



# Plano de Comunicação

Comunicação interna e comunicação externa

## **FICHA TÉCNICA**

Instituto de Ciências Sociais  
Campus de Gualtar  
4710-057 Braga

✧ janeiro de 2020 ✧

**Gabinete de Comunicação**

Ana Melo

Daniela Oliveira

# Índice

<b>Introdução .....</b>	<b>4</b>
<b>Apresentação do ICS .....</b>	<b>5</b>
Missão e objetivos	
Organização	
Localização / Instalações	
Atividade	
Pessoas	
<b>Diagnóstico .....</b>	<b>8</b>
Comunicação interna	
Comunicação externa	
Desafios	
<b>Plano de comunicação .....</b>	<b>11</b>
Imagem	
Comunicação interna	
Comunicação externa	
<b>Implementação .....</b>	<b>15</b>
Calendarização	
Equipamentos/serviços a adquirir	
Investimento financeiro	
Avaliação de resultados	
Documentos intercalares	
<b>Anexos .....</b>	<b>19</b>
ANEXO I	
Proposta preliminar de memorando de práticas de comunicação interna	
ANEXO II	
Proposta preliminar de memorando de práticas de comunicação externa	

## Introdução

---

**i** Tendo tomado posse em maio de 2019, a atual equipa da Presidência do Instituto de Ciências Sociais tem vindo a identificar um conjunto de circunstâncias que recomendam a definição de um plano de comunicação interna e externa. Embora as práticas instituídas e de algum modo rotinizadas desempenhem já um papel fundamental para o funcionamento harmonioso das atividades regulares e para a visibilidade pública do Instituto, reconhece-se que a multiplicação de iniciativas e o dinamismo de uma escola que agrega mais de 1.500 pessoas – entre estudantes, docentes/investigadores e funcionários – tornou mais exigente a atenção aos processos de circulação de informação.

A comunicação é hoje, talvez como em nenhuma outra época, um campo decisivo para a imagem pública de uma instituição e para o relacionamento com os públicos e a sociedade. No plano institucional interno, a comunicação é crucial para a boa articulação entre pessoas e setores de atuação, a consolidação da cultura organizacional e o comprometimento com a missão dos grupos e comunidades.

Uma estratégia de comunicação exige, cada vez mais, um apurado trabalho de planificação que não se resume, de modo algum, à necessidade de dar resposta imediata ao quotidiano. Pelo contrário, é no horizonte de médio e longo prazo que se projeta a pertinência de um pensamento estratégico e de uma política integrada de comunicação.

Neste contexto, o presente documento visa, por um lado, identificar as insuficiências, lacunas e/ou problemas relacionados com as práticas de comunicação no seio do ICS e, por outro, traçar um plano de ação que contribua para superar as dificuldades e empreender um eficaz fluxo de informação, condizente com os desafios que se colocam hoje a todas as organizações com responsabilidades sociais. Acresce a este propósito a consciência de que o estatuto social, cultural e político das Ciências Sociais carece de um trabalho de promoção comunicacional que contribua para a visibilidade pública do seu impacto na sociedade.

O plano que a Presidência do ICS traça neste domínio para o período de 2020-2022, alicerça-se, portanto, na convicção de que a comunicação é um processo crucial para o cumprimento dos objetivos do Instituto, tanto na perspetiva pedagógica, como na perspetiva científica e de interação com a sociedade. A atuação do Gabinete de Comunicação do ICS será, assim, central para o exercício de uma política assente na prioridade de fomentar informação de qualidade que inspire e promova solidariedade e compromisso, no plano interno, reconhecimento e confiança, no plano externo.

Dado o dinamismo próprio das instituições, este plano não tem, no entanto, a pretensão de ser um regulamento com carácter impositivo. Será, essencialmente, um documento orientador, aberto à necessidade de revisão e reajustamento na medida do que a experiência aconselhar.

## Apresentação do ICS

---

**i** O Instituto de Ciências Sociais é uma Unidade Orgânica da Universidade do Minho, criada em 1976, apenas três anos depois da fundação da própria universidade. A natureza, missão e princípios, bem como a sua governação e modelo organizativo estão definidos nos Estatutos do Instituto, cuja versão mais recente foi publicada em Diário da República a 25 de setembro de 2018 (Despacho n.º 9032/2018 – Diário da República n.º 185/2018, Série II de 2018-09-25).

### Missão e objetivos

**i** De acordo com os seus estatutos, o Instituto tem como missão gerar, difundir e aplicar conhecimento no âmbito das Ciências Sociais e domínios afins, assente na liberdade de pensamento, promovendo a educação superior e contribuindo para a construção de um modelo de sociedade baseado em princípios humanistas, que tenha o saber, a criatividade e a inovação como fatores de crescimento, desenvolvimento sustentável, bem-estar e solidariedade.

O cumprimento da missão é realizado num quadro de referência internacional, com base na centralidade da investigação e da sua estreita articulação com o ensino, mediante a prossecução dos seguintes objetivos:

a) a formação humana ao mais alto nível, nas suas dimensões ética, cultural, científica, artística, técnica e profissional, através de uma oferta educativa diversificada, da criação de um ambiente educativo adequado, da valorização da atividade dos seus docentes, investigadores e pessoal não docente e não investigador, e da educação pessoal, social, intelectual e profissional dos seus estudantes, contribuindo para a formação ao longo da vida e para o exercício de uma cidadania ativa e responsável;

b) a realização de investigação e a participação em instituições e eventos científicos, promovendo a busca permanente da excelência, a criatividade como fonte de propostas e soluções inovadoras e diferenciadoras, bem como a procura de respostas aos grandes desafios da sociedade;

c) a transferência, o intercâmbio e a valorização dos conhecimentos científicos e tecnológicos produzidos, através da prestação de serviços à comunidade, da realização de ações de formação contínua e do apoio ao desenvolvimento;

