



# **NORMATIVA**

## **Produção de material gráfico e audiovisual**

## SUMÁRIO

|   |           |
|---|-----------|
| <b>APRESENTAÇÃO.....</b>  | <b>3</b>  |
| <b>DEMANDAS.....</b>  | <b>3</b>  |
| QUAIS DEMANDAS PODEM SER ATENDIDAS?.....  | 3         |
| QUAIS OS TIPOS DE DEMANDAS QUE NÃO SÃO ATENDIDAS?.....                                | 4         |
| QUAIS PEÇAS PUBLICITÁRIAS PODEM SER SOLICITADAS?.....                                 | 5         |
| PEÇAS DIGITAIS.....   | 6         |
| Banner de Site.....   | 6         |
| E-mail Marketing (Secom Informa).....   | 6         |
| Material para redes sociais.....  | 6         |
| MATERIAIS AUDIOVISUAIS.....   | 7         |
| Vídeos Institucionais.....  | 7         |
| PEÇAS IMPRESSAS.....  | 7         |
| Cartaz.....   | 8         |
| Folder.....   | 8         |
| Flyer (panfleto).....   | 8         |
| Banner em lona.....   | 9         |
| Faixa.....  | 9         |
| Crachá.....   | 9         |
| Pasta.....  | 9         |
| Certificado.....  | 10        |
| <b>INSTRUÇÕES PARA SOLICITAÇÃO DE PRODUÇÃO DE MATERIAL GRÁFICO E AUDIOVISUAL.....</b> | <b>10</b> |
| QUEM PODE SOLICITAR?.....   | 10        |
| CONTEÚDO.....   | 10        |
| PRAZO DE SOLICITAÇÃO.....   | 11        |
| ENVIO.....  | 11        |
| TENHO UMA ARTE PRONTA, QUERO APENAS DIVULGAR, COMO A SECOM PODE ME AJUDAR?.....       | 11        |
| <b>FALE CONOSCO.....</b>  | <b>13</b> |

## APRESENTAÇÃO

A equipe responsável pela produção de materiais gráficos e audiovisuais está vinculada à Secretaria de Comunicação (Secom). Sua função principal é a criação de materiais de divulgação das ações institucionais promovidas pela Universidade Federal de Jataí (UFJ).

## DEMANDAS

As solicitações devem estar relacionadas com as atividades da UFJ que estejam vinculadas às ações de ensino, pesquisa, extensão ou administrativas. As demandas de campanhas institucionais se caracterizam pela divulgação de ações e projetos que contemplam toda a comunidade universitária e não apenas uma determinada área de conhecimento.

Destaca-se que também é atribuição da Secom a produção de artes para divulgação de eventos e campanhas direcionadas ao público externo e interno da UFJ. Neste caso, os solicitantes serão a Reitoria, Pró-Reitorias, Órgãos Administrativos e Suplementares e Unidades Acadêmicas. É importante destacar que o prazo para o atendimento da solicitação está sujeito à quantidade de demandas em andamento.

## QUAIS DEMANDAS PODEM SER ATENDIDAS?

1. Criação de arte de material gráfico institucional para impressão (cartaz, folder, flyer, banner e outros);
2. Criação de arte de material gráfico web (banner para site, mídias sociais e outros);

3. Criação de arte de materiais gráficos para eventos institucionais (pasta, bloco, crachá e outros);
4. Criação de produções vídeos institucionais, gravações de imagens, organização e produção de imagens fotográficas e multimídia, com teor artístico, jornalístico, documental e publicitário;
5. Desenvolver a edição de peças publicitárias, a fim de ordenar as imagens e sons, com ajustes de nível de vídeo e áudio nos produtos da Secom;
6. Orientação quanto ao uso da marca da UFJ, de acordo com as regras estabelecidas no manual/instrução de identidade visual da universidade.

### **QUAIS OS TIPOS DE DEMANDAS QUE NÃO SÃO ATENDIDAS?**

1. Criação de arte para eventos ou ações não realizados de forma oficial pela UFJ, ainda que a instituição apareça como Apoio;
2. Elaboração de arte ou identidade visual para eventos organizados por associações que possuam recursos financeiros próprios ou que seja cobrada taxa de inscrição aos participantes;
3. Elaboração de arte ou identidade visual para eventos ou ações de natureza exclusivamente estudantil, que não sejam solicitadas por Professores ou Técnico-administrativos da Unidade Acadêmica na função de coordenadores do evento ou da ação;
4. Diagramação de revistas, anais, livros, cartilhas, relatórios de pesquisa ou quaisquer outros tipos de material digital ou impresso que não sejam os produtos e veículos institucionais da Secom e da Reitoria UFJ;

5. Arte-finalização, adequação, derivação e campanhas elaboradas por terceiros, ainda que divulguem eventos e ações promovidas por Unidades Acadêmicas, cursos e órgãos da UFJ;
6. Disponibilização de arte aberta ou em formato vetorial, estando condicionada à autorização expressa da Secom qualquer alteração ou derivação por parte de terceiros;
7. Criação de marcas que não utilizem dos parâmetros pré-determinadas no manual/instrução da marca da UFJ;
8. Peças e campanhas de interesse pessoal, com foco em pessoas ou não condizentes com o interesse público;
9. Peças gráficas e/ou audiovisuais para campanhas eleitorais no âmbito interno e externo à UFJ.

