

INSTITUTO FEDERAL DO CEARÁ

Inventário de canais institucionais de comunicação

Data da última atualização:
09 de setembro de 2025





Apresentação

Os canais de comunicação são meios formais criados e mantidos pelo Instituto Federal do Ceará com a finalidade de promover a interação com seus públicos estratégicos e divulgar informações de interesse público. Além disso, funcionam como ferramentas para fortalecer a imagem institucional, a qual deve ser consolidada por meio de estratégias de conteúdo relevante. Isso inclui a divulgação de histórias, personagens, pesquisas, projetos, resultados de ações, experiências bem-sucedidas e, também, o cumprimento do papel da instituição pública de prestar contas à sociedade.

A criação e a atualização dos canais de comunicação devem estar **alinhadas aos princípios da comunicação pública**, como: garantir o **acesso amplo à informação**; fomentar o diálogo e a participação social; promover os direitos e a democracia; combater a desinformação; escutar as demandas da sociedade; **ter foco no cidadão**; adotar uma abordagem inclusiva e plural; tratar a comunicação como uma política de Estado; **assegurar a impessoalidade**; agir com ética e atuar com eficácia; e também com a [Política de Comunicação do IFCE](#).

A responsabilidade pela identidade visual e pelo sistema de programação visual dos canais sistêmicos é da Coordenadoria de Programação Visual (CPV) do Departamento de Comunicação Social do IFCE. No caso dos canais dos *campi*, é obrigatório seguir a identidade visual institucional, conforme estabelecido no [Manual de Aplicação da Marca dos Institutos Federais](#). A CPV disponibiliza o [pacote de marcas oficiais](#) e permanece disponível para fornecer orientações e produzir materiais gráficos específicos, sempre que necessário.

A seguir, apresentamos a relação dos canais de comunicação institucionais geridos pela área de Comunicação do IFCE em nível sistêmico (abrangendo toda a instituição). Também indicamos os canais institucionais em nível local (focado em um ou mais *campus*). Para cada canal, são indicados os responsáveis, o objetivo, a periodicidade, os públicos prioritário e secundário, além da linha editorial adotada. Essa listagem será atualizada continuamente, conforme a criação, alteração ou desativação de canais. Canais não listados neste inventário não são considerados canais de comunicação institucionais oficiais. Caso algum canal seja criado e utilize alguma referência ao nome IFCE e de seus *campi*, ele também deverá seguir os princípios da comunicação pública e as orientações do [Guia de Gerenciamento de Redes Sociais da Rede Federal](#), no entanto, a responsabilidade do conteúdo e possíveis consequências de suas publicações é de inteira responsabilidade do administrador e não do IFCE.



ÍNDICE DE CANAIS

1. Portal do IFCE	4
2. Sites dos campi	9
3. E-mail marketing para alunos	11
4. Listas de e-mails todos@	12
5. Mídias sociais	14
5.1 Facebook sistêmico	17
5.2 Facebook local	18
5.3 Instagram sistêmico	20
5.4 Instagram local	22
5.5 Twitter/X sistêmico	24
5.6 Twitter/X local	25
5.7 YouTube sistêmico	26
5.8 YouTube local	29



1. Portal do IFCE

portal.ifce.edu.br

Responsáveis pelo canal

A gestão de conteúdo do portal do IFCE é feita pelo Departamento de Comunicação Social (DCS), em parceria com suporte técnico da Diretoria de Tecnologia da Informação (DGTI), porém sua atualização e manutenção são compartilhadas com os demais setores da Reitoria do IFCE, conforme página da unidade estratégica.

Objetivo do canal

O portal do IFCE é o principal canal de comunicação da instituição com seus públicos, atuando como ferramenta de transparência das ações desenvolvidas pela instituição, vitrine dos serviços oferecidos à sociedade e ponto de integração dos diversos sites e sistemas mantidos pelo IFCE.

Periodicidade

Diária (contínua)

Público prioritário

Públicos externos e alunos

Público secundário

Demais públicos estratégicos do IFCE

Linha editorial

Os conteúdos publicados no Portal do IFCE devem sempre levar em consideração seus públicos prioritários — especialmente o público externo e os estudantes. Como o IFCE ainda não dispõe de um canal de intranet, ainda publica-se alguns materiais voltados exclusivamente aos servidores, no entanto, o objetivo é criar um canal especificamente para esta finalidade. Assuntos extremamente específicos devem ser evitados no portal e utilizado outro canal de comunicação interna.



Como principal canal institucional, o Portal exerce um papel estratégico na preservação da imagem e na construção da reputação do IFCE. Além disso, é uma importante ferramenta de transparência e acesso às informações institucionais.

Entre os conteúdos publicados, destacam-se as oportunidades institucionais, processos seletivos, divulgação de ações nas áreas de ensino, pesquisa e extensão, além da prestação de contas à sociedade. O objetivo é não apenas informar sobre as ações realizadas pelo IFCE, mas também despertar o interesse das pessoas em estudar na instituição. Isso se torna mais eficaz quando o conteúdo é atrativo, instiga a imaginação e inspira o desejo de fazer parte do IFCE.

