

PLANO DE COMUNICAÇÃO



BALANÇO DA ATIVIDADE DE 2016

OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO PARA 2017

ANÁLISE SWOT DA COMUNICAÇÃO E IMAGEM

CALENDARIZAÇÃO DE AÇÕES

SERVIÇO DE COMUNICAÇÃO

Sandra Pinto | Rita Pacheco | Eunice Oliveira | Joana Coelho | Catarina Carvalho | Pedro Regadas

INESC TEC | Campus da FEUP | Rua Dr. Roberto Frias | 4200-465 Porto | Portugal | scom-global@inesctec.pt | 22 209 4214 | 934 224 331

1. Introdução.....	2
2. Balanço da atividade de comunicação de 2016	3
3. Análise SWOT da comunicação e imagem	7
4. Objetivos globais para 2017	10
5. Ações de comunicação, calendário e públicos	11

1. INTRODUÇÃO

Para a elaboração deste plano foram considerados o atual contexto do INESC TEC e as condicionantes previstas para 2017. A abordagem escolhida teve ainda em conta os resultados da “Apreciação da Qualidade dos Serviços de Apoio do INESC TEC”.

Após uma breve avaliação das atividades desenvolvidas pelo Serviço de Comunicação (SCOM) em 2016, descrevem-se os objetivos de comunicação para 2017, devidamente alinhados com o projeto-bandeira do INESC TEC, ao nível da comunicação, para o ano que agora começa: a criação de um novo *website*.

A análise do perfil do INESC TEC, identificando as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças da Comunicação e Imagem, permite adequar as ações aos objetivos, potenciando as possibilidades e minimizando os riscos.

Considerado um instrumento valioso para o funcionamento eficiente da comunicação numa instituição, o plano de comunicação deve ser executado o mais rigorosamente possível e a sua implementação deve ser avaliada, findo o período previsto.

2. BALANÇO DA ATIVIDADE DE COMUNICAÇÃO DE 2016

Uma análise cuidada às atividades realizadas em 2016 leva-nos a concluir que as ações empreendidas contribuíram para a afirmação da imagem do INESC TEC e para o reconhecimento do seu papel preponderante na I&DT nacional e internacional. Nomearemos a seguir apenas as que nos parecem merecer um maior destaque.

2.1 COMUNICAÇÃO EXTERNA

2.1.1 NOVO WEBSITE DO INESC TEC

Foram dados os primeiros passos para a criação de um novo website INESC TEC. Duas colaboradoras do SCOM integraram um grupo de trabalho que elaborou o documento "Conceção e especificação do novo website do INESC TEC" e foi contratada uma empresa para desenvolvimento desta importante tarefa. Para o SCOM o ano de 2016 termina com a perspetiva de uma extensa produção de conteúdos e respetiva tradução para inglês.

Entretanto, o atual website do INESC TEC foi atualizado diariamente em português e inglês com a inclusão de notícias, eventos e notas de imprensa. O SCOM recebe diariamente questões, pedidos e sugestões enviados através do *website*, alguns deles com potencial suficiente para se converterem em propostas efetivas de cooperação ou iniciativas conjuntas com empresas.

2.1.2 MEDIA

Os esforços empreendidos na atividade de assessoria de imprensa no sentido de alcançar uma maior visibilidade nos órgãos de comunicação social originaram uma presença mais sustentada do INESC TEC nos principais *media* de Portugal. Um serviço de monitorização (*clipping*) contratado para o efeito contabilizou 953 notícias em 2016, mais 71 do que no ano anterior e mais 649 do que há dois anos. Foi ainda registado um retorno AAV - *Automatic Advertising Value* próximo dos 7 milhões de euros (€ 6.914.551,11), no ano anterior o AAV tinha sido próximo dos 4 milhões de euros. Todavia, mais do que a quantidade, importa destacar que muitas das notícias resultantes do trabalho de assessoria foram divulgadas em meios considerados prioritários para o INESC TEC, tais como o Público, Expresso, Observador, Sol, Vida Económica, Jornal de Negócios, Diário Económico, Dinheiro Vivo e Jornal Económico nos meios impressos, ou RTP1, RTP2, RTP3 e SIC nas televisões, ou TSF, Renascença e Antena 1 nas rádios.