d) a promoção de atividades que possibilitem o acesso e a fruição de bens culturais por todas as pessoas e grupos, internos e externos ao Instituto;

e) o intercâmbio cultural, científico e técnico com instituições e organismos nacionais e estrangeiros, através da mobilidade de estudantes, docentes e pessoal não docente e não investigador, do desenvolvimento de programas educacionais e da investigação com base em parcerias, da contribuição para a cooperação internacional, com especial destaque para os países europeus e de língua oficial portuguesa, e da construção de um ambiente multilinguístico no Instituto;

f) a interação com a sociedade, através de contribuições para a compreensão pública da cultura, da análise e da apresentação de soluções para os principais problemas do quotidiano, e de parcerias para o desenvolvimento social e económico, nos contextos regional, nacional ou internacional;

g) a contribuição para o desenvolvimento social e económico da região em que se insere e para o conhecimento, defesa e divulgação do seu património natural e cultural;

h) a promoção da sua sustentabilidade institucional e da sua competitividade no espaço global.

## Organização

**i** O Instituto de Ciências Sociais está organizado em dois tipos de subunidades orgânicas, os departamentos e os centros de investigação. Integra quatro departamentos – o Departamento de Ciências da Comunicação, o Departamento de Geografia, o Departamento de História e o Departamento de Sociologia – e cinco unidades de investigação – o Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS); Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território (CEGOT-UMinho); o Centro Interdisciplinar em Ciências Sociais (CICS-UMinho); o Centro em Rede de Investigação em Antropologia (CRIA-UMinho) e o Laboratório de Paisagens, Património e Território (Lab2PT).

A gestão do Instituto é assegurada pelo funcionamento dos seguintes órgãos: o Conselho do Instituto, o Conselho Científico, o Conselho Pedagógico, o Conselho de Gestão e o Conselho Consultivo.

## Localização / Instalações

**i** Com presença nos dois *campi* da Universidade do Minho, o Instituto funciona no Edifício 15 do Campus de Gualtar, em Braga, onde está sediada a Presidência e os Departamentos de Ciências da Comunicação, História e Sociologia, assim como os correspondentes projetos de ensino e unidades de investigação. No Campus de Azurém funciona o Departamento de Geografia e a respetiva unidade de investigação, situados no piso 1 do Edifício 1.

## Atividade

**i** A atividade do Instituto de Ciências Sociais divide-se em três áreas específicas:

- 1) pedagógica, assegurando uma oferta formativa que integra seis cursos de Licenciatura, nove cursos de Mestrado e sete Programas Doutorais;
- 2) científica, desenvolvendo projetos de investigação e promovendo atividades e eventos científicos de expressão nacional e internacional;
- 3) de extensão/interação com a comunidade, procurando estabelecer pontes com diversos setores da sociedade.

No plano pedagógico, o ICS ministra os seguintes cursos:

### ***Licenciatura***

Arqueologia  
Ciências da Comunicação  
Geografia e Planeamento  
História  
Proteção Civil e Gestão do Território  
Sociologia

### ***Mestrado***

Arqueologia  
Ciências da Comunicação  
Comunicação, Arte e Cultura  
Comunicação de Ciência  
Crime, Diferença e Desigualdade  
Geografia  
História  
Património Cultural  
Sociologia

### ***Doutoramento***

Arqueologia  
Ciências da Comunicação  
Estudos Culturais  
Estudos da Comunicação: Tecnologia, Cultura e Sociedade  
Geografia  
História  
Sociologia

## **Pessoas**

**i** O Instituto de Ciências Sociais congrega mais de 1.500 pessoas. Em dezembro de 2019, reunia em todos os seus cursos um total de 1.337 estudantes (747 de Licenciatura, 449 de Mestrado e 141 de Doutoramento). Os quatro departamentos integram ao todo 68 docentes de carreira. Os centros de investigação integram ainda um expressivo número de investigadores de outras instituições de ensino superior. O trabalho administrativo e técnico é assegurado por 15 funcionários.

## Diagnóstico

**i** O Instituto de Ciências Sociais é uma das maiores escolas da Universidade do Minho. Beneficia da existência de um Gabinete de Comunicação, que representa uma força na dinamização e promoção das suas atividades. São, no entanto, ainda perceptíveis algumas dificuldades neste setor relativo à circulação de informação que passam por uma ainda insuficiente clarificação de responsabilidades em ações de divulgação. Na Figura 1, apresenta-se em esquema a análise SWOT da atuação do Instituto neste domínio.

