

Natália Ferraz Pavanelli Ormond
Juliana Saragiotto Silva

**GUIA PARA A GESTÃO
DA COMUNICAÇÃO
DO IFMT**



INSTITUTO
FEDERAL
Mato Grosso

GUIA PARA A GESTÃO DA COMUNICAÇÃO DO IFMT

**NATÁLIA FERRAZ PAVANELLI ORMOND
JULIANA SARAGIOTTO SILVA**

**Trabalho fomentado pelo Instituto Federal de Mato Grosso
Edital nº116/2021 - RTR-SG/RTR-CG/RTR-GAB/RTR/IFMT**

© Natália Ferraz Pavanelli Ormond; Juliana Saragiotto Silva, 2022.

Todos os direitos reservados.

Proibida a reprodução de partes ou do todo desta obra sem autorização expressa dos autores
(art. 184 do Código Penal e Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998).

É permitida a reprodução total ou parcial desta obra, desde que citada a fonte.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação

O73g Ormond, Natália Ferraz Pavanelli

Guia para a gestão da comunicação do IFMT: uma proposta de mapeamento dos processos / Natália Ferraz Pavanelli Ormond, Juliana Saragiotto Silva. – Cuiabá:IFMT, 2022.

57p. : il. color. ; 30 cm.

ISBN: 978-65-88498-05-7

Inclui Bibliografia.

1. Comunicação Organizacional. 2. Fluxo de processos 3. Gestão da Comunicação. I.Silva, Juliana Saragiotto. II.Título.

CDU: 316.772.4(058)

Ficha Catalográfica elaborada pelo bibliotecário Jorge Nazareno Martins Costa – CRB1- 3205
Permitida a reprodução parcial ou total, desde que citada a fonte.

Revisão: Sandrine Robadey Huback

Diagramação: Natália Ferraz Pavanelli Ormond

Comitê Científico: Ed Wilson Tavares Ferreira (IFMT)

Marcos José Zablonsky (PUCPR)

Geison Jader Mello (IFMT)

Ema Marta Dunck Cintra (IFG)

APRESENTAÇÃO

Este Guia é o resultado da pesquisa de Mestrado Profissional em Educação Profissional e Tecnológica em Rede Nacional (ProfEPT) intitulada “Guia para a Gestão da Comunicação do IFMT: uma proposta de mapeamento dos processos” e tem como objetivo esclarecer e apresentar à comunidade do Instituto Federal de Mato Grosso (IFMT) o papel que o Departamento de Comunicação Social (Decom) desempenha na instituição.

O material foi construído em cinco seções. A primeira seção traz informações sobre o IFMT (dados sobre sua estruturação e organização). Na segunda seção, são apresentados o Decom e as suas atribuições. Posteriormente, na terceira seção, demonstra-se o fluxo das atividades realizadas pelos profissionais das mais diversas áreas do Decom. A seguir, na quarta seção, identificam-se alguns dos critérios de noticiabilidade adotados pela equipe de Jornalismo do IFMT, além de dicas para a solicitação de notícias. Por fim, a quinta seção apresenta o contato (e-mail) dos profissionais de comunicação.

Espera-se, com a formalização dos processos da Gestão da Comunicação no IFMT, que as atividades de ensino, pesquisa e extensão sejam fortalecidas, uma vez que o conhecimento dos fluxos dos processos do Decom, pelos demais setores e departamentos da Reitoria, contribuirá para que os atendimentos sejam mais assertivos.

Além disso, pretende-se uma maior visibilidade das ações e dos serviços que a instituição oferece para a comunidade, tende a contribuir para uma comunicação institucional estratégica.

PRESENTATION

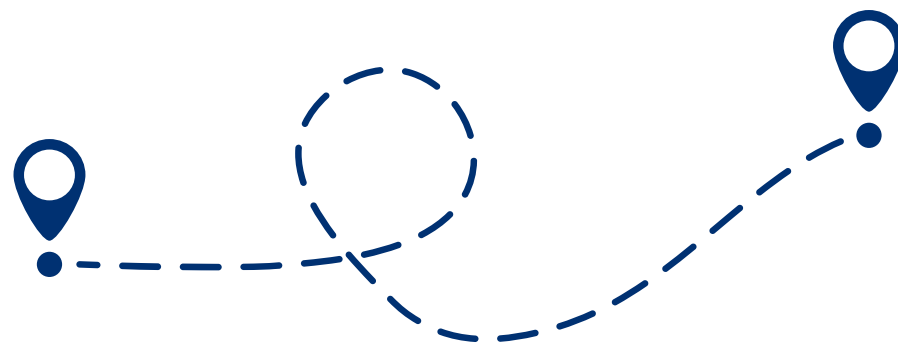
This Guide is the result of the research carried out in the Professional Master's Program in Professional and Technological Education in National Network (ProfEPT). The research was entitled as "Guide for Communication Management of the Federal Institute of Education: a proposal for the processes mapping". It aims at presenting and clarifying the academic community from the Federal Institute of Mato Grosso (IFMT) the role of the Department of Social Communication (Decom) plays in the institution.

The text material was composed in five sections. The first section presents information about the IFMT (some data about its structure and organization). Decom and its attributions are presented in the second section. Subsequently, in the third section, the flow of activities carried out by the professionals from the varied areas of Decom is demonstrated. Next, in the fourth section, some of the newsworthiness criteria adopted by the IFMT Journalism professionals are identified, as well as, some procedures for requesting news. Finally, the fifth section presents the professionals' e-mails of the communication department.

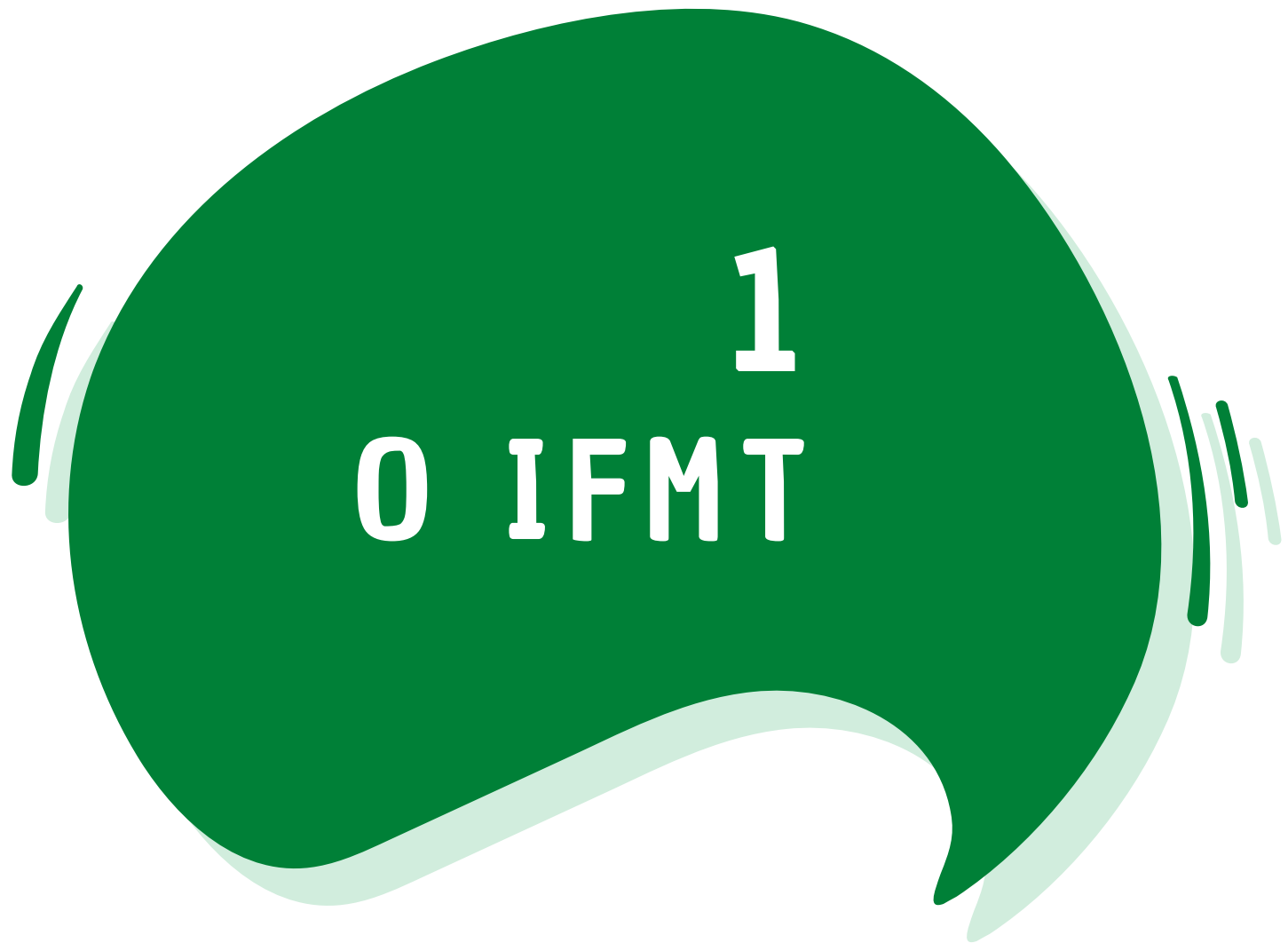
It is expected to strengthen the activities in teaching, research and extension with the formalization processes at the Communication Management at the IFMT. In addition to, the knowledge about the Decom processes flows, obtained by the professionals who work in other sectors and departments of the Rectory, may contribute to have more assertiveness in communication.

Additionally, it is believed that the high visibility of the educational actions and services that the IFMT offers to the community tends to contribute to its strategic institutional communication.

SUMÁRIO



1. O IFMT	07
2. O DECOM	10
2.1 Atribuições do Decom	12
2.2 Áreas que constituem o Decom	14
3. FLUXOS DOS PROCESSOS	15
3.1 Processo 1: Jornalismo	18
3.2 Processo 2: Relações Públicas	24
3.3 Processo 3: Publicidade	28
3.4 Processo 4: <i>Design</i> Gráfico	32
3.5 Processo 5: Revisão de Texto	42
3.6 Processo 6: Audiovisual	44
4. DO FATO À DIVULGAÇÃO	48
5. FALE COM A GENTE	51
Considerações Finais	54
Índice Remissivo	55
Referências	56



1. O IFMT.....

O Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso (IFMT), criado nos termos da Lei nº 11.892, de 29 de dezembro de 2008 (BRASIL, 2008), mediante integração do Centro Federal de Educação Tecnológica de Mato Grosso, do Centro Federal de Educação Tecnológica de Cuiabá e da Escola Agrotécnica Federal de Cáceres, é uma instituição de educação superior, básica e profissional, pluricurricular e multicampi, especializada na oferta de Educação Profissional e Tecnológica nas diferentes modalidades de ensino. Vinculada ao Ministério da Educação, possui natureza jurídica de autarquia, com autonomia administrativa, patrimonial, financeira, didático-pedagógica e disciplinar.

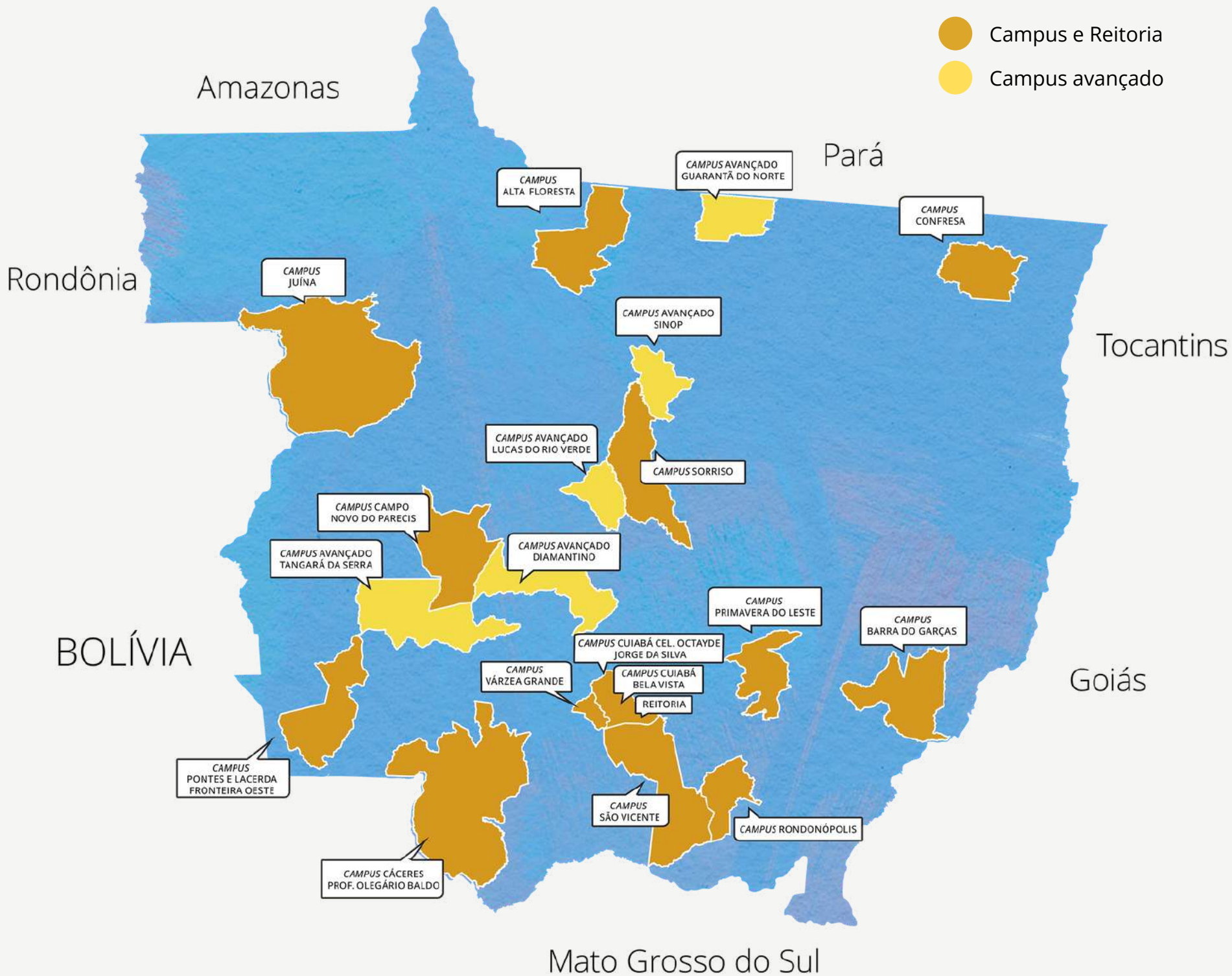
O IFMT conta com a Reitoria (localizada em Cuiabá), 14 *campi* (Alta Floresta, Barra do Garças, Cáceres – Prof. Olegário Baldo, Campo Novo do Parecis, Confresa, Cuiabá – Cel. Octayde Jorge da Silva, Cuiabá – Bela Vista, Juína, Pontes e Lacerda, Primavera do Leste, Rondonópolis, São Vicente, Sorriso e Várzea Grande) e 5 *campi* avançados, nos municípios de Diamantino, Lucas do Rio Verde, Tangará da Serra, Sinop e Guarantã do Norte (Figura 1).

Atualmente, possui aproximadamente 25 mil alunos, nos mais de 238 cursos (IFMT, 2022a) distribuídos nos níveis: superior (bacharelado, licenciatura e tecnologias), pós-graduação (especializações e mestrados), técnico (com Ensino Médio integrado, subsequente, concomitante e o Programa Nacional de Educação de Jovens e Adultos - Proeja), educação a distância (Universidade Aberta do Brasil - UAB), além de cursos de curta duração, como o Formação Inicial e Continuada (FIC).