2.1.3 REDES SOCIAIS

No que diz respeito às Redes Sociais, o ano de 2016 foi marcado pela criação de espaços do INESC TEC no Instagram e Google +. Foi também reforçada a presença institucional no Facebook, LinkedIn, Twitter e YouTube através da colocação diária de *posts*, num total de 885 em 2016. De realçar ainda a criação de uma *showcase page* de recrutamento INESC TEC no LinkedIn para comunicar oportunidades de emprego que conta atualmente com 281 seguidores.

2.1.4 EVENTOS

De destacar a organização da participação do INESC TEC em eventos que promoveram a imagem do INESC TEC no exterior, como foi o caso da Ocean Business Week, Open Day CTM, International Conference on the European Energy Market (EEM2016), TechDays, Agroglobal, Business2Sea e EMAF. De referir ainda a apresentação do Livro dos 35 anos do INESC, a conferência PROVE, o debate na FEUP com o Ministro da Ciência e Deputados. Nestes eventos, com maior ou menor

envolvimento, o SCOM teve a seu cargo, entre outras, as tarefas da assessoria de imprensa e contacto com jornalistas, produção de suportes de comunicação e cobertura fotográfica.

Pela primeira vez foi instituído um evento de carácter sistemático e periodicidade anual com organização exclusiva do INESC TEC e aberto à sociedade: o Fórum INESC TEC do Outono. Depois da estreia em 2015, por ocasião da comemoração dos 30 anos, em 2016 foi escolhido o tema “A Fábrica do Futuro: que caminhos para a indústria do Séc. XXI?”. Este evento, que contou com o SCOM na organização, criou impacto e conferiu notoriedade ao INESC TEC pela qualidade das apresentações e dos debates, pelo número de empresários e gestores presentes e pela oportunidade de potenciar novos projetos com a indústria e novas parcerias empresariais.

2.1.5 DISSEMINAÇÃO DE PROJETOS EUROPEUS

No apoio aos Centros de I&D destacam-se o projeto europeu UPGRID, em que o SCOM ficou responsável pela coordenação e execução dos WP 9.2. “Interactive Communication Campaigns” e 9.4. “Dissemination of Project Results”; a Rede Enterprise European Network, que contou com apoio à disseminação da atividade nos canais do INESC TEC, incluindo reports trimestrais; os projetos integrados Nanostima, TEC4Growth e Coral, com a intervenção do Serviço ao nível da definição da imagem e proposta de estrutura de website; o projeto StrongMar, que contou com a criação de logótipo, aplicação a vários suportes e criação de infografia; e o projeto GReSBAS, com desenvolvimento de logótipo e aplicação em website.

2.1.6 MULTIMÉDIA

De referir também a produção de filmes promocionais para eventos/exposições, tais como o Business2Sea ou a EMAF, os vídeos divulgados no Open Day CTM (21 vídeos de 1 *minute madness*), o template de vídeos para promoção do CRIIS no Canal Youtube ou o vídeo dos testes ao robô MARES na FADEUP, num total de 38 vídeos em 2016.

2.1.7 SUPORTES DE COMUNICAÇÃO

Ao nível dos suportes de comunicação foram produzidos diversos flyers e roll-ups para a maior parte dos Centros, mas também autocolantes, templates, facts sheets, brochuras, booklets, t-shirts e lonas.

Ainda ao nível da conceção de suportes de comunicação, foi igualmente prestado apoio à Administração e Serviços do INESC TEC, como foi o caso do documento “Destaques da Atividade”, uma compilação da atividade mais importante desenvolvida pelo INESC TEC no ano de 2015, baseada em notícias e destaques extraídos do Boletim do INESC TEC (BIP), bem como notas de imprensa divulgadas em 2015.

2.1.8 VISITAS

Acompanhamento de visitas de empresas/instituições ao INESC TEC, como foi o caso da visita do OI-NET Project Meeting, do Office of Naval Research Global e do Ministro da Ciência de Marrocos. O apoio prestado pelo SCOM passou pela preparação de material promocional a ser entregue, registo fotográfico e redação de notícias para o BIP e portal de notícias da U.Porto.

