informados pelas equipes de comunicação, e por ordem de solicitação. E, posteriormente, por meio do Sistema Unificado de Administração Pública (SUAP).

4.1.5 Aos setores de Comunicação Social dos campi caberá o atendimento das demandas estritamente da área de Comunicação Social, de acordo com suas especificidades estruturais, sendo subordinados diretamente ao diretor-geral de cada campus.

4.1.6 As ações de comunicação previstas nesta Política e/ou sugeridas pela Ascom da Reitoria serão gerenciadas e executadas nos campi pelos setores de Comunicação Social, conforme equipe mínima sugerida neste documento.

4.1.7 A Ascom será chefiada, preferencialmente, por um(a) servidor(a) efetivo do quadro de pessoal do IFMT, com formação superior em Comunicação Social, Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Radiodifusão, Relações Públicas, Design, Cinema ou áreas afins à Comunicação Social.

4.1.7.1 O chefe da Ascom será nomeado pelo reitor do IFMT.

4.1.8 A Ascom poderá ser composta pelos seguintes profissionais, além do chefe da Assessoria:

- Jornalistas (Classe E): responsáveis por recolher, redigir, registrar através de fotos e de sons, interpretar e organizar informações e notícias a serem difundidas. Fazer seleção, revisão e preparo definitivo das matérias jornalísticas a serem divulgadas em jornais, revistas, televisão, rádio, internet, assessorias de imprensa e quaisquer outros meios de

comunicação com o público. Assessorar nas atividades de ensino, pesquisa e extensão.

- Programadores visuais (E): realizar programação visual gráfica. Confeccionar bonecos/protótipos e/ou versão digital destes. Operar processos de tratamento de imagem. Responsáveis por planejar e auxiliar os projetos de pré-impressão gráfica. Zelar pela aplicação correta da marca da instituição. Assessorar nas atividades de ensino, pesquisa e extensão.
- Publicitários (E): responsáveis por desenvolver propaganda e campanhas institucionais; planejamento e textos publicitários; adequações de textos para linguagem publicitária. Assessorar nas atividades de ensino, pesquisa e extensão.
- Relações-públicas (E): planejar ações de relações públicas; organização de eventos e cerimonial, assessorar os setores de comunicação dos campi na organização de eventos/cerimonial. Assessorar nas atividades de ensino, pesquisa e extensão.
- Revisores de textos (E): responsáveis por revisar textos, atentando para as expressões utilizadas, sintaxe, ortografia e precisão para assegurar-lhes correção, clareza, concisão e harmonia. Assessorar nas atividades de ensino, pesquisa e extensão.
- Assistentes em administração (D): responsáveis por executar serviços de apoio nas áreas de recursos humanos, administração, finanças e logística; atender a usuários, fornecendo e recebendo informações; tratar de documentos variados, cumprindo todo o procedimento necessário referente a esses; preparar relatórios e planilhas; executar serviços gerais de escritórios. Assessorar nas atividades de ensino, pesquisa e extensão.
- Editores de imagem/vídeo (D): responsáveis por operar equipamentos de gravação e/ou reprodução de imagens/vídeos transmitidas e recolhidas na tela. Responsável por selecionar imagens e áudios, realizar edição, montagem e finalização de produtos, como: publicidade institucional, matérias jornalísticas, vídeo-aulas, depoimentos, programas de TV on-line, entrevistas, documentários, entre outros. Operar ilha de edição por VT, uma unidade de controle de edição automática e outras fontes de imagem. Realizar ajustes de nível de vídeo e áudio durante gravações. Assessorar nas atividades de ensino, pesquisa e extensão.
- Diagramadores (D): composição gráfica de textos e imagens; elaboração de layouts (periódicos, revistas, livros); aplicação de conteúdo a projetos gráficos; responsáveis por planejar e auxiliar os projetos de pré e pós-impressão gráfica. Operar processos de tratamento de imagem. Assessorar nas atividades de ensino, pesquisa e extensão.
- Técnicos em audiovisual (D): manejar equipamentos audiovisuais utilizados nas diversas atividades didáticas, na pesquisa e extensão, bem como operar equipamentos eletrônicos (mesa de som, amplificador, microfone, entre outros) para gravação. Assessorar nas atividades de ensino, pesquisa, extensão e eventos.
- Fotógrafos (C): responsáveis por criar imagens fotográficas de acontecimentos, pessoas, paisagens, objetos e outros temas. Escolher equipamentos em função de intenções, área de atuação e circunstâncias. Operar câmera fotográfica, acessórios e equipamentos de iluminação. Operar programas de tratamento de imagens. Conceituar o trabalho fotográfico. Compor a imagem, modular a luz, enquadrar a imagem. Registrar a imagem sobre película ou meio magnético. Auxiliar nas atividades de ensino, pesquisa e extensão.

4.1.9 A Ascom da Reitoria encaminhará, anualmente, o Plano de Ações Anual de Comunicação à Diretoria de Planejamento Executivo.

