**Plano de Implementação da**

**Política de Comunicação**



***Introdução***

O Plano de Implementação da Política de Comunicação contempla todas as ações, estratégias e produtos de comunicação (manuais, guias, diagnósticos, sondagens de opinião) que operacionalizam as diretrizes previstas do documento da Política de Comunicação. Ele merecerá gestão e monitoramento por parte da Comissão de Comunicação, designada para esse fim.

O Plano está organizado segundo os capítulos da Política de Comunicação e, além de uma breve definição de cada ação, estratégia ou produto, define os setores ou áreas responsáveis pelo seu planejamento e execução, bem como o período ideal para a sua conclusão.

O planejamento e execução das ações, estratégias e produtos explicitados no Plano de Implementação podem ocorrer nos seguintes períodos ou momentos:

**Imediato:** Até 1 mês após a aprovação da Política de Comunicação

**Curto prazo:** até 12 meses após a aprovação da Política de Comunicação

**Médio prazo:** de 12 a 24 meses após a aprovação da Política de Comunicação

**Longo prazo:** mais de 24 meses após a aprovação da Política de Comunicação

As ações, estratégias e produtos a serem desenvolvidas neste Plano de Implementação da Política estão listados a seguir, associadas aos capítulos temáticos que integram o documento da Política de Comunicação.

***I) Os públicos estratégicos da Unemat***

1) ***Indicar os setores ou áreas da Unemat responsáveis pelo contato e interação com cada um dos públicos estratégicos*** listados na Política de Comunicação. Verificar junto a estes setores ou áreas que respondem pelo acompanhamento e interação dos públicos estratégicos quais as ações têm sido desenvolvidas neste sentido. Se identificados públicos estratégicos que não têm merecido esta atenção, planejar e executar ações que favorecem o contato com estes públicos e promovam uma adequada e permanente interação.

**Período de planejamento e execução**: Curto prazo

**Setor ou área responsável:** Assessoria de Comunicação e setores/áreas responsáveis pela interação com os públicos estratégicos.

2) ***Realizar sondagens de opinião junto aos públicos estratégicos*** com o objetivo de avaliar a sua percepção em relação às atividades desenvolvidas pela Unemat. Sugere-se que estas sondagens de opinião sejam realizadas sobretudo com os públicos estratégicos definidos como prioritários, com uma periodicidade anual, e que busquem avaliar, dentre outros aspectos: a) como estes públicos tomam contato com informações sobre a Unemat; b) como eles avaliam o desempenho da universidade em termos de ensino, extensão, pesquisa e inovação; c) grau de conhecimento das atividades da Unemat (pedir que eles mencionem as que merecem destaque).

**Período de planejamento e execução:** Médio prazo

**Setor ou área responsável:** Assessoria de Comunicação

3) ***Inserir nos canais de relacionamento da Unemat informações ou notícias de interesse dos seus diversos públicos estratégicos e acompanhar as manifestações destes públicos em relação à Universidade***. Na verdade, alguns destes públicos (servidores, estudantes, técnicos-administrativos, dentre outros) já são contemplados com estas informações nos canais de relacionamento da Universidade, mas é preciso verificar esta condição para cada público estratégico definido pelo documento da Política

**Período de planejamento e execução:** Curto prazo.

**Setor ou área responsável:** Assessoria de Comunicação.

***II) Comunicação com os públicos internos e canais de relacionamento***

1) ***Elaborar o Cadastro de canais de relacionamento oficiais da Unemat.***  Este Cadastro deve constar todos os canais oficiais (portais, mídias sociais, publicações, murais, canais de vídeo), com a sua identificação (tipo de canal, quando entrou em circulação, setor ou área e pessoa responsável pela sua gestão (inserção de conteúdos, periodicidade de atualização, interação com os usuários).

**Período para planejamento e execução:** Curto prazo.

**Setor ou área responsável:** Assessoria de Comunicação, Assessorias de Comunicação dos Câmpus.

2) ***Realizar, periodicamente, sondagem de opinião junto aos públicos internos*** com o objetivo de avaliar a eficácia dos canais de comunicação da Unemat. Esta sondagem que tem como foco avaliar, junto aos públicos internos, como eles veem os canais de relacionamento (periodicidade do canal, temas ou conteúdos abordados, apresentação visual, nível de linguagem, possibilidade de interação).