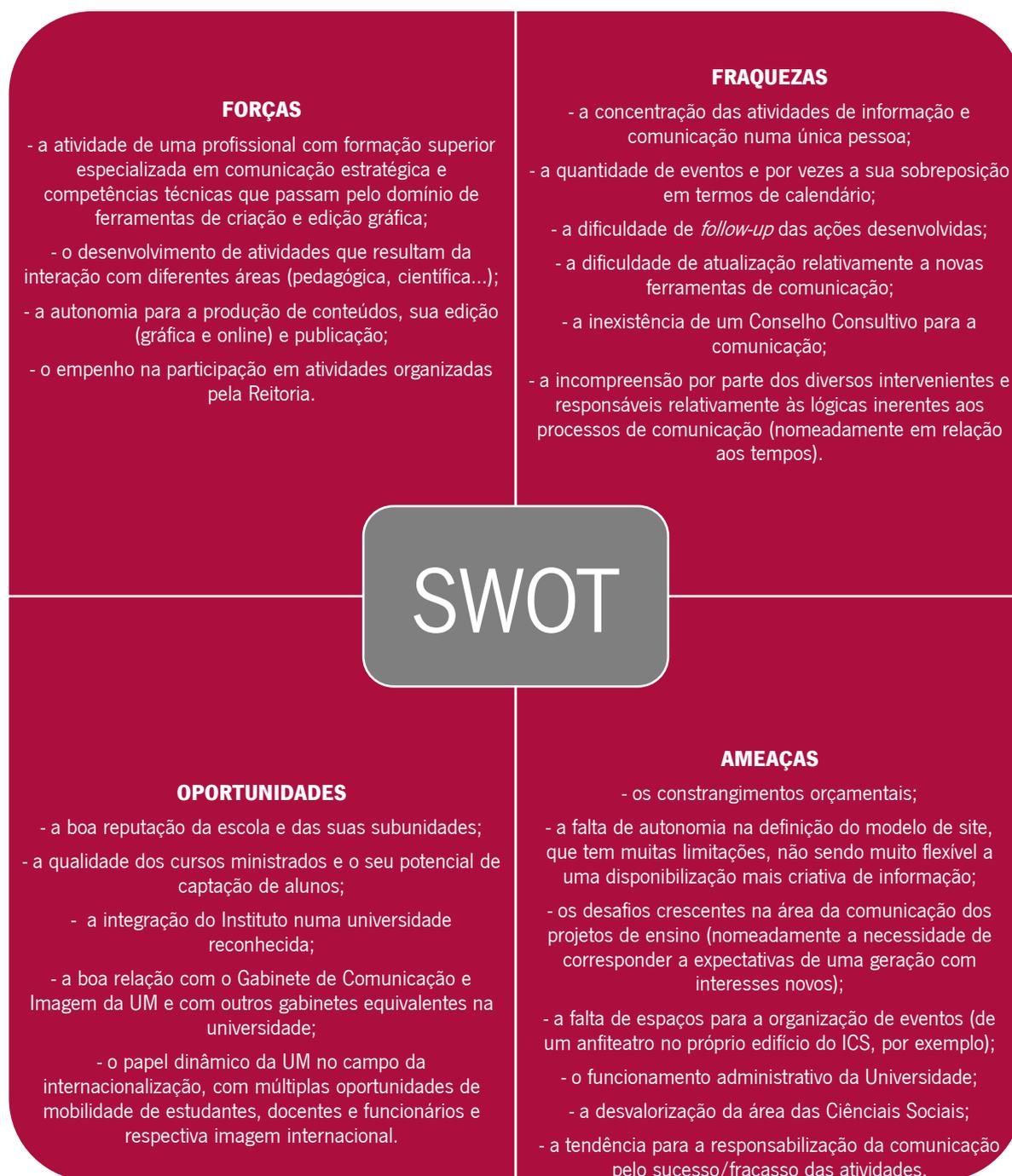


Figura 1: Análise SWOT da comunicação do ICS

Esta análise SWOT identifica, em termos genéricos, os fatores internos e externos que favorecem ou desfavorecem a atual estratégia de comunicação do ICS. Numa análise mais direcionada para a comunicação interna, por um lado, e para a comunicação externa, por outro, tornam-se mais evidentes os aspetos que carecem de atuação específica. É esse o diagnóstico que se apresenta nos pontos seguintes.

## Comunicação interna

*Entendida como dizendo respeito à promoção do diálogo entre os colaboradores e à criação de motivação e sentido de pertença, mas também – ou principalmente – como correspondendo à circulação de informação entre os diferentes serviços e à articulação de estratégia com o Gabinete de Comunicação.*

- i** Ainda que, em termos gerais, os fluxos de informação interna sejam relativamente expeditos e bem-sucedidos, a comunicação interna do ICS enfrenta ainda um conjunto de dificuldades que pontualmente afetam a qualidade dos serviços. A este nível, são assinaláveis os seguintes constrangimentos:
- insuficiente identificação de responsabilidades no que respeita à circulação de informação (quem deve informar quem);
  - disparidade de competências (nem todos os intervenientes em atividades têm iguais competências ou sensibilidade para as lógicas de comunicação);
  - falta de integração entre objetivos das diferentes subunidades, o que potencia lógicas concorrenciais;
  - inexistência de orientações específicas de interação com o Gabinete de Comunicação.

## Comunicação externa

*Entendida como o conjunto de ações informativas dirigidas aos diferentes públicos do Instituto, com vista à divulgação de iniciativas e à promoção da imagem institucional.*

- i** A divulgação de eventos ou iniciativas para a comunidade académica da Universidade do Minho e para o público em geral é, muitas vezes, desencadeada pelos próprios promotores das ações. Por norma, o Gabinete de Comunicação acompanha e faz também a promoção de seminários, colóquios e congressos, por email, no site do Instituto e através da rede social Facebook. Não obstante, a comunicação externa também padece de algumas dificuldades que não favorecem a visibilidade plena das realizações do ICS. Anotam-se, neste domínio, as seguintes limitações:
- insuficiente distinção entre as responsabilidades das subunidades orgânicas e da escola (quem deve divulgar o quê);
  - alguma desarmonia entre o site do Instituto e o site dos Departamentos;
  - ineficaz funcionamento do Gabinete de Comunicação e Imagem da Universidade do Minho e desconhecimento, no ICS, das suas reais ações junto dos média (nem sem se tem conhecimento da difusão que aquele Gabinete faz das atividades do Instituto para os jornalistas);

- inexistência, no ICS, de orientações específicas sobre a tipologia de eventos e o modelo de divulgação correspondente que deve ser feito;
- exígua interação do Gabinete de Comunicação do ICS com jornalistas, tanto de âmbito regional quanto de âmbito nacional, que desfavorece a visibilidade externa do Instituto e da área das Ciências Sociais em geral.

A identificação das dificuldades, insuficiências e omissões que caracterizam o atual panorama da comunicação do ICS fundamenta os desafios gerais que se colocam a este nível ao Instituto e a que o plano de comunicação apresentado nas próximas páginas procurará corresponder. Nesta secção de diagnóstico, os desafios são apresentados como aspirações gerais, que se traduzirão adiante em objetivos específicos das ações a desenvolver.