4.2. Os profissionais de jornalismo

4.2.1 São responsáveis, em parceria com os setores de Comunicação dos campi, pelas ações de comunicação interna e externa do IFMT, entre as quais:

- a) atender a demandas da imprensa, produzir releases, realizar follow-up de envio de sugestões de pauta e visitar redações, quando necessário;
- b) produzir e manter atualizado, em parceria com os comunicadores dos campi, o Guia de Fontes da instituição;
- c) planejar e executar o treinamento de gestores e outras fontes internas, em parceria com os demais comunicadores da Reitoria e dos campi, para o atendimento à imprensa, dentro de padrões de relacionamento, confiança e credibilidade;
- d) divulgar informações de interesse público relativas ao IFMT para o público externo, utilizando as estratégias adequadas para a obtenção do melhor resultado possível, garantindo a responsabilidade e a exatidão das informações divulgadas;
- e) receber e avaliar os pedidos para divulgação de informações enviadas pelo gabinete do reitor, pelas pró-reitorias, diretorias sistêmicas, por demais setores e servidores da instituição e pelo corpo discente. Justificar a negação desses pedidos, nos casos em que isso ocorrer, bem como sugerir outras estratégias e ações aos autores do pedido quando estas forem mais adequadas;
- f) produzir conteúdo para o portal da Reitoria, a partir de informações fornecidas pelo gabinete do reitor, pelas pró-reitorias, diretorias sistêmicas, órgãos de apoio e assessoramento e pelos comunicadores dos campi;
- g) editar os informativos impressos/eletrônicos do IFMT;
- h) alimentar com conteúdos jornalísticos o site e as mídias sociais institucionais e mediar os relacionamentos entre a Reitoria do IFMT e a comunidade interna e externa.

4.3. Os profissionais de Programação Visual, Diagramação e Publicidade

4.3.1 Serão responsáveis por planejar, criar e zelar pela identidade visual dos produtos de comunicação do IFMT, em parceria com os setores de Comunicação dos campi, dando suporte às ações de comunicação interna e externa. Entre as competências dos profissionais de Programação Visual estão:

- a) gerir a marca do IFMT nas diversas plataformas, garantindo sua correta aplicação, de acordo com os seus manuais de uso;
- b) estabelecer produtos modelos de comunicação;
- c) trabalhar, de forma articulada, com os profissionais de programação visual, diagramação e publicidade nos campi e/ou comunicadores, a fim de manter a correta gestão da marca e promover o aperfeiçoamento dos processos;
- d) planejar materiais gráficos para atendimento das demandas de comunicação visual da instituição, inclusive para vídeo e web;

- e) planejar e viabilizar campanhas, materiais e ações de divulgação de serviços e produtos do IFMT, em parceria com os profissionais de Relações Públicas;
- f) atuar na diagramação de revistas, relatórios, manuais e anúncios, planejando e organizando os elementos gráficos, sejam fotos, ilustrações ou textos.

4.4 Os profissionais de Relações Públicas

4.4.1 Em parceria com os setores de Comunicação dos campi, terão as seguintes atribuições:

- a) auxiliar e avaliar produção de material que, em essência, contenha caráter institucional do IFMT e se enquadre na comunicação organizacional, tendo como norte o estabelecimento de relações com o público interno e externo;
- b) alimentar e mediar os relacionamentos entre a Reitoria do IFMT e a comunidade interna e externa, em conjunto com os publicitários, por meio das mídias sociais da Reitoria;
- c) agregar valor aos eventos culturais, científicos e administrativos promovidos pelos órgãos da Administração Superior do IFMT, dando suporte estratégico e técnico;
- d) auxiliar, em parceria com os órgãos promotores, eventos especiais, como inaugurações, comemorações, posses, exposições, visitas e viagens;
- e) planejar, conduzir e analisar o cerimonial das solenidades oficiais da Reitoria, redigir discursos, mensagens e convites, bem como os respectivos protocolos, quando necessário;
- f) analisar o cerimonial das solenidades oficiais do IFMT em que esteja prevista a presença do reitor da instituição, sugerindo alterações, quando necessário.

4.5 Os profissionais de Revisão de Textos

4.5.1 São responsáveis pela revisão textual, mediante os critérios da norma culta da Língua Portuguesa, atendendo à correção gramatical e observando os aspectos da coerência e da coesão textuais, além da harmonização da linguagem, entre as quais:

- a) revisar os textos criados pelos jornalistas, relações-públicas e publicitários da Assessoria de Comunicação Social da Reitoria, fazendo ajustes gramaticais e propondo adequações de acordo com o contexto de publicação;
- b) no âmbito da Reitoria, revisar, prioritariamente, as comunicações oficiais elaboradas pelo Gabinete do Reitor, prezando a padronização da linguagem e a estrutura desses textos;
- c) ler, corrigir e ajustar comunicações oficiais elaboradas pelas pró-reitorias, diretorias sistêmicas e por demais setores da Reitoria;
- d) realizar a revisão textual de materiais didáticos e de publicações de pesquisa e extensão, como guias, manuais e revistas.

4.6. Os profissionais técnicos em audiovisual

4.6.1 São responsáveis pelo suporte técnico para apresentações, reuniões e eventos, registrando imagens e áudios; operar câmaras de vídeo em interiores e exteriores;

instrumentos ópticos de audiovisuais; concebem e/ou realizam eventos com luz, imagem e áudio; integram conteúdos de Audiovisual e Multimídia, entre as quais:

- a) instalar alto-falantes e microfones nos locais apropriados;
- b) ligar os amplificadores por intermédio de conectores eletroeletrônicos;
- c) testar as instalações fazendo as conexões convenientes;
- d) montar e instalar equipamentos de sonorização, projetores de imagens, DVDs e similares;
- e) manejar equipamentos de audiovisual, projetando filmes e coordenando o sistema eletroeletrônico durante as projeções;
- f) colaborar na produção de material didático, pesquisa e extensão que necessitar de recursos audiovisuais;
- g) manter e conservar os equipamentos sob sua responsabilidade;
- h) executar pequenos trabalhos de manutenção de aparelhagem;
- i) controlar a circulação dos equipamentos registrados e sua movimentação em fichário apropriado;
- j) utilizar recursos de informática quando disponível;
- k) executar outras tarefas de mesma natureza e nível de complexidade associadas ao ambiente organizacional.

4.7 Os setores de Comunicação dos campi

4.7.1 Os setores de comunicação dos campi serão responsáveis por pensar, planejar, executar e fazer cumprir as ações de comunicação de acordo com as demandas de cada campus, a serem estabelecidas em comum acordo com as respectivas direções-gerais, obedecendo às diretrizes estabelecidas nesta política.

