

# **Guia prático de uso de Redes Sociais Digitais da UFCA**

Versão 2020

Por meio deste Guia Prático de Uso, você irá obter algumas orientações práticas sobre como utilizar as redes sociais digitais ligadas à Universidade Federal do Cariri, buscando padronizar suas publicações e otimizar os resultados a serem alcançados por elas.



A Diretoria de Comunicação administra os perfis oficiais da UFCA nas seguintes redes sociais digitais:

 Instagram: @ufcaoficial

 facebook.com/UniversidadeFederaldoCaririOficial

 youtube.com/ufcatvoficial

 flickr.com/ufca



**A Dcom não gerencia, não administra, não monitora nem se responsabiliza pelos perfis setoriais da Universidade, sendo de exclusiva responsabilidade do setor o conteúdo postado nos seus respectivos perfis.**



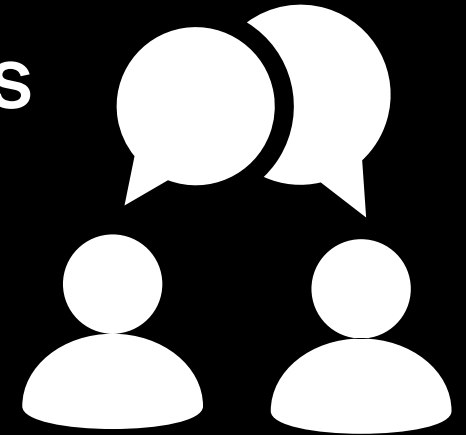
## **Devo gerenciar redes sociais digitais setoriais?**

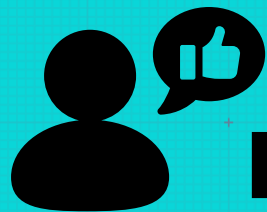
Os perfis oficiais da UFCA nas redes sociais digitais adotadas têm a vantagem de concentrar maior número de seguidores e mais credibilidade junto ao público externo, razão pela qual é preferível que assuntos relacionados à Universidade sejam veiculados por meio desses canais. A Dcom está sempre à disposição para analisar sugestões de pauta e auxiliar os setores em decisões relacionadas à Comunicação.



## Devo gerenciar redes sociais digitais setoriais?

Os setores que tiverem necessidades específicas ou volume frequente de conteúdo a ser publicizado poderão gerenciar seus próprios perfis, a serem administrados preferencialmente por servidores com formação na área de Comunicação.

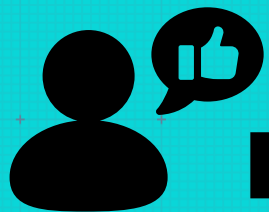




## Recomendações iniciais

É recomendável ao gestor dos perfis ligados à UFCA que observem sempre o caráter público da instituição. Assim, devem ser sempre seguidos os princípios determinados pelo artigo 37 da Constituição Federal:

- » Legalidade;
- » Impessoalidade;
- » Moralidade;
- » Publicidade;
- » Eficiência



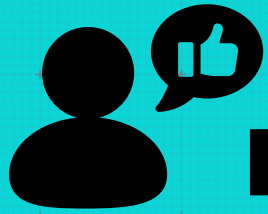
## Recomendações iniciais

Recomendamos, ainda, que seja seguido o Manual de Identidade Visual da UFCA, quanto às aplicações da marca institucional, disponível em:



[ufca.edu.br](http://ufca.edu.br)



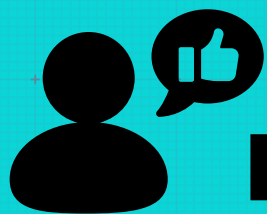


## **Recomendações iniciais**

O perfil deve, ainda, se ater ao caráter institucional da Universidade e da marca que carrega, devendo sempre ser cortês, gentil e atento.

É preciso ter atenção às informações que estão descritas: todas devem estar corretas.

Também é importante realizar a checagem dos links a serem utilizados, verificando se estão funcionais.



## Recomendações iniciais

As páginas não devem ser criadas e, logo após, "abandonadas". É ideal que as postagens nos perfis setoriais tenham periodicidade mínima de duas publicações semanais.