## Desafios

-  Conjugando os planos interno e externo, serão reptos estratégicos para o ICS em termos de comunicação os seguintes desafios:
  - harmonizar procedimentos internos;
  - fomentar a cooperação entre as diversas fontes de informação interna (serviços, departamentos, comissões de curso, unidades de investigação e coordenadores de projetos);
  - assegurar a transparência dos fluxos de informação;
  - garantir a qualidade da informação divulgada, tanto ao nível interno como ao nível externo;
  - promover a projeção mediática e maior visibilidade pública tanto da áreas científicas como do Instituto e dos seus membros;
  - melhorar a relação com o público pré-universitário;
  - fomentar a aproximação a novos públicos e uma maior abertura do Instituto às cidades de Braga e de Guimarães, bem como aos municípios e territórios envolventes;
  - melhorar a competitividade relativamente a outras instituições nacionais;
  - projetar a imagem da escola ao nível internacional.

## Plano de comunicação

**i** Orientado para a definição de uma política de comunicação para o Instituto, o plano que se projeta para o horizonte 2020-2022 tem a finalidade de dar resposta aos desafios gerais identificados na secção anterior, através do desenvolvimento de ações específicas e da implementação de linhas orientadoras. Em termos de **resultados esperados**, é expectável que este plano contribua para:

- melhorar a colaboração de todos os membros do Instituto;
- promover uma cultura de transparência da informação;
- diminuir os obstáculos nos fluxos de informação;
- articular harmoniosamente as diversas atividades;
- aumentar a visibilidade e a credibilidade externa do ICS.

Embora se cruzem em muitos aspetos, os domínios da comunicação interna e da comunicação externa são tratados, para efeitos deste plano, em capítulos independentes, antecedidos de considerações específicas sobre a identidade visual do Instituto.

### Imagem

#### **i** IDENTIDADE VISUAL

Embora a identidade visual do Instituto tenha sido temporariamente modificada por ocasião do 40º aniversário, o plano de comunicação para o horizonte 2020-2022 assume que a imagem do Instituto se define pela conjugação do logotipo institucional estabelecido pela Universidade do Minho para as suas unidades orgânicas (Figura 2) e da imagem desenvolvida em 2012 por Nicolau Macedo (Figura 3).



Figura 2: Logotipo institucional do Instituto de Ciências Sociais em duas versões, a cores e a preto e branco

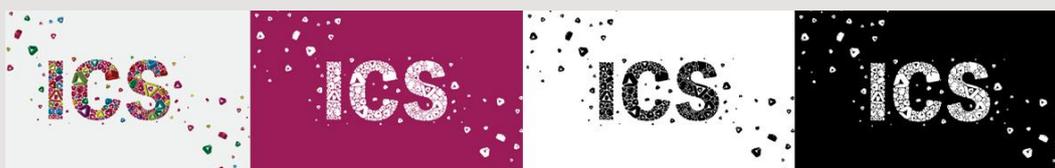


Figura 3: Imagem estilizada do Instituto de Ciências Sociais em quatro variações cromáticas

*Sempre que necessário, o Gabinete de Comunicação disponibilizará os ficheiros correspondentes em formato vetorial (editável).*

Em conformidade com a linha visual fixada pela Universidade do Minho, a cor identificativa do ICS é o magenta (código RGB: R 197; G 1; B 75). Do mesmo modo, o Instituto segue as normas gráficas estabilizadas para a Universidade, nomeadamente no que concerne ao tipo de letra, adotando em todos os seus documentos a família tipográfica NewsGott.

## **i** ASSINATURA DE EMAIL

Por uma questão de coerência e uniformização identitária, todos os emails dos serviços administrativos e técnicos serão assinados de acordo com o modelo identificado na Figura 4. Sem prejuízo da liberdade de cada membro do ICS para adotar outra configuração, recomenda-se a ponderação de uma aproximação das assinaturas individuais ao mesmo modelo, com as adaptações consideradas pertinentes em cada caso.

### **Daniela Oliveira**

Gabinete de Comunicação

 253 604 696

### Instituto de Ciências Sociais

Universidade do Minho

Campus de Gualtar

4710-053 Braga, Portugal



*Figura 4: Modelo de assinatura para contas de correio eletrónico de serviços (os ícones contêm hiperligações para o site e para as páginas do Facebook e do Instagram)*

## **Comunicação interna**

### **i** OBJETIVOS

No que respeita à comunicação interna, são objetivos do presente plano:

- definir o papel e as funções do Gabinete de Comunicação;
- esclarecer os procedimentos e as responsabilidades de cada interveniente em matéria de circulação de informação;
- promover a circulação rápida e eficaz de informação;
- fomentar e viabilizar a coesão interna;
- motivar os diversos agentes (estudantes, docentes e funcionários) para uma maior solidariedade na gestão de processos e dinamização de atividades;

- facilitar a articulação entre as estruturas e serviços centrais do Instituto e as estruturas e serviços particulares das subunidades orgânicas;
- estabelecer as condições de reserva e utilização dos espaços e equipamentos comuns do Instituto.

## **i** AÇÕES

Para o cumprimento dos objetivos propostos, prevê-se a realização do seguinte conjunto de ações:

- criação de um conselho consultivo de comunicação (com representantes das subunidades), que possa reunir-se semestralmente para aconselhar o Instituto relativamente à estratégia de comunicação;
- realização de um inquérito a todos os intervenientes relevantes para a comunicação do ICS;
- adoção de um memorando interno para definição de procedimentos relacionados com o fluxo de informação;
- realização de reuniões com porta-vozes das subunidades orgânicas para articulação de estratégias;
- criação de um calendário colaborativo que permita a gestão de uma agenda comum a todo o Instituto e a sua partilha por todos os serviços;
- finalização da correção de vinis nas superfícies de vidro do ICS;
- organização de atividades de *team-building*, que fortaleçam os laços de relacionamento interpessoal.