No que se refere à produção de notícias, o foco deve estar sempre no caráter institucional, e não pessoal. A notícia não é sobre o indivíduo, mas sobre o impacto da ação realizada, com ênfase na relevância para o público externo.

De maneira geral, a avaliação feita pela Coordenadoria de Jornalismo para publicação de notícias leva em conta a relevância da pauta, o interesse dos públicos prioritários e a disponibilidade da equipe.

Critérios para Publicação de Notícias no Portal do IFCE

A seguir, são apresentados os critérios adotados pela Coordenadoria de Jornalismo para a avaliação e publicação de conteúdos jornalísticos no Portal do IFCE. O objetivo é garantir a relevância, o alinhamento institucional e o foco nos públicos prioritários do canal — o público externo e os estudantes.

1. Público-alvo

- As notícias devem ser prioritariamente direcionadas ao público externo e aos estudantes.
- Conteúdos voltados exclusivamente aos servidores devem ser publicados nos canais internos destinados a esse público, evitando duplicidade.

2. Abrangência e Noticiabilidade

- Para conteúdos voltados aos estudantes, deve-se considerar a abrangência (mais de um *campus*) ou outro critério de noticiabilidade.



- Assuntos de interesse exclusivo de um *campus* devem ser direcionados ao site do respectivo câmpus.

3. Processos Seletivos e Oportunidades

- **Vagas para estudar no IFCE:** Sempre serão noticiadas, independentemente do número de vagas ou do câmpus ofertante.
- **Resultados de seleções:** Serão divulgados conforme a quantidade de vagas e a relevância.
- **Oportunidades de trabalho no IFCE** (concursos, seleções de professores, tutores, estagiários etc.): Sempre serão publicadas.
- **Estágios externos:** Não serão divulgados no Portal; a responsabilidade é dos setores de estágio dos *campi*, em canais próprios.

4. Atividades Acadêmicas e Projetos

- **Atividades letivas**, como visitas técnicas ou experiências de sala de aula, poderão ser divulgadas conforme sua relevância e impacto.
- **Projetos de ensino, pesquisa e extensão** desenvolvidos por estudantes ou servidores serão publicados tanto no site do(s) *campus* envolvidos quanto no Portal institucional.
- **Experiências que destacam servidores ou estudantes** (premiações, publicações, intercâmbios, projetos de destaque etc.) poderão ser noticiadas, conforme avaliação da Coordenadoria de Jornalismo.

5. Eventos e Formaturas

- **Eventos já ocorridos:** Serão noticiados de acordo com a relevância e o impacto dos resultados.
- **Eventos futuros abertos ao público externo:** Serão publicados mesmo que ocorram em apenas um *campus*, desde que atendam aos critérios de relevância (por exemplo, promovido por servidores ou estudantes, com palestrante



renomado, ou realizado on-line).

- **Eventos internos e restritos a um *campus*:** Devem ser divulgados apenas nos canais locais.
- **Eventos com temática comum em vários *campus*:** Serão tratados de forma sistêmica, com uma única notícia abrangente.
- **Eventos pagos ou externos sem vínculo com o IFCE:** Não serão divulgados, mesmo sendo de interesse dos alunos.
- **Formaturas:** Serão pauta se atenderem a critérios como novidade (“primeira formatura”), intensidade (“maior formatura”) ou apresentarem histórias singulares que gerem identificação com o público externo.

6. Entidades Estudantis e Sindicais

- Atividades promovidas por entidades estudantis e sindicais serão divulgadas apenas se realizadas em conjunto com setores do IFCE (como a Coordenadoria Pedagógica, Diretoria de Ensino ou Gestão de Pessoas) ou conforme sua relevância.
- No caso de entidades estudantis, serão consideradas apenas aquelas com registro e funcionamento oficial informado à área responsável pelos assuntos estudantis.

7. Notas de Pesar

- Serão publicadas mediante avaliação da Coordenadoria de Jornalismo, com aval da gestão, priorizando casos como:
 - Servidores ativos ou aposentados com notoriedade na comunidade;
 - Figuras públicas com relação direta ao IFCE (ex.: ministros, deputados);
 - Situações de grande comoção, envolvendo grupos de estudantes ou servidores.



8. Notas Oficiais

- Serão publicadas para esclarecer informações, manifestar solidariedade ou apresentar posicionamentos institucionais, conforme avaliação conjunta entre a Coordenadoria de Jornalismo e a gestão.

9. Outros Conteúdos

- **Avisos e oportunidades locais**, voltados exclusivamente a servidores e estudantes de um *campus* (como alterações de aula ou editais internos), devem ser divulgados apenas no site local.
- **Reuniões e visitas institucionais** serão pauta somente se houver encaminhamentos ou resultados concretos. O foco da notícia deve ser o desdobramento da reunião e não o encontro em si.



2. Páginas dos *campi*

Lista disponível em portal.ifce.edu.br/campus

Responsáveis pelo canal

O setor de comunicação do *campus* é responsável pela gestão, porém a atualização e manutenção de cada página são compartilhadas entre os diversos setores dos respectivos *campi*, conforme definição interna.

Objetivo do canal

O site do *campus* é o principal canal de comunicação local, funcionando como uma ferramenta de transparência das ações realizadas, vitrine dos serviços oferecidos à comunidade e meio de compartilhamento de informações com os estudantes.