**Período para planejamento e execução:** Médio prazo.

**Setor ou área responsável:** Assessoria de Comunicação.

3) ***Organizar a rede de comunicadores da Unemat*** para troca de informações, experiências e conhecimentos. Esta rede deve incorporar todas as pessoas (comunicadores, servidores ou profissionais) que têm como função (exclusiva ou não) planejar e executar ações de comunicação na Unemat. Ela possibilitará a troca de informações, conhecimentos e experiências, identificar necessidade de capacitação, mobilizar para o desenvolvimento de campanhas institucionais, compartilhamento de cases de sucesso.

**Período para planejamento e execução:** Curto prazo.

**Setor ou área responsável:** Assessoria de Comunicação e Assessorias de comunicação dos câmpus.

***III) Comunicação com os públicos externos e canais de relacionamento***

1) ***Avaliar o perfil atual dos canais de relacionamento com os públicos externos***, em especial o portal institucional e os portais dos câmpus, com o objetivo de maximizar a presença dos públicos estratégicos externos, colocando-os na condição de protagonistas. Além disso, implementar mecanismos de interação nestes canais e cogitar a possibilidade de segmentar conteúdos visando atender às demandas e expectativas de determinados públicos estratégicos

**Período para planejamento e execução:** Curto prazo

**Setor ou área responsável:** Assessoria de Comunicação e Assessorias de comunicação dos câmpus

2) **Elaborar diretrizes básicas para a produção dos canais de relacionamento** (internos e externos), com as posturas e orientações gerais que deverão balizar a sua produção/atualização.

**Período para planejamento e execução:** Curto prazo

**Setor ou área responsável:** Assessoria de Comunicação e Assessorias de comunicação dos câmpus.

3) **Realizar sondagens de opinião junto aos públicos estratégicos externos** com o objetivo de avaliar a eficácia dos canais de relacionamento da Unemat. Esta ação é similar à prevista no capítulo sobre públicos internos que tem como foco avaliar, junto aos públicos externos, como eles veem os canais de relacionamento (periodicidade do canal, temas ou conteúdos abordados, apresentação visual, nível de linguagem, possibilidade de interação).

**Período para planejamento e execução:** Médio prazo

**Setor ou área responsável:** Assessoria de Comunicação

4) **Avaliar a pertinência e a possibilidade de criação de canais de relacionamento** (newsletters, blogs) para interação com determinados públicos estratégicos, como imprensa, por exemplo. Caso se decida pela criação de um novo canal de relacionamento, é indispensável que seja indicada a pessoa responsável pela sua gestão, periodicidade, linha editorial e sistema de circulação, levando em conta o (a) público (s) a ser (em) atingido (s).

**Período para planejamento e execução:** Curto prazo

**Setor ou área responsável:** Assessoria de Comunicação.

5) **Analisar os canais de relacionamento existentes (voltado para públicos internos e externos) com o objetivo de garantir a aplicação adequada da marca institucional (identidade visual)**. Caso sejam identificados desvios na aplicação da marca, será necessário contatar os responsáveis por estes canais e solicitar que sejam obedecidas as normas referentes à identidade visual da Unemat.

**Prazo para planejamento e execução:** Curto prazo

**Setor ou área responsável:** Assessoria de Comunicação.

***IV) A organização, o apoio e a promoção de eventos***

1) **Elaborar um Calendário de eventos institucionais** com o objetivo de favorecer o seu planejamento e execução e evitar sobreposição de eventos num mesmo período. Este Calendário deve estar disponível nos portais (Institucional e dos câmpus) de modo a ampliar a divulgação sobre os eventos.

**Período para planejamento e execução:** Médio prazo

**Setor ou área responsável:** Assessoria de Comunicação e Assessorias de Comunicação dos câmpus.

2) **Definir um roteiro ou protocolo básico que contemple a organização e a execução dos eventos e que possa prever também a definição de uma metodologia para avaliar os eventos após a sua realização**. Este roteiro deve indicar claramente as ações a serem realizadas antes, durante e após os eventos. Deve incluir, obrigatoriamente, um instrumento (questionário, entrevista) que permita avaliar a percepção dos participantes dos eventos em relação à sua organização, conteúdo e divulgação. Os resultados desta sondagem devem ser comunicados aos organizadores do evento.

**Período para planejamento e execução:** Médio prazo

**Setor ou área responsável:** Assessoria de Comunicação (definição do roteiro) e setores ou áreas responsáveis pelos eventos (aplicação do instrumento de avaliação e relatório dos resultados).

3) **Promover ampla divulgação dos eventos considerados relevantes em todos os canais de relacionamento da Unemat**. Os eventos institucionais que dizem respeito à Unemat como um todo deverão ser divulgados (antes, durante e após a sua realização) em todos os canais de relacionamento (portais, mídias sociais, sistema de e-mails), com o objetivo dar conhecimento de sua realização, permitindo, quando for de interesse e houver a possibilidade, a participação dos diferentes públicos estratégicos.