## **QUAIS PEÇAS PUBLICITÁRIAS PODEM SER SOLICITADAS?**

As peças sugeridas pelo solicitante serão avaliadas com base em sua necessidade de criação. A Secom pode recomendar quais peças publicitárias atendem aos objetivos do solicitante, considerando o seu público-alvo e sempre priorizando o custo-benefício.

Finalizadas as peças publicitárias, a Secom fará o seu envio ao solicitante para aprovação. Serão autorizadas até duas solicitações de alterações no conteúdo e *layout*. Ressaltamos que após a divulgação não são permitidas alterações no *layout*, apenas em conteúdo que seja divulgado erroneamente.

A seguir serão apresentadas as principais peças publicitárias com descrição sobre suas finalidades e formatos sugeridos.

## PEÇAS DIGITAIS

São os materiais visuais criados para os meios de comunicação digitais e essenciais para divulgar e informar o público interno e externo à UFJ sobre as atividades da instituição.

### Banner de Site

O objetivo do banner de site é destacar um evento, ação ou campanha dentro de um site institucional e, assim, chamar a atenção do usuário. O banner direciona o usuário para outra página mais informativa. Nesse sentido, o banner não precisa conter muitos elementos, apenas o essencial, como: título do evento/ação, data, horário, local e assinaturas.

### E-mail Marketing (Secom Informa)

É uma ferramenta de comunicação direta, por meio da qual mensagens são enviadas a um público específico via e-mail. A arte do e-mail marketing deve chamar a atenção do receptor assim que ele clicar na mensagem. Sendo assim, deve conter uma chamada convidativa para a busca de novas informações.

### Material para redes sociais

Os materiais para redes sociais têm por finalidade alcançar o público presente nas plataformas virtuais, e eles se dividem em dois formatos principais: postagens (ou *posts*) e histórias (ou *stories*). .

As artes para redes sociais produzidas pela Secom podem ser compartilhadas nas redes sociais oficiais da UFJ, embora não seja uma regra estrita,

desde que estejam em conformidade com as diretrizes estabelecidas no Manual de Redes Sociais da Secom.

## **MATERIAIS AUDIOVISUAIS**

### Vídeos Institucionais

O vídeo institucional tem como objetivo simplificar a apresentação de informações sobre a instituição. Ele é usado como uma ferramenta de divulgação das atividades relacionadas ao ensino, pesquisa, extensão e administrativa. Sua finalidade é informar um grande público por meio de diversos canais de comunicação.

A equipe Secom será responsável por definir o formato (incluindo o tempo de duração e os locais de gravação) e os meios de divulgação nos canais oficiais da UFJ. Destaca-se que em alguns casos, a Secom entrará em contato com o solicitante para obter mais informações e oferecer auxílio na definição do tema e formato.

Ao concluir o vídeo, este será encaminhado ao solicitante para aprovação. É importante observar que quaisquer solicitações de alterações devem ser enviadas com pelo menos sete dias de antecedência .

## **PEÇAS IMPRESSAS**

São materiais impressos utilizados com o mesmo propósito das peças digitais. A Secom não é responsável pela aprovação/solicitação da fabricação dos materiais. Esse procedimento é de responsabilidade do solicitante. As medidas necessárias devem ser especificadas no momento da solicitação.

## Cartaz

O cartaz é a peça que concentra as informações principais para apresentar um evento ao público. Devido ao espaço limitado, deve incluir o título, data do evento, local, horário e um endereço virtual para que o público possa obter mais informações. A finalidade de um cartaz é informar um grande público e deve ser fixado em locais de grande visibilidade.

## Folder

O folder é um material que apresenta informações tanto na frente quanto no verso, frequentemente com dobras. Seu propósito é promover conteúdo institucional ou promocional, e ainda oferece a possibilidade de incluir imagens e ilustrações.

É recomendado quando se necessita transmitir informações mais detalhadas ao público. Por possuir custo mais elevado, é aconselhável evitar o desperdício e, quando possível, utilizá-lo como parte de uma estratégia de longo prazo, incluindo informações permanentes.