2.1.9 PARCERIAS PARA COMUNICAÇÃO DE CIÊNCIA

Manteve-se igualmente a colaboração com a Ciência Viva na divulgação da ciência aos mais jovens, nomeadamente através do acolhimento de alunos na iniciativa Ocupação Científica nas Férias – Jovens Ciência Viva nos Laboratórios para um estágio científico de uma semana no INESC TEC intitulado "À descoberta do meu lado empreendedor".

De destacar ainda, entre as atividades de sensibilização dos jovens para a área da ciência – vertente de comunicação de ciência –, a participação institucional em eventos como a Noite Europeia dos Investigadores, a Semana Profissão Engenheiro da FEUP e a Mostra da U.Porto.

2.1.10 PATROCÍNIOS

De referir também o patrocínio do INESC TEC a eventos como o 7th Symposium on Bioengineering, ENE3 - Encontro Nacional de Estudantes de Engenharia Electrotécnica, BEST Porto - Summer Course ou 4th Annual Meeting of the Center of Competencies for Future Cities / Porto.LivingLab. Nestes eventos o SCOM tratou das contrapartidas oferecidas pelos patrocinadores, nomeadamente organização de *stand* institucional, envio de logótipo e suportes de comunicação e angariação de oradores.

2.1.11 NEWSLETTER MENSAL

A produção mensal do BIP - Boletim do INESC TEC, disponível em português e inglês no *website* do INESC TEC e divulgada trimestralmente na sua versão inglesa para Universidades de 25 países, afirma-se como um dos instrumentos mais eficazes de que a instituição dispõe atualmente para comunicar com o exterior. Contagens de acessos ao BIP pelo sistema de geração de estatísticas AWStats permitem aferir o impacto real que este instrumento de comunicação tem. No ano de 2016, por exemplo, o BIP recebeu visitas de 108 países, sendo os mais frequentes Portugal, Brasil, EUA, Reino Unido, Alemanha e França, num total de 380.613 páginas vistas e de 78.306 visitantes.

2.1.12 RELAÇÃO COM ANTIGOS COLABORADORES

Importa também referir o projeto de seguimento da trajetória dos antigos colaboradores do INESC TEC nas empresas nacionais e internacionais. O CONNECT INESC TEC junta em rede, visível para o exterior através de um *website* e de página no LinkedIn, 282 antigos colaboradores, espalhados por 24 países, que podem manter-se atualizados sobre as novidades do INESC TEC e comunicar entre si. Acima de tudo, este projeto procura potenciar relações de cooperação e novas parcerias com algumas das empresas/instituições onde estão agora colocados os antigos colaboradores do INESC TEC.

2.2 COMUNICAÇÃO INTERNA

2.2.1 EVENTOS

Com o objetivo de reforçar a coesão interna, o SCOM continuou a promover em 2016 a realização de atividades de grupo, tais como o concurso de fotografia, torneio de futebol, magusto e convívio de Fim de Ano com lanche multicultural.

2.2.2 FORMAÇÃO E CONSULTORIA

Considerando que cada vez mais os *media* recorrem aos investigadores para realizar entrevistas e reportagens, o SCOM organizou duas sessões de *Media Training* para reforçar as competências comunicacionais dos investigadores do INESC TEC, uma das quais com a presença do professor e investigador Joaquim Fidalgo.

Com o objetivo de melhorar a qualidade e eficácia da escrita de artigos científicos por investigadores do INESC TEC foi organizada uma sessão de formação intitulada “Writing Academic Articles in English”, ministrada por uma colaboradora do SCOM com competências e experiência ao nível da Tradução.

Na vertente de formação de destacar ainda o acolhimento de um estagiário da Licenciatura de Ciências da Comunicação, vertente Multimédia, que foi orientado pela colaboradora que tem competências na área Multimédia.

O SCOM assegura também a supervisão da correta aplicação das regras de publicitação no que diz respeito aos projetos financiados e artigos científicos. Cabe ao Serviço a tarefa de divulgar as regras, esclarecer dúvidas e validar o correto uso dos logótipos obrigatórios e das referências aos fundos de financiamento aplicadas a artigos, publicações e outros documentos de divulgação.

2.2.3 ACOLHIMENTO DE NOVOS COLABORADORES

Pela primeira vez no INESC TEC foram organizadas sessões mensais de acolhimento aos novos colaboradores. Estas sessões foram idealizadas pelo SCOM, sempre em articulação com o serviço de Recursos Humanos, e contam com a apresentação de duas colaboradoras do SCOM em conjunto com a Responsável Adjunta do serviço de RH.