**Período para planejamento e execução:** Médio prazo

**Setor ou área responsável:** Assessoria de Comunicação e Assessorias de Comunicação dos câmpus.

4) **Garantir que os eventos realizados interna e externamente mantenham, em sua divulgação (notícias, cartazes, inserção nas mídias sociais), a integridade da marca institucional.**

**Período para planejamento e execução:** Curto prazo

**Setor ou área responsável:** Assessoria de Comunicação e Assessorias de Comunicação dos Câmpus.

***V) O relacionamento da Unemat com a mídia***

1) Capacitar as fontes da Unemat para o relacionamento com a mídia a partir de desenvolvimento de um ***Programa de media training***. Identificar, previamente, as fontes da Unemat que deverão participar deste programa e definir o conteúdo e as ações a serem contempladas.

**Período para planejamento e execução:** Médio prazo

**Setor ou área responsável:** Assessoria de Comunicação

2) Elaborar um ***Guia de Fontes da Unemat*** com o objetivo de aumentar a presença da Universidade nos meios de comunicação, com impacto positivo no processo de legitimação de sua atuação na sociedade. Este Guia deve incorporar todas as fontes (gestores, docentes, pesquisadores, servidores) que podem contribuir, com seu conhecimento e competência, para uma presença maior e mais qualificada da Unemat na mídia.

**Período para planejamento e execução:** Médio prazo

**Setor ou área responsável:** Assessoria de Comunicação, Pro-Reitorias, Programas de Pós-Graduação.

3) Organizar um ***Banco de dados e informações sobre veículos e jornalistas***, com atenção à mídia local, regional e nacional e, também, a jornalistas reconhecidamente influentes junto aos públicos estratégicos e à opinião pública (colunistas, blogueiros, influenciadores). Este banco de dados não apenas indicará o nome dos veículos e dos jornalistas, forma de contato, mas também suas posições, experiências em relação à Unemat, informações que permitirão qualificar o planejamento do trabalho de relacionamento com a mídia.

**Período para planejamento e execução:** Médio prazo.

**Setor ou área responsável:** Assessoria de Comunicação.

4) Organizar uma ***Sala de Imprensa Virtual***, permanentemente atualizada, com informações que possam ser interesse dos jornalistas e veículos e que favoreçam a interação com os profissionais de imprensa, além de outros recursos (fotos, vídeos, Guia de Fontes, dentre outros)

**Período para planejamento e execução:** Médio prazo.

**Setor ou área responsável:** Assessoria de Comunicação.

5) Elaborar um **Manual de boas práticas no relacionamento com a mídia**, com dicas úteis que permitam o incremento da visibilidade das atividades, programas e projetos da Unemat nas áreas de ensino, extensão, pesquisa e inovação.

**Período para planejamento e execução:** Médio prazo

**Setor ou área responsável:** Assessoria de Comunicação

6***) Realizar auditoria de presença e imagem da Unemat na mídia*** para avaliação permanente das ações e estratégias por ela desenvolvidas junto aos veículos e jornalistas, com atenção ao desempenho das fontes da Unemat, às temáticas e focos de divulgação, aos veículos que têm sido parceiros neste processo, veículos e jornalistas que podem ter restrições às atividades da universidade, dentre outros aspectos.

**Período para planejamento e execução:** Médio prazo.

**Setor ou área responsável:** Assessoria de Comunicação.

7) ***Realizar eventos em parceria com veículos e jornalistas*** para promover a divulgação dos projetos e programas da Unemat e para o debate de temas de interesse da comunidade, valendo-se sobretudo de datas comemorativas (Semana do Meio Ambiente, Semana Nacional de Ciência e Tecnologia, Dia da Imprensa, dentre outras)

**Período para planejamento e execução:** Curto prazo.

**Setor ou área responsável:** Assessoria de Comunicação.

***VI) A atuação e a presença da Unemat nas mídias sociais***

1) ***Definir um planejamento básico e diretrizes para criação e gestão das mídias sociais oficiais da Unemat***, com atenção a uma proposta editorial que esteja alinhada com os objetivos institucionais e a gestão adequada de marca institucional. Deste planejamento devem constar as mídias sociais que serão contempladas por este esforço de comunicação da Unemat.