A instituição reafirma, ao longo dos anos, a missão de “educar para a vida e para o trabalho” (IFMT, 2019, p. 20), pelo desenvolvimento do ensino, da pesquisa, da extensão e da inovação.

Diante dessa capilaridade e de sua ampla atuação no estado de Mato Grosso, a Gestão da Comunicação torna-se ainda mais necessária, já que ela é responsável por consolidar não só a missão, a visão e os valores, mas também a imagem e a identidade da instituição.

Figura 1 - Unidades do IFMT



Fonte: IFMT (2022b)



2. O DECOM

O Departamento de Comunicação Social (Decom) integra a Diretoria-Executiva e é responsável pela execução da Política de Comunicação do IFMT, coordenando as ações de comunicação institucional no âmbito da Reitoria e promovendo a articulação com as Assessorias de Comunicação dos *campi*.

Baseando-se na missão do IFMT de “educar para a vida e para o trabalho”, a razão de ser do Decom é **“comunicar o papel transformador do IFMT na vida das pessoas”** (IFMT, 2022c).

Na Reitoria, onde está localizado, o Decom reúne profissionais das áreas de jornalismo, relações públicas, publicidade, *design* (programação visual e diagramação), revisão textual e audiovisual.

Já nos *campi* em que há profissional de comunicação, as Assessorias de Comunicação são compostas por jornalistas e, em alguns casos, também por um técnico em audiovisual.



2.1 Atribuições do Decom

- 1 Coordenar a Política de Comunicação institucional em articulação com os órgãos da Reitoria, os *campi* e os *campi* avançados do IFMT.
- 2 Zelar pela imagem institucional do IFMT.
- 3 Coordenar a elaboração e acompanhar a execução do Plano Anual de Comunicação do IFMT;
- 4 Zelar pelo uso correto da marca do IFMT, em conformidade com o Manual de Uso da Marca;
- 5 Planejar, implementar e coordenar as atividades relacionadas à comunicação institucional do IFMT;
- 6 Planejar, articular e alinhar com os *campi* e *campi* avançados, quando viável, as ações de jornalismo, publicidade e propaganda, e relações públicas;
- 7 Receber e avaliar os pedidos para divulgação de informações e matérias jornalísticas enviados pelo Gabinete do Reitor, pelas Pró-Reitorias, Diretorias, pelos *campi* e *campi* avançados e por demais setores da instituição, justificando e sugerindo outras estratégias e ações aos demandantes quando da negação da execução do pedido;



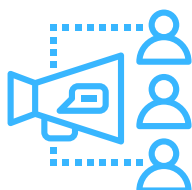
- 8 Estreitar o relacionamento com os profissionais e meios de comunicação, articulando as ações de divulgação do IFMT, visando ao fortalecimento da imagem institucional perante a sociedade;
- 9 Realizar a articulação com a Comunicação Social de outros órgãos públicos para a divulgação do IFMT em seus veículos, seguindo orientações da Política de Comunicação do Governo Federal;
- 10 Planejar, coordenar, desenvolver, orientar e acompanhar, em conjunto com a Diretoria-Executiva, o desenvolvimento de campanhas publicitárias institucionais;
- 11 Coordenar o cerimonial dos eventos da Reitoria e orientar as equipes de cerimonial dos *campi* e *campi* avançados quanto à padronização da atividade;
- 12 Propor e acompanhar programas de capacitação dos profissionais de comunicação do IFMT;
- 13 Elaborar manuais de procedimentos e serviços de comunicação, que devem ser apreciados e aprovados pelo Conselho Superior do IFMT (Consup/IFMT);
- 14 Cobrir e divulgar as ações e participações do IFMT em eventos oficiais.

Fonte: IFMT (2022d)

2.2 Áreas que constituem o Decom*



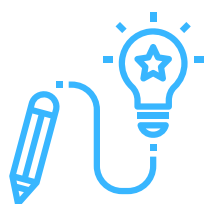
1- JORNALISMO: área responsável por coletar, redigir e publicar informações de interesse público.



2- RELAÇÕES PÚBLICAS: área responsável pelo relacionamento do IFMT com seus públicos (interno e externo) e, também, por criar, planejar e executar eventos institucionais.



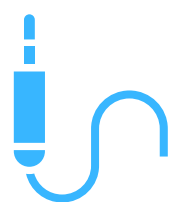
3- PUBLICIDADE: área responsável pelo fortalecimento da marca IFMT, pela definição de estratégias de comunicação e criação de campanhas institucionais.



4- DESIGN GRÁFICO: área responsável pela criação de projetos gráficos para a divulgação das ações da instituição. O *designer* desenvolve o *layout* de revistas, livros, *folders*, campanhas, projeta embalagens, cria logotipos e papelaria, seleciona e padroniza cores e ilustrações, define tipografia para textos, entre outras atividades.



5- REVISÃO DE TEXTO: área responsável por editar material de texto com a finalidade de conferir-lhe correção gramatical, clareza, concisão e coesão.



6- AUDIOVISUAL: área responsável pelo suporte na montagem e desmontagem de equipamentos de áudio e vídeo, em eventos e reuniões da Reitoria, pelas transmissões *online* de reuniões/eventos, e pela compra de produtos de audiovisual.

*As áreas aqui apresentadas são descritas de modo geral. Cada campus possui suas especificidades.



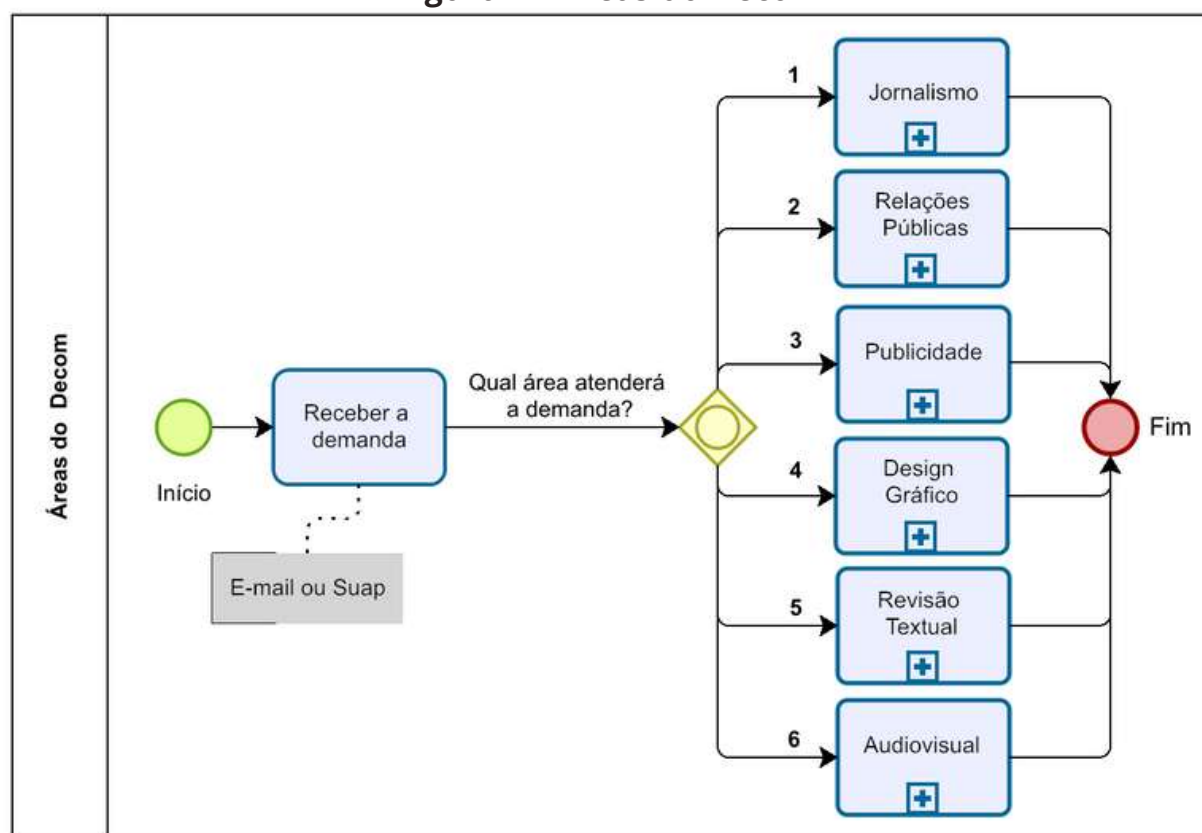
3

FLUXOS DOS PROCESSOS

3. FLUXOS DOS PROCESSOS

Com o objetivo de **informar e esclarecer sobre como as atividades são desenvolvidas pelos profissionais de comunicação**, a seguir é apresentado o mapeamento dos processos das 6 áreas do Decom: (i) jornalismo; (ii) relações públicas; (iii) publicidade; (iv) *design* gráfico (diagramação e programação visual); (v) revisão textual; e (vi) audiovisual — os quais estão sintetizados na Figura 2.

Figura 2 - Áreas do Decom



Fonte: elaborado pela autora (2022).

Ressalta-se que estes processos são imprescindíveis para o desenvolvimento das atividades do Decom. Portanto, quando uma demanda é recebida no departamento e destinada a uma área específica, a atividade desenvolvida segue o fluxo detalhado até a sua conclusão.



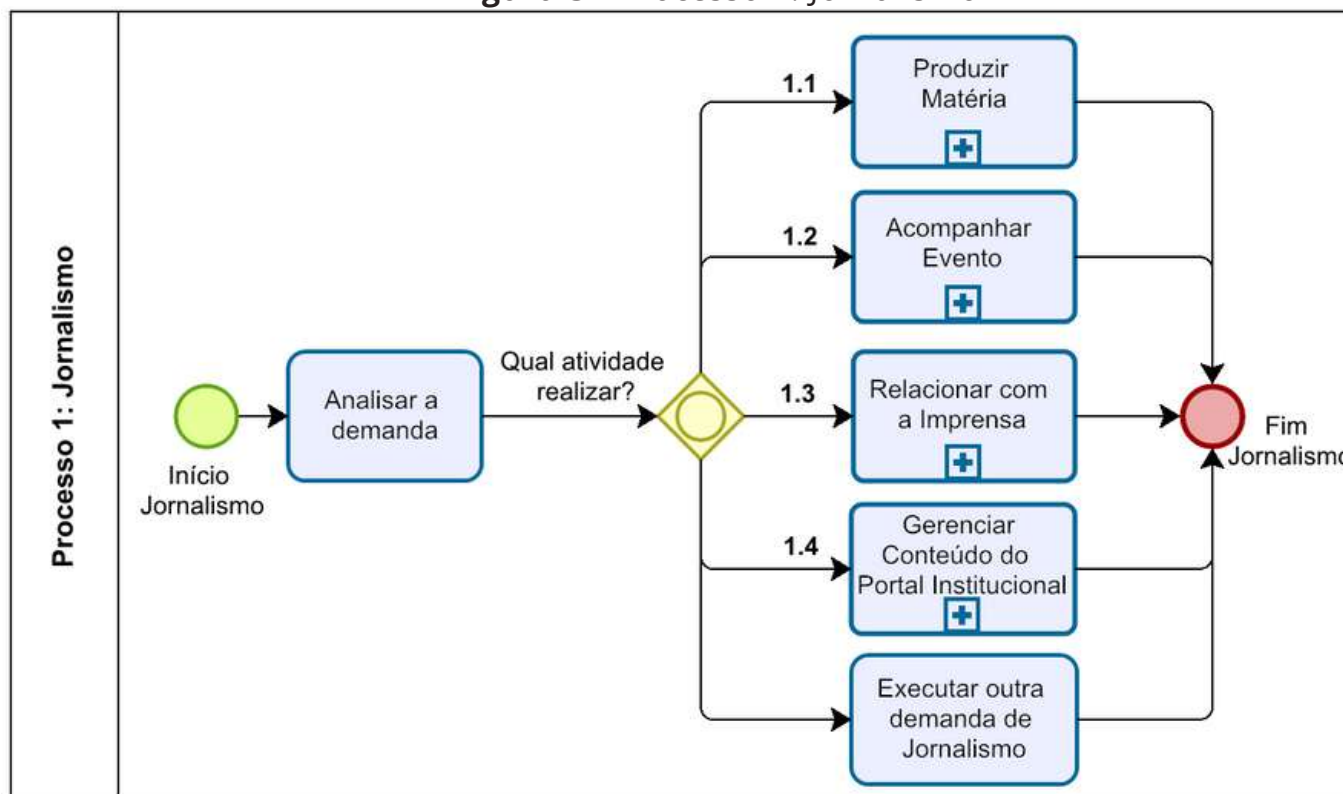
JORNALISMO

3.1 Processo 1: JORNALISMO



O **Processo 1 — Jornalismo** é dividido em quatro subprocessos: (i) Produzir Matéria; (ii) Acompanhar Evento; (iii) Relacionar com a Imprensa; (iv) Gerenciar Conteúdo do Portal Institucional; e uma atividade adicional¹ (Figura 3).

Figura 3 - Processo 1: Jornalismo



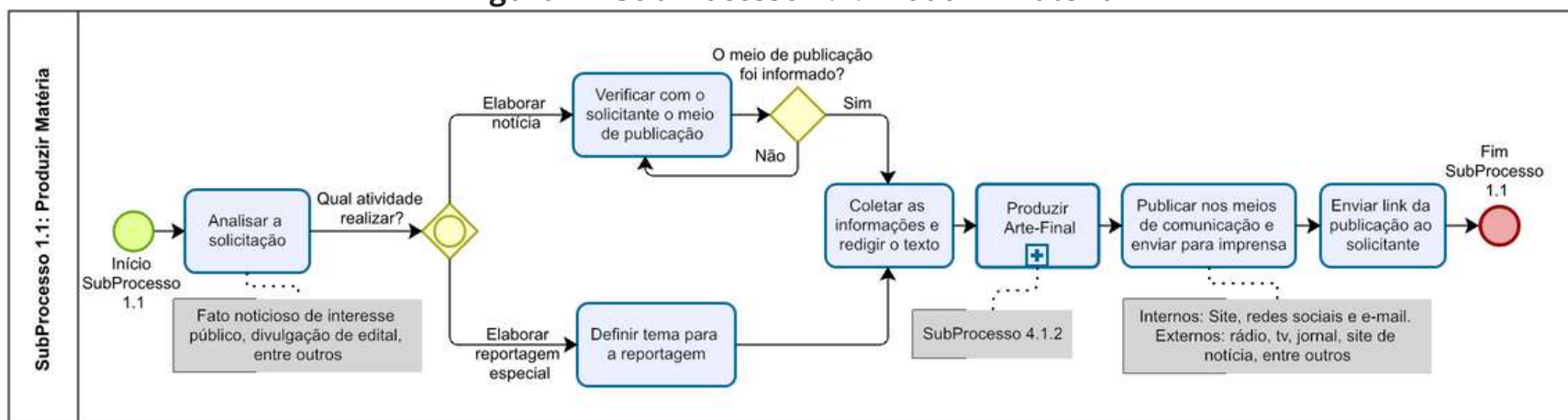
Fonte: elaborado pela autora (2022).



¹ Desenvolvimento de qualquer outra atividade que não esteja nos subprocessos do Processo 1.

O **SubProcesso 1.1 — Produzir Matéria** (Figura 4) consiste em duas atividades: (i) Elaborar notícia; e/ou (ii) Elaborar reportagem especial.

Figura 4 - SubProcesso 1.1: Produzir Matéria



Fonte: elaborado pela autora (2022).

