



Guia para site
e mídias sociais do Curso de
GESTÃO PÚBLICA

EXPEDIENTE

REITORA

Ursula Rosa da Silva

VICE-REITOR

Eraldo dos Santos Pinheiro

DIRETORA DO CENTRO DE CIÊNCIAS SÓCIO-ORGANIZACIONAIS

Isabel Cristina Rosa Barros Razia

COORDENADORA DO CURSO DE GESTÃO PÚBLICA

Caroline Casali

REDAÇÃO E EDIÇÃO:

Caroline Casali

PESQUISA:

Alice Blaas Amaral

Brenda Pieper Manke

Bruna Gouvêa Freitas

Diuli Oliveira Domingues

Gabriel Bruno Diniz

Gisele Ferreira da Rosa

Jennifer Termesano Gutierrez

Julia Ferreira Candia

Rubiani Hellwig Klug

Tainã Martins dos Santos

Weslei da Silva Lacerda

PROJETO GRÁFICO E EDITORAÇÃO:

Caroline Casali

Pelotas/RS

Revisado e atualizado em agosto de 2025

APRESENTAÇÃO

O Curso de Gestão Pública da Universidade Federal de Pelotas tem o dever de respeitar as legislações vigentes e observar os princípios de transparência, publicidade e impessoalidade em seus processos de comunicação, em consonância aos objetivos da comunicação pública. Observando essa missão, o projeto “*Comunicação organizacional e comunicação pública para o Curso de Gestão Pública*” empreende ações de ensino e extensão para a qualificação da comunicação do Curso com seus públicos de interesse.

Como parte de suas atividades, o projeto organizou este **Guia para Site e Mídias Sociais do Curso de Gestão Pública**, um documento com diretrizes para padronização da produção e divulgação de conteúdos relacionados ao Curso. O Guia foi elaborado a partir de ampla pesquisa, realizada entre 2024 e 2025, com a observação da legislação vigente sobre comunicação na administração pública e estudo de guias e manuais de mídias sociais de universidades federais brasileiras.

Neste Guia, servidores, estudantes e gestores do Curso encontram orientações relativas à gestão de site e perfis em mídias sociais em relação a:

- Descrição das mídias do Curso;
- Responsabilidade sobre site e mídias sociais do Curso;
- Públicos de interesse do Curso;
- Relacionamento em mídias sociais do Curso;
- Periodicidade das publicações;
- Formatos das publicações;
- Conteúdos das publicações;
- Linguagem e acessibilidade nas publicações; e
- Direito de imagem.

O Guia foi pensado considerando a existência do site oficial do Curso de Gestão Pública, desde 2022; a criação de perfil do Curso na rede social Instagram, prevista para o segundo semestre de 2025; e as potencialidades de uso do Whatsapp. Orienta-se a atualização periódica deste Guia a depender dos resultados de divulgação nestas plataformas e da criação de perfis em outras mídias.

Pelotas, agosto de 2025

Caroline Casali

Coordenadora do projeto “*Comunicação organizacional e comunicação pública para o Curso de Gestão Pública*”

MÍDIAS DO CURSO DE GESTÃO PÚBLICA

SITE OFICIAL DO CURSO

O site do Curso de Gestão Pública (<https://wp.ufpel.edu.br/gestaopublica/>) está hospedado no WordPress Institucional da Universidade Federal de Pelotas. Todo o conteúdo pode ser editado utilizando apenas um navegador web.

Os objetivos centrais da criação e manutenção do site são:

- a) preservar a memória institucional do Curso, guardando informações essenciais sobre o seu funcionamento;
- b) publicizar as ações do Curso, dando visibilidade à tomada de decisão do Colegiado do Curso, de seu Núcleo Docente Estruturante e de ações e projetos realizados por servidores e estudantes;
- c) oferecer funcionalidades para administração da vida acadêmica aos estudantes, tais como registro de atividades complementares e estágios não-obrigatórios, bem como informar aos estudantes sobre calendário, horários, salas e outros regramentos do Curso; e
- d) promover o Curso de Gestão Pública para a comunidade.

O site do Curso de Gestão Pública deve ser atualizado, exclusivamente, pela Coordenação do Curso, que concentra as informações sobre seus diferentes colegiados. Cabe à Coordenação do Curso manter as atuais abas pensadas para o site, atualizando e incrementando informações de acordo com as necessidades percebidas e avaliadas pelo Colegiado de Curso.