Informações de cunho político e propagandas de empresas privadas **NÃO DEVEM SER REPRODUZIDAS** nos perfis que levem a marca oficial, pois atentam contra a impessoalidade pública e, caso ocorram, são passíveis de medidas administrativas. Em caso de dúvidas, a Diretoria de Comunicação e a Procuradoria devem ser consultadas.

# Páginas do Facebook



O nome da página deve seguir um padrão de identificação, para remeter a instituição:

Nome do setor + UFCA

Nome do projeto + UFCA

Por exemplo:

Enactus UFCA

Pró-Reitoria de Extensão da UFCA



# Páginas do Facebook



Quanto à divulgação de eventos, além de publicá-los no perfil do seu projeto/setor, é importante inseri-los no site oficial, no campo "Eventos". Todos os setores da UFCA têm credenciais de acesso para publicação. Caso o evento seja de um projeto, você pode entrar em contato com o setor ao qual a iniciativa está ligada, para que este realize a publicação.

Por exemplo:

Projetos de Extensão podem solicitar apoio à Pró-Reitoria de Extensão para publicação de seus eventos

# Páginas do Facebook

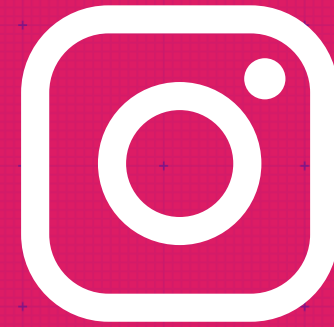


Para divulgar um evento, você **não pode esquecer** as informações básicas, que devem vir em primeiro plano:

- Qual o nome do evento?
- Quais são os convidados/palestrantes? (se houver)
- Quando irá ocorrer?
- Onde irá ocorrer?
- Quem pode participar?
- Como participar/inscrever-se?
- Qual será a carga horária do certificado? (se houver)

Demais informações, se necessárias, devem vir depois.

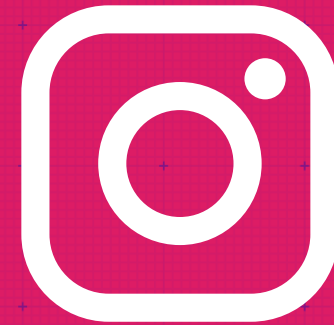
# Perfis do Instagram



Esta rede social digital exalta a estética e tem como carro-chefe a publicação de imagens. Assim, gestores de perfis no Instagram devem prezar pela qualidade do que é postado.



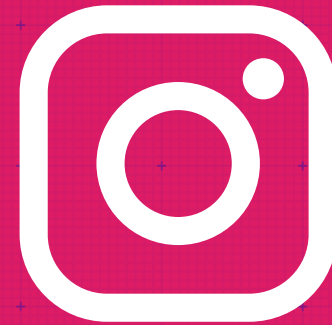
# Perfis do Instagram



Imagens no Instagram podem ser postadas no chamado "feed" (que reúne todas as publicações do perfil e serve como um resumo do conteúdo que você produz) ou nos chamados "stories" (espaço em que fotos ou vídeos permanecem acessíveis para os seguidores por 24h. Depois disso, os conteúdos são ocultados).

É possível ainda utilizar o recurso do IGTV, especificamente para vídeos.

# Perfis do Instagram

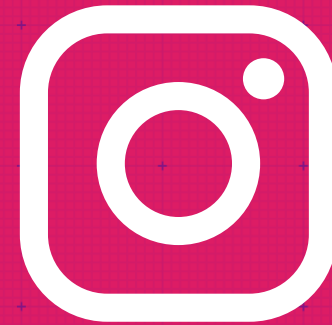


Para o feed, temos três tamanhos padrão definidos pelo Instagram:

- Square (o “quadrado”): o tamanho mínimo é de 600 x 600 pixels – recomendamos 1.080 x 1.080 px.
- Landscape (horizontal, tipo paisagem): o tamanho mínimo é de, aproximadamente, 600 x 315 pixels – recomendamos 1.080 x 608 px.
- Portrait (imagem vertical): o tamanho mínimo é de, aproximadamente, 600 x 750 pixels – recomendamos 1.080 x 1.350 px.



