

Sumário

Manual de Comunicação e Marketing do SiB/FURG	2
1. Apresentação	2
2. Objetivos	2
3. Definição e Atribuições da Comunicação e Marketing do SiB	3
4. Fluxos de Solicitação e Divulgação	3
5. Canais Oficiais de Comunicação do SiB/FURG	4
6. Padrões e Boas Práticas de Conteúdo.....	4
7. Atualização e Vigência.....	4

Manual de Comunicação e Marketing do SiB/FURG

Comissão de Comunicação e Marketing – CCMkt

1. Apresentação

A **Comissão de Comunicação e Marketing (CCMkt)** do **Sistema de Bibliotecas da FURG (SiB/FURG)** foi criada em 2020, com o propósito de fortalecer a presença institucional do SiB e promover uma comunicação integrada entre as bibliotecas do sistema, a comunidade acadêmica e a sociedade.

Sua criação atendeu à necessidade de **organizar, padronizar e ampliar as ações de divulgação e marketing** das bibliotecas vinculadas ao SiB FURG, contribuindo para uma identidade visual e comunicacional unificada.

A CCMkt é **formada por servidores do SiB que atuam de forma colaborativa**, sem a configuração de um setor administrativo fixo. Sua atuação é **orientada pela Coordenação do SiB e articulada com a Secretaria de Comunicação (SECOM/FURG)**, garantindo o alinhamento às diretrizes institucionais da Universidade.

Ao longo dos anos, a Comissão tem aprimorado o **uso dos canais de comunicação**, o **planejamento estratégico de conteúdo** e a **aplicação de boas práticas de marketing digital**, ampliando a visibilidade das ações e serviços das bibliotecas.

Cada membro da CCMkt contribui com a **gestão de canais institucionais**, a **produção de conteúdo informativo e promocional**, e a **articulação com a SECOM/FURG**, assegurando que a comunicação do SiB seja integrada, transparente e representativa de toda a comunidade universitária.

2. Objetivos

O Manual de Comunicação e Marketing do SiB/FURG tem como objetivo orientar e padronizar as ações de comunicação do Sistema de Bibliotecas, fortalecendo sua identidade institucional e ampliando a visibilidade de suas atividades. Entre seus objetivos específicos, destacam-se:

- Promover a visibilidade das ações, serviços e produtos do SiB e de suas bibliotecas;
- Garantir alinhamento com as políticas de comunicação da FURG;
- Estimular a cultura da comunicação colaborativa e integrada;
- Manter uma comunicação clara, acessível e estratégica com os públicos internos e externos.

3. Definição e Atribuições da Comunicação e Marketing do SiB

A atividade de Comunicação e Marketing do SiB tem como missão promover a visibilidade das ações, serviços e produtos das bibliotecas vinculadas ao Sistema, estabelecendo uma comunicação eficaz entre a unidade e seus públicos internos e externos. A CCMkt atua como elo entre o SiB, a comunidade acadêmica e a sociedade, sendo responsável por gerenciar e disseminar informações de maneira estratégica, fortalecendo a imagem institucional do Sistema de Bibliotecas.

- Registro e Divulgação de Atividades: realizar o registro jornalístico e fotográfico das ações e eventos promovidos pelo SiB.
- Atendimento aos Meios de Comunicação: prestar atendimento aos veículos de comunicação locais e institucionais.
- Comunicação com o Público: manter canais ativos com o público interno e externo por meio dos canais oficiais do SiB.
- Recebimento de Conteúdos: centralizar o recebimento de materiais de divulgação via sib.comunicacao@furg.br.
- Criação e Distribuição de Conteúdo: elaborar textos, imagens e vídeos para plataformas digitais e materiais institucionais.
- Gestão das Mídias Digitais: planejar, publicar e monitorar conteúdos nas redes sociais e site institucional.
- Promoção dos Serviços e Produtos: divulgar os serviços, cursos e eventos oferecidos pelas bibliotecas.
- Assessoria e Apoio a Eventos: apoiar a divulgação e o registro das atividades do SiB.
- Colaboração em Campanhas Institucionais: atuar junto à SECOM/FURG em campanhas e ações institucionais.
- Envio de Releases e Atualização do Portal: redigir e encaminhar releases à SECOM/FURG e manter o site do SiB atualizado.
- Participação em Grupos de Trabalho: integrar GTs e ações de comunicação da Universidade.

4. Fluxos de Solicitação e Divulgação

As solicitações de divulgação de ações, eventos ou notícias devem ser encaminhadas à Comissão de Comunicação e Marketing por meio do e-mail institucional sib.comunicacao@furg.br. O envio deve conter todas as informações relevantes (título, data, horário, local, resumo da ação e imagem, se houver).

Para solicitações de publicação nos canais institucionais da FURG (como o Portal da Universidade), a CCMkt fará a intermediação com a SECOM/FURG. O conteúdo deve estar revisado e acompanhado de informações completas e imagens em boa qualidade. O prazo mínimo recomendado para envio é de dois dias úteis antes da data prevista de divulgação.

5. Canais Oficiais de Comunicação do SiB/FURG

- Site institucional: www.biblioteca.furg.br
- Instagram: @sibfurg
- YouTube: SiB FURG
- Argo: comunicados internos no sistema institucional da FURG
- E-mail institucional: sib.comunicacao@furg.br

6. Padrões e Boas Práticas de Conteúdo

A comunicação do SiB deve seguir os padrões de identidade visual e linguagem institucional da FURG. Todo conteúdo deve prezar pela clareza, objetividade e acessibilidade. As publicações devem ser revisadas quanto à ortografia, coerência e formatação antes da divulgação.

- Usar linguagem clara, inclusiva e institucional;
- Evitar abreviações e jargões técnicos;
- Incluir crédito e fonte das imagens utilizadas;
- Garantir acessibilidade visual e textual;
- Planejar postagens conforme cronograma da CCMkt.

7. Atualização e Vigência

Este Manual foi atualizado em outubro de 2025 pela Comissão de Comunicação e Marketing (CCMkt) do Sistema de Bibliotecas da FURG. Seu conteúdo será revisto periodicamente para adequação às novas diretrizes institucionais e às práticas de comunicação da Universidade.