INSTAGRAM

O Instagram é uma rede social gratuita, focada no compartilhamento de fotografias/imagens e vídeos. As principais ferramentas do Instagram são: publicações de fotos e vídeos no feed (que permanecem no perfil), publicação de stories (fotos e vídeos que permanecem no perfil por 24 horas), publicação de reels (vídeos curtos e criativos que permanecem no perfil), mensagens diretas (para conversas privadas), lives (transmissões ao vivo).

O Curso de Gestão Pública está inscrito no Instagram sob perfil @gestaopublicaufpel (<https://www.instagram.com/gestaopublicaufpel/>), cadastrado pelo email institucional gestaopublica@ufpel.edu.br.

Os objetivos centrais da criação e manutenção do Instagram do Curso de Gestão Pública são:

- a) publicizar as ações do Curso de Gestão Pública para a comunidade interna;
- b) promover o Curso de Gestão Pública para a comunidade externa, especialmente em relação às formas de ingresso e funcionamento do Curso;
- c) divulgar eventos realizados pelo Curso para a comunidade interna e externa; e
- d) divulgar o conhecimento produzido pelo Curso para a comunidade interna e externa.

O perfil do Curso de Gestão Pública no Instagram deve ser atualizado pela Coordenação do Curso e por estudantes vinculados a projetos de extensão, impreterivelmente sob orientação de docentes de Gestão Pública.

WHATSAPP

O Whatsapp é um aplicativo de mensagens instantâneas gratuito, usado para enviar textos, áudios, fotos, vídeos, documentos, fazer chamadas de voz e vídeo e participar de grupos de conversa.

O Curso de Gestão Pública não realiza, ainda, o uso institucional deste aplicativo, mas diante das potencialidades de disparo de mensagens especialmente ao público interno a partir do Whatsapp, é possível pensar a institucionalização do uso do aplicativo.

RESPONSABILIDADES SOBRE SITE E MÍDIAS SOCIAIS DO CURSO DE GESTÃO PÚBLICA

As mídias sociais do Curso de Gestão Pública estão sob responsabilidade da Coordenação do Curso, que pode repassar a atualização dos perfis para estudantes vinculados a projetos de extensão sob coordenação de docentes do Curso.

As mídias sociais de projetos, disciplinas e grupos vinculados ao Curso estão sob responsabilidade de seus coordenadores. Quando a gestão de mídias sociais vinculadas ao Curso for realizada por estudantes, é obrigatória a revisão de conteúdos por servidores.

PÚBLICOS DE INTERESSE DO CURSO DE GESTÃO PÚBLICA

O Curso de Gestão Pública, por meio de seu site e mídias sociais, busca estabelecer relacionamento com:

- A comunidade do curso: visando dar mais transparência às ações realizadas e gerar pertencimento aos seus estudantes e docentes;
- Futuros alunos: visando dar visibilidade às formas de ingresso no Curso e ao seu funcionamento; e
- Comunidade: visando compartilhar conhecimentos produzidos em disciplinas, projetos, grupos e ações do Curso, com foco em conteúdos informativos e no interesse público.

GESTÃO DE RELACIONAMENTO EM SITE E MÍDIAS SOCIAIS DO CURSO DE GESTÃO PÚBLICA

O site e as mídias sociais do Curso de Gestão Pública foram criados especialmente para o relacionamento do Curso com seus públicos de interesse. Por isso, é necessária especial atenção às interações realizadas com esses públicos.

Em relação ao site, a interação é possível pelos contatos disponibilizados na aba “Contato”, que deve ser periodicamente atualizada. Recomenda-se, ainda, a inclusão de email

institucional do Curso nesta aba (gestaopublica@ufpel.edu.br). A responsabilidade por esta atualização, bem como pela resposta aos emails enviados é da Coordenação do Curso.

Em relação ao Instagram, a interação pode acontecer de diferentes formas: seguindo perfis ou permitindo que sigam o perfil do Curso, pela curtida em postagens, compartilhamento de postagens, comentários em postagens, e envio de mensagens privadas.

O perfil do Curso de Gestão Pública no Instagram não deve seguir perfis de pessoas físicas (estudantes, servidores, membros da comunidade), empresas comerciais ou partidos políticos, sob o risco de privilegiar a promoção de indivíduos em detrimento do interesse público. Por outro lado, recomenda-se que o perfil siga outros Cursos, departamentos, unidades e centros de ensino de seu interesse, para auxiliar na difusão de informações relevantes a estudantes, servidores e comunidade em geral.

