



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO MARANHÃO
CONSELHO SUPERIOR**

RESOLUÇÃO Nº 015, DE 26 DE ABRIL DE 2016.

Dispõe sobre princípios e procedimentos de comunicação do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão em sua ação nas áreas de produção jornalística, cerimonial, promoção, planejamento e organização de eventos, identidade visual, mídias sociais e comunicação interna.

O PRESIDENTE DO CONSELHO SUPERIOR DO INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO MARANHÃO, no uso de suas atribuições consagradas na Lei nº 11.892/2008, com base no Decreto Presidencial de 15 de agosto de 2012, publicado no D.O.U. de 16 de agosto de 2012;

considerando o que trata a constante no Processo 23249.043476.2015-12;

considerando ainda, a decisão do plenário deste Conselho Superior na 30ª Reunião Ordinária realizada em 26 de abril de 2016;

RESOLVE:

Art. 1º. Aprovar as normas regulamentadoras do processo de atuação de comunicação do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão em sua ação nas áreas de produção jornalística, cerimonial, promoção, planejamento e organização de eventos, identidade visual, mídias sociais e comunicação interna.

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

FRANCISCO ROBERTO BRANDÃO FERREIRA
Presidente



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO MARANHÃO
CONSELHO SUPERIOR**

ANEXO À RESOLUÇÃO Nº 015, DE 26 DE ABRIL DE 2016.

NORMAS REGULAMENTADORAS DA ATUAÇÃO DO IFMA NAS ÁREAS DE PRODUÇÃO JORNALÍSTICA, CERIMONIAL, PROMOÇÃO, PLANEJAMENTO E ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS, IDENTIDADE VISUAL, MÍDIAS SOCIAIS E COMUNICAÇÃO INTERNA.

**CAPÍTULO I
DISPOSIÇÕES PRELIMINARES**

Art. 1º - As ações de comunicação social do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão (IFMA) tem foco no cidadão e no interesse social, com os objetivos de:

- I – fortalecer o relacionamento com os diversos públicos da instituição;
- II - dar amplo conhecimento à sociedade das políticas e programas executados no seu âmbito de atuação;
- III - divulgar os direitos do cidadão e serviços colocados à sua disposição;
- IV - estimular a participação da sociedade na formulação de políticas públicas e no debate acerca de sua execução pelo IFMA;
- V - disseminar informações sobre assuntos de interesse público dos diferentes segmentos sociais.

Art. 2º - No desenvolvimento e na execução das ações de comunicação previstas nesta Resolução, serão observados os seguintes princípios, de acordo com as características de cada ação:

- I – ética, transparência, eficiência e afirmação dos valores e princípios da Constituição;
- II - valorização da diversidade étnica e cultural, com respeito à igualdade e às questões raciais, geracionais, de gênero e de orientação sexual;
- III – fortalecimento da identidade regional, com valorização de estratégias de comunicação regionalizada;
- IV - responsabilidade socioambiental, com reforço das atitudes que promovam o desenvolvimento humano e o respeito ao meio ambiente;
- V - atenção ao caráter educativo, informativo e de orientação social;
- VI - preservação da identidade nacional;
- VII - valorização dos elementos simbólicos da cultura nacional e regional;
- VIII - vedação do uso de nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou de servidores públicos;
- IX - adequação das mensagens, linguagens e canais aos diferentes segmentos de público;
- X - uniformização do uso de marcas, conceitos e identidade visual utilizados na comunicação do IFMA;
- XI - observância da eficiência e racionalidade na aplicação dos recursos públicos; e
- XII - difusão de boas práticas na área de comunicação.



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO MARANHÃO
CONSELHO SUPERIOR**

Art. 3º - As ações de comunicação do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão, previstas nesta Resolução e aquelas que vierem, adicionalmente, a ser regulamentadas, serão orientadas pelos objetivos e diretrizes previstos nos arts. 1º e 2º, por políticas, orientações e normas adotadas pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, pelo Ministério da Educação e por planos anuais elaborados pela Diretoria de Comunicação do IFMA, visando ao alcance das metas definidas no Plano de Desenvolvimento Institucional.