**Período para planejamento e execução:** Médio prazo.

**Setor ou área responsável:** Assessoria de Comunicação.

2) ***Elaborar e atualizar de forma permanente o Cadastro de Mídias Sociais Oficiais da Unemat***. Este cadastro deve indicar o nome de cada mídia social, sua vinculação a um câmpus, setor ou área, a pessoa responsável pela sua gestão, sua linha editorial, sua periodicidade ou ritmo de inserção de conteúdos, bem como formas de interação com os seguidores.

**Período para planejamento e execução:** Curto prazo

**Setor ou área responsável:** Assessoria de Comunicação.

3) ***Produzir um Manual de boas práticas nas mídias sociais***, com a explicitação de cases que ilustram a sua utilização adequada e que, consequentemente, geram resultados positivos para a imagem da Universidade. Este Manual deve também explicitar os princípios éticos que devem balizar os relacionamentos entre pessoas e entre pessoas e instituições, o embate entre público e privado, a vigilância em relação às fake news e questões vinculadas ao direito autoral e de imagem.

**Período para planejamento e execução:** Médio prazo.

**Setor ou área responsável:** Assessoria de Comunicação.

4) **Realizar, de forma permanente, uma Auditoria de presença e imagem da Unemat nas mídias sociais**, com o monitoramento das mídias sociais mais relevantes com o objetivo de avaliar as menções às atividades da universidade.

**Período para planejamento e execução:** Médio prazo

**Setor ou área responsável:** Assessoria de Comunicação.

***VII) A gestão da comunicação em situações de crise***

1) Criar e manter ativo um ***Comitê de Crise*** que inclua obrigatoriamente a Assessoria de Comunicação.

**Período para planejamento e execução:** Curto prazo

**Setor ou área responsável:** Reitoria, Pro-Reitorias, Diretorias dos Câmpus e outros setores ou instâncias de decisão.

2) Elaborar um ***plano padrão de gestão da comunicação em situações de crise***, com a indicação dos setores ou áreas a serem envolvidos e as ações a serem realizadas durante e após a ocorrência da crise, como monitoramento da repercussão da crise na mídia e junto aos públicos estratégicos, divulgação de informações para os públicos internos com a versão oficial da Universidade; organização de coletivas; definição das fontes da Unemat autorizadas a se manifestarem em momentos de crise, dentre outras.

**Período para planejamento e execução:** Médio prazo

**Setor ou área responsável:** Comitê de Crise e Assessoria de Comunicação.

***VIII) A gestão da comunicação na Unemat***

1) ***Capacitar a estrutura de comunicação da Unemat***, com a inclusão dos profissionais de comunicação no Plano Anual de Capacitações da Universidade. Elaborar um amplo programa de capacitação dos comunicadores e dos agentes de comunicação (colaboradores) visando mantê-los em sintonia com as transformações que ocorrem no universo da comunicação organizacional. Oferecer cursos de capacitação para os comunicadores e estimular a sua participação em eventos e cursos externos que possam contribuir para qualificar o processo de comunicação institucional da Unemat.

**Período para planejamento e execução:** Curto e médio prazos.

**Setor ou área responsável:** Diretoria de Gestão de Pessoas, Assessoria de Comunicação.

2***) Identificar e preencher as lacunas existentes na estrutura de comunicação da Unemat, com atenção aos recursos humanos e tecnológicos indispensáveis*** para atender às demandas presentes e futuras da Universidade

**Período para planejamento e execução:** Médio e longo prazos

**Setor ou área responsável:** Assessoria de Comunicação e Diretoria de Gestão de Pessoas.

***IX) A gestão da marca Unemat***

1) ***Divulgar amplamente junto aos públicos internos as normas que disciplinam as diversas aplicações da marca institucional.*** Indicar para os públicos internos as formas de acesso ao manual que define as normas para aplicação da marca.

**Período para planejamento e execução:** Curto prazo

**Setor ou área responsável:** Assessoria de Comunicação e Assessorias de Comunicação dos Câmpus

2***) Exercer vigilância permanente visando à correta utilização da marca institucional*** (canais de relacionamento, sinalização e identificação dos edifícios, correspondência oficial, divulgação dos eventos institucionais), promovendo a sua adequação, se identificados desvios em relação às normas estabelecidas para a garantia de sua integridade

**Período para planejamento e execução:** Curto prazo.

**Setor ou área responsável:** Assessoria de Comunicação.

***X) A divulgação da pesquisa da Unemat***

1) ***Promover o incremento da divulgação científica e do jornalismo científico em particular, buscando uma maior divulgação dos projetos e dos grupos de pesquisa da Unemat nos canais de relacionamento e na mídia***. Estimular internamente a produção de textos e artigos relativos à pesquisa, ciência, tecnologia e inovação para serem publicados nos canais de relacionamento da Universidade e, também, nos meios de comunicação, com atenção a temas de atualidade nestas áreas.