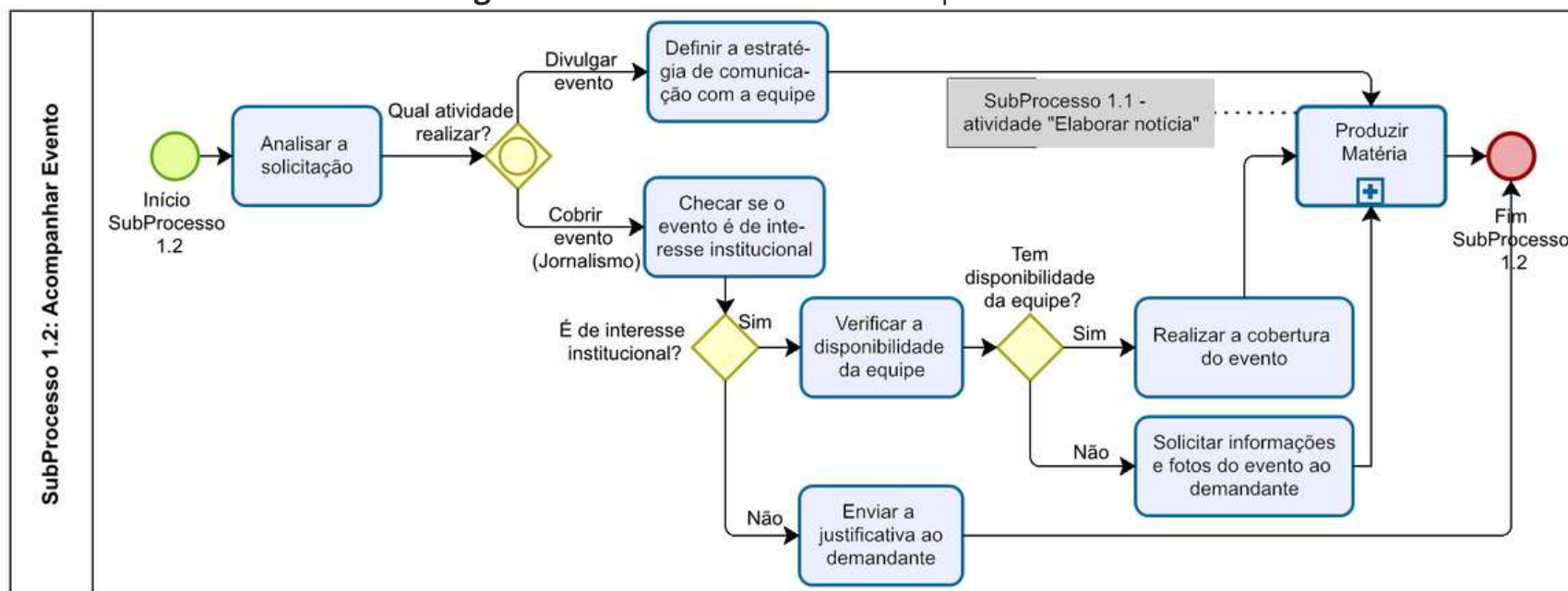


Assim, quando se trata da atividade de **Elaborar notícia**, o responsável verifica qual será o meio de publicação e coleta as informações para redigir o texto. Se o meio de publicação for informado no momento da solicitação, a atividade segue o fluxo (coletar as informações e redigir o texto); caso contrário, verifica-se o meio de publicação com o solicitante. Em seguida, é requisitada a produção de "Arte-Final", que será utilizada na publicação do material. Uma vez que o texto seja redigido e a arte finalizada, a publicação é realizada nos meios de comunicação internos (*site*, redes sociais e *e-mail*) e externos (rádio, TV, jornal, *site* de notícias, entre outros). Por fim, o *link* da publicação é enviado por *e-mail* ao solicitante, e o subprocesso é finalizado.

Já a atividade de **Elaborar reportagem especial** corresponde a uma ação interna, em que o profissional jornalista define possíveis temas de interesse da comunidade, entra em contato com as fontes (professores, técnicos administrativos, alunos, entre outros), produz o material e divulga nos meios de comunicação (internos e externos). Após a divulgação, o subprocesso é encerrado.

Outra demanda atendida pela área de Jornalismo é o **SubProcesso 1.2 – Acompanhar Evento** (Figura 5), que se divide em duas atividades: (i) Divulgar evento; e (ii) Cobrir evento (Jornalismo).

Figura 5 - SubProcesso 1.2: Acompanhar Evento



Fonte: elaborado pela autora (2022).



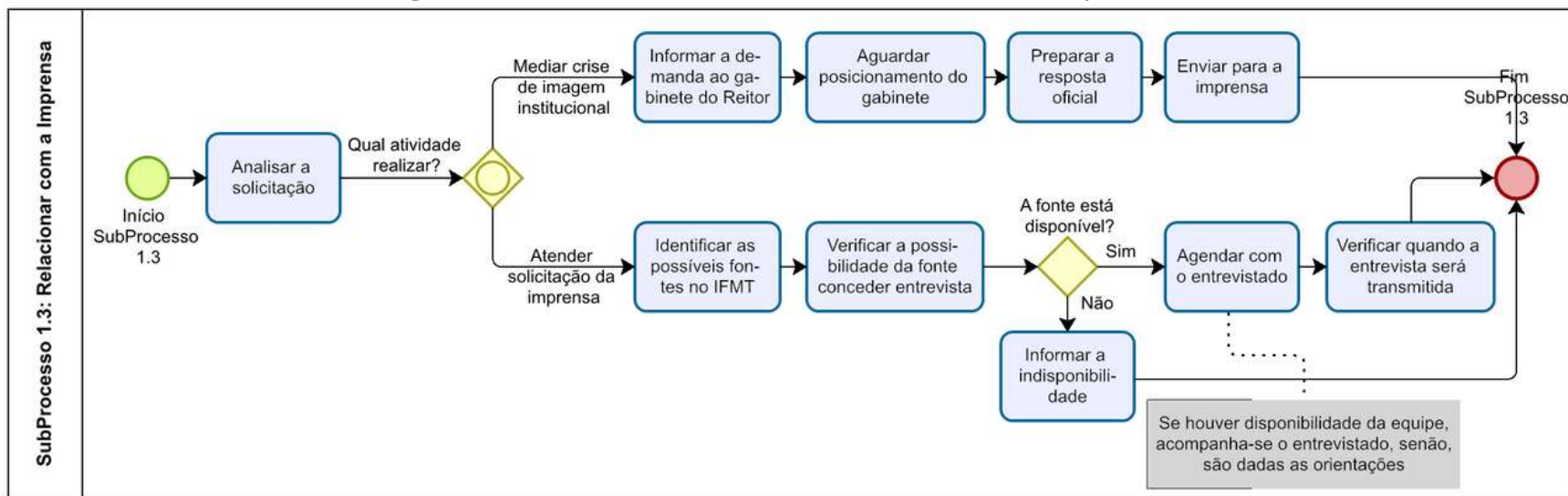
Acerca da primeira atividade deste subprocesso, **Divulgar evento**, inicialmente, é definida a estratégia de comunicação com a equipe, para que, assim, o fluxo siga para a atividade de Elaborar notícia do SubProcesso 1.1 — Produzir Matéria (Figura 4), até a finalização do subprocesso.

Por outro lado, na atividade de **Cobrir evento (Jornalismo)**, analisa-se o interesse institucional quanto ao atendimento da solicitação; em caso positivo, confere-se a disponibilidade da equipe; confirmada esta disponibilidade, um profissional executará a cobertura do evento. No entanto, caso não tenha equipe disponível para acompanhar *in loco*, o demandante deverá, posteriormente, enviar as fotos e as informações; então, o fluxo segue para a atividade de "Elaborar notícia" do SubProcesso 1.1 — Produzir Matéria, e este é finalizado.

Caso não seja de interesse institucional, envia-se a justificativa ao demandante; e o subprocesso é finalizado.

Já o **SubProcesso 1.3 — Relacionar com a Imprensa** (Figura 6) também é dividido em duas atividades: (i) Mediar crise de imagem institucional; e (ii) Atender solicitação da imprensa.

Figura 6 - SubProcesso 1.3: Relacionar com a Imprensa



Fonte: elaborado pela autora (2022).

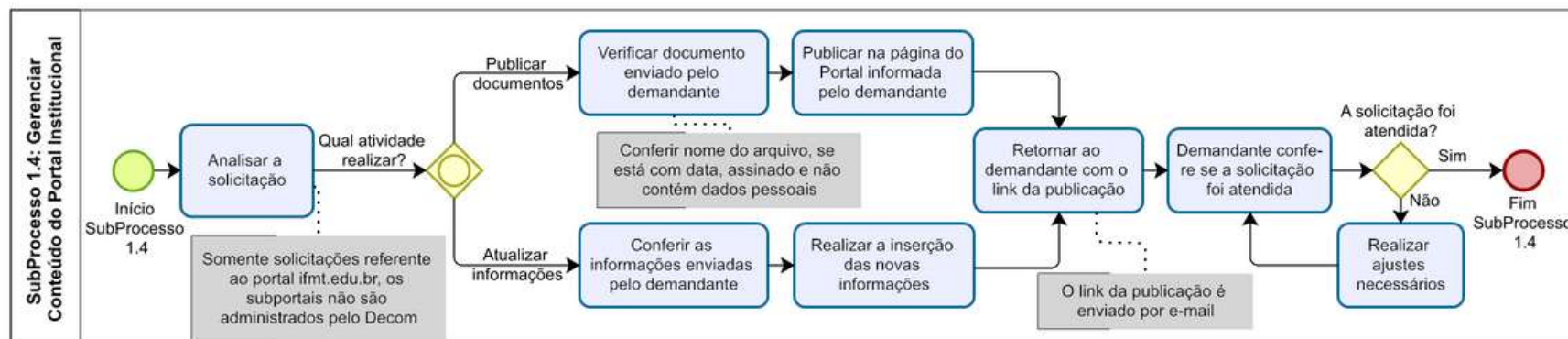


A atividade de **Mediar crise de imagem institucional** consiste em analisar uma demanda de crise e informá-la ao Gabinete do Reitor, para que, a partir da análise, seja preparada uma resposta oficial e, assim, enviada à imprensa — encerrando-se este subprocesso.

Em se tratando da atividade **Atender solicitação da imprensa**, inicialmente realiza-se a análise da solicitação para a checagem de fontes internas. Uma vez identificadas as fontes na instituição, verifica-se a possibilidade de concessão de entrevista, para que, em caso positivo, seja agendada uma data com o entrevistado. Após a realização da entrevista, verifica-se junto ao profissional da imprensa, quando ela será transmitida. Se por ventura for negativo (de ausência de fonte na instituição), o veículo de imprensa é informado sobre a indisponibilidade — finalizando o subprocesso.

Por fim, o **SubProcesso 1.4 — Gerenciar Conteúdo do Portal Institucional** (Figura 7) consiste em: (i) Publicar documentos; e (ii) Atualizar informações.

Figura 7 - SubProcesso 1.4: Gerenciar Conteúdo do Portal Institucional



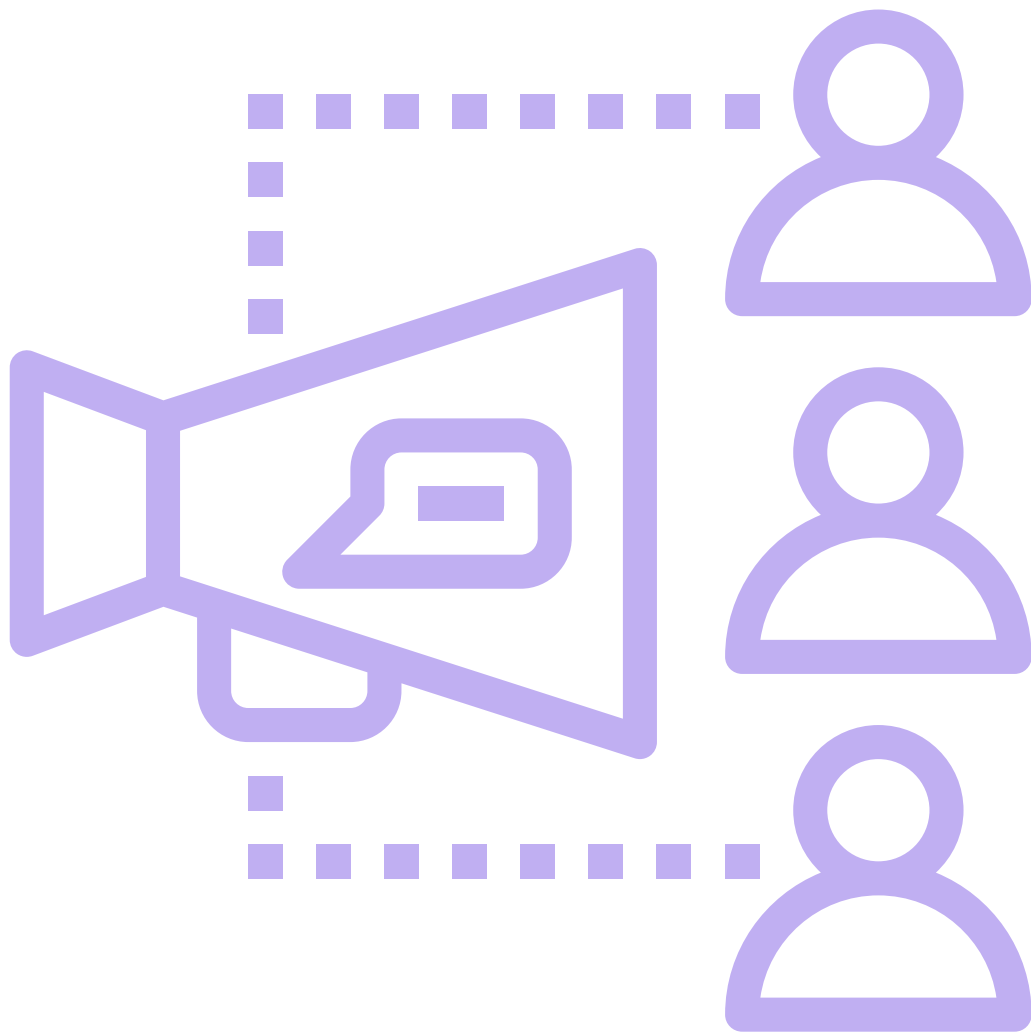
Fonte: elaborado pela autora (2022).



A primeira atividade deste subprocesso, **Publicar documentos**, refere-se à publicação de editais, boletins de serviço, portarias, entre outros. Quando recebido o pedido, checka-se o documento anexado, se está assinado, com a data correta e, não contém dados pessoais — respeitando a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), para que seja realizada a publicação no portal institucional. Por fim, encaminha-se ao demandante, por e-mail, o *link* da publicação. Neste *e-mail*, solicita-se a conferência da atividade, que, uma vez devidamente atendida, é encerrada. Caso haja necessidade de correção, os ajustes são realizados e, novamente, o demandante é informado para que verifique se a demanda foi atendida de acordo com o solicitado, encerrando-se este subprocesso.

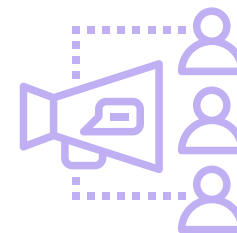
Do mesmo modo, na atividade de **Atualizar informações**, inicialmente é realizada a conferência das informações enviadas; em seguida, essas são atualizadas no portal. Na sequência, as atividades seguem o mesmo fluxo estabelecido para a outra atividade deste subprocesso.

Expostos os fluxos do processo da área de Jornalismo, a seguir são detalhados os fluxos da área de Relações Públicas.