O perfil do Curso de Gestão Pública no Instagram não deve curtir, compartilhar ou comentar postagens de pessoas físicas (estudantes, servidores, membros da comunidade), empresas comerciais ou partidos políticos. Quando mencionado em stories sobre eventos institucionais, o perfil do Curso pode repostar o conteúdo visando informação e engajamento. Deve curtir e compartilhar apenas postagens de interesse público, especialmente relacionadas com a área de Gestão Pública ou com informes universitários.

O perfil deve publicizar os horários de resposta para mensagens privadas e respondê-las, inicialmente, com mensagem automática (com horário de retorno). Essa resposta deve ser realizada, obrigatoriamente, sob orientação/revisão de um servidor.

Comentários e respostas realizadas pelo perfil do Curso de Gestão Pública devem seguir as recomendações abaixo descritas:

- Comentários positivos devem ser curtidos e os negativos não devem ser apagados;
- Comentários que contiverem insultos pessoais, incitarem a violência, violarem leis ou configurarem spam devem ser ocultados. Antes de excluir o comentário, deve ser realizado o registro da imagem (print), que deve ser salvo em drive com a identificação do usuário, data e hora da exclusão;
- É conveniente responder a todos os comentários. As mensagens não devem ficar sem respostas, mesmo que seja para redirecionar o usuário a outro canal;
- A resposta ou comentário deve ser em tom institucional, respeitoso e empático;
- As informações compartilhadas devem ser precisas, atualizadas e verificadas;
- Sempre que possível, deve ser indicado o link da fonte original da informação;
- Contatos ou dados de servidores e estudantes não devem ser compartilhados;
- Discussões longas devem ser evitadas, orientando que o usuário busque canais oficiais (Exemplo: “Para detalhes sobre esta decisão/evento/processo, favor entrar em contato com a Pró-Reitoria de Assuntos Estudantis pelo email praec@ufpel.edu.br. Estamos à disposição”);

PERIODICIDADE DAS POSTAGENS EM SITE E MÍDIAS SOCIAIS DO CURSO DE GESTÃO PÚBLICA

Em relação ao site, a publicação de notícias, eventos, ações e projetos, bem como a atualização das abas e de suas informações, devem ser realizadas por demanda, pela Coordenação do Curso.

Para o perfil do Curso de Gestão Pública no Instagram, orienta-se a programação de postagens no feed, de forma que haja padronização. Recomenda-se a postagem de, ao menos, três publicações por semana, sendo uma delas relacionada a projetos de ensino, pesquisa e/ou extensão, outra sobre informações do Curso (editais, cursos, eventos, datas comemorativas, comunidade etc.) e uma terceira relacionada à memória institucional, que pode responder à hashtag TBT (*Throw Back Thursday*, em português “lembrança de quinta-feira”). Esta deve ser postada obrigatoriamente nas quintas-feiras com fotos antigas de fatos históricos, memórias, atividades anteriores.

Para os stories, recomenda-se a publicação de, ao menos, uma postagem diária. Os stories podem ser utilizados também para auxiliar na divulgação de posts do feed. Para conseguir mais visualizações, orienta-se publicar os stories em diferentes horários do dia (9h, 12h, 16h, 18h, 21h). Para os stories, podem ser exploradas dicas de cursos de instituições parceiras (como da Escola Nacional de Administração Pública), bem como eventos internos da UFPel.

CONTEÚDO DAS POSTAGENS EM SITE E MÍDIAS SOCIAIS DO CURSO DE GESTÃO PÚBLICA

Alguns conteúdos devem ser publicados exclusivamente no site do Curso de Gestão Pública, tais como:

- Atas de Colegiado de Curso e de Núcleo Docente Estruturante;
- Resoluções da Coordenação de Curso;
- Portarias internas, contratos, convênios e termos de compromisso;
- Notas de falecimento ou pesar.

Para **publicações no feed** do perfil do Curso no Instagram, orienta-se a divulgação de conteúdos informativos, didáticos e de relacionamento, desde que tenham um cuidado estético, com foco na qualidade da imagem publicada. Para a funcionalidade de repost, recomenda-se o compartilhamento apenas de postagens de perfis institucionais, que tenham imagens relacionadas a temas de interesse público, ou de perfis pessoais quando relacionadas a eventos institucionais do Curso e em que o perfil esteja mencionado.