Periodicidade

Diária (contínua)

Público prioritário

Alunos do *campus* e públicos externos

Público secundário

Demais públicos estratégicos do IFCE

Linha editorial

As páginas dos *campi* são canais essenciais de comunicação local, voltados prioritariamente aos estudantes do próprio *campus* e ao público externo. Por isso, os conteúdos publicados devem sempre considerar esses públicos como foco principal, evitando-se a divulgação de informações direcionadas exclusivamente aos servidores, que já dispõem de canais específicos.

No que se refere às notícias, além de divulgar as ações desenvolvidas no *campus*, o objetivo é compartilhar informações do cotidiano acadêmico com os estudantes, conforme a avaliação da Coordenadoria de Jornalismo e/ou do jornalista ou relações-públicas responsável pelo atendimento ao *campus*. Também são incorporadas às páginas locais as principais notícias sistêmicas publicadas no Portal do IFCE, reforçando a integração entre os níveis local e institucional.



Complementando os critérios já definidos para a publicação de notícias no Portal do IFCE, aplicam-se às páginas dos *campi* os seguintes critérios específicos:

Critérios para publicação de notícias nos sites dos *campi*

- **Público-alvo:** As notícias devem ser prioritariamente direcionadas aos estudantes do *campus* e ao público externo da região.
- **Projetos institucionais:** Notícias sobre projetos de ensino, pesquisa e extensão desenvolvidos por servidores e estudantes do IFCE, relacionados às atividades institucionais, devem ser publicadas no site do(s) *campus* envolvido(s).
- **Formaturas:** Podem ser divulgadas, conforme avaliação do jornalista ou relações-públicas responsável pelo *campus*.
- **Notas de pesar:** Poderão ser publicadas em casos de falecimento de estudantes, egressos, servidores (ativos ou inativos) do *campus* ou de pessoas da comunidade externa com relevância local (como personalidades regionais), mediante avaliação conjunta entre a comunicação local e a gestão do *campus*.
- **Participações em congressos e publicações acadêmicas:** A participação de servidores ou estudantes em eventos científicos, com apresentação de trabalhos, publicação de artigos ou livros (desde que relacionados às atividades no IFCE e com distribuição gratuita), pode ser noticiada conforme avaliação da equipe de comunicação do *campus*.
- **Comunicados internos:** Informações específicas para servidores ou turmas devem ser, preferencialmente, enviadas por e-mail ou outros canais diretos. Prioritariamente, comunicados que envolvam toda ou grande parte da comunidade acadêmica devem ser publicados no site do *campus*.
- **Defesas e apresentações acadêmicas:** A agenda de defesas de TCCs, projetos integradores e outras atividades similares pode ser divulgada, conforme avaliação do jornalista ou relações públicas responsável.



3. E-mail marketing para alunos

Responsável pelo canal

Departamento de Comunicação Social

Objetivo do canal

Divulgar oportunidades e outras informações relevantes para estudantes do IFCE.

Periodicidade

Por demanda

Público prioritário

Alunos

Linha editorial

O e-mail marketing destinado aos estudantes é enviado, conforme demanda, para aqueles com matrícula ativa ou trancada, conforme o conteúdo divulgado. Ele pode reunir as principais notícias de interesse estudantil, como processos seletivos com inscrições abertas, editais para eleições em colegiados, eventos e oportunidades abertas.

Os comunicados são enviados seguindo as seguintes editorias:

- **Oportunidades:** Divulgação de editais, eventos e oportunidades abertas em geral.
- **Vida de Estudante:** Relatos de participação dos estudantes em eventos, intercâmbios, jogos, projetos premiados, entre outros.
- **Vale a pena conferir:** Reportagens e notícias sobre projetos e atividades nos *campi* que possam interessar aos estudantes.
- **Por dentro do IFCE:** Informações sobre decisões da gestão e colegiados, notícias institucionais que impactam a vida estudantil.
- **Assistência Estudantil:** Atualizações sobre editais de assistência e outras informações relevantes sobre o programa de assistência estudantil no IFCE.
- **Estude no IFCE:** Divulgação de vagas abertas em processos seletivos e chamada para cadastro de interesse.



4. Listas de e-mails todos@

Responsável pelo canal

Atualmente o Departamento de Comunicação Social é responsável pela moderação das listas de emails todos@ (com email para servidores de toda a instituição) e servidores.reitoria (apenas para servidores lotados na Reitoria).

Objetivo do canal

Divulgar informações pertinentes à vida funcional dos servidores, bem como avisos e recados de forma geral.

Periodicidade

Sob demanda

Público prioritário

Servidores

Público secundário

Trabalhadores temporários no IFCE

Diretrizes para o uso das listas de e-mail institucionais

Os temas abordados nas listas de e-mails institucionais devem estar relacionados a assuntos relevantes do cotidiano do IFCE. As mensagens enviadas precisam estar alinhadas ao objetivo específico de cada lista, não podendo ter caráter pessoal ou promocional, sempre respeitando a ética profissional.