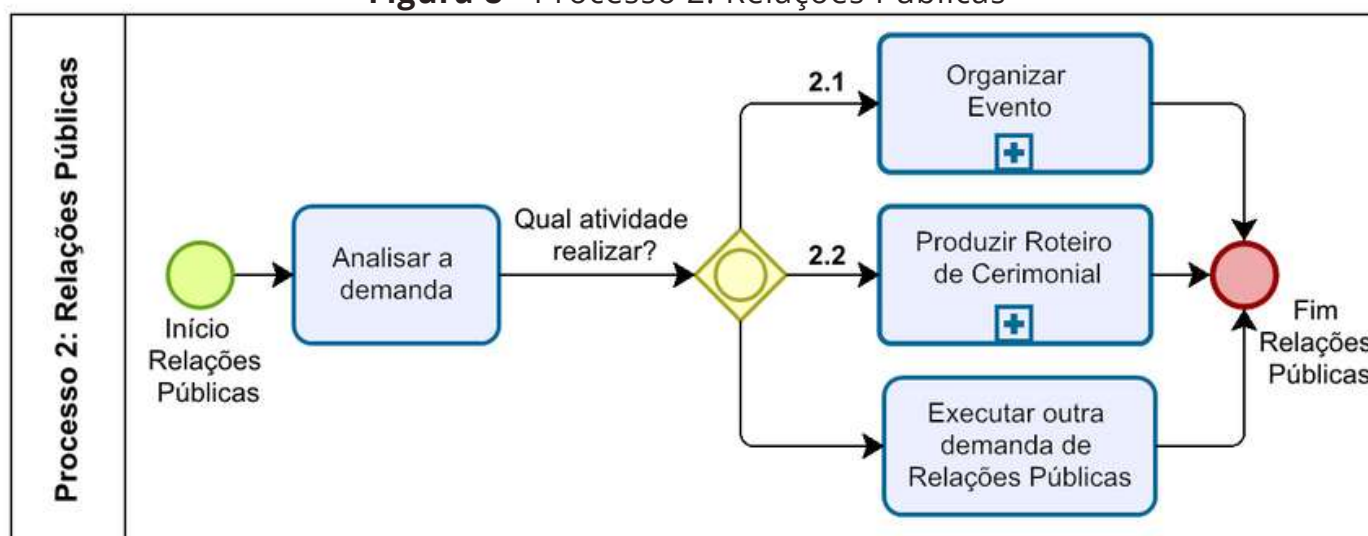
RELAÇÕES PÚBLICAS

3.2 Processo 2: RELAÇÕES PÚBLICAS



O **Processo 2 — Relações Públicas** é dividido em dois subprocessos: (i) Organizar Evento; (ii) Produzir Roteiro de Cerimonial; e uma atividade adicional² (Figura 8).

Figura 8 - Processo 2: Relações Públicas



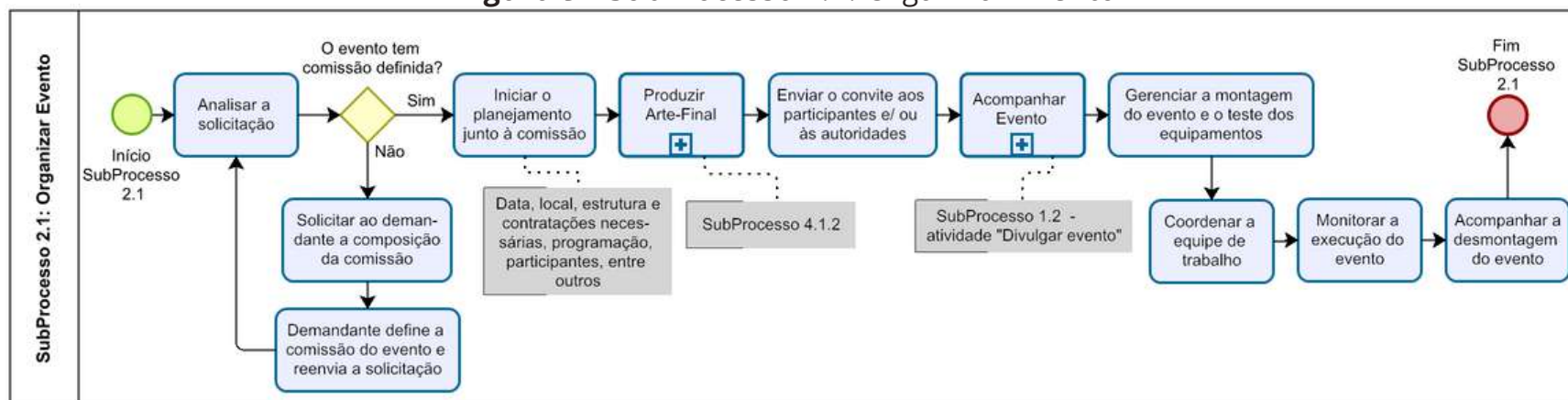
Fonte: elaborado pela autora (2022).



²Desenvolvimento de qualquer outra atividade que não esteja nos subprocessos do Processo 2.

O **SubProcesso 2.1 – Organizar Evento** (Figura 9) demonstra as etapas necessárias para a realização de um evento.

Figura 9 - SubProcesso 2.1: Organizar Evento



Fonte: elaborado pela autora (2022).



Neste caso, ao analisar a solicitação, é verificado se já existe uma comissão de trabalho definida, para que as atividades sejam distribuídas entre os integrantes. Em caso negativo, é solicitado ao demandante a definição, para que os trabalhos possam ser iniciados. Se houver comissão definida, tem-se a fase de planejamento, em que todas as informações sobre o evento são detalhadas, a fim de oferecer a estrutura que cada evento requer, com suas peculiaridades. Após as definições gerais (local, data, formato, entre outros), a criação da identidade visual do evento é solicitada (SubProcesso 4.1.2 — Produzir Arte-Final); na sequência, o convite é enviado aos participantes e/ou às autoridade.

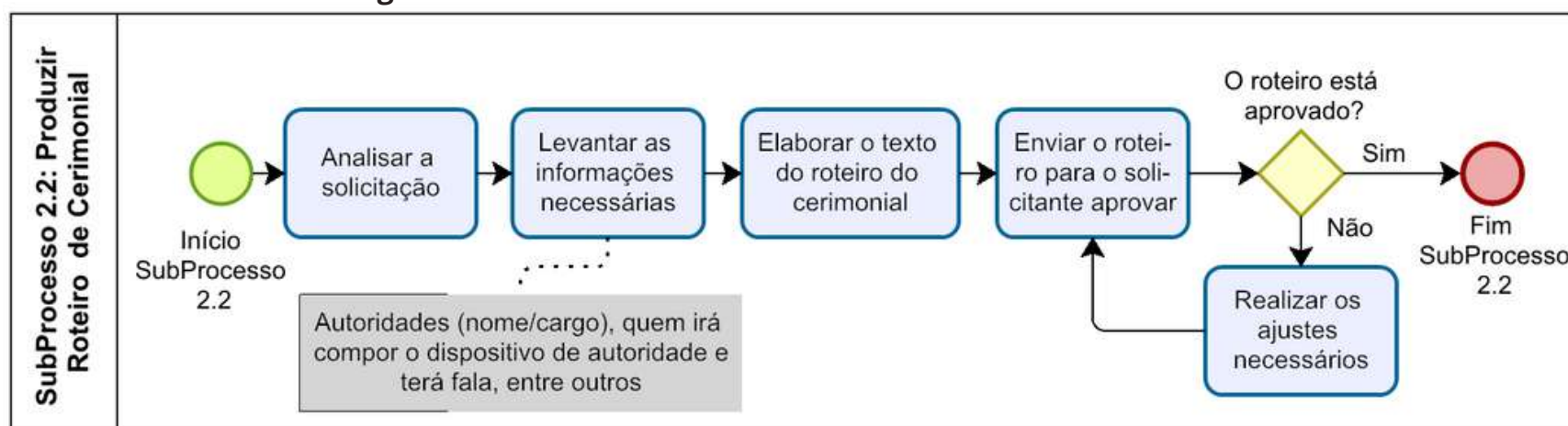
O passo seguinte compreende a atividade "Divulgar evento" do SubProcesso 1.2 (Figura 5); e, assim, a divulgação do evento é iniciada.

Já no dia do evento, gerencia-se a montagem do evento e o teste dos equipamentos; na sequência, realiza-se o alinhamento com a equipe de trabalho (repassando todos os detalhes), e monitora-se a execução do evento.

Com a conclusão do evento, acompanha-se a desmontagem da estrutura, finalizando o subprocesso.

Ainda sobre a área de Relações Públicas, consta o **SubProcesso 2.2: Produzir Roteiro de Cerimonial** para eventos, aulas inaugurais, entre outros (Figura 10).

Figura 10 - SubProcesso 2.2: Produzir Roteiro de Cerimonial



Fonte: elaborado pela autora (2022).



Ao analisar a solicitação, realiza-se o levantamento das informações necessárias para a construção do roteiro do cerimonial — autoridades (nome/cargo), quem irá compor o dispositivo de autoridades e terá fala, entre outros. Em seguida, o texto do roteiro do cerimonial é elaborado e enviado para a aprovação do solicitante. Se o roteiro for aprovado, este subprocesso é finalizado. Caso sejam necessários ajustes, o texto é alterado e reenviado ao solicitante, para que as informações do roteiro do cerimonial (alterado) sejam aprovadas. Enquanto for necessário algum ajuste, esta revisão continua, até que o texto esteja de acordo com o solicitado e o subprocesso seja finalizado.

Detalhados os fluxos do processo da área de Relações Públicas, a seguir são apresentados os fluxos da área de Publicidade.



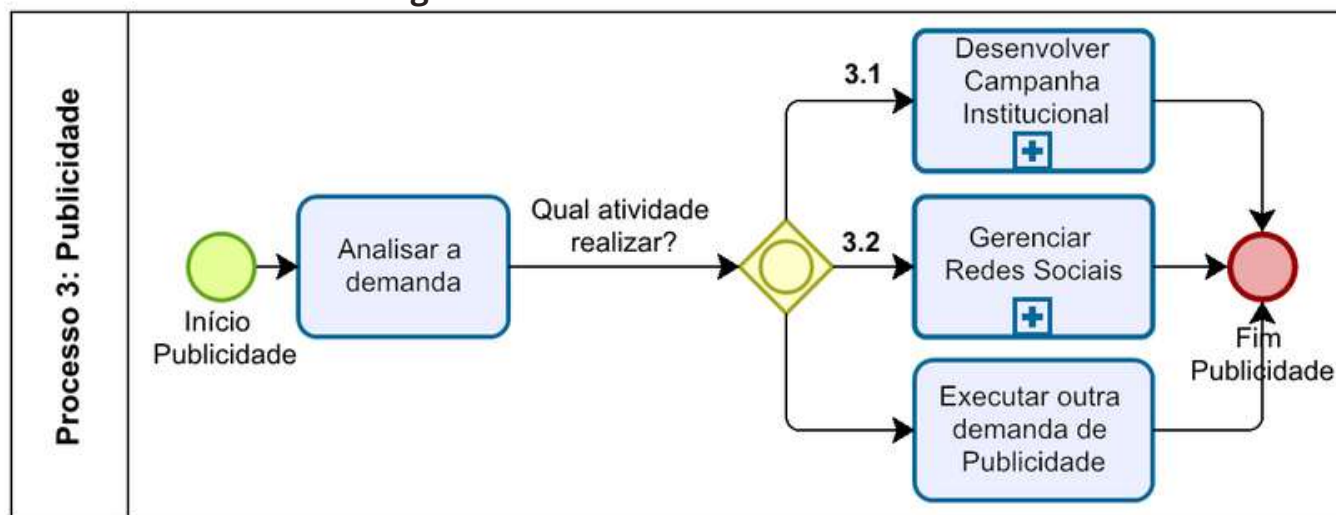
PUBLICIDADE

3.3 Processo 3: PUBLICIDADE



O **Processo 3 — Publicidade** é dividido em dois subprocessos: (i) Desenvolver Campanha Institucional; (ii) Gerenciar Redes Sociais; e uma atividade adicional³ (Figura 11).

Figura 11 - Processo 3: Publicidade



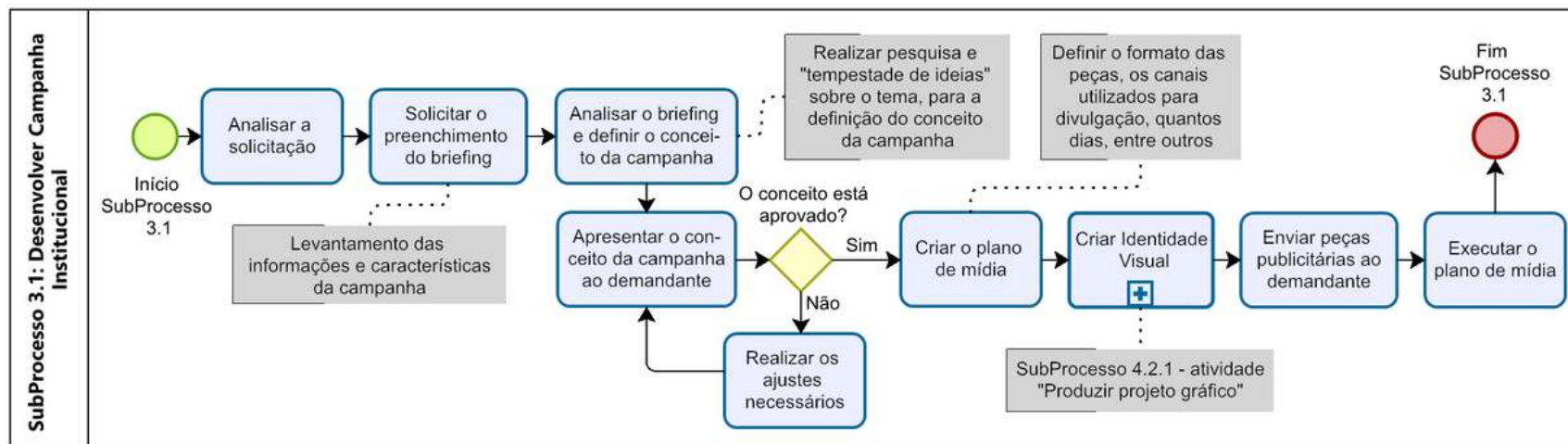
Fonte: elaborado pela autora (2022).



³Desenvolvimento de qualquer outra atividade que não esteja nos subprocessos do Processo 3.

O **SubProcesso 3.1 — Desenvolver Campanha Institucional** (Figura 12) consiste na elaboração da ideia central de uma campanha de divulgação.

Figura 12 - SubProcesso 3.1: Desenvolver Campanha Institucional



Fonte: elaborado pela autora (2022).

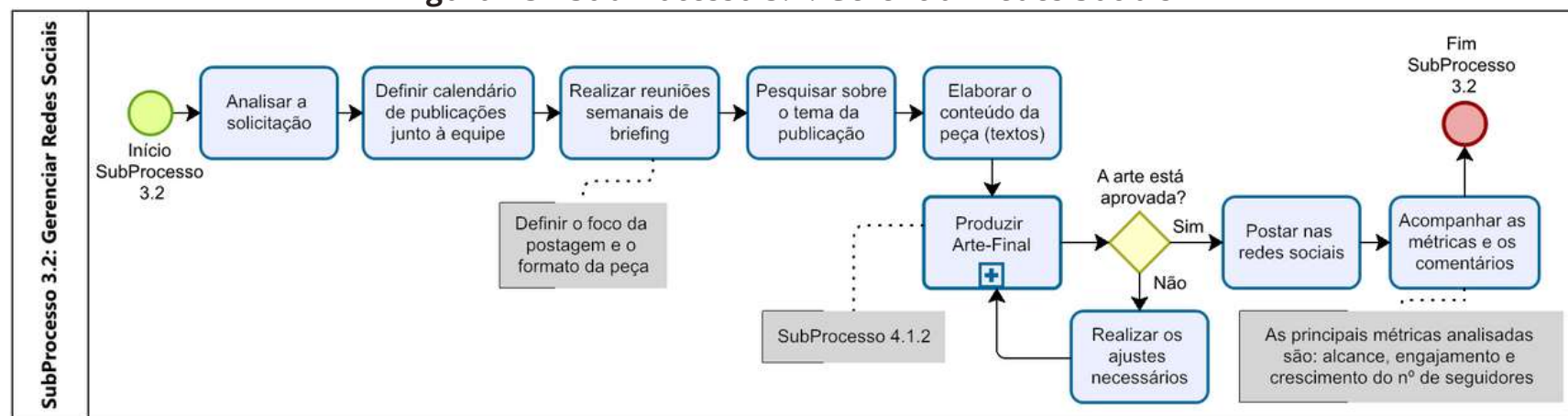


A primeira atividade deste subprocesso consiste na análise da solicitação recebida; o passo seguinte corresponde à solicitação do preenchimento do *briefing* pelo demandante, a fim de levantar todas as informações necessárias para que a ideia seja concebida. Após análise do *briefing*, pelo publicitário do Decom, realiza-se a definição do conceito da campanha, e então a proposta é apresentada ao demandante, para aprovação; se necessário, ajustes são realizados.