4.7.2 Os setores de Comunicação Social dos campi serão subordinados diretamente ao diretor-geral de cada campus.

4.7.3 Sugere-se que as equipes mínimas dos setores de Comunicação sejam compostas por três profissionais, sendo estes:

- a) jornalista ou relações-públicas;
- b) programador visual ou publicitário;
- c) técnico em audiovisual.

4.7.4 A Ascom da Reitoria e os setores de Comunicação Social dos campi trabalharão de forma articulada, executando tarefas e ações integradas.

4.7.5 A Ascom da Reitoria e os setores de Comunicação Social dos campi devem ocupar ambientes fechados e de fácil acesso aos públicos interno e externo.

4.7.6 Esses ambientes devem possuir tamanhos compatíveis para o abrigo do mobiliário, equipamentos, máquinas, materiais e de toda a equipe lotada no setor, inclusive bolsistas e estagiários, não sendo aconselhado dividir os profissionais em ambientes distantes.

5. Das atribuições de comunicação

5.1 Do reitor

- a) fazer cumprir a Política de Comunicação Social do IFMT;
- b) dotar a Ascom da Reitoria de servidores, equipamentos e condições necessárias ao seu bom funcionamento;
- c) envolver os profissionais da Comunicação nas reuniões periódicas de gestão, considerando a dimensão estratégica da comunicação para o crescimento da instituição;
- d) estar solícito a atender a imprensa nos temas em que a instituição for demandada ou indicar outros porta-vozes para esse papel;
- e) estar ciente de que, em todos os momentos, é ele o maior comunicador da instituição;
- f) conscientizar gestores e demais servidores da importância estratégica da comunicação para o IFMT;
- g) demandar materiais gráficos, eletrônicos e outras ferramentas de divulgação para suporte à divulgação de eventos e programas em tempo hábil, conforme disciplinado neste documento;
- h) revisar, aprovar e autorizar a divulgação dos materiais demandados por ele ou indicar uma segunda pessoa para cumprir essas tarefas;
- i) instaurar o gabinete de monitoramento de crise, sempre que houver necessidade.

5.2 Dos pró-reitores

- a) encaminhar as informações de interesse público referentes às suas áreas de atuação à Ascom da Reitoria, em tempo hábil, conforme disciplinado neste documento, para possibilitar a correta divulgação das informações aos públicos interno e externo;
- b) informar o calendário anual de eventos promovidos por suas respectivas pró-reitorias, sempre na primeira quinzena do mês de dezembro do ano anterior;
- c) comunicar qualquer alteração posterior nesse calendário e a marcação de outros eventos imprevistos ou demandados de última hora;
- d) demandar materiais gráficos, eletrônicos e outras ferramentas de comunicação para suporte à divulgação de eventos e programas em tempo hábil, conforme disciplinado neste documento;
- e) estar solícito a atender a imprensa nos temas em que a instituição for demandada ou indicar outros porta-vozes para esse papel;
- f) revisar, aprovar e autorizar a divulgação dos materiais demandados por suas respectivas pró-reitorias;
- g) inserir e prever, solicitando auxílio da Ascom da Reitoria, a divulgação e a publicização de suas ações, produtos e serviços como parte essencial do processo de planejamento, criação e execução deles.

5.2.1 Do(a) pró-reitor(a) de Ensino, em especial

- a) Informar a previsão anual de cursos, vagas e turno de oferta de cursos regulares da instituição, sempre no mês de agosto do ano anterior, a fim de viabilizar o planejamento

das ações de divulgação de processos seletivos do sistema de vagas ofertados pelo governo federal, na capital e no interior, 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 IFMT e pela imprensa local e nacional.

5.2.2 Do(a) pró-reitor(a) de Pesquisa e Inovação, em especial

- a) Informar a previsão anual de cursos, vagas e turno de oferta de cursos de pós-graduação da instituição, sempre no mês de agosto do ano anterior, a fim de viabilizar o planejamento das ações de divulgação, com a eficiência desejada, e a prestação dessas informações a anuários, guias, portais eletrônicos e outros veículos de comunicação editados pelo IFMT e pela imprensa local e nacional.
- b) Informar à Ascom o nome dos pesquisadores, áreas de atuação e linhas de pesquisas para que seja elaborado o Guia de Fontes do IFMT, que atenderá às solicitações da imprensa, dando maior visibilidade às ações de pesquisa desta instituição.

5.3 Dos diretores sistêmicos da Reitoria

- a) encaminhar as informações de interesse público referentes às suas áreas de atuação à Ascom, em tempo hábil, conforme disciplinado neste documento, para possibilitar a correta divulgação das informações aos públicos interno e externo;
- b) informar o calendário anual de eventos promovidos por suas respectivas diretorias, sempre no mês de novembro do ano anterior;
- c) comunicar qualquer alteração posterior nesse calendário e a marcação de outros eventos imprevistos ou demandados de última hora;
- d) demandar materiais gráficos, eletrônicos e outras ferramentas de comunicação para suporte à divulgação de eventos e programas em tempo hábil, conforme disciplinado neste documento;
- e) estar solícito à atender a imprensa nos temas em que a instituição for demandada ou indicar outros porta-vozes para esse papel;
- f) revisar, aprovar e autorizar a divulgação dos materiais demandados por suas respectivas diretorias sistêmicas.