Crítérios para o Envio de Mensagens

- As mensagens devem ser de interesse da maioria dos membros da lista e **tratar de processos ou eventos institucionais**.
- Todos os editais serão publicados como notícias nos canais oficiais. O envio para a lista geral *todos@* ocorrerá apenas quando o prazo de inscrição for muito curto ou quando o edital impactar diretamente a vida funcional dos servidores (como remoção, afastamentos, teletrabalho etc.).



- A lista *todos@* é reservada para a divulgação de eventos sistêmicos e campanhas institucionais, como as campanhas de ingresso.
- Eventos que envolvam um ou mais *campus* devem ser direcionados para as listas específicas de cada *campus*, quando houver.
- A divulgação prioritária deve ocorrer sempre por meio dos canais institucionais oficiais (Portal do IFCE), utilizando as listas de e-mail apenas em casos específicos, conforme avaliação do Departamento de Comunicação Social (DCS).
- Os e-mails poderão conter informações importantes como avisos, convocações, notícias, comunicações relacionadas aos sistemas institucionais, avisos de falecimento e outros assuntos de interesse institucional.

Notas de Pesar

O envio de notas de pesar pela lista *todos@* segue os critérios abaixo:

- Falecimento de servidores ativos e aposentados: enviado para a lista *todos@*.
- Falecimento de estudantes com matrícula ativa: enviado para a lista *todos@*.
- Falecimento de familiares de servidores: comunicado apenas nas listas locais do *campus* ou da Reitoria.
- Falecimento de egressos: comunicado apenas nas listas locais do *campus*.



5. Mídias sociais

As mídias sociais são plataformas online que facilitam a criação, compartilhamento e interação de conteúdo entre usuários, desenvolvidas para potencializar a comunicação e a interação, seja entre pessoas ou com instituições/empresas.

No IFCE, os canais foram criados para ampliar, por meio do compartilhamento de conteúdo em diferentes formatos - texto, vídeo, imagem, áudio, entre outros, além da troca de mensagens e a interação com os cidadãos, a divulgação e o acesso à informação sobre atividades e serviços prestados pela instituição.

Como nos demais canais de comunicação do IFCE, é essencial que se mantenha a atualização e a adequação ao padrão visual institucional. Além disso, deve-se observar as características de cada mídia para pensar publicações adequadas ao perfil do público de cada canal e os formatos que melhor se adequam àquela mídia.

As mídias sociais são, por essência, canais de diálogo. Por isso, é possível usar uma linguagem menos formal para se comunicar nessas mídias. No entanto, não se pode ignorar que, ainda assim, estamos falando de um canal institucional oficial. Então, utilizar uma linguagem menos formal não significa que podemos utilizar determinadas gírias ou escrever de maneira errada.

Deve-se ainda evitar o uso de expressões que possam gerar dupla interpretação e pensar nos textos e imagens de modo que fique bastante clara a mensagem que se deseja transmitir. Os textos devem ser curtos e objetivos.

Em relação ao conteúdo, deve-se prezar por publicações que estejam em consonância com os objetivos da instituição, sem inserções que atendam a interesses ou manifestações pessoais, comerciais ou publicitárias, religiosas, político-partidárias, entre outros.

O IFCE entende as mídias sociais como espaços institucionais voltados para a interação dialógica com seus públicos, não se limitando apenas à divulgação de atos, fatos e realizações institucionais. Esses canais são concebidos como ambientes de relacionamento, nos quais divergências e críticas fazem parte do processo. Nessas plataformas, o IFCE deve responder rapidamente a interações que possam comprometer sua imagem ou reputação, buscando atender com agilidade às solicitações dos públicos estratégicos e oferecendo esclarecimentos sempre que necessário.



É importante destacar que, diferentemente de canais próprios como o Portal do IFCE, as mídias sociais são de propriedade das empresas que disponibilizam as plataformas. Por isso, deve-se priorizar a publicação de informações nos canais oficiais da instituição, preservando o registro histórico, enquanto as mídias sociais funcionam como veículos para distribuição desse conteúdo.

Por outro lado, campanhas e materiais exclusivos para mídias sociais podem ser produzidos com o objetivo de engajar públicos específicos. Nesses casos, recomenda-se que uma notícia seja elaborada para os canais institucionais, contextualizando a campanha e direcionando o público para acompanhar os conteúdos nas redes sociais.

Critérios e orientações gerais para publicação e postura do IFCE nas mídias sociais:

- Manutenção de um padrão de linguagem consistente nas publicações de cada canal, independentemente do responsável pela postagem.
- Notícias publicadas no Portal do IFCE ou nos sites dos *campi* devem ser preferencialmente replicadas nos perfis oficiais da instituição nas mídias sociais, avaliando a relevância para o público de cada plataforma e adaptando o formato conforme necessário.
- Links para notícias podem ser compartilhados mais de uma vez, especialmente em processos seletivos ou editais com inscrições abertas, usando legendas e imagens variadas para reforçar o engajamento.
- Fotos e imagens que despertem interesse podem ser publicadas mesmo sem notícia associada, desde que contextualizadas adequadamente nas legendas.
- O uso de memes ou posts humorísticos é permitido, desde que respeitem a identidade visual e os valores do IFCE, evitando conteúdos que possam ser interpretados como preconceituosos ou que violem direitos autorais e de imagem.
- Atenção especial deve ser dada aos direitos autorais de áudios e músicas em vídeos para evitar penalidades legais e para os canais.
- Assuntos de relevância nacional, campanhas públicas e temas de comoção podem ser abordados, desde que alinhados ao Departamento de Comunicação Social e à Política de Comunicação do IFCE.
- Campanhas e datas comemorativas podem ser planejadas anualmente, com artes desenvolvidas pela equipe de programação visual.
- Compartilhamento de publicações de órgãos públicos parceiros, como Ministério da Educação, Inep e Conif, deve ser feito quando relevantes para os públicos estratégicos.
- Nunca será realizada postagens colaborativas com perfis particulares/pessoais.
- Eventos, cursos, vagas de emprego/estágio e notícias de terceiros só devem ser divulgados nos canais do IFCE se houver parceria formalizada com a instituição.