2.2.4 TRADUÇÃO

Apoio à Administração, Centros e Serviços do INESC TEC ao nível da tradução e revisão de textos (Português>Inglês e Inglês>Português) nas diferentes áreas de investigação, incluindo documentos relacionados com projetos ou outros trabalhos de índole científica.

3. ANÁLISE SWOT DA COMUNICAÇÃO E IMAGEM

Com vista a definir as áreas de intervenção prioritárias para o SCOM, começa-se por uma análise SWOT da Comunicação e Imagem no INESC TEC:

3.1 FORÇAS

- ✓ O lançamento do novo website do INESC TEC, previsto para 2017, será sem dúvida um meio privilegiado de divulgação da imagem da instituição, disponibilizando informação organizada e atualizada sobre as atividades mais estratégicas e os últimos resultados de I&D.
- ✓ A ampliação da rede INESC TEC com a integração de novas competências fomenta a atração de mais e melhores investigadores. Este facto, aliado à expansão da atividade do INESC TEC para o Brasil e outros países da América do Sul, favorece o crescente interesse dos *media* e de possíveis parceiros. Caso se consiga iniciar a assessoria de imprensa a nível internacional, este esforço contribuirá certamente para a divulgação do INESC TEC e suas atividades nos mercados a considerar.
- ✓ A recente segmentação da atividade do INESC TEC em diversos TEC4, iniciativas multidisciplinares que respondem de forma mais estruturada e eficaz às necessidades do mercado, potencia um maior impacto junto de potenciais parceiros e também dos *media*, em particular os especializados.
- ✓ A organização anual do Fórum INESC TEC do Outono projeta a imagem da instituição como um *player* essencial na dinâmica da cidade e região e confere uma visibilidade sustentada às competências em destaque em cada edição.
- ✓ O BIP, divulgado junto de públicos especializados (universidades, centros de I&D, empresas) e trimestralmente em inglês para 25 países, transmite uma imagem coerente e reforça o posicionamento de inovação.
- ✓ A presença do INESC TEC nas Redes Sociais – Facebook, LinkedIn, YouTube, Twitter, Instagram e Google + – constitui um ponto forte da comunicação externa favorecendo a divulgação, por vezes viral, das principais atividades de I&D e sucessos alcançados pela instituição.
- ✓ O Convívio de Fim de Ano, que inclui usualmente um lanche multicultural com uma forte adesão de colaboradores portugueses e estrangeiros, assume-se atualmente como a atividade de convivência interpessoal mais relevante no INESC TEC. De realçar ainda outras iniciativas, como o Concurso de Fotografia e o Magusto, que potenciam a integração de todos os Centros na cultura do INESC TEC e reforçam em todos o sentimento de pertença.
- ✓ A cada vez maior interdisciplinaridade entre centros de I&D, materializada pelo desenvolvimento conjunto de projetos, favorece a comunicação entre colaboradores e a possibilidade de cooperação em trabalhos futuros. Também a organização de sessões internas de apresentação das atividades dos Centros de Investigação, como é o caso dos Open Days do CTM e do HASLab, CRACS, LIAAD e HASLab Seminars que, independentemente da adesão, constituem uma importante ferramenta de comunicação ao potenciar a partilha de informação sobre determinada área.