**CAPÍTULO II
DO JORNALISMO**

Art. 4º - As ações de caráter jornalístico do IFMA serão realizadas com responsabilidade e ética, bem como orientadas pelos princípios específicos a seguir descritos:

I – impessoalidade, mediante a ênfase da relação entre a instituição e o teor das informações contidas no texto, áudio ou imagem, evitando-se a valorização tendenciosa de pessoas ou setores envolvidos no fato;

II – transparência, concebida como um compromisso ético e social com os cidadãos, com as demais instituições e com o próprio Instituto e seus públicos de interesse;

III – objetividade, como pilar conceitual do jornalismo, que pressupõe o relacionamento profissional entre o jornalista, a fonte e os fatos com os quais esteja lidando, de forma a produção de texto, áudio ou imagem promova o interesse pelo conteúdo, para o alcance do objetivo primordial de informar;

IV – credibilidade, mediante a apuração prévia e a exaustiva de um dado ou fato antes de torná-lo público, como forma eficiente de produção de conteúdo fidedigno;

V - respeito às diferenças e pluralidades sociais e culturais presentes na instituição e na sociedade em geral em torno de questões ligadas à diversidade de gênero, etnia, origens sociais e culturais, orientação religiosa, política e sexual, dentre outras;

VI - democratização do conhecimento, com a produção de texto jornalístico com linguagem acessível e emprego de recursos visuais para o esclarecimento de conceitos e processos técnicos e que contribuam para a compreensão dos conteúdos, informações, conhecimentos e saberes gerados pelas ações de pesquisa, ensino e extensão, desenvolvidos no âmbito da instituição.

Art. 5º - O profissional de comunicação deverá avaliar a existência de algum atributo (o chamado *valor-notícia*) que justifique o tratamento jornalístico a ser concedido a acontecimento relacionado às atividades e ao papel institucional do IFMA, para a sua transformação no “produto” notícia, baseando-se nos seguintes critérios de noticiabilidade:

I – atualidade, intimamente relacionado à dimensão temporal e periódica do processo de produção de notícias, cada vez mais condicionado pela instantaneidade dos recursos

Roberto R. R. R.



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO MARANHÃO
CONSELHO SUPERIOR**

tecnológicos, mediante o esforço de levar ao público os fatos mais recentes e seus desdobramentos;

II – novidade, para iniciativas pioneiras nas atividades de ensino, pesquisa e extensão, consolidadas como relevantes e de interesse público, após a demonstração de resultados satisfatórios;

III – abrangência, caracterizada pela quantificação do público a ser beneficiado ou interessado pela informação a ser veiculada, para seleção da mídia/veículo a ser utilizado para disseminação;

IV - interesse público que ocorre quando as ações do IFMA contribuem para o exercício da cidadania e garantia de direitos por sua relevância social;

V – visibilidade, com veiculação de fatos que fortaleçam o conceito institucional, bem como do seu quadro de profissionais e corpo discente, vedada a promoção pessoal, citada no art. 2º, VIII, desta Resolução.

Art. 6º - As normas acerca da redação e estilo das notícias, com as regras para a sua estruturação, diretrizes para construção do texto, produção fotográfica, questões de conteúdo e padronização de redação estão disciplinadas no Manual de Redação e Estilo (Anexo II), produzindo todos os efeitos legais.

CAPITULO III

DOS EVENTOS INSTITUCIONAIS, CERIMONIAL E PROTOCOLO

Art. 7º - A organização de um evento no âmbito do IFMA, do ponto de vista comunicacional, objetiva construir, manter, elevar ou potencializar o conceito positivo da instituição junto aos seus públicos de interesse, constituindo-se como uma estratégia de comunicação aproximativa utilizada para promover a integração da instituição com a comunidade.

Art. 8º - Todo o evento deve se pautar pelas fases de planejamento, organização, execução e avaliação, com a definição precisa do nome, objetivos, público-alvo, data, horário e local.

§ 1º - A data do evento e o horário devem ser escolhidos levando em consideração o dia da semana e o horário que favoreçam a participação do público, bem como outros elementos, tais como a realização de outras iniciativas de mesma natureza na mesma data e horário, estrutura física do espaço e a facilidade de acesso.

§ 2º - O nome atribuído ao evento, assim como a sua sigla, deve ser claro, preciso e de fácil assimilação para o público de interesse, podendo conter elementos como número da edição, tipologia do evento (seminário, simpósio, conferência), abrangência e temática abordada.

