

Plano de Comunicação

Semana do Meio Ambiente 2016

“IFMS e Comunidade: desafios e práticas para proteção ambiental”

Introdução

Pelo sexto ano consecutivo, o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso do Sul (IFMS) promove a Semana do Meio Ambiente, evento institucional realizado simultaneamente nos campi para celebrar o Dia Mundial do Meio Ambiente, comemorado em 05 de junho.

Tendo o compromisso social com um dos valores institucionais, o IFMS pretende estimular a consciência ambiental, incentivar a circulação de informações sobre a preservação dos recursos naturais e divulgar o conhecimento produzido na instituição.

Coordenada pela Pró-Reitoria de Extensão (Proex), a Semana do Meio Ambiente do IFMS apresenta uma programação diversificada, que é definida pelos campi que a realizam, com palestras, mesas-redondas, visitas técnicas, oficinas, gincanas, corridas, caminhadas ecológicas, entre outras. Parte das atividades é aberta ao público externo.

A edição 2016 da Semana é regida pelo Edital 002/2016, publicado em 06 de abril, que viabiliza auxílio financeiro do Programa Institucional de Incentivo ao Ensino, Extensão, Pesquisa e Inovação (Piepi) para a realização dos eventos nos campi Aquidauana, Campo Grande, Corumbá, Coxim, Dourados, Jardim, Naviraí, Nova Andradina, Ponta Porã e Três Lagoas.

A partir do tema central “IFMS e Comunidade: desafios e práticas para proteção ambiental”, os campi terão a opção de trabalhar com subtemas. Dessa forma, a programação da Semana do Meio Ambiente poderá ser adaptada em cada município às peculiaridades da região.

Nesse processo, a Proex realizará a interlocução com a Assessoria de Comunicação Social (Ascom), setor responsável pela divulgação do evento, conforme previsto no presente Plano de Comunicação. O documento define os objetivos (geral e específicos), os diferentes públicos-alvo (principal, secundário e

influenciadores), as estratégias de comunicação, o plano de ação com cronograma previsto, e reúne informações sobre avaliação e investimento.

1. Objetivo geral

O Plano de Comunicação da Semana do Meio Ambiente 2016 tem como objetivo geral levar ao conhecimento da sociedade o compromisso do IFMS com a preservação dos recursos naturais e o desenvolvimento da consciência ambiental. Com as ações previstas neste documento, a Ascom pretende fortalecer junto aos públicos de interesse do Instituto Federal a imagem de uma instituição de educação profissional e tecnológica que – por meio do ensino, pesquisa aplicada e extensão – busca formar profissionais aptos a contribuir com o desenvolvimento econômico e social local, regional e nacional, sempre com atenção às questões ambientais.

2. Objetivos específicos

- Definir e unificar as ações de divulgação das atividades a serem realizadas pelos campi durante a Semana do Meio Ambiente 2016;
- Manter a comunidade interna informada sobre o evento, principalmente no que tange à programação e ao prazo de inscrição para participação em atividades;
- Informar a sociedade sobre a realização da Semana do Meio Ambiente do IFMS, estimulando a participação em atividades abertas ao público externo;
- Apoiar a realização do evento, com a criação de materiais de divulgação e de apoio aos campi; e
- Registrar a realização do evento institucional.

3. Públicos-alvo

Por se tratar de um evento com temática específica – no caso, meio ambiente – entende-se que a campanha prevista neste Plano de Comunicação deverá atender-se aos seguintes públicos-alvo:

- Principais

- a) 4.342 (*) estudantes dos cursos técnicos integrados e superiores dos campi localizados nos municípios de Aquidauana, Campo Grande, Corumbá, Coxim, Dourados, Jardim, Naviraí, Nova Andradina, Ponta Porã e Três Lagoas;
- b) Servidores e funcionários terceirizados lotados nas unidades do IFMS (reitoria e campi).

(*) Dados extraídos do Sistema Nacional de Informações da Educação Profissional e Tecnológica (Sistec) de abril de 2016.

- Secundários
 - a) Estudantes e professores de outras instituições de ensino dos referidos municípios e respectivas áreas de abrangência.
- Influenciadores
 - a) Veículos de imprensa em Aquidauana, Campo Grande, Corumbá, Coxim, Dourados, Jardim, Naviraí, Nova Andradina, Ponta Porã e Três Lagoas. Para atingir esse público, a Assessoria mantém um mailing atualizado.
 - b) Pesquisadores e representantes de entidades ligadas ao tema meio ambiente.