3.2 FRAQUEZAS

- ✓ Alguns Centros de I&D, apesar de apresentarem excelentes resultados ao nível da atividade de I&D, não estão sensibilizados para a importância de comunicar esses resultados e por isso não recorrem ao SCOM, chegando ao final do ano com uma baixa presença nos *media*, redes sociais, *website* e BIP. Também se verifica frequentemente um maior interesse por parte dos investigadores em divulgarem iniciativas com menor potencial mediático, tais como *workshops* ou seminários, em detrimento de resultados de projetos com impacto económico e social.
- ✓ Em muitos dos eventos em que o INESC TEC participa, como Feiras e Exposições, verifica-se que os investigadores que estão a representar a instituição não têm a postura comunicativa e a disponibilidade que se exige neste tipo de iniciativas. Deveriam interagir mais com os participantes e utilizar uma linguagem adequada ao público-alvo.
- ✓ A presença de investigadores do INESC TEC em grupos de discussão de redes sociais como o LinkedIn, sobre determinados temas relacionados com a nossa área de atuação, não está a ser tão potenciada como devia. Os administradores e coordenadores de Centros, em particular, deveriam ter uma participação e envolvimento mais ativos, pois podem deter um papel muito importante enquanto influenciadores, *opinion makers* e disseminadores do INESC TEC, considerando o número de pessoas que conhecem e contactos que fazem e que depois não são alimentados “online”.
- ✓ A distribuição dos colaboradores por diferentes Centros, a maior parte das quais com uma acentuada subcultura própria, e a consequente dispersão pelos espaços da FEUP, FCUP, ISEP, U.Minho, UTAD, IPB e U.Aberta, dificulta o contacto pessoal e a convivência diária.
- ✓ Seria importante comunicar de uma forma global os objetivos e as estratégias da instituição para cada ano, o que não acontece de forma estruturada e sistemática. Esta atitude facilita a distorção da informação, fazendo com que, por vezes, os colaboradores se sintam à margem das decisões da instituição.
- ✓ Apesar dos esforços de comunicação da arquitetura do modelo do INESC TEC aos colaboradores, a perceção do que somos e dos objetivos que pretendemos alcançar no futuro é por vezes incorreta. Por exemplo, mesmo com diversas notícias divulgadas via BIP, e-mail e sinalética interna, muitos colaboradores ainda não compreendem o posicionamento dos diferentes Centros no INESC TEC. Também não é completamente inteligível para todos a organização do INESC TEC em Clusters ou TEC4.
- ✓ Com exceção do Convívio de Fim de Ano, Torneio de Futebol e do Magusto, continua a haver poucos eventos institucionais que promovam o convívio interpessoal e o intercâmbio de ideias entre a maioria dos colaboradores.
- ✓ O INESC TEC só começou a contar com a competência de Design de Comunicação na equipa em 2015 e apenas numa colaboração em *part time*. Atualmente, apesar de já termos um colaborador a tempo inteiro, o volume e a complexidade são cada vez maiores e há atualmente vários trabalhos em fila de espera há semanas ou meses. Os pedidos recebidos nesta área são efetivamente desproporcionais à capacidade de resposta, o que inviabiliza também a criação de uma imagem institucional estruturada e coerente, que constitua a base dos suportes de comunicação a produzir.

3.3 OPORTUNIDADES

- ✓ O INESC TEC é cada vez mais convidado a participar em Mostras, Feiras e Exposições onde tem a oportunidade de mostrar os resultados da sua atividade a públicos específicos, apresentando-se como uma instituição credível que acrescenta valor a clientes e parceiros. A conquista de um estatuto de referência torna o INESC TEC cada vez mais requisitado e reconhecido, quer em eventos de carácter mais tecnológico e *business oriented*, quer em eventos de comunicação de ciência, onde também é presença obrigatória.
- ✓ Os contactos privilegiados com os serviços de comunicação da U. Porto, FEUP, FCUP, bem como a U.Minho, a UTAD e o ISEP, onde o INESC TEC tem polos, permitem uma eficaz troca de informações de modo a que os colaboradores desses mesmos polos se sintam informados e incluídos. De referir ainda a colocação semanal de notícias sobre o INESC TEC no portal da U.Porto.
- ✓ Dos grupos de trabalho Conselho Coordenador de Comunicação da U.Porto (CCC_UP) e Fórum de Comunicação da Asprela (FoCAs), em que o INESC TEC participa, podem surgir excelentes oportunidades para organização de atividades conjuntas e para promoção de iniciativas que reforçam a posição do INESC TEC no mapa da Investigação no Porto.

3.4 AMEAÇAS

- ✓ Ao nível da marca, apesar de a alteração da denominação de INESC Porto para INESC TEC ter ocorrido há mais de um ano, ainda existe confusão entre os jornalistas quando que se referem à nossa instituição. Esta confusão, agravada quando se trata de jornalistas que escrevem ou realizam reportagens sobre o INESC Porto há vários anos, favorece a dispersão da atenção positiva que se podia capitalizar para o INESC TEC. Acresce o facto de os próprios colaboradores se referirem constantemente à instituição apenas como INESC ou ainda INESC Porto.
- ✓ Existe muitas vezes o risco de se promoverem projetos mais sensíveis, cuja divulgação pode inviabilizar novas iniciativas e parcerias, especialmente quando a mensagem é difundida de forma menos rigorosa pelos *media*.