As **legendas** utilizadas tanto em publicações no feed quanto reposts, devem ser dialógicas (conduzindo os usuários a ações, trazendo informações complementares e usando hashtags relacionadas). Não devem ser citados links nas legendas, pois não é possível acessá-los a partir dali. Para links essenciais, pode-se usar a ferramenta “Link na Bio”.

Recomenda-se a utilização de hashtags pré-definidas ou já presentes em outras mídias da Universidade, dentre as quais:

- #GestaoPublicaUfpel
- #orgulhoufpel
- #ufpel
- #CCSO
- #PRAE
- #graduação
- #ensino
- #pesquisa
- #extensão
- #acessibilidade
- #diversidadeeinclusão
- #paratodosverem

Para **publicação em stories**, orienta-se divulgar notícias, editais internos e externos, campanhas, eventos, cursos, avisos etc. Como recursos para a construção dos stories podem ser utilizados hashtags, GIFs, emojis, localização e outras ferramentas como enquetes e perguntas, desde que mantido o tom institucional, respeitoso e empático.

Ainda em relação ao conteúdo das postagens em mídias sociais do Curso de Gestão Pública recomenda-se:

- Evitar a promoção de personalidades, focando em setores institucionais em vez de valorizar as pessoas envolvidas nas ações divulgadas;
- Não realizar qualquer menção a conteúdo comercial;
- Não realizar qualquer menção a conteúdo político-partidário ou religioso;
- Não realizar discursos de ódio ou violência;
- Não realizar qualquer menção a conteúdos de racismo ou discriminação;
- Não compartilhar conteúdos reconhecidos como spam ou correntes;
- Checar todas as informações antes de publicá-las, evitando compartilhamento de informações falsas ou imprecisas.

Recomenda-se, ainda, a observação à pluralidade e diversidade dos conteúdos postados, utilizando imagens de pessoas de diferentes idades, cores, orientações sexuais e gêneros.

LINGUAGEM DAS PUBLICAÇÕES EM SITE E MÍDIAS SOCIAIS DO CURSO DE GESTÃO PÚBLICA

Observando as diretrizes do Projeto de Lei da Linguagem Simples (PL 4399/2021), bem como a Política de Atendimento ao Usuário dos Serviços Públicos (Decreto nº 10.930/2022) e os Direitos do Usuário dos Serviços Públicos (Lei nº 13.460/2017), este Guia orienta que as publicações em site e mídias sociais do Curso de Gestão Pública observem o seguinte regramento:

- A linguagem deve ser simples, respeitosa, acessível e impessoal;
- As frases devem ser curtas, diretas e objetivas;
- Siglas, jargões e palavras estrangeiras devem ser evitados;
- Termos técnicos ou científicos devem ser traduzidos/explicados;

- Ambiguidades e complexidades devem ser evitadas;
- Linguagem inapropriada, obscena, caluniosa, grosseira ou ofensiva não deve ser utilizada;
- A sigla deve ser escrita por extenso a primeira vez que aparece no texto, colocando-a entre parênteses (Exemplo: “O Centro de Ciências Sócio-Organizacionais (CCSO)”);
- A sigla da Universidade Federal de Pelotas deve ser escrita com as três primeiras letras em maiúsculas e “el” em minúsculas (UFPel);
- Para mencionar servidores, deve-se usar primeiramente o título e, depois, o nome completo (Exemplo: “De acordo com a professora Dra. Caroline Casali”, “De acordo com o técnico-administrativo Me. Christian Geisler”);
- Os cargos das pessoas citadas devem aparecer antes de seu nome completo (Exemplo: “A reitora da Universidade Federal de Pelotas, professora Dra. Úrsula Rosa da Silva,”). No caso de identificações longas, deve-se escrever a profissão, nome completo e a atividade que a pessoa exerce (Exemplo: “A professora Dra. Caroline Casali, coordenadora do projeto “Comunicação organizacional e comunicação pública para o Curso de Gestão Pública”,”);
- Para citar horário, deve-se utilizar números seguidos por “h” (para hora cheia) ou números seguidos por “h” e minutos correspondentes (Exemplos: 9h ou 9h30). A abreviação de minutos somente deve ser empregada quando houver necessidade de especificação de segundos (Exemplo: 9h30min30s);
- Datas devem ser escritas por extenso (Exemplo: 14 de junho);
- Sempre que o link estiver identificado como tal, não devem ser usadas expressões como “clique aqui”, “link para” ou “clique na imagem”.

