

O Plano de Comunicação para implementação da Política

O processo de internalização da Política de Comunicação e sua aplicação será objeto de um documento complementar intitulado Plano de Comunicação.

O Plano de Comunicação consiste de um conjunto amplo e diversificado de ações e estratégias que serão desenvolvidas, a curto, médio e longo prazos, com o objetivo de implementar efetivamente a Política de Comunicação no Instituto.

Ele incluirá desde ações específicas para divulgar as orientações definidas na Política de Comunicação, no âmbito do Ifes como um todo e de cada campus em particular, até o estabelecimento de processos e estratégias para consolidar a relação do Instituto com os seus públicos estratégicos e mesmo a elaboração de produtos de comunicação (manuais de procedimentos, entre outros).

Resumidamente, o Plano de Comunicação está estruturado em cinco importantes ações institucionais:

I) Divulgação da Política de Comunicação

Como mencionado no capítulo sobre a internalização da Política de Comunicação, a Comissão de Comunicação do Instituto, gestora do processo de implementação da Política de Comunicação, com a parceria dos gestores, líderes do projeto e equipes de comunicação dos campi, estará programando inúmeras ações para a divulgação do documento básico da Política. Essas ações incluem a utilização ampla e intensiva de todos os canais de relacionamento do Instituto e de cada campus para divulgar em rede a Política de Comunicação, dando destaque à sua importância como instrumento de gestão e de consolidação da identidade e da reputação do Ifes. Ao mesmo tempo, evidenciará a necessidade de participação e comprometimento de todos os alunos e servidores para a sua correta e rápida aplicação.

II) Incremento da relação do Ifes com os seus públicos estratégicos

Levantamento da situação atual da relação do Ifes com os seus públicos estratégicos, com a identificação das áreas ou setores responsáveis pelo relacionamento com cada um destes públicos e a existência ou eficácia dos canais utilizados para esse fim.

É importante também identificar os canais de informação produzidos por esses públicos estratégicos com o objetivo de conhecer as suas demandas e expectativas, em particular aquelas que dizem respeito à área de atuação do Ifes.

A Comissão de Comunicação, tendo em vista esse levantamento e ouvidos os setores a serem envolvidos no processo, poderá recomendar a atualização, o reposicionamento e mesmo, quando for o caso, a criação de canais específicos para a promoção deste relacionamento, observadas, evidentemente, as prioridades do Instituto, a disponibilidade de tempo e de recursos necessários para que isso efetivamente ocorra.

III) Elaboração de produtos de comunicação

Durante o processo de elaboração da Política de Comunicação, foi identificada a necessidade de elaboração de manuais de procedimentos para dar conta de atividades específicas de comunicação. Estes manuais consistem de documentos complementares à Política de Comunicação e estão assim definidos:

Manual de Mídias Sociais: conjunto de diretrizes que visam orientar e maximizar a presença do Ifes como um todo e de cada campus em particular nas diferentes mídias sociais.

Código de Conduta nas Mídias Sociais: indica posturas a serem observadas pelos públicos internos do Ifes nas mídias sociais, com destaque aos riscos à identidade e reputação do Ifes pela utilização inadequada destes espaços virtuais.

Manual de Redação: dá orientações sobre critérios a serem observados na redação de veículos ou publicações do Ifes, buscando padronizar procedimentos que contribuam para reforçar a identidade do Instituto e promover a adequada gestão da marca.

Manual de Eventos: estabelece normas e diretrizes que irão subsidiar o planejamento e a realização de eventos pelo Ifes.

Guia de Fontes do Ifes: relação das fontes do Instituto com a indicação de sua área de conhecimento e pesquisa com o objetivo de subsidiar o trabalho da imprensa e de aumentar a visibilidade do Ifes junto aos públicos estratégicos e à opinião pública.

Cadastro de Canais de Comunicação do Ifes: documento, que deve ser atualizado periodicamente, e que traz a relação de todos canais de comunicação do Ifes (jornais e revistas, boletins, murais; portais, blogs, mídias sociais etc) com a indicação de seus objetivos, públicos de interesse, periodicidade e setor/área responsável pela sua produção)

Outros produtos de comunicação: A Comissão de Comunicação poderá, ao longo do processo de implementação da Política, definir pela elaboração de outros guias, códigos ou manuais, se chegar à conclusão de que eles poderão também ser úteis para a efetivação da Política de Comunicação.

IV) Avaliação da eficácia das ações, estratégias e produtos de comunicação

O Plano de Comunicação deve indicar metodologias ou indicadores para avaliar a eficácia das ações, estratégias e produtos de comunicação do Instituto. Pode recomendar a utilização de instrumentos que permitam essa avaliação, como auditorias de imagem, sondagens de opinião junto aos públicos internos e

externos, monitoramento da presença do Ifes nas mídias sociais etc. Deve prever, também, a periodicidade de atualização dos conteúdos constantes dos canais de relacionamento do Ifes, contribuindo para que eles incorporem os fatos e informações mais recentes.

V) Gestão da comunicação

O Plano de Comunicação inclui ações que visam ampliar ou qualificar a estrutura profissionalizada de comunicação, seja com o remanejamento e/ou contratação de novos profissionais para dar conta, sobretudo, das atividades de comunicação realizadas pelos campi, ou ainda com a aquisição de recursos (equipamentos, softwares etc) que são indispensáveis para este trabalho. Ao mesmo tempo, pode indicar a necessidade de capacitação dos profissionais de comunicação do Instituto, tendo em vista a dinâmica desta área que se caracteriza por contínua e rápida evolução.