4. OBJETIVOS GLOBAIS PARA 2017

Ao nível da comunicação pretende-se que o projeto bandeira em 2017 seja o **LANÇAMENTO DO NOVO WEBSITE**. Criado em 2006, o atual website, um dos mais poderosos cartões de visita de qualquer instituição, revela-se manifestamente ultrapassado ao nível estético e de imagem, mas verifica-se sobretudo que não responde às atuais necessidades do Instituto em relação à divulgação das suas competências, atividades e resultados. O crescimento exponencial do INESC TEC e a sua progressiva multidisciplinaridade não se encontram, efetivamente, refletidos no atual website. Foram já dados em 2016 os primeiros passos para a criação de um novo website, que se espera que seja lançado ainda no primeiro trimestre de 2017.

Outras metas a trabalhar em relação à comunicação externa vão passar pela **DIVULGAÇÃO DO INESC TEC NOS MEDIA INTERNACIONAIS**, ou seja, procurar-se-á dar início ao alargamento sustentado da área de divulgação para os media internacionais, em particular da Europa e América Latina.

Serão ainda desenvolvidos esforços para **CONSOLIDAR A PRESENÇA DO INESC TEC DAS REDES SOCIAIS** e para **DINAMIZAR A VERTENTE MULTIMÉDIA**, através da produção de vídeos e infografias, uma das tendências atuais do marketing digital. De facto, uma das ideias chave que resultou da “Avaliação à Qualidade dos Serviços” em relação ao SCOM foi a necessidade de se implementar uma comunicação mais dinâmica e visual, com recurso a novas tecnologias e reforço das competências ao nível do design gráfico e da vertente multimédia.

No que diz respeito à imagem institucional está planeada a **CRIAÇÃO DE UMA NOVA IDENTIDADE**, que se adegue melhor ao INESC TEC no presente e no futuro, uma vez que a atual imagem, tal como o website, conta já com 10 anos de existência. Serão também criados **NOVOS SUPORTES DE COMUNICAÇÃO**, com o objetivo de projetar a imagem do INESC TEC juntos dos seus parceiros e *stakeholders*. Procurar-se-á igualmente reforçar a identidade do edifício sede INESC TEC no campus da FEUP.

No que diz respeito à comunicação interna, as novidades para 2017 são o **LANÇAMENTO DE UMA TV INTERNA** que permitirá divulgar as novidades do INESC TEC com os colaboradores do edifício sede, a **ORGANIZAÇÃO DE UM ENCONTRO ESTRATÉGICO** para investigadores, que passará a ter uma periodicidade anual, e a **ORGANIZAÇÃO DE UMA AÇÃO DE TEAM BUILDING** para todos os colaboradores.

5. AÇÕES DE COMUNICAÇÃO, CALENDÁRIO E PÚBLICOS

Considerando então os objetivos globais mencionados no ponto anterior, o SCOM procurará desenvolver em 2017 as seguintes ações-chave:

5.1 AÇÕES DE COMUNICAÇÃO EXTERNA

A visão estratégica do INESC TEC para o período de 2015-2020 segue a premissa “Melhor Ciência para maior Relevância Social”, considerando-se o impacto que os resultados da I&D avançada do INESC TEC podem ter na sociedade, em estreito alinhamento com a indústria portuguesa. Neste ponto é fundamental a comunicação externa dos resultados alcançados ao nível da investigação avançada e altamente inovadora levada a cabo pelo INESC TEC. Os instrumentos passam fundamentalmente pelo lançamento de um novo *website* e pela divulgação nos *media* internacionais, Redes Sociais e a pela aposta na vertente multimédia.