## **Comunicação externa**

### **i** OBJETIVOS

No que respeita à comunicação externa, são objetivos do presente plano:

- definir o modelo de atuação do Gabinete de Comunicação;
- alcançar maior visibilidade do ICS tanto dentro como fora da Universidade;
- promover o reconhecimento da relevância das Ciências Sociais;
- expandir a projeção mediática do ICS através do desenvolvimento de uma estratégia de relacionamento com jornalistas de órgãos de comunicação locais e nacionais;
- melhorar a articulação com o Gabinete de Comunicação e Imagem da UM;
- promover a internacionalização das atividades pedagógicas e científicas;
- aproximar à comunidade local e regional;

- consolidar a relação com os públicos do ensino secundário;
- projetar a imagem dos investigadores, através de ações de comunicação de ciência em articulação com a comunicação institucional.

## AÇÕES

Para o cumprimento dos objetivos propostos, prevê-se a realização do seguinte conjunto de ações:

- revisão do site do Instituto, tanto em termos de conteúdos como em termos de configuração gráfica;
- produção de uma brochura informativa em formato digital e em papel;
- adoção de um memorando para definição de procedimentos relacionados com a divulgação de atividades e iniciativas promovidas pelo Instituto e pelas subunidades orgânicas;
- aquisição de novo equipamento para a realização de iniciativas de promoção e divulgação;
- realização de ações de formação em áreas estratégicas de comunicação que contribuam para o desenvolvimento de competências de disseminação das atividades realizadas;
- organização de eventos institucionais (ex. Dia do ICS);
- organização de eventos científico-culturais transversais às subunidades orgânicas (ex. Colóquio das Ciências Sociais);
- participação nos eventos e iniciativas promovidos pela Universidade do Minho no âmbito da estratégia de aproximação ao público pré-universitário (ex. O Melhor Estudante na UMinho, UPA, Verão no Campus);
- criação de uma agenda de contactos estratégicos com jornalistas para difusão direta de *press-releases* (nos casos de dispensável mediação do Gabinete de Comunicação e Imagem da Universidade do Minho);
- criação de um dossiê eletrónico de *clipping*;
- desenvolvimento de uma *app* para interação com os públicos do ICS (especialmente estudantes);
- expansão da presença na web e nas redes sociais (ex. criação de conta no Instagram);
- publicação de um boletim informativo mensal;
- criação de painéis eletrónicos de informação;
- produção de um novo *roll-up* e de painel *pop-up* (para mural de iniciativas e produções vídeo).

# Implementação

## Calendarização

**i** Embora a implementação integral do plano seja perspectivada para um horizonte de médio prazo, no imediato, para o ano de 2020, propõe-se a seguinte calendarização:

<b>Data</b>	<b>Ação</b>
<b>janeiro de 2020</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- reuniões com porta-vozes das subunidades orgânicas</li><li>- inquérito à comunidade ICS</li><li>- criação de um calendário colaborativo</li><li>- adoção de memorandos de práticas (internas e de disseminação externa)</li><li>- revisão dos conteúdos do site</li><li>- lançamento da conta do Instagram</li><li>- criação de agenda de contactos com os média</li><li>- organização de um dossiê de <i>clipping</i></li><li>- finalização da correção de vinis nas superfícies de vidro</li></ul>
<b>fevereiro de 2020</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- criação do conselho consultivo</li><li>- aquisição de novo equipamento</li><li>- início da preparação da brochura informativa</li><li>- início de sessões de pilates</li><li>- produção de um novo <i>roll-up</i></li><li>- revisão gráfica do site</li></ul>
<b>março de 2020</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- lançamento dos painéis eletrónicos de informação</li><li>- ação de formação sobre organização de eventos (etapas de organização e protocolo)</li><li>- participação na UPA</li></ul>
<b>abril de 2020</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- edição final da brochura informativa</li><li>- realização do Colóquio de Ciências Sociais (24 de abril)</li><li>- preparação da <i>app</i></li><li>- ação de formação sobre disseminação de eventos e ações científicas (cartazes, redes sociais, <i>press-releases</i>)</li></ul>
<b>maio de 2020</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- realização de tertúlia na cidade / feira do livro (com livros editados pelas unidades de investigação do ICS)</li></ul>
<b>junho de 2020</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- lançamento da <i>app</i></li><li>- realização de piquenique</li></ul>
<b>julho de 2020</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- participação no Verão no Campus</li></ul>

<b>setembro de 2020</b>	- lançamento do novo ano letivo
<b>novembro de 2020</b>	- celebração do Dia do ICS (6 ou 9 de novembro, uma vez que 8 de novembro será domingo)
<b>dezembro de 2020</b>	- festa de Natal do ICS (16 de dezembro)

## Equipamentos/serviços a adquirir

**i** De forma a criar melhores condições para a organização de eventos e para a divulgação de informação, propõe-se a aquisição dos seguintes equipamentos/software:

<b>Equipamento</b>	<b>Justificação/Enquadramento</b>
<b>Púlpito</b>	O atual púlpito existente no ICS está bastante danificado. Para a dignificação dos atos que recorrem a este suporte, seria desejável adquirir um novo.
<b>5 cadeiras-poltronas + mesa de suporte</b>	Estes equipamentos visam criar condições mais criativas e atraentes para apoio à realização de iniciativas do tipo tertúlia, apresentação de livros e debates.
<b>2 ecrãs para criação de placards eletrónicos</b>	A aquisição destes ecrãs (televisores) permitiria criar no átrio do ICS, em Gualtar, e no átrio do Departamento de Geografia, em Azurém, espaços de partilha de informação sobre “o que acontece no ICS”. Estes monitores substituiriam a função dos atuais placards de suporte físico de cartazes.
<b>Expositores</b>	Embora o átrio do ICS não seja muito versátil para a realização de exposições, a existência de um sistema móvel de expositores poderia favorecer a organização mais regular deste tipo de iniciativas.
<b>Software (Photoshop, PDF Professional)</b>	A atual licença de Photoshop utilizada pelo Gabinete de Comunicação é bastante antiga, representando já algumas limitações. Dada a perspetiva de desmaterialização e a utilização cada vez mais regular de documentos PDF, é também desejável a criação de melhores condições de edição deste tipo de ficheiros.
<b>App</b>	A aplicação móvel visa favorecer o acesso rápido e expedito a informação relevante sobre o funcionamento e os serviços do Instituto.
<b>Brochura</b>	A brochura será editada e impressa com recurso aos serviços da empresa blisq.

**Roll-up e pop-up**

Estes materiais visam melhorar a visibilidade da imagem do Instituto, tanto em eventos como em produções audiovisuais.

**Merchandising (post-it, caneta/lápis...)**

Estes materiais são especialmente úteis para a promoção do Instituto em eventos de divulgação da oferta formativa.

*Nota: Não existem ainda propostas concretas para os equipamentos a adquirir.*

**Investimento financeiro**

	<b>Orçamento</b>
Púlpito	500 €
5 cadeiras-poltronas + mesa de suporte	700 €
2 ecrãs para criação de placards eletrónicos	2.000 €
<b>Aquisições</b> Software (Photoshop, PDF Professional)	330 € / ano (verificar alternativas para aquisição definitiva)
Roll-up e pop-up	500 €
Merchandising (post-it, caneta/lápis...)	500 €
Expositores	1.000 €
<i>App</i>	<i>Carece de consulta</i>
Brochura	1.623,60 € (já pagos)
<b>Organização</b> Dia do ICS	500 € / ano
Festa de Natal	500 € / ano
Colóquio anual	1.500 € - 2.000 €
Ações de <i>team-building</i>	<i>Depende das ações</i>

*Nota: Todos os valores correspondem apenas a uma estimativa, carecendo de orçamentação rigorosa.*

**Avaliação de resultados**

A implementação deste plano será monitorizada periodicamente através de uma avaliação de resultados que permita aferir o nível de cumprimento dos objetivos definidos. Para o efeito, serão preparados instrumentos de auscultação dos principais atores envolvidos nos processos de comunicação e de aferição do grau de satisfação com as medidas implementadas.

## Documentos intercalares

 A implementação deste plano suportará a preparação de documentos de suporte para instrução de algumas ações concretas. Estes documentos serão progressivamente adicionados a título de anexo a este plano para arquivo integral.

### ANEXO I

#### Proposta preliminar de memorando de práticas de comunicação interna

## ICS Comunicação interna Memorando de práticas

[Distribuição: todos os funcionários de serviços administrativos e técnicos e diretores de subunidades orgânicas do ICS]

A comunicação interna é uma área estratégica para o sucesso de uma organização (empresa ou instituição), na medida em que permite a boa articulação entre serviços e a harmonia de relacionamento entre os profissionais que cooperam para o cumprimento de objetivos estratégicos. A existência de canais efetivos de interação e de circulação eficaz de informação é condição basilar para a proatividade e eficiência de todo o trabalho em equipa.

O ICS é uma estrutura de considerável dimensão, reunindo uma comunidade de cerca de 1.500 membros. Apesar de ter práticas já relativamente consolidadas no campo da comunicação interna, continuam a identificar-se zonas de indefinição ou de insuficiente clarificação. Com vista à superação de algumas dificuldades e à harmonização de procedimentos, fixam-se neste documento os princípios que devem orientar os fluxos internos de informação, de cuja eficiência depende também o êxito das estratégias de comunicação externa, a boa imagem e a credibilidade do Instituto.

#### GABINETE DE COMUNICAÇÃO

É o gabinete responsável pela centralização dos processos de informação e comunicação do ICS. Tem como atribuições principais:

- a gestão do email InfolCS ([infoics@ics.uminho.pt](mailto:infoics@ics.uminho.pt));
- a atualização de conteúdos do site ([www.ics.uminho.pt](http://www.ics.uminho.pt));
- a disseminação para a comunidade ICS de notas informativas das reuniões dos órgãos do ICS (Conselho do Instituto, Conselho Pedagógico e Conselho Científico);
- a disseminação de informação sobre atividades, eventos e iniciativas realizados pelo ICS e suas subunidades orgânicas (provas académicas, congressos, colóquios, atos protocolares, eventos científico-culturais);
- o contacto com órgãos de comunicação social na difusão de informação sobre a oferta formativa e as atividades científicas do Instituto e a mediação entre docentes/investigadores e jornalistas;
- a gestão de protocolo em eventos da iniciativa da Presidência do ICS;
- a gestão das redes sociais do ICS (Facebook, Instagram);

- a produção de materiais informativos e promocionais;
- a preparação do programa de acolhimento aos novos alunos;
- a organização de eventos da iniciativa da Presidência do ICS (Dia do ICS, festa de Natal, sessões solenes, ações de natureza científica e cultural);
- o acompanhamento de atividades de promoção da oferta formativa e de interação com os públicos pré-universitários (visitas de e a escolas, presença em feiras de divulgação de ensino, articulação com atividades da iniciativa da Reitoria);
- a assessoria da Presidência em questões de protocolo, representação oficial e relacionamento com os média;
- a articulação de ações de comunicação externa com o Gabinete de Comunicação e Imagem da Universidade do Minho.

As atividades do Gabinete de Comunicação são asseguradas pela dedicação exclusiva de uma técnica superior, Daniela Oliveira, sob a coordenação da Vice-Presidente do ICS para a Comunicação, Ana Melo.