5.3.1 Do(a) diretor(a) sistêmico(a) de Tecnologia da Informação, em especial

- a) participar da gestão compartilhada do portal do IFMT e da lista de *mailing* dos servidores, além de outras ferramentas eletrônicas de comunicação institucional;
- b) disponibilizar e manter um grupo de servidores dedicados à operação do portal do IFMT, inclusive para emergências fora do horário de expediente, garantindo total segurança das informações postadas neste veículo;
- c) não autorizar, em hipótese alguma, a criação de páginas no domínio ifmt.edu.br sem passar por avaliação conjunta com a Assessoria de Comunicação Social;
- d) gerir e manter atualizada a lista de mailing da instituição, agrupada nos seguintes segmentos (todos; docentes; servidores técnico-administrativos; alunos; servidores da Reitoria);

- e) não disponibilizar, de forma alguma, a terceiros o *mailing* da instituição;
- f) desenvolver, criar e manter a rede intranet do IFMT ou sistema com função similar;
- g) 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 Ascom e os setores de Comunicação dos campi;
- h) realizar treinamentos na área de Tecnologia da Informação para os servidores lotados nas estruturas de comunicação do IFMT, de acordo com as demandas necessárias de operação dos portais eletrônicos e demais serviços de comunicação.

5.3.2 Do(a) diretor(a) sistêmico(a) de Gestão de Pessoas, em especial

- a) Informar a Ascom sobre o planejamento anual das ações da DSGP que envolvam e necessitem de suporte desta assessoria (cerimonial, audiovisual, jornalismo, entre outros), bem como as atividades de comunicação em prol da saúde e do bem-estar do corpo funcional.

5.4 Dos diretores-gerais dos campi

- a) fazer cumprir a Política de Comunicação do IFMT em seus respectivos campi;
- b) dotar os setores de Comunicação Social dos campi de servidores, de equipamentos e condições necessárias ao seu bom funcionamento;
- c) envolver os (as) profissionais da Comunicação nas reuniões periódicas de gestão, considerando a dimensão estratégica da comunicação para o crescimento da instituição;
- d) estar solícito a atender a imprensa nos temas em que a instituição for demandada ou indicar outros porta-vozes para esse papel;
- e) estar ciente de que, em todos os momentos, é ele o maior comunicador da instituição no campus;
- f) conscientizar chefes de departamento e coordenadores de eixos da importância estratégica da comunicação para o IFMT;
- g) instaurar o gabinete de monitoramento de crise no campus, sempre que necessário;
- h) colaborar para a realização das atividades sistêmicas da Comunicação Social, inclusive com a liberação, quando necessária, de servidores para execução de projetos e ações compartilhadas entre a Reitoria e os campi;
- i) prestar informações, em tempo hábil, sobre seu respectivo campus, para viabilizar materiais de comunicação a serem produzidos pelo setor de comunicação do campus e, quando necessário, pela Ascom da Reitoria.

5.5 Do(a) diretor(a) de planejamento executivo

- a) fazer cumprir a Política de Comunicação do IFMT;
- b) estabelecer as diretrizes das ações de comunicação externa e interna do IFMT;
- c) articular o planejamento estratégico anual de comunicação do IFMT;
- d) viabilizar a divulgação de informações de interesse público relativas ao IFMT 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;

- e) receber e avaliar, em articulação com os servidores de jornalismo, de programação visual, publicidade, diagramação e de relações públicas, os pedidos de divulgação de informações enviados pelo Gabinete do Reitor, pelas pró-reitorias, diretorias sistêmicas e por demais setores e servidores da instituição, bem como do seu corpo discente.
- f) 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, bem como sugerir outras estratégias e ações aos autores do pedido quando estas forem mais adequadas;
- g) propor ferramentas de comunicação interna e externa direcionadas aos servidores e alunos do IFMT;
- h) orientar – em parceria com os profissionais de jornalismo e os profissionais de Comunicação dos campi – gestores e pesquisadores do IFMT nos assuntos relativos à comunicação, bem como acompanhá-los em entrevistas e prestação de informações aos veículos de comunicação, quando necessário;
- i) contribuir para a elaboração do Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) e do Plano de Ação Anual (PAA) da Reitoria, informando as demandas da área de comunicação a serem implementadas, bem como acompanhar suas execuções;
- j) desenvolver estratégias de relacionamento com a imprensa;
- k) fazer cumprir os eixos de atuação previstos no capítulo 7 deste documento;
- l) detectar situações que possam afetar a imagem da organização e realizar prognósticos;
- m) gerir produtos e demandas de agências e entes terceirizados;
- n) propor e receber as sugestões de capacitação e/ou treinamento dos servidores do setor de comunicação;
- o) demandar e especificar à Pró-Reitoria de Administração/Compras, mediante disponibilidade orçamentária, os equipamentos, softwares e insumos necessários às atividades da Ascom da Reitoria.

5.6 Dos setores de Comunicação dos campi

- a) fazer cumprir a Política de Comunicação do IFMT no campus, atuando de forma sistêmica com a Ascom da Reitoria;
- b) atender às diretrizes das ações de comunicação externa e interna do IFMT;
- c) divulgar informações de interesse público relativas ao IFMT para os públicos externo e/ou interno, utilizando as estratégias adequadas para a obtenção do melhor resultado possível, garantindo a exatidão das informações divulgadas;
- d) receber e avaliar os pedidos de divulgação de informações enviados pelo gabinete do diretor-geral, dos departamentos, das coordenadorias e os demais setores da instituição. 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, bem como sugerir outras estratégias e ações aos autores do pedido quando estas forem mais adequadas;
- e) consultar a Ascom da Reitoria, em casos omissos ou de dúvidas quanto à aplicação das diretrizes da Política de Comunicação do IFMT;
- f) propor ferramentas de comunicação interna e externa aos servidores e alunos do IFMT;

- g) desenvolver estratégias de relacionamento com a imprensa;
- h) cumprir os eixos de atuação previstos no capítulo 7 deste documento;
- i) receber e avaliar as demandas de suporte à realização de eventos;
- j) gerir produtos e demandas de gráficas e entes terceirizados;
- k) submeter a demanda de equipamentos e serviços necessários ao desenvolvimento das ações de comunicação ao gabinete do diretor-geral e à comissão de licitações e compras de cada campus, observando disponibilidade orçamentária;
- l) contribuir para a elaboração do Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) e do Plano de Ação Anual (PAA) do campus, informando as demandas da área de comunicação a serem implementadas, bem como acompanhar suas execuções.