5.1.1 NOVO WEBSITE

AÇÕES	RESULTADOS	CALENDÁRIO	PÚBLICOS
Renovar a imagem gráfica e reorganizar a estrutura do <i>website</i> do INESC TEC	<p>Conceber um <i>website</i> ao nível da excelência do INESC TEC, que seja esteticamente apelativo e mais funcional/eficaz para potenciais parceiros e clientes.</p> <p>Em articulação com Serviço de Informação e Gestão (SIG).</p>	Entre janeiro e março	<p>Geral</p> <p>Empresas</p> <p>Parceiros</p>
Renovação da imagem gráfica e reorganização da estrutura do BIP	Conceber uma nova imagem gráfica para o BIP que esteja alinhada com a do novo <i>website</i> .	Entre setembro a dezembro	<p>Geral</p> <p>Empresas</p> <p>Parceiros</p>

5.1.2 MEDIA

AÇÕES	RESULTADOS	CALENDÁRIO	PÚBLICOS
Assessoria Imprensa nacional e criação de bolsa de especialistas	<p>Dar continuidade à uma estratégia de gestão da divulgação de informação que tem vindo a ser seguida, com a negociação de exclusivos nos <i>media</i> considerados mais relevantes, com vista a obter-se uma maior notoriedade e reconhecimento público.</p> <p>Criação de uma bolsa de especialistas do INESC TEC disponíveis para a função de <i>opinion makers</i> nas áreas da sua especialidade junto dos <i>media</i>. É muito importante aproveitar a <i>expertise</i> dos nossos investigadores para projetar a imagem do INESC TEC como uma instituição de saber e inovação. É uma relação win-win com os <i>media</i> que pretendemos consolidar em 2017.</p> <p>Elaboração de relatório anual de <i>clipping</i> (recortes de imprensa e reportagens de rádio e televisão) relativo ao INESC TEC.</p>	<p>Ao longo do ano</p> <p>Primeiro semestre</p> <p>Janeiro</p>	<p><i>Media</i></p> <p>Público em geral</p>
Assessoria de imprensa internacional	<p>Nos últimos anos surgiu a necessidade, por parte de alguns projetos, de se divulgar internacionalmente resultados. O <i>know how</i> da mediatização internacional tem, no entanto, de ser adquirido e profissionalizado, de modo a serem atingidos os resultados pretendidos. Nesse sentido, justifica-se a compra de bases de dados de órgãos de comunicação social nos mercados-alvo estratégicos para o INESC TEC.</p>	<p>Ao longo do ano</p>	<p>Universidades</p> <p>Empresas</p> <p>Parceiros</p>

5.1.3 REDES SOCIAIS

AÇÕES	RESULTADOS	CALENDÁRIO	PÚBLICOS
<p>Crescimento sustentado da presença nas Redes Sociais</p>	<p>As redes sociais LinkedIn, Facebook, Twitter, Instagram, YouTube e Google + têm sido canais de disseminação interna e externa das principais atividades de I&D nos diversos polos, assegurando a sua representatividade nestes canais. Têm tido como principal objetivo o “brand awareness”, mas em algumas das redes pode-se começar a apostar numa estratégia mais “agressiva” com o objetivo, por exemplo, de atrair recursos humanos (através da promoção de posts no Facebook e LinkedIn e da viralização de vídeos no YouTube).</p>	<p>Ao longo do ano</p>	<p>Academia Parceiros Colaboradores <i>Media</i> Público com interesses em investigação, educação, tecnologia, engenharia, ciência e inovação <i>Policy makers</i></p>
<p>Facebook</p>	<p>O alcance orgânico dos <i>posts</i> do Facebook é muito bom quando comparamos com as restrições que o próprio Facebook tem colocado às empresas, com um algoritmo de disseminação de <i>posts</i> cada vez mais refinado, que as impele a apostar em <i>posts</i> promovidos para chegar ao seu público. De facto, os <i>posts</i> do INESC TEC chegam em média a 30% dos fãs; uma média de 50 mil pessoas vê os nossos <i>posts</i> mensalmente; e a página obtém um <i>engagement</i> (= interação, envolvimento) superior a 30%. Isto significa que, apesar de não termos muitos seguidores (em comparação com outras páginas), temos fãs de qualidade, que se envolvem com a marca; e que partilhamos conteúdo relevante e de interesse para o nosso público. Poder-se-á aumentar o número de fãs, chegar a audiências mais segmentadas e obter um alcance e retorno maiores em termos de conhecimento de marca se se apostar nos <i>posts</i> promovidos.</p>	<p>Ao longo do ano</p>	<p>Colaboradores Media Público em geral com interesse em ciência e tecnologia Academia</p> <p>Características do público atual:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Geográficas: 86% portugueses; 4% brasileiros; 20% do Porto; - Demográficas: 43% na faixa etária dos 25-34 anos; 58% homens.