4. Estratégias de comunicação

Sob a ótica da Comunicação Integrada, as ferramentas ou técnicas a serem utilizadas pela Assessoria incluem as áreas de Comunicação Institucional, Relacionamento com a Imprensa, Comunicação Digital e Comunicação Visual.

Com a junção de todas essas áreas, será elaborada uma campanha específica para a divulgação da Semana do Meio Ambiente 2016, por meio dos canais oficiais de comunicação e demais atividades abaixo descritas.

4.1 Canais oficiais de comunicação

- Site do IFMS – É o principal canal de comunicação do IFMS, com média de 64 mil visitas por mês no ano de 2015. Além da publicação de matérias sobre o evento, o site dará acesso à página oficial do evento onde estão disponibilizadas as programações por campus e o acesso ao sistema de inscrições online;
- Boletim Eletrônico do IFMS – Informativo semanal que conta com 4,5 mil assinantes. Enviado por e-mail às sextas-feiras, o Boletim Eletrônico online reúne as principais notícias publicadas no site institucional durante a semana;
- Agenda de Eventos – Informativo semanal produzido nas versões imprensa e online para divulgação interna de ações e atividades realizadas nos campi e na reitoria. Recomenda-se que a coordenação da Semana do Meio Ambiente afixe a Agenda nos murais dos campi.
- Página oficial do IFMS no Facebook – Utilizada para divulgação de eventos e ações institucionais. Abrange, principalmente, o usuário que tem pouco conhecimento sobre as áreas de atuação da instituição. A recomendação da Ascom é a de que os gestores das páginas dos campi no Facebook compartilhem as informações sobre o evento da Página Oficial do IFMS.
- Canal do IFMS no Youtube – Disponibiliza a produção audiovisual coordenada pela Ascom. Informações sobre a Semana do Meio Ambiente serão divulgadas no boletim semanal “IFMS Comunica”, gravado em vídeo, e disponibilizado também no site institucional.
- Página do Servidor do IFMS – Canal de comunicação voltado exclusivamente aos servidores da instituição, onde será publicado este Plano de Comunicação, os materiais de campanha

produzidos pela Ascom, o clipping de notícias publicadas na imprensa sobre o assunto e o Relatório de Atividades.

4.2 Atividades de comunicação

No âmbito da Assessoria de Comunicação Social, serão realizadas as seguintes atividades:

- Produzir, editar e publicar matérias jornalísticas para o site institucional;
- Produzir e editar notas jornalísticas no Boletim do IFMS;
- Produzir, editar e publicar notas jornalísticas na Agenda de Eventos;
- Produzir e enviar releases específicos sobre o evento para a imprensa;
- Acompanhar a publicação de matérias sobre o evento e realizar o clipping para publicação na Página do Servidor;
- Produzir áudio-releases e spots para divulgação gratuita em rádios locais;
- Agendar entrevistas em rádio e televisão, se houver disponibilidade do coordenador do evento no campus (o agendamento das entrevistas poderá ser feito por servidores dos campi designados pela Direção-Geral para apoiar a Ascom, com a devida orientação dos jornalistas do IFMS);
- Criar layout da página do evento na internet (hotsite);
- Criar peças digitais (banner eletrônico, peças para mídias sociais e e-mail marketing?);
- Criar material impresso (cartaz);
- Criar material de apoio (camiseta e crachá);
- Publicar informações e fotografias do evento na página oficial do IFMS no Facebook;
- Disponibilizar Plano de Comunicação, materiais da campanha e Relatório de Atividades na Página do Servidor, para que todos tenham acesso.

No âmbito dos campi, também é possível realizar ações de divulgação do evento, tais como:

- Organizar a relação de entidades e escolas a serem convidadas, com endereço, nome do representante, e-mail;
- Enviar e-mail marketing a entidades e escolas do município e região;

- Enviar ofícios convidando diretores de escolas e representantes de entidades ligadas ao meio ambiente;
- Distribuir material impresso de divulgação;
- Realizar publicações na Página do Campus no Facebook;
- Realizar registro fotográfico das atividades;
- Elaborar relatório das atividades realizadas.