5.7 Das diretorias, departamentos e coordenadorias dos campi

- a) encaminhar as informações de interesse público referentes às suas áreas de atuação ao setor de Comunicação Social, em tempo hábil, conforme disciplinado neste documento, para possibilitar a correta divulgação das informações aos públicos interno e externo;
- b) informar o calendário anual de eventos promovidos por seus respectivos setores, sempre na primeira quinzena do mês de dezembro do ano anterior;
- c) comunicar qualquer alteração posterior nesse calendário e a marcação de outros eventos imprevistos ou demandados de última hora;
- d) demandar materiais gráficos, eletrônicos e outras ferramentas de comunicação para suporte à divulgação de eventos e programas em tempo hábil, conforme disciplinado neste documento;
- e) estar solícito a atender à imprensa nos temas em que a instituição for demandada ou indicar outros porta-vozes para esse papel;
- f) revisar, aprovar e autorizar a divulgação dos materiais demandados por suas respectivas diretorias e coordenações.

5.8 Dos demais servidores

- a) estar cientes de que também são responsáveis pela construção da imagem do IFMT dentro e fora da instituição;
- b) quando autorizados pela instituição, atender à imprensa, respondendo aos questionamentos referentes ao tema indicado previamente e encaminhando os demais assuntos para conhecimento da Ascom da Reitoria ou dos setores de Comunicação Social dos campi;
- c) encaminhar qualquer solicitação de divulgação de acordo com o fluxo previsto no capítulo 8 deste documento.

5.8.1 Dos pesquisadores, em especial

- a) estar cientes de que a divulgação dos resultados das pesquisas desenvolvidas no âmbito do IFMT é parte inerente ao seu trabalho;

- b) estar disponíveis para atender à imprensa e aos comunicadores da Reitoria e dos campi acerca dos resultados de suas pesquisas, desde que não haja confidencialidade em seus trabalhos;
- c) respeitar os princípios da ética na pesquisa ao divulgar informações sobre os estudos realizados no âmbito do IFMT;
- d) manter atualizado junto à Pró-Reitoria de Pesquisa e Inovação, para fins de triagem das informações a serem divulgadas, o estágio das pesquisas que desenvolvem no âmbito da instituição;
- e) autorizar, caso desejem, a publicação de seus contatos no Guia de Fontes do IFMT, que será distribuído à imprensa e disponibilizado no portal da instituição.

5.8.2 Dos coordenadores de curso, em especial

- a) estar cientes de que a divulgação das informações do curso o qual coordenam é parte obrigatória de seu trabalho, estando, portanto, disponíveis para atender à imprensa e os comunicadores da Reitoria e dos campi;
- b) manter atualizadas, junto à Pró-Reitoria de Ensino e aos departamentos/coordenações de Ensino de seus campi, as informações dos cursos os quais coordenam;
- c) autorizar a publicação de seus contatos no Guia de Fontes do IFMT, que será distribuído à imprensa e disponibilizado no portal da instituição;
- d) prestar informações atualizadas, conforme determinação da Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB), sobre tópicos, tais como corpo docente, ofertas de vagas e disciplinas, grade curricular, infraestrutura, ementas, etc.

5.8.3 Do presidente da Comissão Própria de Avaliação e das comissões locais

- a) Estar cientes de que a divulgação do processo de avaliação institucional é parte obrigatória de seu trabalho, estando, portanto, disponíveis para atender à imprensa e os comunicadores da reitoria e dos campi;
- b) Participar ativamente do processo de mobilização da comunidade interna;
- c) Manter atualizadas as informações relativas à CPA na página do IFMT.

5.9 Dos alunos

- a) estar cientes de que também são responsáveis pela construção da imagem do IFMT dentro e fora da instituição;
- b) encaminhar qualquer solicitação de divulgação de acordo com o fluxo previsto no capítulo 8 deste documento.

6. Públicos de interesse

6.1 O IFMT possui diversos públicos de interesse. Caracterizam-se como público de interesse todos os cidadãos que compõem os públicos das ações e serviços oferecidos pela instituição, sejam eles beneficiários ou potenciais beneficiários dessas ações e ainda aqueles atingidos indiretamente por essas ações.

6.2 Caracterizam-se como público interno de interesse os servidores docentes e os servidores técnico-administrativos, os alunos, os colaboradores e os estagiários.

6.3 Caracteriza-se como público externo a sociedade em geral, em especial:

- professores, alunos e funcionários de instituições de ensino públicas e privadas (cursos livres, escolas, faculdades, universidades);
- entes do Governo Federal (Comunicação da Presidência da República, ministérios, secretarias especiais, órgãos, autarquias e empresas do Governo Federal);
- gabinetes do governador e dos prefeitos;
- gabinetes das secretarias de Educação, bem como de outras pastas dos governos estadual e municipal;
- sindicatos e associações de professores;
- sindicatos e associações de trabalhadores da Educação;
- gabinetes dos vereadores, deputados estaduais e federais, senadores;
- órgãos de fomento (Capes, CNPq, Fapemat);
- órgãos financiadores (Sebrae, BNDES);
- federações empresariais (Fiemt, CDL);
- cooperativas agrícolas;
- cooperativas de reciclagem;
- sindicatos de produtores rurais;
- sindicatos e entidades profissionais;
- conselhos profissionais (CREA, CRA, CRQ, entre outros)
- profissionais da imprensa e meios de comunicação.