- Notícias sobre o IFCE veiculadas em outros meios de comunicação podem ser compartilhadas conforme a relevância para cada canal.
- Mensagens privadas e comentários devem ser respondidos com agilidade, encaminhando o contato adequado quando não for possível responder diretamente.
- Críticas e reclamações recebidas por mensagens privadas podem ser direcionadas para a ouvidoria.
- Comentários críticos podem receber respostas padronizadas elaboradas pelo Departamento de Comunicação Social ou correções de informações falsas. Mensagens ofensivas, preconceituosas ou sem conteúdo relevante devem ser ignoradas ou encaminhadas à ouvidoria para avaliação.
- Durante períodos eleitorais, as publicações e comentários nas mídias sociais devem respeitar as restrições legais vigentes. O Departamento de Comunicação Social fornecerá orientações específicas nesse período.

Na sequência são listadas as **mídias sociais institucionais** - sistêmicas e locais - com seus respectivos responsáveis, objetivos, públicos e linhas editoriais.



5.1 Facebook sistêmico

<https://www.facebook.com/ifceoficial>

Responsável pelo canal

Departamento de Comunicação Social

Objetivo do canal

O Facebook do IFCE tem por objetivo disseminar as informações publicadas no Portal do IFCE, páginas dos campi e outras informações produzidas especificamente para as redes sociais, servindo como ferramenta para ampliar o alcance e transparência das ações desenvolvidas pela instituição e divulgar os serviços ofertados para os cidadãos.

Periodicidade

Contínua

Público prioritário

Potenciais alunos

Público secundário

Alunos e demais públicos externos

Linha editorial

Deve-se priorizar a divulgação das notícias institucionais, especialmente as direcionadas a potenciais alunos e comunidade externa, como oportunidades abertas. Além disso, podem ser divulgadas as produções jornalísticas sobre as ações de ensino, pesquisa e extensão do IFCE, além de datas comemorativas e campanhas institucionais. Não se recomenda a publicação de notícias direcionadas exclusivamente a servidores do IFCE, já que estes já possuem um canal próprio por e-mail.



5.2 Facebook local

Responsáveis pelo canal

Setor ou servidor responsável pela comunicação no *campus*

Objetivo do canal

Relacionar-se com os estudantes do câmpus e ampliar a divulgação das ações desenvolvidas no câmpus para a comunidade local.

Periodicidade

Diária (contínua)

Público prioritário

Alunos e potenciais alunos

Público secundário

Demais públicos externos

Linha editorial

Deve-se priorizar a divulgação de ações e notícias direcionadas aos estudantes e à comunidade onde o câmpus está inserido, além das oportunidades abertas. Pode-se ainda divulgar notícias e ações estaduais, como campanhas institucionais.

Páginas oficiais dos *campi*

1. Acaraú - <https://www.facebook.com/ifacarau>
2. Acopiara - <https://www.facebook.com/IFCEACOPIARA>
3. Aracati - <https://www.facebook.com/IfceAracati>
4. Baturité - <https://www.facebook.com/baturite.ifce>
5. Canindé - <https://www.facebook.com/IfceCampusCaninde>
6. Caucaia - <https://www.facebook.com/ifcaucaia>
7. Cedro - <https://www.facebook.com/ifcecedro>
8. Crateús - <https://www.facebook.com/ifcecrateus>
9. Crato - <https://www.facebook.com/IFCE.Crato>
10. Fortaleza - <https://www.facebook.com/ifce.campusfortaleza>
11. Guaramiranga - <https://www.facebook.com/ifceguaramiranga>
12. Horizonte - <https://www.facebook.com/ifcecampushorizonte>
13. Iguatu - <https://www.facebook.com/ifceiguatu>



14. Itaipoca - <https://www.facebook.com/ifceitapipoca>
15. Jaguaribe - <https://www.facebook.com/IFCEJaguaribe>
16. Jaguaruana - <https://www.facebook.com/ifcejaguaruana>
17. Limoeiro do Norte - <https://www.facebook.com/ifce.limoeiro>
18. Maracanaú- <https://www.facebook.com/ifcemaracanau>
19. Maranguape - <https://www.facebook.com/ifcemaranguape>
20. Mombaça - <https://www.facebook.com/profile.php?id=100086387701943>
21. Morada Nova - <https://www.facebook.com/ifcemoradanova>
22. Paracuru - <https://www.facebook.com/ifce.paracuru>
23. Pecém - <https://www.facebook.com/ifcepecem>
24. Quixadá - <https://www.facebook.com/ifcequixada>
25. Sobral - <https://www.facebook.com/ifce.sobral>
26. Tabuleiro do Norte - <https://www.facebook.com/ifcecampusdetabuleiordonorte>
27. Tauá - <https://www.facebook.com/ifcetaua>
28. Tianguá - <http://facebook.com/ifcecampustiangua>
29. Ubajara - <https://www.facebook.com/ifubajara>
30. Umirim - <https://www.facebook.com/umirimifce>