Art. 9º - O Cerimonial é um conjunto de formalidades e diretrizes preestabelecidas, que tem por finalidade dispor corretamente a ordem sequencial de um ato solene ou evento público.



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO MARANHÃO
CONSELHO SUPERIOR**

Art. 10 - O Protocolo atua como parte importante do cerimonial, pois ele normatiza as regras e as leis norteadoras de eventos oficiais, definindo a ordem de precedência e o uso de símbolos e trajes.

Art. 11 - As colações de grau e solenidades de formatura dos cursos técnicos de nível médio baseiam-se no Manual de Eventos da Rede Federal instituído pela Secretaria de Educação Profissional e Tecnologia do Ministério da Educação.

Art. 12 - As normas acerca do planejamento e coordenação dos procedimentos de organização de eventos, cerimonial e protocolo do IFMA estão disciplinadas no Manual de Eventos, Cerimonial e Protocolo (Anexo III), produzindo todos os efeitos legais.

CAPÍTULO IV

DO SISTEMA DE IDENTIDADE VISUAL

Art. 13 – O Sistema de Identidade Visual (SIV) é o conjunto de elementos formais que representa visualmente, e de forma sistematizada, o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão, tais como: marca visual, material de papelaria, uniformes, sinalização, embalagens e demais peças gráficas, reforçando, assim, o conceito a ser comunicado por esta Instituição.

Parágrafo único - O SIV deve ser preservado e apresentado como parte integrante da Rede Federal, sempre em conformidade com o padrão e normas do Manual de Identidade Visual (Anexo IV), que está pautado nas diretrizes do Ministério da Educação e da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República.

Art. 14 – É vedado o uso de símbolos diferentes daqueles instituídos pelo Manual de Identidade Visual (Anexo IV), a aplicação dos elementos do SIV de forma diversa do estabelecido na presente Resolução, bem como a criação de novas marcas ou construção e divulgação de uma identidade visual diferenciada para destaque, tratamento diferenciado ou exposição de qualquer unidade administrativa que integre a estrutura jurídica e organizacional do IFMA.

Art. 15 - As normas acerca da Identidade Visual do IFMA estão disciplinadas no Manual de Identidade Visual (Anexo IV), produzindo todos os efeitos legais.

CAPÍTULO V

DAS MÍDIAS SOCIAIS

Art. 16 – A atuação do IFMA no ambiente virtual envolve a e-participação, que consiste em disponibilizar informações e ferramentas de participação social, como forma de democratizar a

Roberto



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO MARANHÃO
CONSELHO SUPERIOR**

Administração Pública, tendo em vista o direito fundamental do cidadão de acesso às informações e o dever de transparência das instituições públicas.

Art. 17 - Mídias sociais, para efeito desta Resolução, são caracterizadas como um grupo de aplicações para Internet que permite a criação e troca de Conteúdo Gerado pelo Usuário (UCG).

Art. 18 - A produção de conteúdo para veiculação nas mídias sociais engloba temas pertinentes a:

- I - inovações tecnológicas;
- II - pesquisas científicas;
- III - práticas pedagógicas inovadoras;
- IV - ações de extensão;
- V - ações de impacto social;
- VI - concursos públicos e seletivos abertos aos alunos do IFMA e ao público em geral;
- VII - eventos científicos do IFMA;
- VIII - eventos culturais e desportivos;
- IX - campanhas educativas.

Art. 19 - O agendamento de conteúdo a ser publicado nos perfis oficiais do IFMA em mídias sociais ocorrerá mediante a seleção de acontecimentos pelos critérios de noticiabilidade, devendo ser respeitado pelo menos um dentre os abaixo descritos:

- I – atualidade,
- II – abrangência ou
- III - interesse público;
- IV – visibilidade ou
- V – novidade.

Art. 20 - A publicação de conteúdo será realizada com responsabilidade e ética, bem como orientada pelas características e princípios específicos a seguir descritos:

- I - clareza e objetividade,
- II - conteúdo humanizado,
- III - respeito às diferenças e pluralidades sociais e culturais,
- IV – transparência e
- V – impessoalidade.

Art. 21 - Além de facilitar o acesso à informação – de forma que o cidadão possa se apropriar dos dados públicos para se informar, fiscalizar e cobrar seus direitos e serviços - a atuação do IFMA deve proporcionar à instituição uma compreensão acerca das necessidades do seu público.

