Normativas

Diretoria de Publicidade Institucional

SECOM
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO

UFG
UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS

SUMÁRIO

1. Quais as funções da Diretoria de Publicidade Institucional (DPI) da SECOM?
2. Quais os tipos de demandas não são atendidas pela DPI?
3. Quais as demandas que podem ser atendidas pela DPI?
4. Quais peças publicitárias podem ser solicitadas e para que serve cada uma?
5. Quem pode solicitar?
6. Como fazer a solicitação?
7. Quais são os prazos?
8. Em caso de impressão de demandas prioritárias, como é o fluxo da solicitação até a impressão?
9. Tenho um projeto cadastrado como ação de extensão/cultura na PROEC, que auxílio posso ter da DPI para a criação da identidade visual da minha ação?
10. Tenho uma arte pronta, quero apenas divulgar, como a DPI pode me ajudar?

1. Quais são as funções da DPI?

É função principal da Diretoria de Publicidade Institucional da SECOM a criação de materiais gráficos e digitais de peças e campanhas institucionais promovidas pela Reitoria, Pró-Reitorias, Secretarias e Órgãos da UFG. Tais campanhas se caracterizam pela divulgação de ações e projetos institucionais que contemplam toda a comunidade universitária e não apenas uma determinada área de conhecimento.

A DPI também pode auxiliar as unidades acadêmicas da UFG com a criação de artes para a divulgação de eventos e campanhas direcionadas ao público de sua respectiva área de conhecimento. Neste caso, a demanda de criação dependerá de análise da viabilidade do atendimento, tendo em vista a capacidade técnica e o montante de demandas prioritárias em execução.

Em caso da impossibilidade de atendimento, a DPI pode auxiliar a unidade acadêmica na criação própria das peças, ou orientar o encaminhamento da demanda para agências experimentais ou empresas juniores da universidade.

2. Quais os tipos de demandas **não** são atendidas pela DPI?

Não são de responsabilidade da DPI as seguintes atribuições:

- Criação de arte para eventos ou ações institucionais não realizados de forma oficial por órgãos ou unidades acadêmicas da UFG, ainda que a instituição apareça como Apoio;
- 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;
- Elaboração de arte ou identidade visual para eventos ou ações de natureza exclusivamente estudantil, que não sejam solicitadas por Professores ou Técnicos Administrativos da Unidade Acadêmica na função de coordenadores do evento ou da ação;

- Impressão, finalização ou adequação de peças e campanhas não elaboradas pela DPI, que divulguem eventos e ações promovidas por unidades acadêmicas;
- 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 próprios da SECOM;
- Criação de marcas para unidades acadêmicas, cursos e programas de pós-graduação da UFG (com a Resolução nº10/2019 é obrigatório o uso de assinatura institucional pelos organismos executivos da UFG, seguindo os padrões previstos no Manual de Uso da Marca UFG);
- Peças e campanhas de interesse pessoal, com foco em pessoas ou não condizentes com o interesse público.

3. Quais as demandas que **são** atendidas pela DPI?

- **De forma prioritária:**

- As campanhas e veículos da SECOM que fazem parte da comunicação estratégica da instituição;
- As demandas da Reitoria, Pró-Reitorias, Secretarias e órgãos da administração superior da UFG que possuem relevância institucional, de caráter amplo em termos de público.

- **De acordo com a viabilidade, ordem de chegada e a data dos eventos:**

Demandas de unidades acadêmicas de interesse restrito ou segmentado a uma área específica do conhecimento serão atendidas após análise de viabilidade e conforme ordem de chegada, levando em conta a data do evento ou da ação. O atendimento de tais demandas de produção publicitária está condicionado aos fluxos de produção e a capacidade efetiva do setor. As peças de divulgação de ações ou eventos com datas mais próximas terão prioridade de atendimento.

4. Quais peças publicitárias podem ser solicitadas e para que serve cada uma?

As peças sugeridas pelo solicitante serão avaliadas conforme suas reais necessidades de criação, podendo a SECOM indicar quais as peças publicitárias atendem aos objetivos do solicitante, tendo em vista o seu público-alvo e primando sempre pelo custo-benefício.

Destacamos, abaixo, as principais peças publicitárias, digitais e impressas, com uma breve descrição sobre suas finalidades e formatos sugeridos.