7. Eixos de atuação

A Ascom da Reitoria e os setores de Comunicação Social dos campi terão os seguintes eixos de atuação:

7.1 Comunicação interna: informar o público interno acerca de assuntos relacionados à instituição, tais como as políticas de recursos humanos, ensino, pesquisa, extensão, seleções, pauta e resumo de reuniões do Conselho Superior da instituição (Consup), prazos e campanhas institucionais. Para isso, poderão utilizar os mais diversos meios, como: envio de e-mails; informativo impresso e eletrônico; materiais gráficos e eletrônicos; organização e realização, em parceria com outros setores da instituição, de eventos; e outros meios os quais julgarem convenientes.

7.2 Comunicação externa: informar a sociedade sobre assuntos relacionados à instituição, cursos, novos concursos e campanhas institucionais. Para isso, poderão utilizar os mais diversos meios, como páginas eletrônicas na web (Reitoria e campi); materiais gráficos e eletrônicos; sugestões de pauta à imprensa; visitas às redações de jornal; mídias sociais; produção de materiais específicos para eventos externos promovidos pelo IFMT ou dos quais a instituição participe e outros meios os quais julgarem convenientes.

7.3 Relacionamento com a imprensa: cultivar uma relação de proximidade e parceria com os veículos de comunicação da capital e do interior, de forma a divulgar as informações sobre a instituição. Entre as ações a serem realizadas, estão: o envio de releases e sugestões de pauta; realização de visitas aos veículos de comunicação; edição e distribuição do Guia de Fontes do IFMT e outros meios os quais julgarem convenientes.

7.3.1 Sempre que necessário, a Ascom organizará e/ou acompanhará entrevistas individuais e/ou coletivas de gestores e pesquisadores com a imprensa ou outros grupos.

7.4 Produção de materiais de comunicação visual e realização de campanhas de comunicação: viabilizar materiais gráficos e virtuais para divulgar as ações, cursos, programas e eventos do IFMT, sempre que necessário, de acordo com os públicos e a ocasião.

7.5 Produções audiovisuais: viabilizar materiais audiovisuais para divulgar as ações, cursos, programas e eventos do IFMT, sempre que necessário, de acordo com os públicos e a ocasião.

7.6 Portais eletrônicos:

7.6.1 A Ascom da Reitoria ficará responsável por gerir, atualizar e editar, com suporte técnico da Diretoria Sistêmica de Tecnologia da Informação (DSTI), o conteúdo do portal da Reitoria do IFMT, bem como por acompanhar se as páginas dos campi cumprem os preceitos deste documento.

7.6.2 Os setores de Comunicação dos campi ficarão responsáveis pela gestão de conteúdo, atualização e edição das páginas eletrônicas dos campi, em obediência aos preceitos deste documento.

7.7 Mídias sociais: manter páginas e/ou perfis oficiais em mídias sociais, tais como Facebook, Twitter, YouTube, Instagram e outras as quais julgar convenientes, cuja atuação será disciplinada em manual a ser editado posteriormente. Os campi poderão manter perfis e/ou páginas nessas mídias, seguindo as orientações estabelecidas neste documento e no aludido manual.

7.7.1 As senhas das páginas oficiais das mídias sociais deverão ser compartilhadas pelos setores de comunicação dos campi com a Ascom da Reitoria, para que essa assessoria também possa gerenciar postagens de campanhas institucionais.

7.7.2 Os setores de comunicação dos campi deverão, juntamente com a Ascom da Reitoria, analisar páginas não oficiais da instituição, para que sejam deletadas.

7.7.3 Considerando a internet e a popularização das mídias sociais como um fenômeno recente e dinâmico, a escolha pelas mídias sociais supracitadas poderá ser revista a qualquer momento.

7.8 A Ascom da Reitoria e os setores de Comunicação Social poderão propor, a qualquer momento, celebração de convênios e parcerias com rádios e televisões educativas, visando à divulgação de programas, projetos e serviços do IFMT.

8. Procedimentos de comunicação

8.1 O fluxo de solicitação de divulgação de informações à Ascom da Reitoria pelo Gabinete do Reitor, pró-reitorias, diretorias sistêmicas e órgãos de apoio e assessoramento da Reitoria do IFMT, solicitados via SUAP, deverá obedecer aos seguintes roteiros:

- a) Setor demandante -> Ascom da Reitoria (avaliação do pedido) -> caso aprovado, execução -> aprovação pelo setor demandante -> divulgação.
- b) Setor demandante -> Ascom da Reitoria (avaliação do pedido) -> ajustes do pedido com o setor demandante -> execução -> aprovação pelo setor demandante -> divulgação.
- c) Setor demandante -> Ascom da Reitoria (avaliação do pedido) -> caso reprovado, justificar -> não é feita a divulgação.

8.1.1 A Ascom da Reitoria poderá, independentemente de ser demandada, solicitar informações e gerar conteúdo baseado nas ações e projetos desenvolvidos pelos setores do IFMT.

8.2 O fluxo de solicitação de divulgação de informações à Ascom da Reitoria ou aos setores de Comunicação dos campi por outros setores e servidores do IFMT deverá obedecer aos seguintes roteiros, exceto o caso previsto no tópico 8.3:

- a) Setor demandante -> parecer da chefia imediata -> Ascom da Reitoria ou setores de Comunicação do campus (avaliação do pedido) -> caso aprovado, execução -> aprovação pelo setor demandante -> divulgação.
- b) Setor demandante -> parecer da chefia imediata -> Ascom da Reitoria ou setores de Comunicação do campus (avaliação do pedido) -> ajustes do pedido com o setor demandante -> execução -> aprovação pelo setor demandante -> divulgação.
- c) Setor demandante -> parecer da chefia imediata -> Ascom da Reitoria ou setores de Comunicação do campus (avaliação do pedido) -> caso reprovado, justificar -> não é feita a divulgação.