Quando o conceito da campanha é aprovado, inicia-se a criação do plano de mídia, em que são definidos o formato das peças, os canais utilizados, o período de divulgação, entre outros detalhes. Sendo assim, solicita-se a criação da identidade visual da campanha (SubProcesso 4.2.1, atividade "Produzir projeto gráfico"); estando de acordo com o que foi planejado, as artes são enviadas ao demandante, e o plano de mídia é executado (inserção das peças/artes, nos dias e nos canais de comunicação definidos) — concluindo o subprocesso.

Já o **SubProcesso 3.2 — Gerenciar Redes Sociais** (Figura 13) refere-se à gestão e ao acompanhamento das redes sociais oficiais.

Figura 13 - SubProcesso 3.2: Gerenciar Redes Sociais



Fonte: elaborado pela autora (2022).

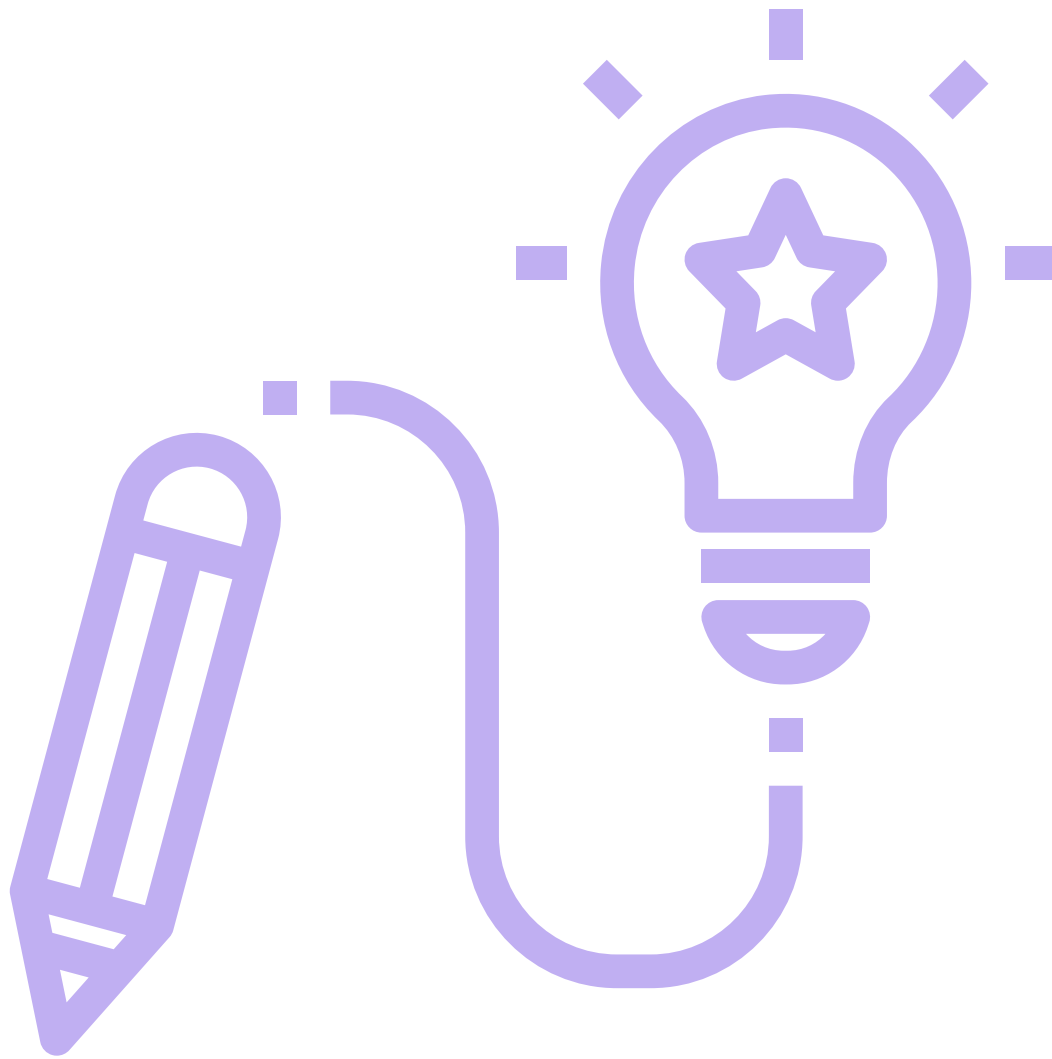


Neste subprocesso, após a análise da solicitação, a primeira atividade a ser realizada é a definição do calendário de publicações de acordo com os interesses da instituição. Assim, com o calendário previamente estabelecido, semanalmente acontecem as reuniões de *briefing*, para que sejam definidos o foco da postagem e o formato da peça.

Os passos seguintes consistem na realização de pesquisas sobre o tema das publicações e na elaboração do conteúdo da peça (texto). Por conseguinte, a produção da "Arte-Final" (SubProcesso 4.1.2) é solicitada e encaminhada ao demandante para aprovação. Se a arte for aprovada, a postagem é realizada nas redes sociais. Se houver necessidade de correção, os ajustes são realizados e enviados para a análise do demandante, até que a arte seja aprovada e, então, publicada.

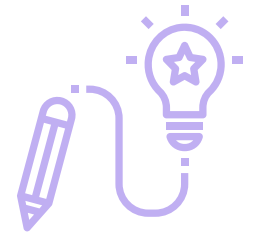
Por fim, são acompanhadas as interações das postagens — por meio de comentários, compartilhamentos, curtidas e métricas de engajamento.

Findados os fluxos do processo da área de Publicidade, a seguir são apresentados os fluxos da área de *Design Gráfico*.



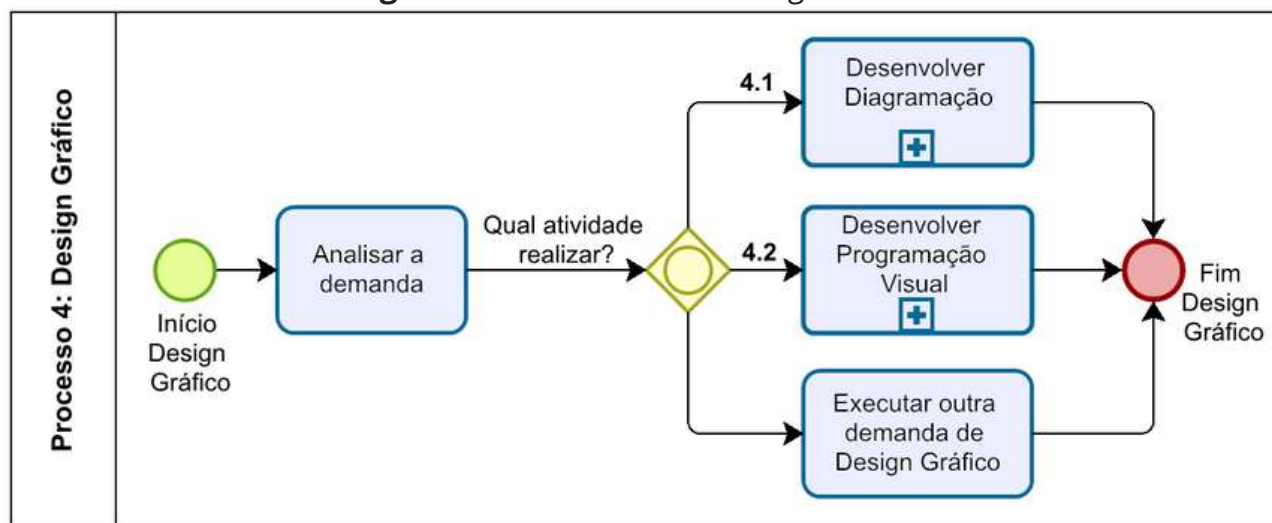
DESIGN GRÁFICO

3.4 Processo 4: *DESIGN GRÁFICO*



O **Processo 4 — *Design Gráfico*** é composto pelos subprocessos: (i) Desenvolver Diagramação; (ii) Desenvolver Programação Visual; e uma atividade adicional⁴ (Figura 14).

Figura 14 - Processo 4: *Design Gráfico*



Fonte: elaborado pela autora (2022).

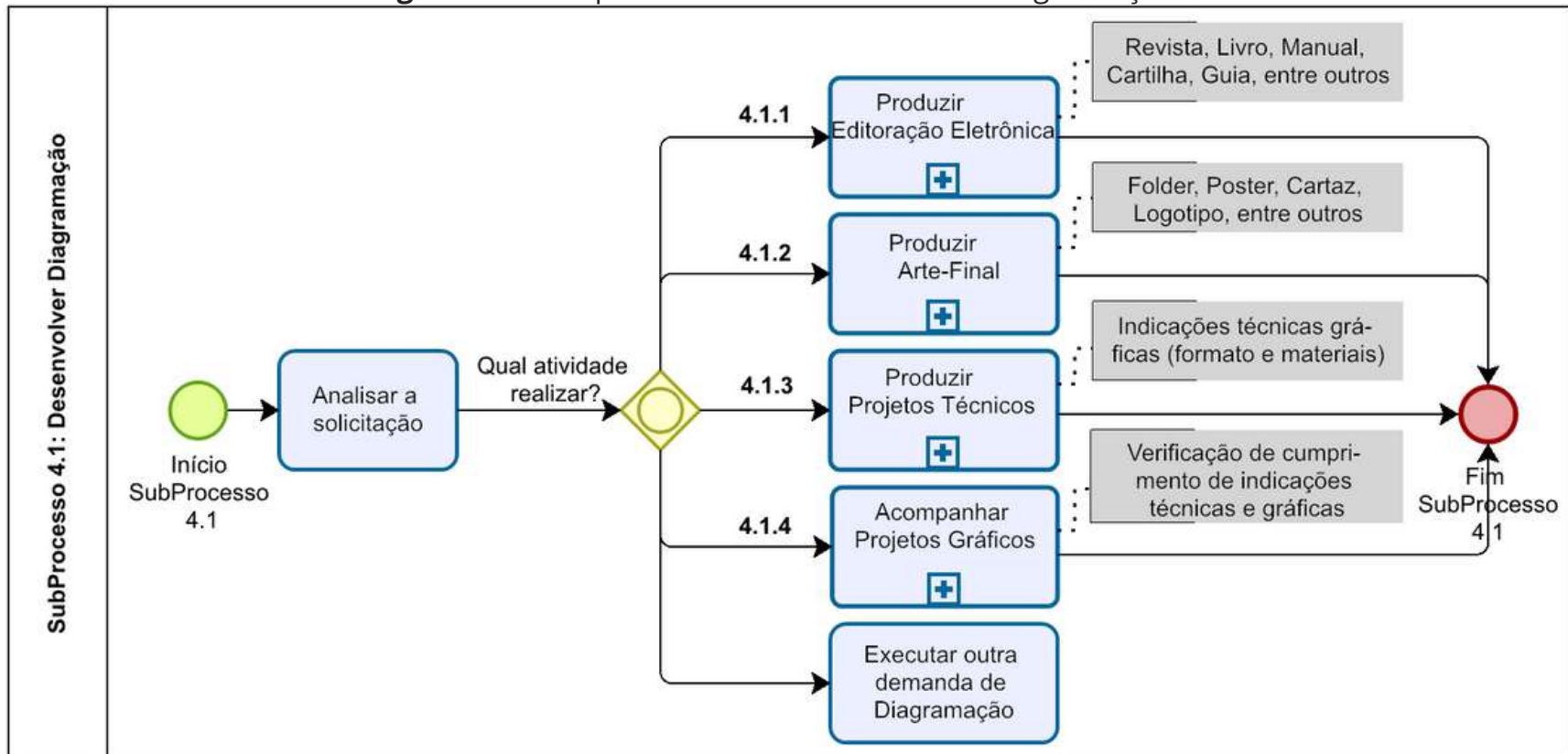


⁴Desenvolvimento de qualquer outra atividade que não esteja nos subprocessos do Processo 4.



Por sua vez, o **SubProcesso 4.1 – Desenvolver Diagramação** se divide em quatro subprocessos: (i) Produzir Editoração Eletrônica; (ii) Produzir Arte-Final; (iii) Produzir Projetos Técnicos; (iv) Acompanhar Projetos Gráficos; e uma atividade adicional⁵ (Figura 15).

Figura 15 - Subprocesso 4.1: Desenvolver Diagramação



Fonte: elaborado pela autora (2022).

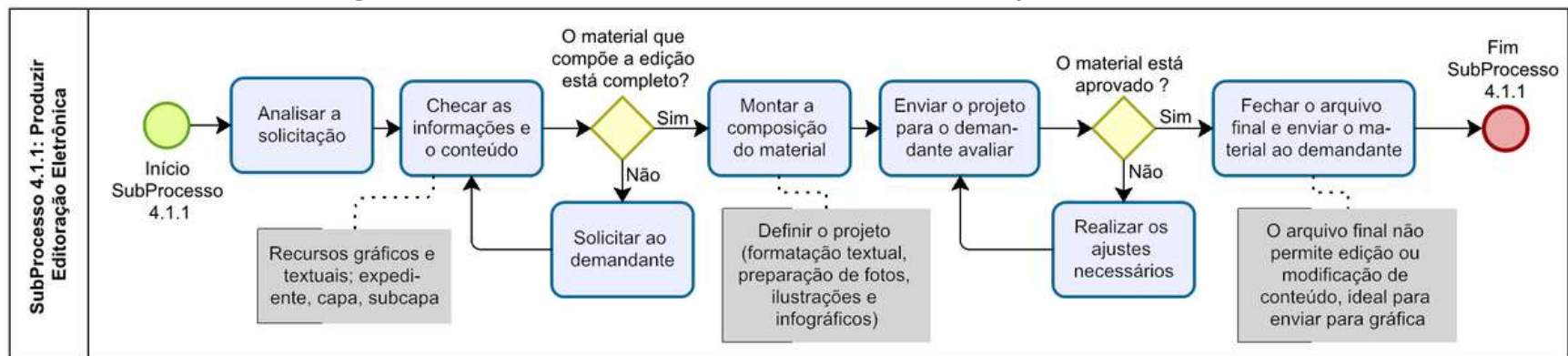


⁵Desenvolvimento de qualquer outra atividade que não esteja nos subprocessos do SubProcesso 4.1.



O **SubProcesso 4.1.1 – Produzir Editoração Eletrônica** (Figura 16) consiste na formatação de revistas, livros, manuais, cartilhas, guias, entre outros.

Figura 16 - SubProcesso 4.1.1: Produzir Editoração Eletrônica



Fonte: elaborado pela autora (2022).



