

INFORME

Nas próximas semanas, o Fique por Dentro publica uma série com orientações para a criação e uso de marcas e selos da Embrapa. Em dezembro de 2011 a Secretaria de Comunicação (Secom) criou um documento orientador para ordenar os vários selos e marcas criados para divulgar ações da empresa.

	Criação de marcas PERMITIDA	Criação de marcas VEDADA	Criação de marcas de acordo com modelo estabelecido pela SECOM
Comunicação e Informação	- Programas de rádio - Programas de TV - Minibibliotecas - Portais de conteúdo ou negócios - Publicações técnico-científicas. <i>Obs: a identificação só poderá aplicada no contexto do projeto gráfico da publicação.</i> <i>O padrão a ser estabelecido pela Secom orientará quanto às restrições de uso de elementos de identidade visual da marca Embrapa.</i>	- Campanhas (publicitárias, promocionais, de divulgação, de comunicação interna) - Avisos e informes - Hotsites promocionais - Árvores hiperbólicas - Catálogos de tecnologias	- Publicações jornalísticas para público interno e/ou externo. <i>A Secom definirá o modelo e seu manual que deverão ser seguidos pelas Unidades.</i>
Gestão Organizacional		- Grupos de trabalho - Comitês - Comissões internas/externas - Estruturas físicas da Empresa - Ferramentas de trabalho de uso exclusivo dos empregados da Embrapa.	