5.3 Instagram sistêmico

[instagram.com/ifceoficial](https://www.instagram.com/ifceoficial)

Responsável pelo canal

Departamento de Comunicação Social

Objetivo do canal

O canal tem como objetivo promover a interação com os estudantes do IFCE, por meio da divulgação de conteúdos relacionados ao cotidiano da instituição, oportunidades disponíveis e informações relevantes sobre o IFCE. Também busca alcançar futuros alunos, divulgando vagas para ingresso, apresentando os cursos ofertados e destacando as ações desenvolvidas, funcionando como uma vitrine para quem deseja conhecer melhor a instituição.

Periodicidade

Diária (contínua)

Público prioritário

Potenciais alunos

Público secundário

Alunos

Linha editorial

O perfil do IFCE no Instagram tem como foco principal alcançar estudantes e potenciais alunos da instituição, com conteúdos direcionados a esse público e que incentivem o crescimento orgânico de seguidores com esse perfil.

Conteúdos no Feed

No feed, são publicadas fotos e vídeos relacionados a:

- Campanhas institucionais;
- Projetos desenvolvidos no IFCE;
- Histórias de estudantes e egressos com trajetórias relevantes ou curiosas;
- Reposts de conteúdos feitos por estudantes, servidores ou perfis de *campus* que retratem o cotidiano da instituição ou depoimentos sobre a experiência no IFCE.



Devido à natureza visual do Instagram, prioriza-se a estética das imagens e vídeos, buscando sempre conteúdos com forte apelo visual.

Stories e Destaques

Como o feed não permite o uso de links clicáveis, a divulgação de oportunidades, notícias e informações com prazos definidos ocorre preferencialmente pelos **stories**, que são salvos nos **destaques** do perfil enquanto a informação estiver válida.

Também são usados os stories para acompanhar as etapas dos principais **processos seletivos da instituição**, como divulgação de resultados e períodos de matrícula.

Podemos, ainda, compartilhar marcações de atividades desenvolvidas na instituição ou que servidores(as) e/ou alunos(as) participam.

Posts em Formato “Collab”

O Instagram permite o uso de postagens no formato **collab**, em que o conteúdo é compartilhado simultaneamente por dois perfis. Recomenda-se utilizar essa funcionalidade em:

- Ações ou eventos que envolvam mais de um campus;
- Parcerias formais com outras instituições, preferencialmente, públicas. No caso de instituições privadas, a parceria com o IFCE deve estar formalizada.
- Priorizar o uso da **collab** com perfis institucionais (como campus ou parceiros formais). A postagem colaborativa com perfis pessoais de estudantes, servidores ou membros da comunidade externa será evitada, respeitando o princípio da **impessoalidade**;
Sempre que possível, publicar o post a partir do perfil institucional com **maior número de seguidores**, para ampliar o alcance — no caso dos *campi*, recomenda-se combinar a publicação com o DCS, para que o conteúdo seja postado a partir do perfil oficial do IFCE (@ifceoficial);
- Antes de aceitar um convite de collab, é importante **avaliar o perfil solicitante e a legenda da publicação**, pois ela **não poderá ser editada após a aceitação**.



5.4 Instagram local

Responsáveis pelo canal

Setor ou servidor responsável pela comunicação no *campus*

Objetivo do canal

Os perfis dos *campi* no Instagram têm como principal objetivo fortalecer a aproximação com os estudantes e com a comunidade local. Por meio desses canais, são divulgadas oportunidades, notícias e informações sobre o cotidiano do *campus*. Além disso, os perfis servem como vitrine para apresentar os projetos de ensino, pesquisa e extensão desenvolvidos no *campus*, destacando o potencial da unidade e seu impacto na comunidade em que está inserida.

Periodicidade

Diária (contínua)

Público prioritário

Alunos e potenciais alunos

Público secundário

Demais públicos externos

Linha editorial

Os perfis dos *campi* no Instagram têm como foco principal a comunicação com os estudantes e potenciais estudantes. Por meio da apresentação do dia a dia da unidade, da divulgação de avisos gerais e de projetos desenvolvidos por e para os estudantes, os perfis também buscam incentivar o engajamento, a permanência e o êxito acadêmico. Esses canais ainda exercem um papel importante na aproximação com os familiares dos estudantes e com a comunidade do entorno, divulgando oportunidades como vagas abertas, participação em projetos, eventos e outras atividades promovidas pelo *campus*.