8.2.1 Os setores de Comunicação dos campi poderão, independentemente de serem demandados, solicitar informações e gerar conteúdo baseado nas ações e projetos desenvolvidos pelos setores do IFMT.

8.3 O fluxo de solicitação de divulgação de informações à Ascom da Reitoria ou aos setores de Comunicação dos campi por alunos do IFMT deverá obedecer aos seguintes roteiros:

- a) Aluno demandante -> parecer da Coordenação do curso -> Ascom da Reitoria ou setores de Comunicação do campus (avaliação do pedido) -> caso aprovado, execução -> aprovação pelo setor demandante -> divulgação.

- b) Aluno demandante -> parecer da Coordenação do curso -> Ascom da Reitoria ou setores de Comunicação do campus (avaliação do pedido) -> ajustes do pedido com o setor demandante-> execução -> aprovação pelo setor demandante -> divulgação.
- c) Aluno demandante -> parecer da Coordenação do curso -> Ascom da Reitoria ou setores de Comunicação do campus (avaliação do pedido) -> caso reprovado, justificar -> não é feita a divulgação.

8.3.1 Os setores de Comunicação Social dos campi poderão, independentemente de serem demandados, solicitar informações e gerar conteúdo baseado nas ações e projetos desenvolvidos pelos alunos do IFMT.

8.4 O fluxo de solicitação de divulgação de informações à Ascom da Reitoria ou aos setores de Comunicação dos campi por parceiros externos ao IFMT deverá obedecer aos seguintes roteiros:

- a) Parceiro/entidade -> Ascom da Reitoria ou setores de Comunicação do campus (avaliação do pedido, se necessário, junto à Reitoria ou à direção-geral) -> caso aprovado, execução.
- b) Parceiro/entidade -> Ascom da Reitoria ou setores de Comunicação do campus (avaliação do pedido, se necessário, junto à Reitoria ou à direção-geral) -> ajustes do pedido com o parceiro-> execução.
- c) Parceiro/entidade -> Ascom da Reitoria ou setores de Comunicação do campus (avaliação do pedido, se necessário, junto à Reitoria ou à direção-geral) -> caso reprovado, justificar -> não é feita a divulgação.

8.5 Serão estabelecidos como critérios de aprovação dos produtos de comunicação:

- a) a sua perfeita acordância em relação ao solicitado pelo setor demandante e aos critérios de noticiabilidade e interesse público avaliados pela Ascom da Reitoria ou pelos setores de Comunicação dos campi;
- b) a ausência de informações sigilosas;
- c) a autorização pela chefia imediata;
- d) a ausência de informações antiéticas que tragam prejuízos a terceiros e à instituição;
- e) a obediência aos prazos exigidos em editais específicos ou acordados entre o setor demandante e a Ascom da Reitoria ou aos setores de Comunicação Social dos campi;
- f) as condições técnicas e de pessoal da Ascom da Reitoria e dos setores de Comunicação Social dos campi em executar a demanda de produção dos produtos de comunicação.
- g) a disponibilidade orçamentária.

9. Diretrizes complementares

9.1 Em momento oportuno, o IFMT editará manuais normativos, formulados por grupos de trabalho, que darão diretrizes para assuntos específicos. Desde já, ficam estabelecidas as seguintes orientações:

9.1.1 Sobre identidade visual:

- a) Os gestores e alunos do IFMT consultarão a Ascom da Reitoria, bem como os setores de Comunicação Social dos campi, todas as vezes em que precisarem utilizar a marca da instituição para produção de materiais de veiculação externa (outdoor, cartazes, banners, camisas, faixas, etc.).
- b) No caso de materiais a serem produzidos pelos próprios servidores ou alunos, a consulta deverá ser feita com antecedência mínima de 5 (cinco) dias úteis, em formulário próprio, apresentando justificativa, público, data, local, nomes, contatos dos responsáveis e anexos. Consideram-se anexos os layouts de convites, pôlderes, cartazes e páginas na internet. Deverá ser submetida prova do material produzido para verificação se de acordo com as orientações emitidas.
- c) Em caso de materiais gráficos, virtuais e audiovisuais solicitados para serem produzidos pela própria Ascom da Reitoria ou pelos setores de Comunicação dos campi, a consulta deverá ser feita com antecedência mínima de 30 (trinta) dias, em formulário próprio, apresentando justificativa, público, data, local, nomes, contatos dos responsáveis e anexos.
- d) Materiais produzidos à revelia da consulta não serão distribuídos pela Ascom da Reitoria e setores de Comunicação Social dos campi.
- e) A marca do IFMT não poderá ser alterada de nenhuma forma, mesmo sob pretexto de acrescentar informações ou imagens, conforme orientações do Manual de Uso da Marca.
- f) Com o objetivo de resguardar a imagem institucional e os direitos autorais da marca dos institutos federais, nenhuma pró-reitoria, diretoria, coordenação, setor, divisão, curso, projeto ou evento poderá alterar o logo do IFMT nem terá atendido pedido de produção de marca própria, salvo tratar-se de evento, programa, produto ou campanha específica.

9.2 Sobre a sinalização de ambientes da instituição:

- a) Para a correta localização e mobilidade da comunidade acadêmica e de visitantes, recomenda-se a sinalização de todas as unidades do IFMT.
- b) Entende-se por sinalização a pintura, a afixação de placas e letreiros e a construção de totens que indiquem, de forma padronizada, a localização dos setores, salas, parques esportivos, ginásios, laboratórios, bibliotecas, ambientes e espaços, sejam de uso público ou não.
- c) Os gestores do IFMT consultarão a Ascom da Reitoria ou os setores de Comunicação Social dos campi todas as vezes em que precisarem contratar e executar serviços de sinalização interna e externa das unidades.
- d) A sinalização deverá obedecer aos preceitos de Identidade Visual (construir) do IFMT, não podendo alterar a marca de nenhuma forma.