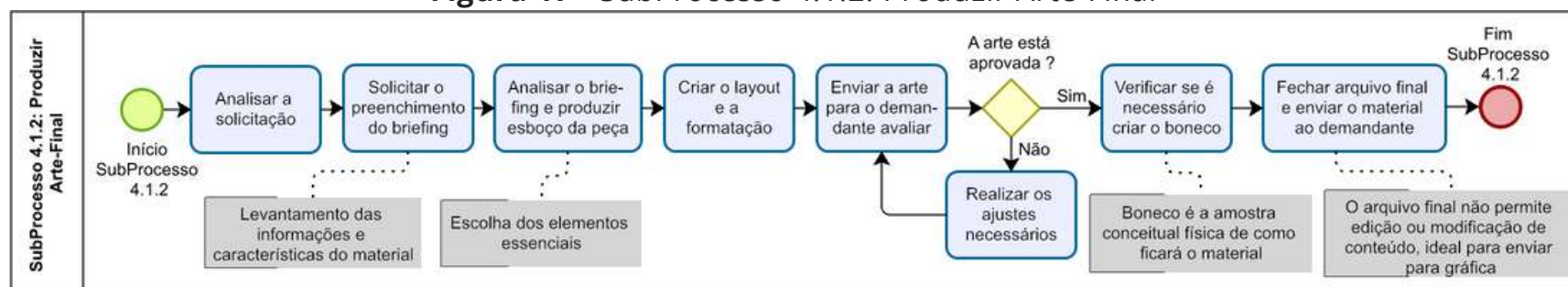
A atividade inicial deste subprocesso compreende a análise da solicitação recebida, seguida da checagem das informações quanto aos recursos gráficos e textuais, ao expediente, à capa e à subcapa. O profissional do Decom analisa se o material está completo; caso esteja faltando alguma informação, é solicitada ao demandante. De posse de todos os recursos necessários, a montagem da composição do projeto é realizada (formatação textual, preparação das fotos, ilustrações e infográficos necessários).

Posteriormente, o projeto é enviado ao demandante para avaliação. Se houver necessidade de alguma alteração, esta é realizada, e, novamente, submete-se ao demandante para avaliação. Uma vez que o projeto tenha sido aprovado, o arquivo final é fechado e enviado ao demandante, concluindo o Subprocesso 4.1.1.



Já o **SubProcesso 4.1.2 – Produzir Arte-Final** (Figura 17) refere-se à produção de *folders*, pôsteres, cartazes, logotipos, entre outros.

Figura 17 - SubProcesso 4.1.2: Produzir Arte-Final



Fonte: elaborado pela autora (2022).



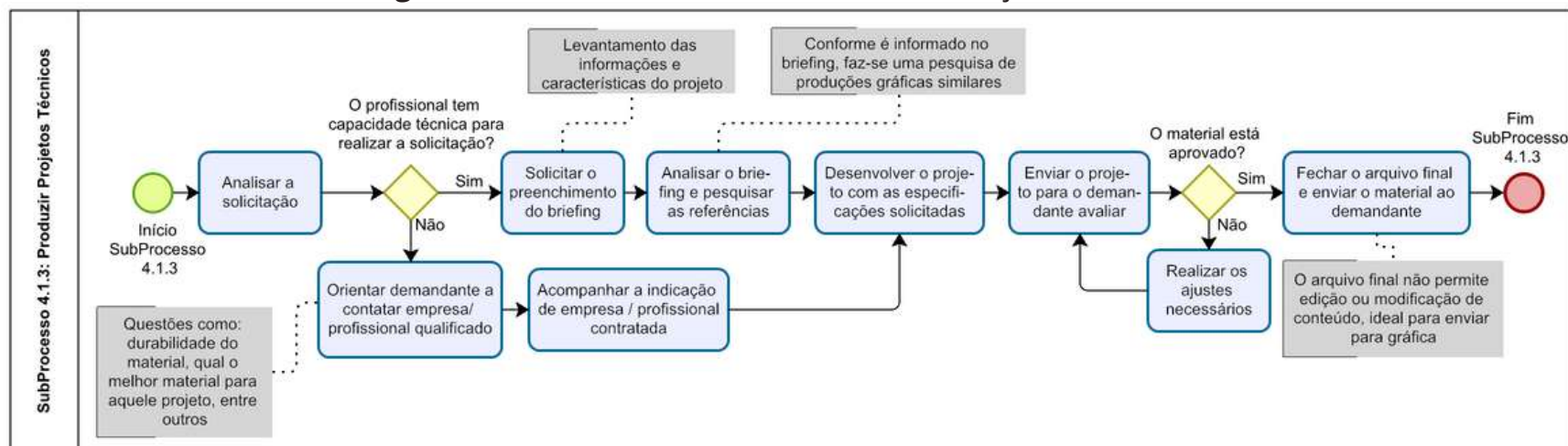
Nesse caso, após análise da demanda, segue-se para a solicitação do preenchimento do *briefing* — levantamento de informações e características do material. Com base no que foi informado, produz-se o esboço da peça e, em seguida, cria-se o *layout* e a formatação da peça publicitária.

Em seguida, a arte é enviada ao demandante para avaliação; caso seja necessário, ajustes são realizados. Uma vez que a arte seja aprovada, verifica-se a necessidade de criar o boneco (amostra física da arte); em seguida, o arquivo final é fechado e enviado para o demandante — finalizando o subprocesso.



O **SubProcesso 4.1.3 — Produzir Projetos Técnicos** (Figura 18) destina-se à realização de projetos com indicações técnicas gráficas especiais (formatos e materiais).

Figura 18 - SubProcesso 4.1.3: Produzir Projetos Técnicos



Fonte: elaborado pela autora (2022).



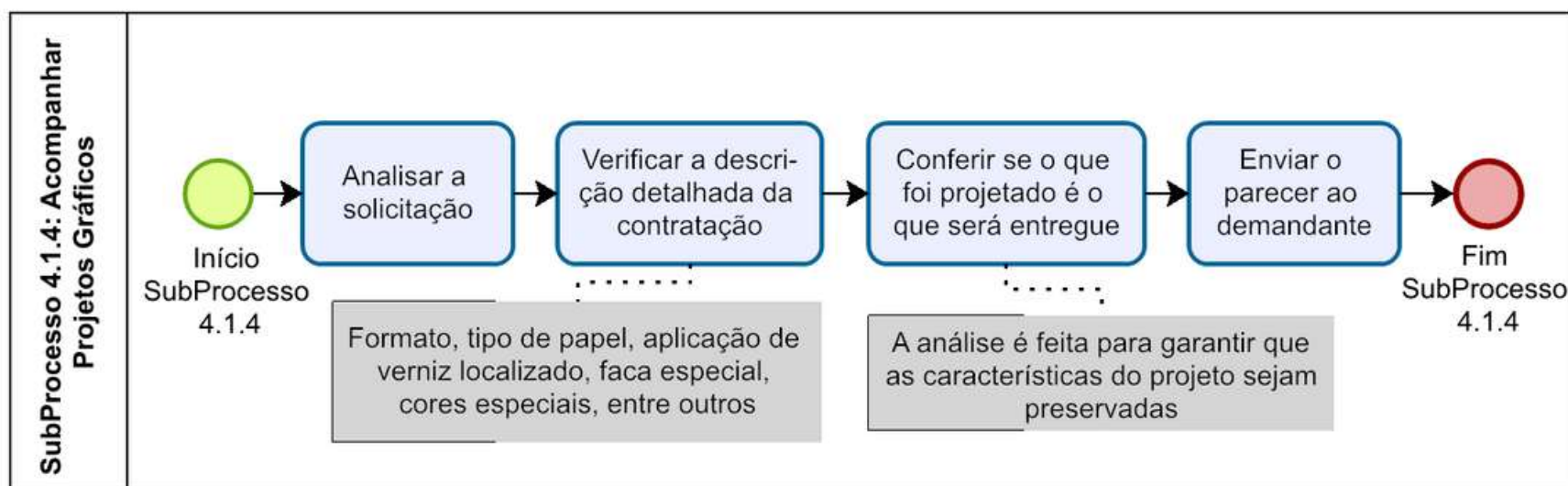
Neste subprocesso, na análise da solicitação, verifica-se a capacidade técnica do profissional do Decom para o atendimento da solicitação, uma vez que podem existir questões que não são de responsabilidade desta área (por exemplo, saber a durabilidade de um determinado material ou qual o melhor material para ser exposto ao sol e à chuva). Nestes casos, o demandante é orientado a contatar uma empresa ou profissional qualificado para sanar dúvidas e obter orientações, e este processo é acompanhado pelo profissional do Decom.

Caso a demanda seja passível de atendimento, o passo seguinte é solicitar o preenchimento do *briefing*, para a obtenção de todas as informações e características detalhadas do projeto. Após a análise das informações, faz-se uma pesquisa de produções gráficas similares que sirvam de inspiração para a criação do projeto. Em seguida, o projeto é desenvolvido e enviado para a aprovação. Caso seja necessário, ajustes são realizados. Para terminar, o arquivo final é enviado ao demandante, e o subprocesso, encerrado.



Por fim, no **SubProcesso 4.1.4 – Acompanhar Projetos Gráficos** (Figura 19), verifica-se o cumprimento de indicações técnicas e gráficas de materiais que são produzidos por meio de adesão de atas.

Figura 19 - SubProcesso 4.1.4: Acompanhar Projetos Gráficos



Fonte: elaborado pela autora (2022).

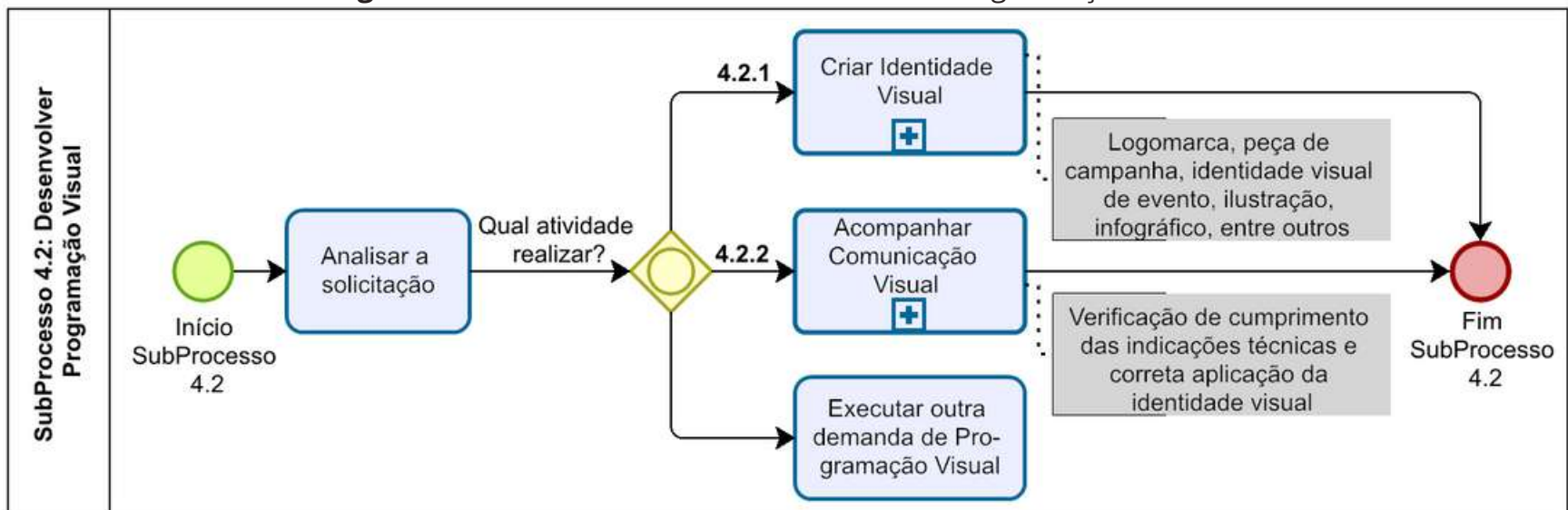


Ao analisar a solicitação, verifica-se a descrição detalhada da contratação (formato, tipo de papel, aplicação de verniz localizado, faca especial, cores especiais, entre outros). Em seguida, realiza-se a conferência se o que foi projetado é o que será entregue, a fim de garantir que todas as características do projeto sejam preservadas. Após essa análise, envia-se o parecer técnico ao demandante, e o subprocesso é finalizado.



Ainda sobre a área de *Design* Gráfico, consta o **SubProcesso 4.2 – Desenvolver Programação Visual**, que divide-se em dois subprocessos: (i) Criar Identidade Visual; (ii) Acompanhar Comunicação Visual; e uma atividade adicional⁶ (Figura 20).

Figura 20- SubProcesso 4.2: Desenvolver Programação Visual



Fonte: elaborado pela autora (2022).

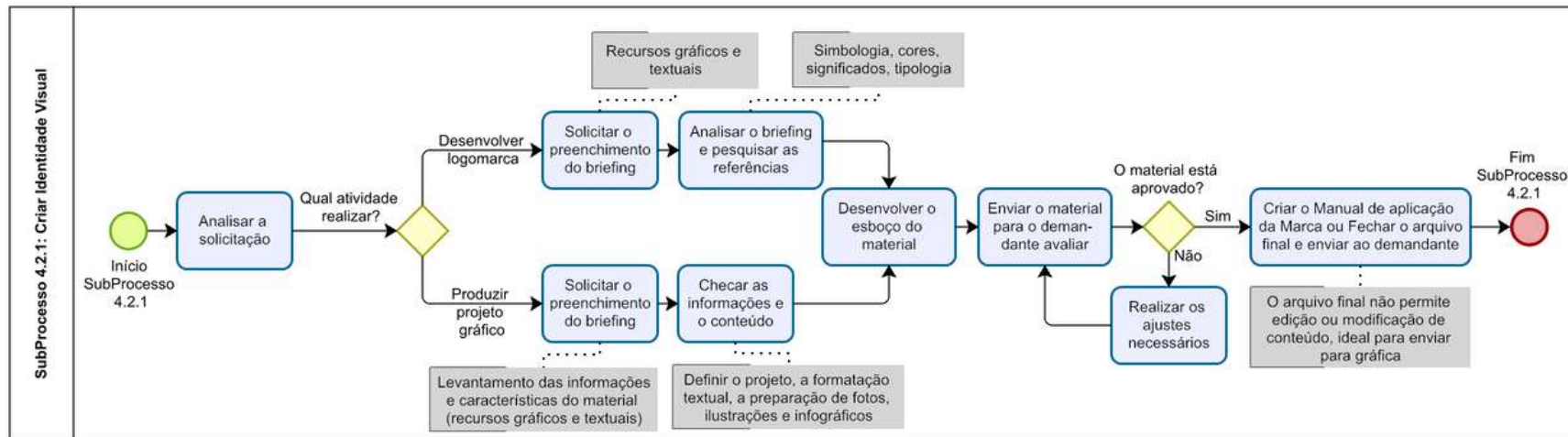


⁶Desenvolvimento de qualquer outra atividade que não esteja nos subprocessos do SubProcesso 4.2.



O **SubProcesso 4.2.1 – Criar Identidade Visual** (Figura 21) é dividido em duas atividades. Assim, ao analisar a solicitação, verifica-se, antes de tudo, qual atividade será realizada: (i) Desenvolver logomarca ou (ii) Produzir projeto gráfico.

Figura 21- Subprocesso 4.2.1: Criar Identidade Visual



Fonte: elaborado pela autora (2022).



A atividade de **Desenvolver logomarca** consiste no desenvolvimento de uma marca. Assim, é solicitado o preenchimento do *briefing* com todas as informações necessárias (recursos gráficos e textuais que deverão compor a criação). Em seguida, ao analisar o *briefing*, de posse das informações, o profissional programador visual pesquisa referências (simbologia, cores, significados, tipologia) que inspirem a criação da marca.