No feed, também é possível realizar postagens colaborativas, as "*collab*", nas quais o conteúdo é compartilhado com outros perfis no Instagram. Recomenda-se que essa ferramenta seja utilizada em conjunto com o perfil @ifceoficial ou com os perfis de outros *campi*, quando se tratar de atividades realizadas em conjunto ou em alguma campanha local ou institucional. Pode-se ainda publicar posts em parceria com outras instituições públicas (ou privadas, desde que haja parceria formalizada). Não se recomenda o uso da ferramenta com perfis pessoais, seja de estudantes, servidores ou



membros da comunidade externa, considerando especialmente o critério de impessoalidade. Caso o perfil receba algum convite para aceitar uma publicação neste formato, recomenda-se avaliar – além do perfil que convidou - qual a legenda utilizada na postagem, visto que não será possível editá-la.

Perfis oficiais dos *campi*

1. Acaraú - <https://www.instagram.com/ifacarau/>
2. Acopiara - <https://www.instagram.com/ifceacopiara/>
3. Aracati - <https://www.instagram.com/ifcearacati/>
4. Baturité - <https://www.instagram.com/ifcebaturiteoficial/>
5. Boa Viagem - <https://www.instagram.com/ifceboaviagemoficial/>
6. Camocim - <https://www.instagram.com/ifcecamocim/>
7. Canindé - <https://www.instagram.com/ifcecaninde/>
8. Caucaia - <https://www.instagram.com/ifcecaucaia/>
9. Cedro - <https://www.instagram.com/ifcecedrooficial/>
10. Crateús - <https://www.instagram.com/ifcecrateus/>
11. Crato - <https://www.instagram.com/ifcecrato/>
12. Fortaleza - <https://www.instagram.com/ifcefortalezaofial/>
13. Guaramiranga - <https://www.instagram.com/ifceguaramiranga/>
14. Horizonte - <https://www.instagram.com/ifcecampushorizonte/>
15. Iguatu - <https://www.instagram.com/ifceiguatu/>
16. Itapipoca - <https://www.instagram.com/ifceitapipoca/>
17. Jaguaribe - <https://www.instagram.com/ifcejaguaribe/>
18. Jaguaruana - <https://www.instagram.com/ifcejaguaruana/>
19. Juazeiro do Norte - <https://www.instagram.com/ifcejuazeiro/>
20. Limoeiro do Norte - <https://www.instagram.com/ifcelimoeiro/>
21. Maracanaú- <https://www.instagram.com/ifcemaracanauoficial/>
22. Maranguape - <https://www.instagram.com/ifcemaranguape/>
23. Mombaça - <https://www.instagram.com/ifcemombaca/>
24. Morada Nova - <https://www.instagram.com/ifcemorada/>
25. Paracuru - https://www.instagram.com/ifce_paracuru_oficial/
26. Pecém - <https://www.instagram.com/ifcepecem/>
27. Quixadá - <https://www.instagram.com/ifcequixada/>
28. Sobral - <https://www.instagram.com/ifcesobraloficial/>
29. Tabuleiro do Norte - <https://www.instagram.com/ifcecampustabuleiro/>
30. Tauá - <https://www.instagram.com/ifcetaua/>
31. Tianguá - <https://www.instagram.com/ifcetiangua/>
32. Ubajara - <https://www.instagram.com/ifceubajaraoficial/>
33. Umirim - <https://www.instagram.com/ifceumirimoficial/>



5.5 X (Twitter) sistêmico

x.com/ifceoficial

Responsável pelo canal

Departamento de Comunicação

Objetivo do canal

O X/Twitter do IFCE tem por objetivo disseminar as informações publicadas no Portal do IFCE e páginas dos *campi*, servindo como ferramenta para ampliar o alcance e transparência para as ações desenvolvidas pela instituição e divulgar os serviços ofertados para os cidadãos. Além disso, serve para alimentar a imprensa local com possíveis pautas.

Periodicidade

Sob avaliação da estratégia de comunicação

Público prioritário

Alunos e potenciais alunos

Público secundário

Meios de comunicação social, instituições parceiras e comunidade acadêmica e científica

Linha editorial

O perfil do IFCE no X/Twitter busca ampliar a divulgação das notícias da instituição, além de divulgar serviços ofertados aos cidadãos. Busca também interagir com os perfis de outras instituições, por meio da marcação dos perfis nas publicações, troca de informações e republicações de outros perfis.

Outra estratégia para essa mídia é a publicação de notícias e outras informações em fios (resumo) com link para o texto completo no Portal do IFCE. O X/Twitter também é uma importante ferramenta de monitoramento de menções e conversas sobre a instituição.

Com os problemas apresentados pela plataforma em 2024, houve uma diminuição no ritmo de postagem, mantendo, prioritariamente, as publicações sobre vagas abertas em processos seletivos.



5.6 Twitter/X local

Responsáveis pelo canal

Setor ou servidor responsável pela comunicação no *campus*

Objetivo do canal

Ampliar o alcance das informações do câmpus para estudantes e comunidade externa.

Periodicidade

Sob avaliação

Público prioritário

Alunos e potenciais alunos

Público secundário

Meios de comunicação social, instituições parceiras e comunidade acadêmica e científica

Linha editorial

Assim como o perfil sistêmico, o perfil dos *campi* busca ampliar a divulgação das informações aos estudantes e comunidade, e divulgar serviços ofertados aos cidadãos.