Embora compita ao Gabinete de Comunicação a recolha, tratamento e difusão de informação relevante, o cumprimento desta função só é possível com a colaboração proativa de todos os serviços e subunidades, onde se origina a maior parte da matéria informativa. Neste sentido, o Gabinete deve ser entendido à semelhança de uma redação de um órgão de comunicação social, ou seja, como um espaço aonde é preciso fazer chegar informação.

## **i** SERVIÇOS E SUBUNIDADES ORGÂNICAS

Para uma colaboração eficiente com o Gabinete de Comunicação, todos os serviços e subunidades orgânicas deverão ter a iniciativa de encaminhar regularmente informação para [infoics@ics.uminho.pt](mailto:infoics@ics.uminho.pt). É assim expectável que o fluxo de informação corresponda ao seguinte esquema:

### Secretariado pedagógico

[Sofia Oliveira]

- Informação sobre processos de avaliação e acreditação de cursos
- Informação sobre sessões de abertura de ano letivo de cursos de Doutoramento
- Informação sobre reuniões de Conselho Pedagógico
- Informação sobre ações de interação com público pré-universitário

### Secretariado pedagógico

[Susana Martins]

- Informação sobre provas académicas de Mestrado
- Informação sobre a realização de seminários e aulas abertas da iniciativa das comissões de curso de Mestrado

### Secretaria geral

[Filomena Silva]

- Informação sobre provas académicas de Doutoramento e Agregação
- Informação sobre reuniões de Conselho do Instituto e Conselho Científico

### Secretaria geral

[Conceição Fernandes]

- Informação sobre convites à Presidência do ICS para eventos na academia ou na comunidade

## Departamentos

- Informação sobre atividades dos cursos
- Informação sobre eventos organizados pelos departamentos
- Informação sobre prémios e distinções de docentes e alunos

## Unidades de investigação

- Informação sobre eventos científicos e respetivos materiais de divulgação
- Informação sobre prémios e distinções de investigadores
- Informação sobre resultados favoráveis de candidaturas a financiamento
- Informação sobre lançamentos de livros

O envio destas informações pode ser feito em mensagem livre ou em formulário próprio disponibilizado pelo Gabinete de Comunicação. Não obstante a partilha de informação com o Gabinete, as diligências de organização dos eventos/atividades visadas são da responsabilidade dos seus promotores: ou seja, a reserva de salas para provas académicas e o acolhimento de membros de júri devem ser assegurados pelos respetivos secretariados; a reserva de salas para eventos científico-culturais da iniciativa de cursos, departamentos e unidades de investigação, bem como gestão de convidados e programas científicos devem ser providenciados pelos responsáveis da organização.

### **EMAIL infoICS**

Do email InfolCS deve ser enviada informação à comunidade ICS relativa a:

- notas informativas dos órgãos do Instituto;
- agenda de provas académicas;
- prémios e distinções de docentes, investigadores e estudantes;
- eventos científicos e culturais (seminários, aulas abertas, colóquios, tertúlias, congressos e conferências);
- atos solenes (tomadas de posse, celebração de protocolos...);
- informações externas de interesse para a comunidade (por solicitação de entidades externas ao ICS).

As interações específicas de cada serviço com os seus destinatários continuarão a ser feitas a partir das contas de email próprias.

## ANEXO II

### Proposta preliminar de memorando de práticas de comunicação externa

# ICS

## Comunicação externa

### Memorando de práticas

[Distribuição: todos os funcionários de serviços administrativos e técnicos e diretores de subunidades orgânicas do ICS]

A comunicação externa é, como sugere a própria designação, a área de interação com públicos externos. No prolongamento das ações de comunicação interna, esta área visa essencialmente promover a ampla divulgação das iniciativas e a visibilidade pública da organização. Define-se por um conjunto de ações informativas que têm como propósito, no caso das instituições de ensino superior, a disseminação do conhecimento e a projeção de uma imagem corporativa que favoreça a competitividade da organização.

Dada a sua intensa atividade pedagógica e científica, o ICS é uma unidade dinamizadora de eventos a um ritmo quase diário. Não obstante a autonomia dos seus promotores para a concretização das respetivas ações de divulgação, uma política de comunicação integrada recomenda a definição de uma estratégia coerente e equitativa de difusão. Com vista à padronização dos procedimentos, fixam-se neste documento os princípios que devem orientar a propagação de informação para além da comunidade do ICS.

#### **i** TIPOLOGIA DE INFORMAÇÕES DE INTERESSE PÚBLICO

O Gabinete de Comunicação do ICS promoverá a divulgação pública, para a comunidade académica da Universidade do Minho e os média, de informação referente a:

- abertura de novos cursos;
- prémios e distinções de docentes, investigadores e estudantes;
- realização de atos solenes (tomadas de posse, assinatura de protocolos...);
- realização de eventos científicos e culturais dirigidos ao público em geral;
- reconhecimentos especiais de subunidades, agrupamentos de estudantes e cursos.