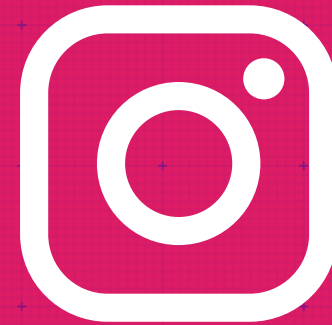
# Perfis do Instagram



Para stories, o tamanho pode variar de dispositivo para dispositivo. Recomendamos uma dimensão aproximada de 1.080 x 1.920 pixels (mínima de 600 x 1067 px).

As informações mais importantes devem ser dispostas no centro da imagem, para garantir uma "borda" de segurança que permita visualização em dispositivos de tamanhos diversos.

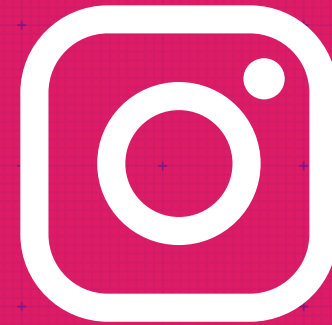
# Perfis do Instagram



Para o IGTV, o vídeo deve ter algumas especificidades, vejamos:

- Máximo de 15 minutos, quando carregado de um celular;
- Máximo de 60 minutos, quando carregados pela web;
- Formato .mp4;
- Proporções de 9:16 (vertical) ou de 16:9 (horizontal);
- Taxa de quadros mínima de 30 FPS e resolução mínima de 720 linhas.

# Perfis do Instagram



Todos os conteúdos produzidos devem, ainda, seguir as diretrizes do Instagram e as recomendações anteriores deste Guia.

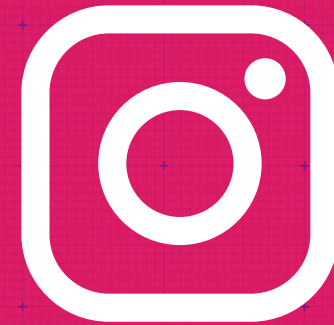
Para o Instagram, também é importante focar a sua audiência. Conversar com o seu interlocutor.

A legenda deve ser curta e explicativa, sem omitir informações importantes. Ao mesmo tempo, ela não deve ser cansativa para o leitor.

É recomendável **evitar**:

- Repetição de informações;
- Uso constante de termos e titulações desnecessários;
- Deixar as informações mais importantes para o fim da legenda, como local e data de eventos.

# Perfis do Instagram



Recomendamos, ainda, o uso das hashtags #UFCA e #SomosUFCA. Sempre que possível, marque o perfil oficial da instituição no Instagram, para ciência da publicação pela Diretoria de Comunicação.

Caso precisem de apoio da Dcom/UFCA nas suas publicações, os setores devem abrir um ticket para a Diretoria.

Marcar o perfil oficial da UFCA no Instagram não anula essa necessidade.

# Youtube



Os setores não devem abrir canais no YouTube, dada a necessidade de adaptações técnicas para o desenvolvimento de um bom projeto. Caso precise de auxílio nesta rede, procure a Dcom, pelo e-mail:

[dcom@ufca.edu.br](mailto:dcom@ufca.edu.br)



# Lista de transmissão no Whatsapp



O uso do WhatsApp é pessoal. Assim, o destinatário das mensagens não é obrigado a receber informações que não deseje.

Recomenda-se, portanto, cautela do emissor na utilização do aplicativo para envio de conteúdo promocional da UFCA.

A Dcom/UFCA gerencia listas de transmissão da Universidade, avaliando adequadamente a necessidade dos envios. Caso precise utilizá-las, o interessado pode procurar a Diretoria.

**Essas foram as recomendações desse Guia Prático para melhorar a Comunicação Digital praticada no âmbito da Universidade Federal do Cariri.**

**Caso precise de outras orientações, entre em contato com a Diretoria de Comunicação:  
[dcom@ufca.edu.br](mailto:dcom@ufca.edu.br)**



**UNIVERSIDADE  
FEDERAL DO CARIRI**