## Flyer (panfleto)

O flyer, também conhecido como panfleto, é um pequeno impresso sem dobras, projetado para impactar o público de forma rápida e direta. Devido ao espaço limitado, as informações são apresentadas de maneira condensada, com o objetivo de alcançar um grande número de pessoas em um curto período de tempo. Portanto, utiliza-se textos curtos e objetivos.

## Banner em lona

Os banners são materiais impressos, geralmente afixados em paredes ou estruturas móveis durante o dia da ação ou evento, com a finalidade de ajudar o público a identificar onde a programação está ocorrendo. Eles são projetados para ser fácil leitura e costumam conter poucas informações.

## Faixa

A faixa é um material impresso em lona de grande formato, geralmente fixado em paredes, postes ou em mesas de abertura. Possui acabamento em madeira ou ilhós em suas extremidades, o que proporciona maior sustentação a sua fixação. As faixas são projetadas para transmitir informações a média e longa distância.

## Crachá

O crachá é desenvolvido em casos de grandes eventos que necessitam da identificação de seus participantes. Os crachás incluem o título do evento, assinaturas, e também deixam um espaço em branco para que o solicitante preencha com o nome do participante. A Secom recomenda o uso dos crachás institucionais da UFJ.

## Pasta

Arte para pasta é feita em casos de grandes eventos que necessitam da produção de materiais para seus participantes. A Secom recomenda o uso das pastas institucionais da UFJ.

## Certificado

A arte para certificado é solicitada com antecedência, já prevendo sua utilização após o evento. A Secom recomenda o uso do certificado em formato digital para evitar o desperdício de papel, ou, quando impressos, a utilização dos certificados institucionais da UFJ.

## **INSTRUÇÕES PARA SOLICITAÇÃO DE PRODUÇÃO DE MATERIAL GRÁFICO E AUDIOVISUAL**

### **QUEM PODE SOLICITAR?**

A solicitação para produção de arte publicitária à Secom deve ser feita pela Reitoria, Pró-reitorias, Órgãos Administrativos, Órgãos Suplementares e Unidades Acadêmicas e Coordenações dos Cursos da UFJ.

### **CONTEÚDO**

O conteúdo da solicitação deve conter todas as informações estabelecidas no formulário de solicitação do sistema GLPI.

O GLPI é um software de gestão de serviços, que permite o gerenciamento de chamados de *HELPDESK*. A plataforma é utilizada por diversas instituições com o intuito de facilitar as atividades dos setores que recebem demandas da comunidade acadêmica, como é o caso da Secom e Seti (Secretaria de Tecnologia e Informação).

## **PRAZO DE SOLICITAÇÃO**

As solicitações deverão ser feitas com pelo menos 10 (dez) dias úteis de antecedência, e serão atendidas com base na análise da equipe Secom.

O prazo de execução será iniciado a partir do momento em que o solicitante enviar todas as informações, de forma completa, solicitadas pela Secretaria de Comunicação. É importante ressaltar que as demandas serão atendidas de acordo com a viabilidade, ordem de chegada e data dos eventos. Destaca-se que prioridade será dada ao atendimento de solicitações que envolvam a comunidade acadêmica em geral ou que estejam alinhadas com a estratégia de comunicação da universidade.

As solicitações enviadas com prazo inferior a 10 (dez) dias úteis poderão não ser atendidas.

## **ENVIO**

Todas as solicitações deverão ser realizadas por meio da criação de ordem de serviço no sistema GLPI. O tutorial para o uso do GLPI da Secom está disponível no site da Secom ([clique aqui](#)).

## **TENHO UMA ARTE PRONTA, QUERO APENAS DIVULGAR, COMO A SECOM PODE ME AJUDAR?**

Peças que levam o nome da UFJ e que não tenham sido produzidas pela equipe da Secom, podem ser divulgadas desde que estejam em conformidade com as diretrizes estabelecidas no manual/instruções de uso da marca da UFJ. Esse cuidado é fundamental para evitar possíveis erros na produção de conteúdo, tais como a aplicação incorreta de assinaturas e o uso inadequado da marca.



Destaca-se que os materiais de divulgação que não estiverem de acordo com o estabelecido pelo manual/instruções de uso da marca não serão divulgados pela Secom.

## FALE CONOSCO



**SECOM@UFJ.EDU.BR**



**(64) 3606-8251**



### **EQUIPE SECOM**

Valéria de Almeida Silva

Lígia Gouveia Silva

Franciny Medeiros Barreto

Arthur Ferreira de Souza

Gabriel Vilela de Souza

Ícaro Teixeira Bevilaqua

Phedro Vinnycius do N. Borges