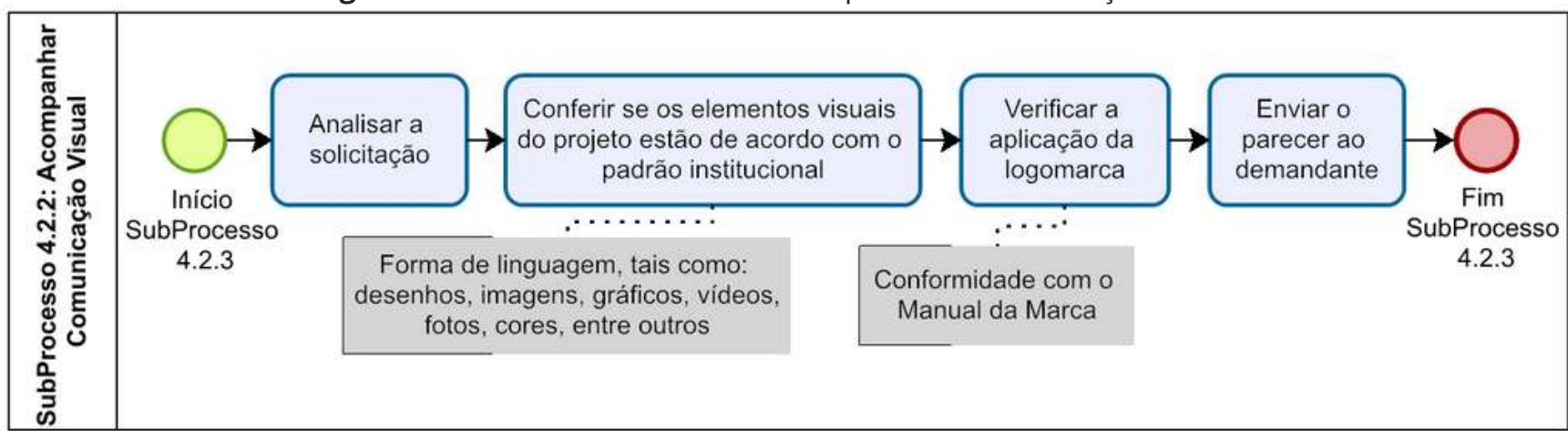
Definidos os elementos, desenvolve-se o esboço do material, que é enviado ao demandante para avaliação. Se necessário, ajustes são realizados. Com a logomarca aprovada, cria-se o manual de aplicação da marca, que é enviado ao demandante. E, então, o subprocesso é finalizado.

Quanto à atividade de **Produzir projeto gráfico**, quando a demanda é recebida, assim como na atividade anterior, é solicitado o preenchimento do *briefing* para levantamento das informações e características do material (recursos gráficos e textuais). Em seguida, são checadas as informações e o conteúdo (para que seja definido a formatação textual), preparam-se as fotos, ilustrações e infográficos. Com essa etapa concluída, as atividades seguem o mesmo fluxo estabelecido na atividade anterior, até a finalização do subprocesso.



No **SubProcesso 4.2.2 — Acompanhar Comunicação Visual** (Figura 22), verifica-se o cumprimento de indicações técnicas e a correta aplicação da identidade visual do IFMT em projetos que não foram desenvolvidos pelo Decom.

Figura 22- SubProcesso 4.2.2: Acompanhar Comunicação Visual



Fonte: elaborado pela autora (2022).



Dessa maneira, ao analisar a solicitação, são conferidos se os elementos visuais do projeto (desenhos, imagens, gráficos, vídeos, fotos, cores, entre outros), estão de acordo com o padrão institucional. Verifica-se, também, a correta aplicação da logomarca, de acordo com o manual da marca. Após esta checagem, um *e-mail* com o parecer técnico é enviado ao demandante, e o subprocesso é encerrado.

Concluídos os fluxos do processo da área de *Design Gráfico*, a seguir é apresentado o fluxo da área de *Revisão Textual*.



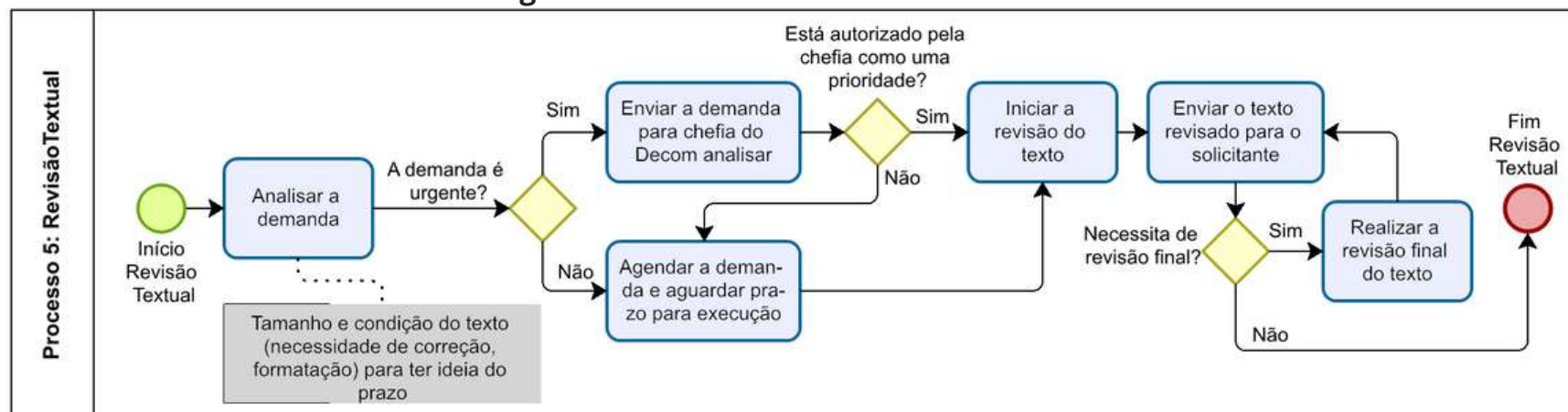
REVISÃO TEXTUAL

3.5 Processo 5: REVISÃO TEXTUAL



O **Processo 5 — Revisão Textual** (Figura 23) consiste na realização da atividade de revisão de textos.

Figura 23 - Processo 5: Revisão Textual



Fonte: elaborado pela autora (2022).



Como apresentado na Figura 23, este processo tem início com a análise da demanda pelo profissional revisor, o qual avalia o tamanho e a condição do texto — o quanto demandará de ajustes de correção e formatação, para que se tenha uma previsão do prazo necessário para a realização da atividade.

Após essa checagem, verifica-se a urgência da demanda. Caso o pedido seja urgente, a chefia do Decom analisa a necessidade de o pedido ser atendido prontamente; sendo confirmadas a urgência e a necessidade, o profissional prioriza o atendimento. Não sendo verificada a urgência, o agendamento da demanda é realizado, para posterior execução da atividade.

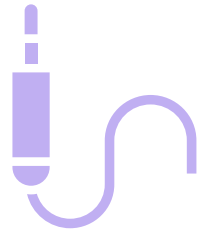
Desse modo, após essa conferência, inicia-se a leitura e revisão do material. As considerações são pontuadas e marcadas no texto, que, então, é enviado ao solicitante, para que sejam realizadas as adequações e gerada a versão final. Caso necessite, uma revisão final pode ser solicitada — finalizando o processo.

Para concluir, a seguir são apresentados os fluxos da área de Audiovisual.



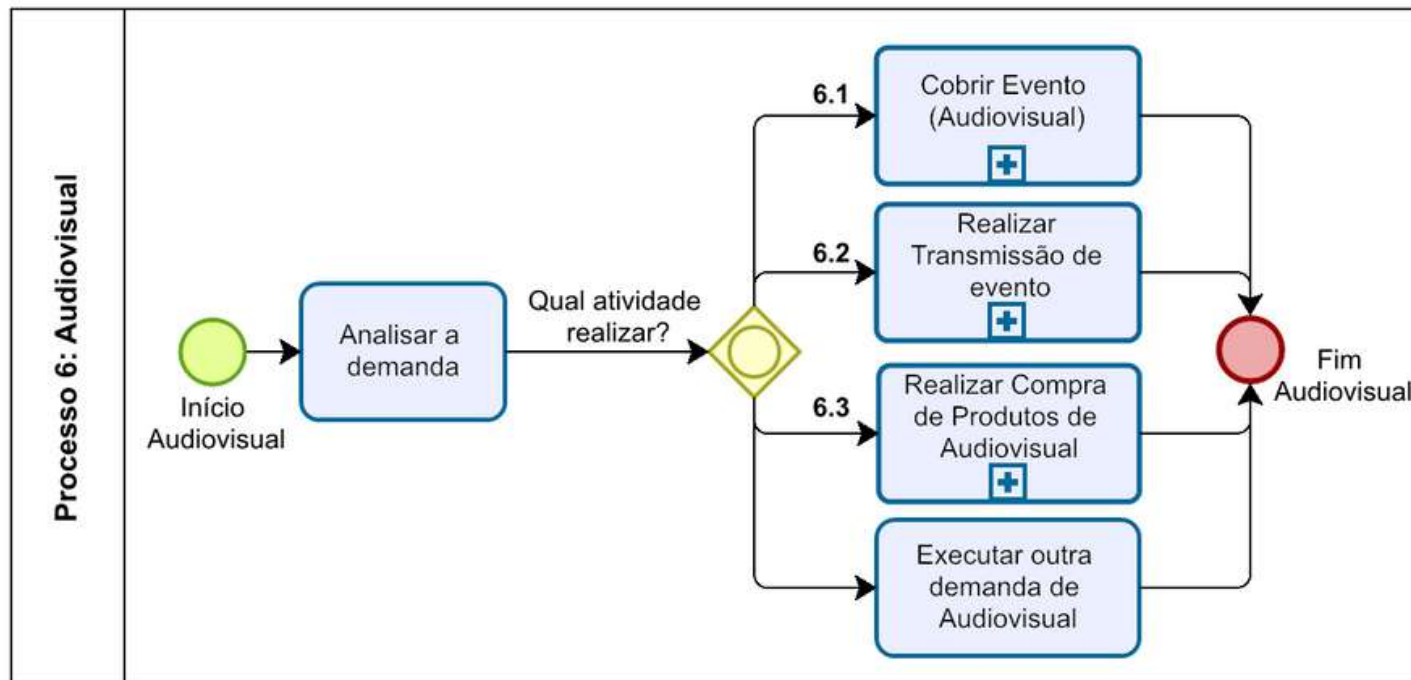
AUDIOVISUAL

3.6 Processo 6: AUDIOVISUAL



O **Processo 6 — Audiovisual** é dividido em três subprocessos: (i) Cobrir Evento (Audiovisual); (ii) Realizar Transmissão de Evento; (iii) Realizar Compra de Produtos de Audiovisual; e uma atividade adicional⁷ (Figura 24).

Figura 24 - Processo 6: Audiovisual



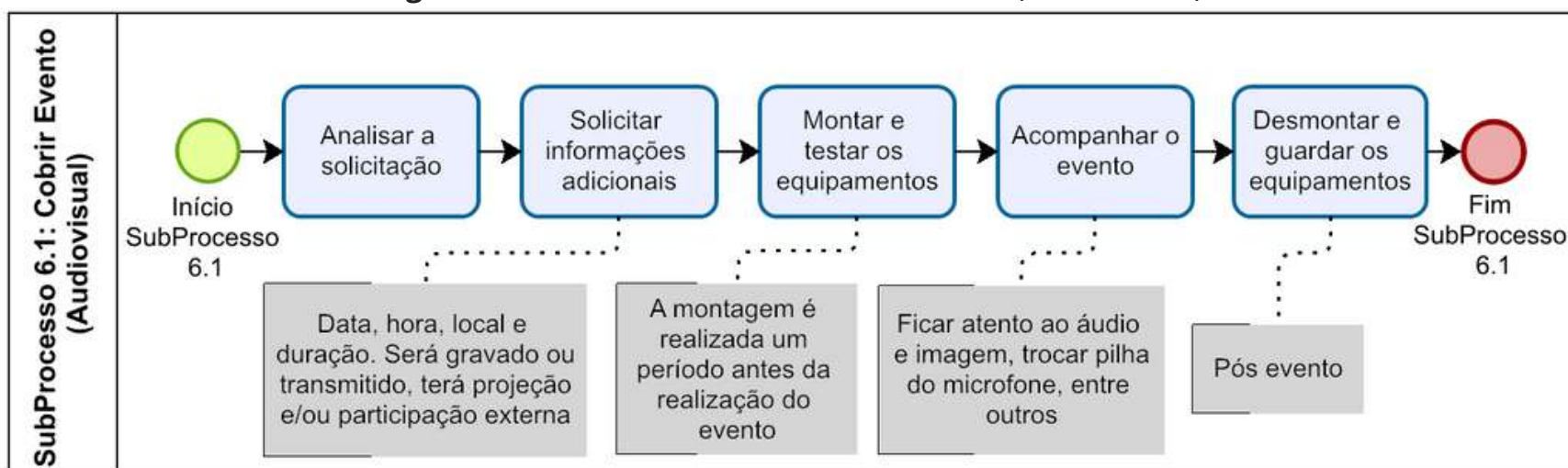
Fonte: elaborado pela autora (2022).



⁷Desenvolvimento de qualquer outra atividade que não esteja nos subprocessos do Processo 6.

O **SubProcesso 6.1 — Cobrir Evento (Audiovisual)** refere-se à atividade de montagem de equipamentos de audiovisual e o acompanhamento por parte do profissional, durante a realização de um evento (Figura 25).

Figura 25 - SubProcesso 6.1: Cobrir Evento (Audiovisual)



Fonte: elaborado pela autora (2022).

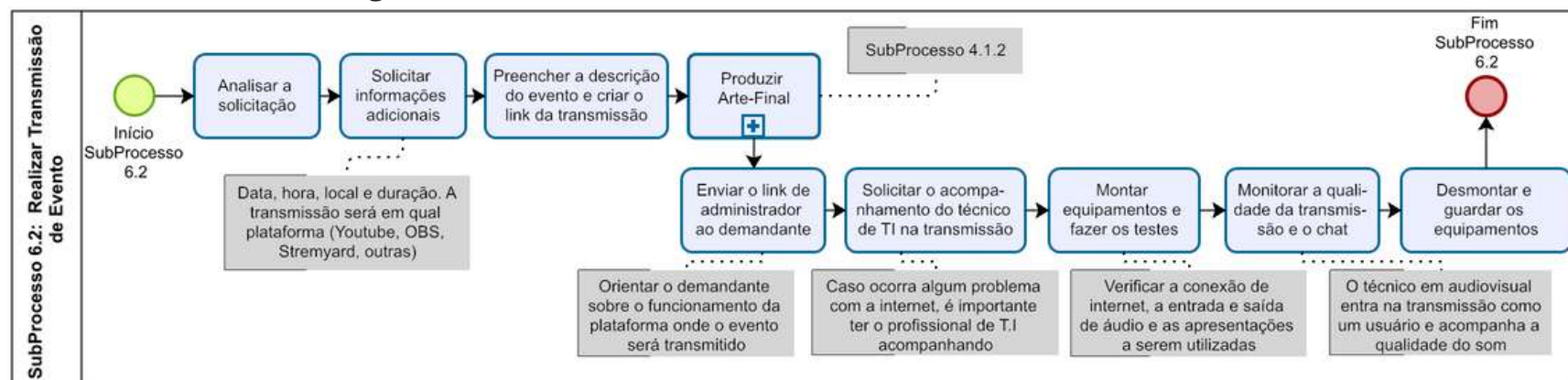


Assim, após análise da solicitação, são cheçadas informações adicionais sobre o evento (data, hora, local e duração do evento, se será transmitido, se terá projeção e participantes externos). No dia do evento (um período antes da realização), o profissional de audiovisual monta e testa os equipamentos (de acordo com o formato do evento) e realiza o acompanhamento até o final (fica atento ao áudio e imagem, troca a pilha do microfone, entre outros), a fim de dar o suporte necessário para que tudo flua corretamente.

Ao término do evento, os equipamentos são desmontados e guardados, e este subprocesso é finalizado.