ACESSIBILIDADE DAS PUBLICAÇÕES EM SITE E MÍDIAS SOCIAIS DO CURSO DE GESTÃO PÚBLICA

Considerando a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Lei nº 13.146/2015) e o Decreto nº 9.296/2018, que regulamenta o uso de recursos de acessibilidade na comunicação, as publicações do site e das mídias sociais do Curso de Gestão Pública devem ser acessíveis à comunidade como um todo. Para isso, devem respeitar as seguintes orientações:

- Os vídeos devem ser compreendidos mesmo quando o som estiver desativado. Portanto, legendas são obrigatórias;
- Lives devem ser realizadas com o recurso de tradução em Língua Brasileira de Sinais (Libras);
- Sempre que possível, devem ser realizadas versões do conteúdo multimídia em audiodescrição;
- As imagens devem ser acompanhadas de um texto com descrição da imagem, para que pessoas com deficiência visual compreendam o conteúdo visual da publicação. Recomenda-se a utilização da hashtag #paratodosverem, seguida de texto verbal com tradução dos elementos visuais das imagens. Essa descrição deve ser objetiva, com palavras e frases curtas, sem julgamento ou opinião. A descrição deve seguir a ordem da esquerda para a direita e de cima para baixo. Deve-se evitar a redundância, sem necessidade de iniciar as frases por “imagem de” ou “foto de”.

DIREITO DE IMAGEM EM PUBLICAÇÕES DO SITE E MÍDIAS SOCIAIS DO CURSO DE GESTÃO PÚBLICA

Em consideração ao direito de imagem, as publicações do site e das mídias sociais do Curso de Gestão Pública devem respeitar as seguintes orientações:

- Devem ser utilizadas apenas fotografias, desenhos ou gráficos próprios ou de bancos de imagens gratuitos;
- Sempre que possível, indicar a fonte das imagens publicadas;
- Quando a fotografia apresentar pessoas em grupos em eventos públicos, não é necessário obter termo de cessão de direito de imagem;
- Quando a fotografia trazer pessoas em primeiro plano, mesmo que em eventos públicos, é recomendada a obtenção de termo de autorização de uso de imagem (conforme modelo em anexo);
- Evitar uso de imagens de crianças, adolescentes ou pessoas em vulnerabilidade. Caso a imagem seja imprescindível, o termo de autorização de uso de imagem (preenchido por pais ou responsáveis) é obrigatório;
- Mesmo com autorização de uso de imagem, não se deve usar a imagem em contexto diferente do original, nem a vincular a conteúdos políticos, religiosos, comerciais ou sensíveis.

IDENTIDADE VISUAL DE PUBLICAÇÕES EM MÍDIAS SOCIAIS DO CURSO DE GESTÃO PÚBLICA

Em relação à apresentação do perfil do Curso de Gestão Pública no Instagram (bio), orienta-se indicar que se trata de um curso público e gratuito, localizado na cidade de Pelotas/RS, e os horários de respostas às mensagens privadas. Para a construção do Linktree (ferramenta online que permite reunir vários links na bio do Instagram), recomenda-se criar links para:

- O site do Curso de Gestão Pública;
- O Guia do Ingressante do Curso de Gestão Pública;
- O site da Especialização em Gestão Pública e Desenvolvimento Regional;
- O site do Mestrado Profissional em Administração Pública (Profiap);

Orienta-se, também, a criação de destaques para guardar informações importantes e facilitar o acesso dos usuários a elas. Como destaques para o Curso de Gestão Pública, recomenda-se:

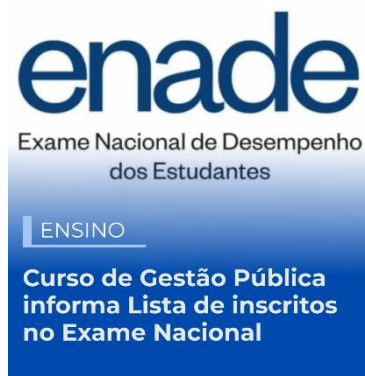
- Ingresso;
- Ensino;
- Pesquisa;
- Extensão;
- Eventos;
- Assistência estudantil.