9.3 Sobre as páginas eletrônicas da instituição:

- a) O portal do IFMT contará com páginas específicas para cursos, eventos, laboratórios e grupos de pesquisas e culturais.

- b) A divulgação de sites temporários (hotsites) no portal acontecerá por um período máximo de 90 dias, tempo em que o site será monitorado.
- c) Serão automaticamente desvinculados do portal do IFMT os sites e páginas que atentarem contra a cidadania, a dignidade humana e o pluralismo político; promoverem o crime, a homofobia, a injúria, a difamação, o constrangimento e a perseguição de servidores, estudantes e funcionários terceirizados do IFMT, bem como das demais pessoas humanas ou jurídicas.

9.4 Sobre mídias sociais:

O uso de mídias sociais por parte de gestores e representantes do IFMT em todas as suas unidades deverá obedecer à [Portaria No 38, de 11 de junho de 2012](#), emitida pelo Conselho de Defesa Nacional, e ao [Manual de Orientação para Atuação em Redes Sociais](#), editado pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República em 2018.

10. Disposições gerais

10.1 Os casos omissos deverão ser direcionados por escrito à Ascom da Reitoria, com prazo para resposta de 5 (cinco) dias úteis.

10.2 Competirá ao(a) diretor(a) de planejamento executivo, por meio de ato, deliberar sobre omissões, acrescentar competências, dirimir conflitos, delegar ou avocar atribuições, salvo quando não implicar assuntos ou decisões que competem, exclusivamente, às instâncias superiores.

10.3 Fica instituído o Fórum de Comunicadores do IFMT, com objetivo de estimular o relacionamento estreito entre esses profissionais, da Reitoria e dos campi, e sugerir ações sistêmicas e procedimentos que possam ser compartilhados, no sentido de conciliar as atividades perante os diversos públicos de interesse da instituição, além de viabilizar, implantar e avaliar a Política de Comunicação.

10.4 O Fórum de Comunicadores acontecerá anualmente, sob coordenação da Ascom da Reitoria, em parceria com os setores de Comunicação dos campi.

11. Referências

BRASIL. LEI Nº 12.527, DE 18 DE NOVEMBRO DE 2011. Lei de Acesso a Informações. Brasília - DF, Nov. 2011. Disponível em: <

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm. Acesso em: 06 ago. 2020.

BRASIL. PORTARIA No - 38, DE 11 DE JUNHO DE 2012. Homologa a Norma Complementar nº 15/IN01/DSIC/GSIPR. Estabelecer diretrizes de Segurança da Informação e Comunicações para o uso das redes sociais, nos órgãos e entidades da Administração Pública Federal (APF), direta e indireta. CONSELHO DE DEFESA NACIONAL. Brasília - DF. Jun. 2012. Diário Oficial da União, Seção 1, nº 119, 21 de junho de 2012. Disponível em: <https://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=21/06/2012&jornal=1&pagina=3&totalArquivos=68>. Acesso em: 06 ago. 2020.

Conselho Nacional das Instituições da Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica - CONIF. Política de Comunicação do Conif, 1ª edição, Brasília - DF, 2017.

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará - IFCE. Política de Comunicação do IFCE, Fortaleza - CE, 2107.

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Espírito Santo - IFES. Política de Comunicação do IFES, 1ª edição, 2016.

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso - IFMT. Plano de Desenvolvimento Institucional - PDI: 2019-2023. Cuiabá: IFMT/2019. Disponível em: http://ifmt.edu.br/media/filer_public/5b/27/5b27325f-055b-4e63-8cb3-e2490c90302c/pdi_2019_v01.pdf. Acesso em: 06 ago. 2020.

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul - IFRS. Política de Comunicação do IFRS, 1ª edição consolidada, 2015.

BRASIL. Manual de Uso de Redes Sociais. Secretaria Especial de Comunicação Social. Brasília, 2018. Disponível em: <http://www.secom.gov.br/aceso-a-informacao/manuais/arquivos/manual-de-uso-de-redes-sociais.pdf>. Acesso em: 06 ago. 2020.

Tela Brasileira. Portal de Projetos no mercado audiovisual. Técnico em Audiovisual - O que faz o técnico em audiovisual? Disponível em: <https://www.telabrasileira.com.br/jobtypes/tecnico-audiovisual-jobs-405988.php>. Acesso em: 06 ago. 2020.

Tutano por Trampos. GUIA DE PROFISSÕES: EDITOR(A) DE VÍDEOS. Disponível em: <http://tutano.trampos.co/16772-guia-de-profissoes-editor-de-video/>. Acesso em: 06 ago. 2020.

Universidade Federal do Espírito Santo - UFES. Descrição de Cargo - Técnico em Audiovisual. Pró-Reitoria de Gestão de Pessoas. Disponível em: <http://www.progep.ufes.br/descricao-de-cargo/cargo-d-tecnico-em-audiovisual#:~:text=DESCRIPC%C3%87%C3%83O%20SUM%C3%81RIA%20DO%20CARGO%3A,magn%C3%A9ticos%20filmes%20ou%20discos%20virgens>. Acesso em: 06 ago. 2020.

Universidade Federal de Mato Grosso - UFMT. CHAMADA PÚBLICA Nº001/2020 – UFMT POPULAR - 1 Revisor de Textos. Disponível em: <https://setec.ufmt.br/uploads/files/processoseletivos/2020/docentes/ufmt-popular/CHAMADA%20P%C3%9ABLICA%20-%203%C2%AA%20ETAPA%20PROJETO%20UFMT%20POPULAR.pdf>. Acesso em: 06 ago. 2020.