PEÇAS DIGITAIS

- **Banner de Site**

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

- Dimensões (sites UFG):

Área total: 1440 x 550px / Área útil: 940 x 355px / Resolução: 72dpi / Modo: RGB

- **E-mail Marketing**

É uma ferramenta de comunicação direta que é encaminhada a um público segmentado 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.

- Dimensões:

800px de largura / Resolução: 72dpi / Modo: RGB

- **Material para redes sociais**

Os materiais para redes sociais têm por finalidade alcançar o público presente nas plataformas virtuais, e se dividem em:

- Post (Whatsapp, Twitter, Instagram, Facebook e LinkedIn);
- Story (Instagram, Facebook, Youtube).

Nem todos as artes para redes sociais produzidas pela DPI serão publicados nas redes sociais oficiais da UFG. Estas seguem as normativas do Manual de Redes Sociais da SECOM.

- Dimensões:

  Post Facebook, Instagram e Whatsapp: 1080 x 1080px / Resolução: 72dpi / Modo: RGB

  Post Twitter: 1024 x 512px / Resolução: 72dpi / Modo: RGB

  Post Linkedin: 646 x 220px / Resolução: 72dpi / Modo: RGB

  Story (Instagram, Facebook, Youtube): 1920 x 1080 px / Resolução: 72dpi / Modo: RGB

PEÇAS IMPRESSAS

- **Cartaz**

O cartaz é a peça que contém as informações principais para apresentar o evento ao público. Devido ao pouco espaço deve conter: título, data do evento, local, horário e endereço virtual para que o público busque mais informações. Sua utilização visa informar um grande número de pessoas e é fixado em locais de alta visibilidade.

- Especificações sugeridas: formato 42 x 29,7cm (formato A3), 4x0 cores, em papel Couché fosco 150g

- **Folder**

Peça com disposição de informações frente e verso, além de possuir dobras. Visa promover conteúdo institucional ou promocional e permite a utilização de imagens e ilustrações. Recomenda-se seu uso quando é necessário transmitir mais informações ao público. Por possuir custo elevado deve-se evitar o desperdício e, quando possível, mantê-lo como estratégia de longo prazo, com informações permanentes.

- Especificações sugeridas: formato 29,7 x 21cm (formato A4), 4x4 cores, em papel Couché fosco 150g, duas dobras

- **Flyer (panfleto)**

Pequeno impresso sem dobras que visa atingir o público rapidamente. Devido ao pouco espaço disponível fornece as informações de maneira condensada a fim de alcançar muitas pessoas em um curto período. Portanto, utiliza textos curtos e objetivos.

- Especificações sugeridas: formato 15 x 21cm (formato A5), 4x0 cores, em papel Couché fosco 150g

- **Marcador de Página**

Material para ser distribuído ao público visando divulgar ou marcar um evento ou ação. Contém apenas a identidade visual, título e marcas.

- Especificações sugeridas: formato 14,8 x 6cm, 4x0 cores, em papel Couché fosco 180g

- **Banner em lona**

Os banners são materiais impressos, geralmente pendurados em paredes ou suportes móveis, no dia da ação ou evento e permitem que o público identifique o local em que ocorre a programação. São de fácil leitura e contém poucas informações.

- Especificações sugeridas: formato 90 x 120cm, em lona, acabamento em madeira ou ilhós

- **Faixa**

Material impresso em lona de grande formato, fixado em paredes, postes ou em mesas de abertura. Possui acabamento em madeira ou ilhoses em suas extremidades a fim de garantir maior sustentação a sua fixação. Utilizados para transmitir informação em média e longa distância.

- Especificações sugeridas: formato 400 x 50 cm, em lona, acabamento em madeira ou ilhós

- **Camiseta**

Arte para camiseta é solicitada quando há a necessidade de identificar uma equipe. É desenvolvida de acordo com a identidade visual criada para o evento ou projeto de extensão.

- **Crachá**

Arte para crachá é feita em casos de grandes eventos que necessitam da identificação de seus participantes. O crachá carrega o título do evento e assinaturas, além de um espaço vazio para que o solicitante preencha com o nome do membro. A DPI recomenda o uso dos crachás institucionais da UFG.

- Especificações sugeridas: 10 x 15cm, 4x0 cores, em papel Couché fosco 180g

- **Pasta**

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

- Especificações sugeridas: formato 32 x 22cm (formato fechado), 4x0 Cores, em papel Triplex

- **Certificado**

Arte para certificado é solicitada já prevendo sua utilização para o pós-evento. A SECOM recomenda que sejam utilizados certificados no formato digital a fim de evitar o desperdício de papel, ou, quando impressos, que sejam usados os certificados institucionais da UFG.