Em relação ao layout das publicações, orienta-se que o feed do Curso de Gestão Pública no Instagram seja organizado, com uso de cores previstas na identidade visual do Curso (azul cobalto, cinza e branco), com acréscimo de cores complementares. Além disso, recomenda-se o uso de selos nas postagens (facilitando a identificação de sua temática e sua sistematização em destaques). Como selos, podem ser considerados:

- Ensino (disciplinas, projetos, atividades, visitas técnicas etc.);
- Pesquisa (conhecimento produzido);
- Extensão (relações com a sociedade);
- Eventos (cursos, palestras, seminários, formaturas etc.);
- Ingresso (editais de ingresso e reingresso, sisu, pave etc.);
- Oportunidades (estágios, cursos ofertados por parceiros, disciplinas especiais etc.);
- #souGestãoPública (comunidade do Curso);
- #tbt (memória institucional);
- Assistência estudantil;
- Resumo do mês (publicação com as principais realizações do Curso naquele mês, postada sempre em seu último dia).

Como referência de layout para postagens no feed do Instagram, recomenda-se os modelos abaixo ilustrados, elaborados no Canva, com a seguinte configuração:

- Card intitulado “post para Instagram”, com dimensões de 1080 px x 1350 px;
- Uso de gradiente em azul cobalto, até aproximadamente 1/3 da imagem;
- Uso de cores pré-definidas para linhas que circundam cada selo:
 - Ensino: azul claro;
 - Pesquisa: verde menta;
 - Extensão: laranja;
 - Eventos: verde limão;
 - Ingresso: lilás;
 - Oportunidades: amarelo.
- Para selos: fonte Montserrat, tamanho aproximado de 47, cor branca, sem negrito;
- Para chamadas: fonte Montserrat, tamanho aproximado de 53, cor gelo, em negrito, espaçamento entre linhas de aproximadamente 1,15.





Para publicações de outros selos (#souGestãoPública; #tbt; resumo do mês, Assistência estudantil), bem como postagens do tipo reels ou stories, o layout das publicações é livre, resguardando a paleta de cores constantes neste Guia, bem como o tipo de fonte.

ATUALIZAÇÃO DAS EQUIPES E DO GUIA PARA SITE E MÍDIAS SOCIAIS DO CURSO DE GESTÃO PÚBLICA

Recomenda-se que todos os responsáveis pela produção e divulgação de conteúdos no site e mídias sociais do Curso de Gestão Pública realizem o estudo deste Guia e reúnam-se periodicamente para avaliar sua atualidade e a pertinência de retificações e/ou complementações à sua redação.

Recomenda-se, ainda, que as equipes responsáveis pela produção e divulgação de conteúdos no site e mídias sociais do Curso de Gestão Pública avaliem periodicamente os indicadores de desempenho das publicações, visando qualificar a presença digital do Curso e as interações de sua comunidade com a sociedade.

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM

Eu, **[nome completo do(a) participante]**, nacionalidade, estado civil, profissão, inscrito(a) no CPF nº, residente e domiciliado(a) à [endereço completo],

AUTORIZO, de forma gratuita, livre e espontânea, o uso da minha imagem, voz e nome, captados durante **[nome do evento, atividade ou projeto]**, realizado em **[data e local]**, para fins de divulgação institucional do Curso de Gestão Pública da Universidade Federal de Pelotas.

A presente autorização se dá para uso em:

- Fotografias e vídeos;
- Postagens em redes sociais institucionais (como Instagram etc.);
- Sites da Universidade;
- Materiais impressos e digitais (folders, cartazes, relatórios, etc.);
- Eventos e apresentações institucionais.

Declaro que esta autorização é concedida **sem limite de território** e por tempo indeterminado, podendo ser revogada a qualquer momento mediante solicitação formal, sem ônus para qualquer das partes.

Fica vedado o uso da minha imagem em contextos que possam **denegrir minha honra, reputação ou imagem pessoal**, bem como em **conteúdos comerciais ou políticos**, salvo com nova autorização específica.

Declaro ainda estar ciente de que o material poderá ser armazenado em bancos de imagens institucionais e utilizado futuramente, desde que respeitados os fins mencionados acima.

[Cidade], [dia] de [mês] de [ano].

Assinatura do(a) participante: _____
(Nome completo)

Assinatura de responsável legal (caso menor de 18 anos): _____
(Nome completo e CPF)

Assinatura da Instituição / Responsável pelo projeto: _____
(Nome, cargo e setor)