**Período para planejamento e execução:** Curto e médio prazos

**Setor ou área responsável:** Assessoria de Comunicação, Pró-Reitoria de Pesquisa e Programas de Pós-Graduação.

2) ***Ampliar e fortalecer a divulgação da pesquisa realizada na Unemat nos canais de relacionamento (portais) e, em particular, nas mídias sociais***, com a utilização de recursos audiovisuais, como vídeos, podcasts e infográficos, por exemplo. Envolver os públicos internos (servidores, docentes, estudantes) nesta divulgação, o que favorece a ampliação desta divulgação.

**Período para planejamento e execução:** Curto e médio prazos

**Setor ou área responsável:** Assessoria de Comunicação e Pró-Reitoria de Pesquisa, Programas de Pós-Graduação.

***XI) A comunicação e a extensão na Unemat***

1***) Aumentar a visibilidade das atividades, projetos e programas de extensão realizados pela Unemat*** com uma ampla divulgação nos seus canais de relacionamento, bem como na imprensa local, regional, estadual e nacional e em outros veículos e espaços virtuais de prestígio que circulam na comunidade (portais, mídias sociais, publicações em geral). Esta divulgação deve reforçar o impacto do trabalho de extensão para a formação do estudante e a transformação da sociedade.

**Período para planejamento e execução:** Curto e médio prazos

**Setor ou área responsável:** Assessoria de Comunicação e Pró-Reitoria de Extensão e Cultura.

2) ***Desenvolver esforço de divulgação junto aos públicos internos no sentido de promover o seu engajamento em projetos realizados junto à comunidade e para efetivar plenamente a proposta de institucionalização da extensão*** no conjunto de atividades desenvolvidas em seus cursos de graduação e pós-graduação. Destacar a articulação indispensável entre ensino, pesquisa e extensão. **Período para planejamento e execução:** Curto e médio prazos

**Setor ou área responsável:** Assessoria de Comunicação e Pro-Reitoria de Extensão e Cultura.

***XII) A internalização da Política de Comunicação***

1) ***Divulgar amplamente as diretrizes contidas na Política de Comunicação***, mobilizando os gestores e os públicos internos em geral para a importância de sua aplicação. Esta divulgação deve incluir materiais específicos (notícias, vídeos) a serem publicados nos canais de relacionamento da Universidade (portais, mídias sociais, murais), bem como prever reuniões nos câmpus para dar conhecimento das posturas e ações que integram a Política de Comunicação.

**Período para planejamento e execução:** Imediato

**Setor ou área responsável:** Assessoria de Comunicação, Diretorias Gerais dos Câmpus.

2) ***Realizar evento específico de lançamento da Política de Comunicação***, imediatamente após a sua aprovação, voltado para os públicos estratégicos, internos e externos, com atenção à divulgação das principais diretrizes da Política de Comunicação e ao reforço da sua importância como instrumento estratégico de gestão.

**Período para planejamento e execução:** Imediato

**Setor ou área responsável:** Reitoria, Pro-, Pro-Reitorias, Diretorias Gerais dos Câmpus e Assessoria de Comunicação.

**Observações importantes:**

1) As ações, posturas e produtos que constam do Plano de Implementação da Política de Comunicação merecerão detalhamento adequado no momento de seu planejamento e execução, tendo em vista favorecer a sua operacionalização;

2) Algumas ações, estratégias e produtos, embora sejam planejados e concluídos em um período de tempo determinado, indicado neste Plano de Implementação da Política de Comunicação, poderão se tornar permanentes tendo em vista a importância de sua recorrência e atualização;

3) Embora o Plano defina setores ou áreas responsáveis pelo planejamento e execução destas ações, estratégias e produtos, a Comissão de Comunicação, responsável pelo seu acompanhamento poderá, em qualquer caso, se julgar necessário, no momento de seu planejamento e execução, promover alterações a este respeito;

4) Para o planejamento e execução de determinados produtos, ações e estratégias previstas no Plano de Implementação da Política, a Unemat, caso julgue oportuno e exista esta alternativa, poderá solicitar a contratação de agências ou assessorias externas para o seu desenvolvimento. É importante que as agências ou assessorias que possam ser contratadas para realizarem este trabalho tenham conhecimento e experiência prévia destas ações e estejam familiarizadas com propostas de Política de Comunicação.