#### **i** TIPOLOGIA DE EVENTOS

Os eventos de natureza científica podem assumir diversas configurações. No sentido de uniformizar critérios de valoração da relevância das diversas iniciativas propõe-se a seguinte classificação de tipologia de eventos:

<b>Tipo de evento</b>	<b>Definição</b>
<b>Apresentação de livro</b>	Sessão centrada no lançamento de uma obra em que está presente o respetivo autor e um interveniente a quem habitualmente compete a apresentação do livro.
<b>Ato solene</b>	É um evento protocolar que enquadra atos de tomada de posse em cargos públicos e atos de assinatura de protocolos, por exemplo.
<b>Aula aberta</b>	Como o próprio nome sugere, uma aula aberta é, em princípio, organizada no contexto de uma Unidade Curricular. Tem como pretexto a exposição de um tema especial e/ou a participação de um convidado.
<b>Colóquio</b>	É um formato que pode combinar mesas-redondas e conferências. Normalmente não inclui a possibilidade de apresentação de comunicações livres. Pretende ser especialmente um espaço de debate plenário.
<b>Conferência</b>	É um tipo de evento centrado na apresentação de um tema por um ou mais especialistas. Tem uma natureza mais formal que outros formatos, podendo ser aberto a sessão de debate posterior ou não.
<b>Congresso</b>	É um evento de um ou vários dias que combina a realização de sessões plenárias com sessões de apresentação de trabalhos submetidos pelos participantes. Pode ter periodicidade regular (anual, por exemplo) ou acontecer pontualmente.
<b>Curso especializado</b>	Conjunto de sessões que visam a promoção de formação especializada, de natureza teórica e/ou prática, num domínio específico.
<b>Encontro</b>	Sendo semelhante ao congresso, o encontro tem, normalmente, uma dimensão mais reduzida e foca-se, em princípio, numa temática mais específica.
<b>Fórum</b>	A principal característica deste tipo de evento é a abertura à participação da plateia. Tem como objetivo o debate livre de ideias e a partilha de pontos de vista.
<b>Mesa-redonda/Debate</b>	É um evento que reúne, por norma, um conjunto de convidados que debatem entre si um tema específico, sob a coordenação de um moderador. Por princípio, neste tipo de evento não há lugar a apresentação prévia de comunicações individuais.
<b>Seminário</b>	É um tipo de evento centrado na apresentação de um tema por um orador, seguida de debate com a

audiência. Ao contrário da aula aberta – cuja temática pode ter um interesse mais amplo –, o seminário tem um caráter mais restrito ou especializado.

---

**Simpósio**

É uma reunião de investigadores e/ou outros atores sociais que se encontram para partilhar ideias sobre uma determinada temática, com vista à produção de documentos políticos de intervenção.

---

**Tertúlia**

Podendo ser próximo da mesa-redonda, tem, no entanto, uma natureza mais informal, sendo um espaço especialmente dedicado à conversação entre os intervenientes convidados.

---

**Workshop**

É uma sessão ou conjunto de sessões que visam dinâmicas de trabalho orientadas para a capacitação dos participantes em competências práticas de um determinado domínio.

---

## ATUAÇÃO DO GABINETE DE COMUNICAÇÃO

O Gabinete de Comunicação articula-se com os promotores para avaliar a pertinência de disseminação pública do evento e concertar a estratégia de divulgação por email, no site e nas redes sociais, e de informação à comunicação social. Por princípio, sem prejuízo das ações específicas dos promotores e evitando a duplicação de esforços e a propagação de informação difusa, para cada evento considerado relevante em termos de comunicação externa, o Gabinete de Comunicação desenvolverá as seguintes ações em cada caso específico:

---

<b>Tipo de informação</b>	<b>Ações de divulgação</b>
<b>Atos solenes</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- publicação de informação de agenda no site do ICS</li><li>- publicação de informação de agenda no Facebook</li><li>- divulgação de email à comunidade ICS e à comunidade UMinho</li><li>- divulgação de <i>press release</i> aos média</li></ul>
<b>Aulas abertas, seminários, cursos especializados e workshops</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- publicação de informação de agenda no site do ICS</li><li>- publicação de informação de agenda no Facebook</li><li>- divulgação de email à comunidade ICS</li></ul>
<b>Congressos, conferências, colóquios, mesas-redondas,</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- publicação de informação de agenda no site do ICS</li><li>- publicação de informação de agenda no Facebook</li></ul>

---

<b>tertúlias, encontros, apresentação de livros, fóruns, simpósios...</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- divulgação de email à comunidade ICS e à comunidade UMinho</li> <li>- divulgação de <i>press release</i> aos média (em estratégia concertada entre o Gabinete de Comunicação e os promotores do evento)</li> </ul>
<b>Prémios e distinções</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- publicação de informação de agenda no site do ICS</li> <li>- publicação de informação de agenda no Facebook</li> <li>- divulgação de email à comunidade ICS e à comunidade UMinho</li> <li>- divulgação de <i>press release</i> aos média</li> </ul>
<b>Provas académicas</b> <i>Doutoramento e Agregação</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- publicação de informação de agenda no site do ICS</li> <li>- publicação de informação de agenda no Facebook</li> <li>- divulgação de email à comunidade ICS e à comunidade UMinho</li> </ul>
<b>Provas académicas</b> <i>Mestrado</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- publicação de informação de agenda no site do ICS</li> </ul>

*Dada a exiguidade dos recursos do Gabinete de Comunicação, só se assegurará o registo do evento (em fotografia, vídeo e texto) no caso de acontecimentos da iniciativa da Presidência e em atos solenes. Também só em casos excecionais se disponibilizarão recursos do Gabinete para a produção de materiais gráficos de promoção dos eventos (ex. cartazes e flyers de programa). O Gabinete procurará auxiliar os promotores das iniciativas nas ações necessárias, buscando, no entanto, fomentar a sua autonomia na execução de instrumentos de comunicação visual.*

## **AFIXAÇÃO DE CARTAZES**

O átrio do ICS deixará de ter espaço disponível para a afixação de cartazes, não sendo permitida a sua colagem em superfícies de vidro ou paredes. Em alternativa, estará disponível um ecrã com informação em *slide show*, onde podem ser exibidos os cartazes dos eventos em agenda. A gestão desse ecrã será da responsabilidade do Gabinete de Comunicação, a quem devem ser cedidos os materiais (em formato digital).

Exceionalmente, nos dias de realização de eventos abertos a participantes externos ao ICS, pode ser afixada sinalética de localização na porta de entrada do edifício e junto à(s) sala(s).