5. Plano de Ação

Ação (o que será feito)	Responsável (quem)	Onde	Quando
Produzir matéria para o site institucional sobre a publicação do Edital 002/2016 – Semana do Meio Ambiente 2016.	Laura Silveira	A matéria deve ser publicada no Facebook do IFMS, e replicada no Boletim do Servidor (Entre Nós).	07/04/2016
Produzir matéria para o site institucional para informar que as propostas de realização do evento nos campi devem ser submetidas de 15 a 26/04/16.	Laura Silveira	A matéria deve ser publicada no Facebook do IFMS, e replicada no Boletim do Servidor (Entre Nós).	15/04/2016
Participar de reunião organizada pela Proex para planejamento da divulgação do evento.	Juliana Aragão Ricardo Rojas	Proex, Ascom e Dirti devem definir em conjunto um cronograma prévio das ações de divulgação do evento.	18/04/2016
Participar de videoconferência com os campi organizada pela Proex para planejamento da divulgação do evento.	Juliana Aragão Ricardo Rojas	A Ascom irá participar da reunião para repassar aos campi quais ações estão previstas para	03/05/2016

		divulgação do evento.	
Produzir matéria para o site institucional para divulgar o resultado preliminar do Edital 002/2016 – Semana do Meio Ambiente 2016.	Juliana Aragão	A matéria deve ser publicada no Facebook do IFMS, e replicada no Boletim do Servidor (Entre Nós).	04/05/2016
Enviar à Proex orientações para inserção da programação no hot site do evento e para a disponibilização da marca de parceiros no material de divulgação.	Juliana Aragão (conteúdo do hot site) Ricardo Rojas (marca de parceiros)	A Ascom encaminhará essas orientações à Proex, que deverá repassá-las aos coordenadores do evento nos campi.	Até 06/05/2016
Enviar à Ascom os logos (arquivos vetorizados) das entidades e empresas de apoio ao evento local.	Coordenadores do evento nos campi devem enviar a Ricardo Rojas.	Os logos que não forem disponibilizados vetorizados ou em imagem (sem fundo em alta qualidade) ficarão de fora do material.	Até 09/05/2016
Criar a marca do evento.	Ricardo Rojas	Serão criadas três opções de marca.	25/04 a 09/05/2016
Disponibilizar três opções de marcas da Semana do Meio Ambiente 2016 para votação.	Proex Ricardo Rojas	Representantes da Proex e os coordenadores do evento nos campi irão escolher a marca do evento por meio do Google Formulário (etapa interna, sem divulgação).	09/05/2016
Inserir a programação da	Coordenadores do	Os coordenadores	09 a

Semana do Meio Ambiente 2016 por campus.	evento nos campi.	deverão seguir as orientações repassadas pela Proex.	11/05/2016
Criar arte do material de divulgação impresso, peças digitais e material de apoio.	Ricardo Rojas	O material de divulgação impresso será a arte do cartaz (específico para cada campus por conta do endereço); as peças digitais serão o banner eletrônico e as peças para as mídias sociais; o material de apoio será a arte de camisetas e crachás.	10 a 16/05/2016
Finalizar o layout do hot site da Semana do Meio Ambiente 2016.	Ricardo Rojas	O layout deve ser repassado até essa data à Dirti (Carlitos Fioravante).	12/05/2016
Editar a programação da Semana do Meio Ambiente 2016 por campus, e redigir o texto da capa do hot site.	Juliana Aragão	O texto da capa do hot site é um breve resumo do evento.	12 e 13/05/2016
Enviar arte dos cartazes aos campi.	Proex	O número de cartazes enviados será definido entre Proex e campi.	16/05/2016
Disponibilizar o hot site da Semana do Meio Ambiente 2016 no site do IFMS.	Juliana Aragão	A página será disponibilizada com as informações sobre as programações do evento nos campi e acesso ao	20/05/2016

		sistema de inscrição (se houver).	
Produzir matéria para o site institucional a fim de divulgar as programações do evento nos campi.	Juliana	A matéria citará as programações dos campi que inserirem até esta data as informações no hotsite. Caso o campus não tenha inserido os dados, será citado no texto que a programação daquela unidade será divulgada posteriormente. A matéria deverá ser publicada no Facebook do IFMS, e replicada no Boletim do IFMS.	23/05/2016
Enviar release geral para divulgar que o IFMS irá promover o evento.	Ascom (*)	Será enviado um release único aos municípios, para divulgar que o IFMS irá promover a Semana do Meio Ambiente 2016.	24/05/2016
Produzir audiorelease para enviar às rádios dos municípios onde o evento é promovido.	Paulo Gomes	O audiorelease será enviado às rádios locais para divulgação gratuita, se houver disponibilidade da emissora. O texto do audiorelease é o mesmo da matéria publicada no site.	24 e 25/05/2016