O **SubProcesso 6.2 — Realizar Transmissão de Evento** (Figura 26) é dedicado ao preparo e à operação de transmissão de eventos.

Figura 26 - SubProcesso 6.2: Realizar Transmissão de Eventos



Fonte: elaborado pela autora (2022).

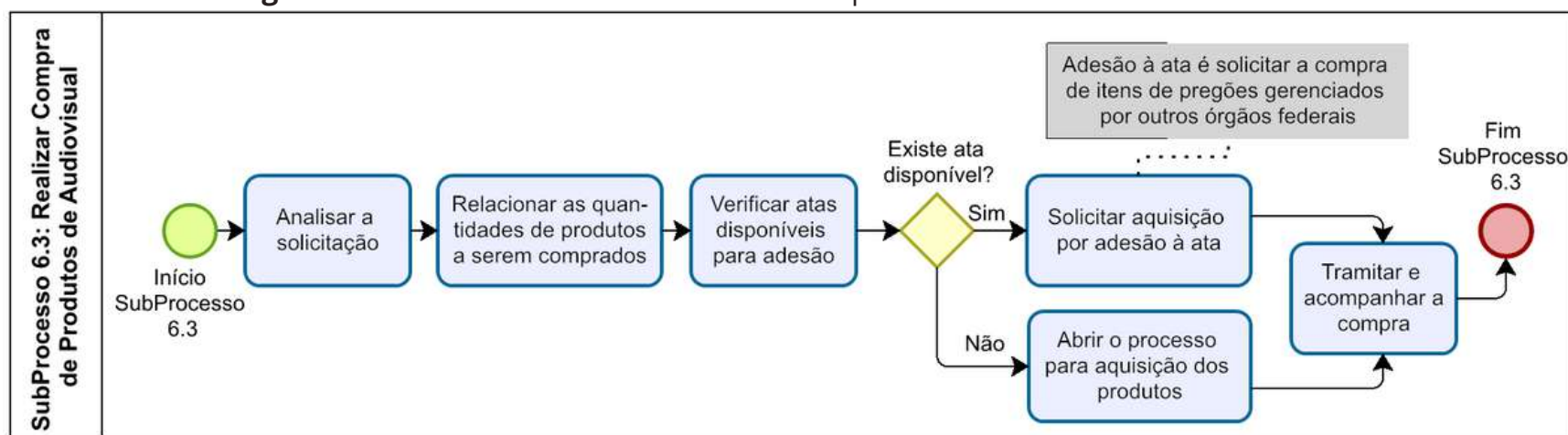


Quando a solicitação é recebida, são checadas informações adicionais (data, hora, local e duração), para que a descrição do evento seja preenchida na plataforma onde o evento será transmitido e, além disso, para que o *link* seja criado. Logo a seguir, a criação da "Arte-Final" do banner que será utilizado na divulgação (SubProcesso 4.1.2) é requerida e, então, envia-se o *link* de administrador ao demandante, com orientações sobre o funcionamento da plataforma. Antecipadamente, é solicitado o acompanhamento de um profissional de Tecnologia da Informação (TI), a fim de minimizar intempéries que possam ocorrer (por exemplo, dificuldades no uso da plataforma, problemas com a internet, entre outros).

No dia do evento, a montagem e os testes dos equipamentos são realizados; conferem-se a conexão de internet, entrada e saída de áudio, bem como as apresentações (vídeos, *slides*, entre outros) a serem utilizadas. Durante o evento, monitoram-se a qualidade da transmissão e as interações no *chat*, dando respaldo ao apresentador quanto aos questionamentos que possam surgir. Ao final da transmissão, os equipamentos são desmontados e guardados — finalizando o subprocesso.

Para finalizar a descrição dos procedimentos da área de Audiovisual, o **Subprocesso 6.3 – Realizar Compras de Produtos de Audiovisual**, que diz respeito às aquisições necessárias para a realização das atividades dessa área, é apresentado na Figura 27.

Figura 27 - SubProcesso 6.3: Realizar Compras de Produtos de Audiovisual



Fonte: elaborado pela autora (2022).



Neste subprocesso, ao receber e analisar a solicitação, relacionam-se os produtos e as quantidades a serem adquiridas, para que, posteriormente, verifiquem-se atas disponíveis para adesão. Uma vez que os produtos estejam disponíveis em alguma ata para adesão, monta-se o processo e acompanha-se a tramitação até a finalização da compra. Não tendo os itens disponíveis para adesão, abre-se o processo para aquisição dos produtos, e, da mesma maneira, acompanha-se a tramitação e compra, até o recebimento dos produtos. Com isso, o subprocesso é finalizado.

Ao concluir o detalhamento dos fluxos dos processos das diversas áreas do Decom, a seção a seguir destina-se a apresentar alguns dos critérios de noticiabilidade adotados pela equipe de Jornalismo do IFMT, além de dicas para a solicitação de notícias.



4
DO FATO À
DIVULGAÇÃO
5

4. DO FATO À DIVULGAÇÃO.....

Notícias são um meio de relatar fatos e divulgar informações de interesse e importância para a comunidade, facilitando sua compreensão pelo público.

Para ser notícia, nos veículos de comunicação, a informação deve cumprir certos critérios de noticiabilidade, que são o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento é passível de ser transformado em matéria noticiável (TRAQUINA, 2008) — uma vez que, nem toda informação, pode se tornar uma notícia.

No IFMT, alguns critérios são:



Relevância: quanto mais impacto tiver na vida das pessoas, maior será a visibilidade do fato.



Atualidade: o fato tem que ser atual para virar notícia. A atualidade está ligada ao fator tempo, indicando que a notícia é recente, nova.



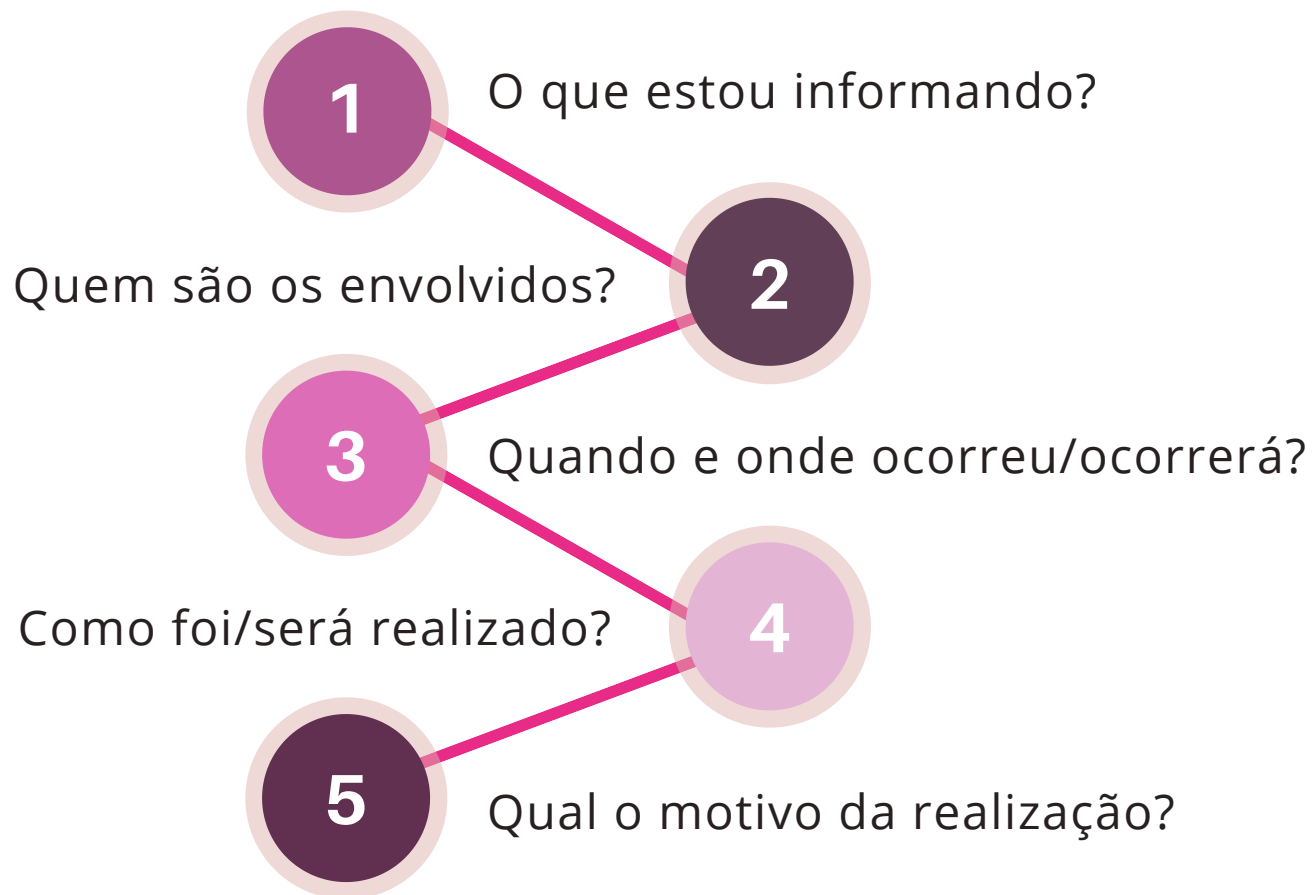
Novidade: fatos que acontecem pela primeira ou última vez, essas são características que tornam um fato noticiável.



Interesse: o fato objetiva impactar um maior número possível de pessoas.

Dicas

Antes de sugerir a produção de uma matéria (sobre um evento, projeto ou ação no seu campus), responda essas perguntas:




Uma notícia sempre requer uma imagem ilustrativa, por isso é muito importante o envio de foto, ilustração e/ou vídeo da ação, em alta resolução. Quanto mais rico for o detalhamento das informações, maior será a consistência na produção e na divulgação de uma ação.






REITORIA

 decom@ifmt.edu.br



CAMPUS São Vicente

 comunicacao.svc@ifmt.edu.br




CAMPUS Cuiabá - Cel. Octayde Jorge da Silva

 comunicacao.cba@ifmt.edu.br



CAMPUS Cáceres - Prof. Olegário Baldo

 comunicacao.cas@ifmt.edu.br



CAMPUS Cuiabá - Bela Vista

 comunicacao.blv@ifmt.edu.br



CAMPUS Várzea Grande

 comunicacao.vgd@ifmt.edu.br



CAMPUS
Rondonópolis

✉ comunicacao.roo@ifmt.edu.br



CAMPUS
Barra do Garças

✉ comunicacao.bag@ifmt.edu.br



CAMPUS
Confresa

✉ comunicacao.cfs@ifmt.edu.br



CAMPUS
Sorriso

✉ comunicacao.srs@ifmt.edu.br



CAMPUS
Juína

✉ comunicacao.jna@ifmt.edu.br



CAMPUS
Campo Novo
do Parecis

✉ comunicacao.cnp@ifmt.edu.br



CAMPUS
Pontes e Lacerda -
Fronteira Oeste

✉ comunicacao.plc@ifmt.edu.br

*É importante mencionar que, nem todos os *campi* do IFMT possuem o profissional de comunicação, uma vez que os cargos desta área, estão vedados para abertura de concurso público (Decreto 10.185/2019). Desse modo, os contatos apresentados, referem-se aos *campi* que possuem o profissional de comunicação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Gestão da Comunicação é o planejamento e a elaboração de estratégias que visam à precisão e diminuição de falhas no processo comunicacional. Esse gerenciamento contribui para que as informações cheguem corretamente a quem precisa, com o mínimo de ruídos possíveis.

Como parte importante dessa gestão, a elaboração deste Guia decorre da necessidade de orientar as comunidades interna e externa quanto às atividades e aos fluxos da comunicação no contexto do IFMT; além de apresentar o Decom, o material compreende o mapeamento dos processos realizados nas seis áreas do Departamento (jornalismo, relações públicas, publicidade, *design* gráfico — diagramação e programação visual, revisão textual e audiovisual).

Com vistas a uma comunicação institucional democrática, almeja-se que as informações aqui disponibilizadas possam contribuir para o fortalecimento das ações do IFMT. Além disso, prevê-se uma maior visibilidade dos serviços que são oferecidos à sociedade.

Cabe ressaltar, ainda, que os Produtos Educacionais tendem a gerar impactos maiores do que aqueles projetados pelo próprio pesquisador, visto que, usualmente, são replicados ou utilizados como referência por profissionais de outras instituições. No caso, espera-se que este Guia (Produto Educacional desta pesquisa) possa ser utilizado por outros IFs, assim como servir de apoio para a implantação da categoria “Comunicação”, no módulo Sistema Unificado de Administração Pública (Suap), no contexto do IFMT.

Por fim, este Produto Educacional será disponibilizado, em formato digital (extensão PDF), no Portal EduCAPES e no endereço eletrônico do Portal Institucional, em atendimento aos princípios de sustentabilidade e acessibilidade.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Atualidade.....49
Audiovisual.....14, 42, 44, 45, 47

C

Comunicação....1, 4, 8, 11, 14, 12, 16, 19, 20,
29, 38, 40, 48, 53
Comunicação Institucional.....4, 11, 12, 53

D

Decom..... 4, 11, 16, 29, 34, 36, 40, 42, 47, 53
Diagramação..... 32, 33

E

Ensino..... 4, 8
Extensão.....4, 8

G

Gestão da Comunicação..... 4, 8, 53
Guia..... 4, 53

I

IFMT..... 4, 7, 8, 11, 12, 13, 14, 40, 47, 48, 53
Imagem Institucional.....12, 13, 21
Interesse.....49

J

Jornalismo..... 4, 14, 17, 18, 20, 22, 47

M

Mapeamento.....4, 53
Mapeamento dos processos.....4, 16, 53

N

Novidade.....49

P

Pesquisa.....8
Política de Comunicação..... 11, 12
Processo..... 18, 24, 28, 32, 42, 44
Produto Educacional..... 53
ProfEPT.....4
Programação Visual..... 32, 38
Publicidade..... 14, 26, 27, 28, 30

R

Relações Públicas..... 14, 22, 23, 24, 26
Relevância.....49
Revisão Textual..... 40, 42

S

Subprocesso.....19, 20, 21, 22, 25, 26, 29,
30, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 47, 45, 46

REFERÊNCIAS

BRASIL. Lei Federal nº 11.892, de 29 de dezembro de 2008. Institui a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica e cria os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**. Brasília, DF, 30 dez. 2008. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11892.htm. Acesso em: 8 set. 2021.

IFMT. Instituto Federal de Mato Grosso. Pró-Reitoria de Ensino. **Número de alunos e cursos**. Mato Grosso, 2022a.

IFMT. Instituto Federal de Mato Grosso. **Mapa das unidades do IFMT**. Mato Grosso, 2022b.

IFMT. Instituto Federal de Mato Grosso. **Departamento de Comunicação Social**. Mato Grosso, 2022c. Disponível em: <https://decom.ifmt.edu.br/conteudo/pagina/ascom/>. Acesso em: 11 ago. 2022

IFMT. Instituto Federal de Mato Grosso. **Regimento Geral**. Mato Grosso, 2022d. Disponível em: https://ifmt.edu.br/media/filer_public/48/72/48725e68-c784-4854-80bc-6c1d38f84b0f/resolucao_702022_regimento_geral_do_ifmt.pdf. Acesso em: 12 ago. 2022.

IFMT. Instituto Federal de Mato Grosso. **Plano de Desenvolvimento Institucional 2019-2023**. Mato Grosso, 2019. Disponível em: https://ifmt.edu.br/media/filer_public/de/4d/de4dc553-4177-4878-b92c-473c88a9ed00/pdi_2019_2023_110p.pdf. Acesso em: 10 dez. 2021.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo**. v 2. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005, 216 p.



**INSTITUTO
FEDERAL**
Mato Grosso

GUIA PARA A GESTÃO DA COMUNICAÇÃO DO IFMT