- Especificações sugeridas: formato 29,7 x 21cm, 4x0 cores, em papel Couché fosco 150g

5. Quem pode solicitar?

A solicitação de demanda de produção de arte publicitária à DPI deve ser feita pelo coordenador da ação, devendo este fazer parte do quadro funcional da UFG: docente ou técnico-administrativo. É necessário constar em qualquer solicitação o número de SIAPE, o e-mail institucional e o telefone para contato.

6. Como posso fazer essa solicitação e o que ela deve conter?

A solicitação é feita por meio de formulário disponível no site da SECOM (secom.ufg.br) e as seguintes informações devem ser preenchidas:

Informações sobre o solicitante:

- Nome completo;
- Matrícula SIAPE;
- Unidade Acadêmica ou Órgão a que está vinculado;
- E-mail institucional para contato; **(@ufg.br)**
- Telefone e ramal;

Informações sobre a ação/evento:

- Título da ação/evento;
- Data da ação/evento;
- Horário(s) da ação/evento;
- Local em que ocorrerá a ação/evento;
- Site para informação/inscrição da ação/evento;

- Objetivos da ação/evento;
- Público-alvo (para quem se destina);
- Referências/sugestões de texto (mais formal, mais informal, alguma informação a ser destacada ou evitada);
- Referências/sugestões de imagem (cores, fotos, personagens);
- Realização, patrocínio e apoio (as marcas deverão ser encaminhadas para o e-mail publicidade.secom@ufg.br);

Informações sobre as peças publicitárias sugeridas:

- Peças gráficas (cartaz, folder, flyer, marcador de página, banner em lona, faixa, camiseta, crachá, pasta, certificado);
- Peças digitais: banner de site, e-mail marketing, peças para redes sociais (post, story);
- Local onde as peças serão veiculadas ou distribuídas.

Arquivos anexos:

- Fotos, marcas de apoiadores/patrocinadores, material já criado para edições anteriores, texto para folder e etc, devem ser enviados em alta resolução para o e-mail publicidade.secom@ufg.br.

Após o preenchimento do formulário, a SECOM fará a avaliação da viabilidade de atendimento, tendo em vista a capacidade técnica do setor e o montante de demandas prioritárias em execução.

7. Quais são os prazos?

Os prazos são variáveis de acordo com a complexidade do trabalho e as demandas em atendimento. A celeridade do processo está condicionada ao correto fornecimento de informações no preenchimento do formulário, ou seja, de forma completa e objetiva e do número reduzido de alterações.

Serão permitidas até 3 devolutivas pelo(a) solicitante para modificação/correção do material. É importante ficar atento aos prazos da solicitação até a arte finalizada, o qual pode chegar a 35 dias, dependendo da quantidade de alterações.

Ressalta-se que o prazo para que a divulgação seja feita de forma efetiva é de no mínimo 15 dias de antecedência da ação/evento.

Quem faz?	O que?	Em que tempo?
Solicitante	Preenchimento do formulário na página da SECOM	
DPI	Avaliação da solicitação e confirmação ou não da criação	Até 2 dias úteis
DPI	Produção do trabalho e envio da primeira proposta	Até 10 dias úteis
Solicitante	Análise da proposta e, se necessário, solicitação de alterações	Até 2 dias úteis
DPI	Análise da solicitação de alterações e envio da proposta alterada	Até 7 dias úteis
Solicitante	Análise da proposta com as alterações e, se necessário, solicitação de últimas alterações	Até 2 dias úteis
DPI	Análise da solicitação destas últimas alterações e envio da proposta final	Até 7 dias úteis
Solicitante	Aprovação do trabalho	Até 2 dias úteis
DPI	Finalização e envio do trabalho final para o solicitante	Até 5 dias úteis

8. Em caso de impressão de demandas prioritárias, como é o fluxo da solicitação até a impressão?

Em caso de demandas prioritárias, ou seja, promovidas pela Reitoria, Pró-Reitorias, Secretarias e Órgãos da UFG a estes vinculados, e a impressão do material seja pago com verbas da Universidade, a autorização da impressão deve passar, primeiramente, por análise da Pró-Reitoria de Administração e Finanças (PROAD UFG). Para isso, entenda como funciona o processo até que o material impresso seja entregue após sua total aprovação:

1) Solicitação de orçamento para o CEGRAF UFG; **(Prazo de até 2 dias úteis);**
2) O orçamento deve ser assinado pelo responsável da Pró-Reitoria, Secretaria ou Órgão solicitante; **(Prazo de até 5 dias úteis);**
3) O orçamento será avaliado e deverá ser assinado pelo Pró-Reitor de Administração e Finanças da UFG; **(Prazo de até 10 dias úteis);**
4) Envio da arte para impressão no CEGRAF, juntamente com a autorização do orçamento assinado pela PROAD **(Prazo de até 15 dias úteis).**

9. Tenho um projeto cadastrado como ação de extensão e/ou cultura na PROEC, que auxílio posso ter da DPI para a criação da identidade visual da minha ação?

Desde 2018, a produção dos materiais solicitados à PROEC é feita em parceria com a SECOM. A PROEC coordena a produção de materiais gráficos e digitais para as ações de extensão e/ou cultura registradas no sistema de cadastro de ações de extensão da instituição, mediante disponibilidade orçamentária. O serviço gráfico e digital solicitado deve estar vinculado à divulgação, realização e/ou certificação de uma ação de extensão e/ou cultura devidamente cadastrada e validada na PROEC UFG. Vale lembrar que ações de extensão deverão ter como principal **público** a **comunidade externa à UFG**.

A solicitação para serviços gráficos e digitais da PROEC se dará exclusivamente via Sistema Eletrônico de Informações – SEI e poderá ser feita por qualquer membro da equipe executora da ação de extensão e/ou cultura que tenha acesso ao SEI, desde que o formulário esteja assinado pelo(a) coordenador(a) da ação de extensão.

As ações que possuírem algum tipo de recurso proveniente de cobrança de inscrição, apoio financeiro, patrocínio e outros, passarão por uma análise da PROEC para a liberação do custeio do material gráfico e digital.

São ofertados ao solicitante três tipos de materiais, de acordo com a Portaria PROEC nº..., que dispõe sobre os procedimentos para solicitação de serviços gráficos e digitais da PROEC: materiais institucionais padronizados, materiais personalizados e materiais para Rádio e TV.

Os **materiais personalizados** são artes gráficas e digitais personalizadas para a ação de extensão. Este serviço é desenvolvido pela SECOM e abrange:

- Design digital para divulgação virtual: banner para site, postagens e stories para as redes sociais da ação de extensão e e-mail marketing;
- Design para impressos custeados pela PROEC: cartaz no formato A3, marcador de página e flyer/folder;
- Design para impressos a serem custeados pelo solicitante: banner em lona, camiseta personalizada, certificado personalizado e crachá personalizado.

Os prazos para a produção dos materiais personalizados, bem como o fluxo desde a solicitação até a impressão, em caso de materiais impressos pelo CEGRAF, seguem sendo os mesmos já definidos nesta normativa, levando em consideração a complexidade do trabalho e as demandas prioritárias em atendimento.

10. Tenho uma arte pronta, quero apenas divulgar, como a DPI pode me ajudar?

Peças que levam o nome da instituição e utilizam de identidade visual que não tenha sido criada pela DPI deverão ser encaminhadas para o e-mail publicidade.secom@ufg.br para **avaliação**. Esse cuidado é útil para que possíveis equívocos de produção de conteúdo, como a aplicação incorreta de assinaturas de unidades acadêmicas e da marca UFG, possam ser corrigidos antes de serem divulgados.

A peça a ser divulgada deverá ser enviada em arquivo em alta resolução, nos formatos JPEG, PNG ou PDF. A DPI terá o prazo de até 5 dias úteis para análise e emissão de parecer em relação à aprovação ou não da peça. Em caso da necessidade de correção a DPI enviará por e-mail ao solicitante as informações necessárias para a correta alteração.

Uma peça de divulgação deve conter as seguintes informações básicas: nome do evento/ação, data, horário, local, site para informações/inscrições e assinatura da unidade acadêmica responsável e da marca UFG, conforme determinações constantes no **Manual de Identidade Visual da UFG**.

Ressalta-se, por fim, que os materiais impressos não possuem cobertura de custo. A DPI também não realiza arte-finalização, nem o fechamento de arquivos para o envio correto à Gráfica, de artes criadas por terceiros. Esse procedimento é de responsabilidade do demandante.