Produzir matéria para o site institucional para informar o início do evento.	Ascom (*)	A matéria deverá ser publicada no Facebook do IFMS, e replicada no Boletim do IFMS.	30/05/2016
Produzir releases específicos com a programação em cada campus, e enviá-los aos veículos de comunicação dos municípios.	Juliana Aragão (Aquiduana, Campo Grande, Corumbá) Laura Silveira (Coxim, Jardim e Três Lagoas) Paulo Gomes (Ponta Porã e Naviraí) Cleyton Lutz (Nova Andradina e Dourados)	Cada jornalista deverá redigir o release específico para divulgar a programação do campus. O texto pode ter como base a matéria publicada no site. Atividades de destaque poderão ser o enfoque do release.	30 e 31/05/2016
Agendar entrevistas em rádios locais e emissoras de televisão, onde houver.	Jornalistas da Ascom e servidores de apoio à Ascom nos campi (rádios) Paulo Gomes (televisão)	As entrevistas devem, preferencialmente, ser agendadas para os primeiros dias do evento (30 ou 31 de maio). As fontes para as entrevistas podem ser os diretores-gerais dos campi ou coordenadores do evento. Para agendar as entrevistas, os jornalistas da Ascom deverão seguir	30 e 31/05/2016

		a divisão de campi do tópico acima (releases específicos). Os servidores designados pela direção-geral para apoiar a Ascom nos campi deverão ser orientados pelos jornalistas do IFMS para agendar as entrevistas.	
Produzir audiorelease e spot publicitário para divulgar o evento nos municípios.	Paulo Gomes	Os audioreleases e spots serão específicos para cada município (período do evento, abertura oficial, destaques da programação)	30 e 31/05/2016
Produzir matérias para o site institucional sobre atividades de destaque de cada campus.	Ascom (*)	Cada jornalista destacado para produzir a matéria deverá dar o enfoque para a atividade de mais destaque e citar as demais, bem como a programação prevista.	30/05 a 04/06/2016
Produzir releases específicos sobre atividades de destaque em cada campus.	Ascom (*)	O release será enviado apenas para o município onde o campus está localizado.	30/05 a 04/06/2016
Publicar fotos do evento nos campi na página oficial do IFMS no Facebook.	Ascom (*)	Serão publicadas apenas fotos dos campi que enviarem os registros.	30/05 a 04/06/2016

(*) O jornalista responsável pela matéria será definido posteriormente.

6. Avaliação

A fim de avaliar a campanha de divulgação proposta neste Plano de Comunicação, serão utilizados os indicadores que a Assessoria de Comunicação Social já adota para medir a produção e analisar os resultados alcançados.

Os dados serão coletados entre os dias 07 de abril e 04 de junho de 2016 – período que compreende a publicação do edital de apoio para realização do evento e o término da Semana do Meio Ambiente 2016 – e organizados em um relatório específico, que incluirá as seguintes informações:

- Matérias publicadas no site institucional;
- Notas publicadas no Boletim do IFMS;
- Notas publicadas na Agenda de Eventos (impressa);
- Publicações na página oficial do IFMS no Facebook;
- Releases enviados à imprensa;
- Matérias publicadas em sites de notícias;
- Matérias e/ou entrevistas veiculadas em televisão;
- Entrevistas concedidas em emissoras de rádio;
- Matérias publicadas em jornais impressos;
- Áudio-releases;
- Spots publicitários;
- Peças gráficas (cartaz);
- Peças digitais para o site institucional (ilustrações e banner eletrônico);
- Peças digitais para mídias sociais; e
- Cobertura fotográfica realizada com o apoio dos campi.

Também serão apresentados dados relacionados às estatísticas de acesso aos canais oficiais de comunicação do IFMS e de interação dos usuários com matérias e publicações sobre a Semana do Meio Ambiente 2016, dentre os quais:

- Acessos ao site institucional durante o período de duração da campanha;
- Acessos em cada uma das matérias publicadas no site institucional; e
- Nível de engajamento (reações, compartilhamentos e comentários) dos usuários com as publicações realizadas no perfil do IFMS no Facebook.

No âmbito de cada campus, os coordenadores do evento também poderão avaliar as atividades realizadas por meio de uma pesquisa, com a aplicação de questionários. A compilação das informações, bem como o registro das dificuldades enfrentadas, as recomendações e as sugestões para próximos eventos podem constar no relatório de atividades.

7. Investimentos

Os recursos disponíveis para a divulgação da Semana do Meio Ambiente 2016 estão previstos no edital 002/2016, sendo que o campus que tiver a proposta aceita receberá R\$ 5 mil para realizar o evento.

Campo Grande, 24 de maio de 2016.

Ascom/IFMS