§ 1º - A interação e o diálogo com o cidadão devem viabilizar o intercâmbio de informação, mediante o fornecimento de respostas e informações de interesse público em tempo hábil, com a colaboração dos diversos setores e unidades administrativas da instituição.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO MARANHÃO
CONSELHO SUPERIOR

§ 2º - As solicitações da Diretoria de Comunicação aos diversos setores e unidades administrativas do IFMA devem ser atendidas com prioridade para que as informações sejam prestadas ao cidadão com celeridade, objetividade e precisão.

Art. 22 – As publicações que mencionem o IFMA nas mídias sociais serão objeto de monitoramento, mediante a coleta, armazenamento, classificação, categorização e análise.

Parágrafo único - O monitoramento tem por objetivos identificar e analisar reações e sentimentos ligados a entidades e campanhas; conhecer melhor os públicos de interesse da instituição; e propiciar a elaboração de ações reativas e proativas para o alcance da missão e dos objetivos institucionais.

Art. 23 - O projeto de atuação do IFMA nas mídias sociais está disciplinado no Anexo V desta Resolução, produzindo todos os efeitos legais.

CAPÍTULO VI

DA COMUNICAÇÃO INTERNA

Art. 24 – O público interno do IFMA, para efeito desta Resolução, é constituído pelos servidores do IFMA (docentes e técnicos administrativos) e seus familiares, caracterizando-se como público estratégico.

Art. 25 - A Diretoria de Comunicação realizará a gestão da Comunicação Interna, mediante o planejamento e monitoramento das ações estratégicas de comunicação, com a orientação e disciplinamento dos processos e canais de relacionamento, promoção da integração das ações de comunicação entre os campi e com a reitoria do IFMA, coordenação de pesquisa institucional de comunicação e definição de indicadores de desempenho da comunicação interna.

Parágrafo único – A Diretoria de Comunicação apoiará os servidores no desenvolvimento de ações de comunicação em todo o Instituto; estimulará a participação dos servidores em ações e eventos internos promovidos pelo IFMA e construirá uma parceria estruturada com a Pró-Reitoria de Gestão de Pessoas (PROGEPE).

Art. 26 – São objetivos da Comunicação Interna, sob a gestão da Diretoria de Comunicação:

I – desenvolver, em parceria com as pró-reitorias e diretorias sistêmicas, uma rede de comunicação interna que contemple os fluxos de comunicação e todos os níveis hierárquicos da Instituição, pautados na cultura do diálogo, inovação e participação.

II - promover o estabelecimento de vínculos entre os objetivos de longo prazo (Plano de Desenvolvimento Institucional) e as ações diárias, incentivando a interação da comunidade do IFMA nos processos organizacionais do Instituto, com base no direcionamento estratégico da instituição;

Roberto



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO MARANHÃO
CONSELHO SUPERIOR**

III – promover o compartilhamento de valores e princípios reconhecidos institucionalmente, com vistas a contribuir para o desenvolvimento de uma cultura organizacional comprometida com os objetivos institucionais;

Parágrafo único – A Diretoria de Comunicação coordenará as suas ações com o público interno, tendo como parâmetro os conceitos de transparência, valorização do público e visibilidade das atividades

Art. 27 – A política de comunicação interna do IFMA está disciplinada no Anexo VI desta Resolução, produzindo todos os efeitos legais.

CAPÍTULO VII

DIPOSIÇÕES GERAIS E TRANSITÓRIAS.

Art. 28 – Poderão ser elaborados e propostos procedimentos e diretrizes em outras áreas da comunicação que após apreciação pela Diretoria de Comunicação serão submetidos à apreciação da comunidade do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão (IFMA), para posterior deliberação do Conselho Superior e complementação da presente Resolução.

Art. 29 – São anexos desta Resolução: Manual de Redação e Estilo (Anexo II), Manual de Eventos, Cerimonial e Protocolo (Anexo III), Manual de Identidade Visual (Anexo IV), Projeto de atuação em mídias sociais (Anexo V) e Política de Comunicação Interna do IFMA (Anexo VI)

Art. 30 – Os casos omissos serão resolvidos pela Diretora de Comunicação.

Francisco Roberto Brandão Ferreira
Reitor do IFMA
Decreto do MEC de 15/08/2012
D.O.U. de 16/08/2012