5.7 YouTube sistêmico

www.youtube.com/tvifce

Responsável pelo canal

Departamento de Comunicação

Objetivo do canal

O canal do IFCE no YouTube tem dois objetivos principais: **divulgar as ações institucionais**, promovendo a ciência, a tecnologia e a cultura desenvolvidas no IFCE; e **assegurar transparência aos processos institucionais**, por meio da transmissão de atividades oficiais. As **produções audiovisuais** elaboradas pela equipe da área de comunicação têm como foco comunicar, de forma acessível, as atividades, projetos e iniciativas desenvolvidas na instituição, voltadas tanto para o público interno quanto externo. Já as **transmissões ao vivo** têm como finalidade garantir a transparência de processos institucionais, como sorteios de processos seletivos e reuniões de colegiados ou ampliar acesso da comunidade a palestras e debates.

Periodicidade

Sob demanda

Público prioritário

Alunos e servidores

Público secundário

Demais públicos internos e externos

Linha editorial das produções audiovisuais

- A produção de vídeos deve priorizar assuntos que permitam a produção de imagens de qualidade e que são de interesse da instituição ou têm importância para grande parte dos públicos;
- A questão visual deve ser pensada ainda na produção da reportagem. Por isso, deve-se dar atenção ao local e aos objetos de gravação. Se a reportagem for em laboratórios, por exemplo, eles devem estar organizados e limpos. Servidores e estudantes devem sempre usar os equipamentos de proteção individual e jalecos, quando necessário;



- Por mais interessante que um projeto possa ser, se não for possível mostrar como ele funciona, não há como fazer uma reportagem em vídeo. Ou, se ele ainda “está no papel”, a orientação é esperar uma fase mais avançada;
- Formaturas, eventos apenas com palestras e reuniões não têm o perfil de reportagens em vídeo, exceto quando existir algum fato inusitado ou personagem especial;
- A linguagem deve ser a mais simples e direta possível, sem termos técnicos que sejam de difícil compreensão. Esta orientação deve ser dada aos entrevistados antes das gravações;
- Quando parte das informações não for tratada no vídeo, sendo necessário um texto, buscar sempre dar outro enfoque na reportagem escrita, inclusive com entrevistados diferentes e, sempre que possível, disponibilizar o vídeo na notícia em texto para complementar a informação;
- Quando forem feitas reportagens em texto e em vídeo sobre o mesmo assunto, elas devem ser divulgadas juntas, exceto quando a factualidade for imperativa e não for possível aguardar a conclusão do vídeo;
- Em todas as reportagens, independentemente do estilo, podem ser usadas fotos e imagens de arquivo do câmpus ou do personagem, desde que tenham uma qualidade estética e informativa;
- Também é permitida a colaboração de servidores e alunos, seja com vídeos próprios, feitos até pelo celular, além de depoimentos escritos, áudios, ilustrações etc. O uso desses materiais, no entanto, passará por avaliação técnica para ser utilizado, segundo critérios de qualidade e noticiabilidade;
- Para vídeos de depoimentos, em que a imagem é o personagem, este deve ter algo muito importante para comunicar. Deve ter emoção na sua fala.

Linha editorial das transmissões ao vivo

As transmissões ao vivo são realizadas principalmente para três tipos de atividades: reuniões de colegiados institucionais; transmissão de palestras e eventos e transmissões de sorteios públicos de processos seletivos.

No primeiro caso, atualmente são transmitidas apenas as reuniões do Conselho Superior (Consup).



Já no caso de palestras e eventos, o primeiro ponto a se considerar é o público do evento. A prioridade é para transmissão de atividades direcionadas aos estudantes e públicos externos, principalmente para aqueles eventos em que o público pode interagir ao vivo pelo chat, enviando dúvidas e comentários. Para os casos em que a interação momentânea não é primordial, sugere-se gravar o evento e disponibilizar o vídeo posteriormente.

O Departamento de Comunicação não se responsabiliza pela transmissão de capacitações e eventos de formação. Casos específicos devem ser tratados de forma particular em busca de soluções.

Organização do canal do YouTube

Tanto as produções audiovisuais como as transmissões ao vivo são organizadas em playlists do canal do YouTube.

As playlists poderão ser listadas ou não listadas para o público externo. Dentro de playlists públicas, podem haver vídeos listados e não listados, disponíveis para acesso somente por aqueles que possuem o link.



5.8 YouTube local

Responsáveis pelo canal

Setor ou servidor responsável pela comunicação no *campus*

Objetivo do canal

O principal objetivo do canal dos câmpus no YouTube é divulgar/transmitir eventos ou outras atividades desenvolvidas localmente. Podem ainda ser utilizados para divulgar produções audiovisuais locais.

Periodicidade

Sob demanda

Público prioritário

Alunos e servidores

Público secundário

Demais públicos internos e externos

Linha editorial

As transmissões ao vivo são realizadas principalmente para eventos, palestras, formaturas e reuniões de colegiados locais, além de lives promovidas por projetos ou outras atividades locais e capacitações. São ainda publicadas produções audiovisuais de projetos e atividades dos *campi*, assim como vídeos institucionais e produções jornalísticas locais.