YouTube	Depois de ter tido um bom arranque em 2015, o YouTube continuou a superar as expectativas: mais do que duplicou o número de subscritores (de 133 para 283) e o número de visualizações dos vídeos (de 15 mil para 40 mil). A ideia, e dada a tendência de aposta progressiva em conteúdos multimédia, é manter este ritmo de desempenho da página e produzir mais conteúdo original para o canal.	Ao longo do ano	Geral Parceiros Clientes
LinkedIn	O LinkedIn é uma plataforma privilegiada para comunicação B2B. O objetivo para a <i>showcase page</i> de oportunidades de empregos criada em 2016 será triplicar o número atual de seguidores (281). Recomenda-se também a presença de investigadores em grupos de discussão sobre determinados temas relacionados com a nossa área de atuação, pois podem atuar influenciadores, <i>opinion makers</i> e disseminadores do INESC TEC.	Ao longo do ano	Público em geral, focado em pessoas das áreas da investigação, engenharia, tecnologias da informação Parceiros empresariais Academia Colaboradores
Twitter	O Twitter tem pouca expressão em Portugal e junto do público do INESC TEC. Já a nível internacional tem uma dinâmica mais evidente. A nossa estratégia passa então por, cada vez mais, colocar <i>tweets</i> relativos a projetos europeus e a participações em conferências internacionais, privilegiando a utilização do inglês.	Ao longo do ano	Público em geral Parceiros empresariais
Google +	O INESC TEC tem conta criada no Google +, com uma estratégia de publicação de um conteúdo por mês. O objetivo é apenas indexar no Google os <i>posts</i> colocados neste canal, para que o INESC TEC apareça cada vez melhor posicionado nas palavras-chave utilizadas neste motor de pesquisa.	Ao longo do ano	Colaboradores Estudantes ou recém graduados

<p>Instagram</p>	<p>O Instagram tem como objetivo chegar a um público mais jovem. Neste momento tem 380 seguidores, dos quais 113 interagem com a página frequentemente. Para aumentar o nível de interação sugere-se continuar a promover a página <i>offline</i> junto de estudantes ou <i>online</i> através de <i>posts</i> promovidos.</p> <p>Mostrando o ambiente INESC TEC e a sua comunidade, com um estilo mais descontraído, este pode ser um excelente veículo para atrair recursos humanos para as nossas bolsas de investigação mais juniores.</p>	<p>Ao longo do ano</p>	<p>Colaboradores</p> <p>Estudantes ou recém graduados</p>
------------------	--	------------------------	---

5.1.4 MULTIMÉDIA

AÇÕES	RESULTADOS	CALENDÁRIO	PÚBLICOS
<p>Filmes promocionais de projetos</p>	<p>Para além da cobertura fotográfica e de vídeo de eventos, vai apostar-se em 2017 na produção de filmes promocionais de projetos e também de vídeos curtos a acompanhar notícias do BIP. Esta iniciativa segue a tendência crescente de incluir conteúdos multimédia nos canais de divulgação, tornando os projetos mais apelativos e dinâmicos.</p>	<p>Ao longo do ano</p>	<p>Geral</p> <p>Empresas</p> <p>Parceiros</p>
<p>Desenvolvimento de infografias dinâmicas e estáticas</p>	<p>Sendo o INESC TEC uma instituição ligada à tecnologia faz todo o sentido que invista na criação de infografias dinâmicas ou estáticas passíveis de serem replicadas em vários suportes. A representação gráfica de alguns projetos facilita a compreensão de alguns conteúdos mais técnicos, quer através da assessoria de imprensa (os <i>media</i> utilizam cada vez mais infografias para comunicar com os leitores), quer através do BIP, do portal de notícias da U. Porto, <i>flyers</i>, entre outros.</p>	<p>Ao longo do ano</p>	<p>Geral</p> <p>Empresas</p> <p>Parceiros</p>

5.1.5 IMAGEM GRÁFICA E SUPORTES

AÇÕES	RESULTADOS	CALENDÁRIO	PÚBLICOS
Revisão Manual de Imagem INESC TEC	O Manual de Identidade Visual que existe atualmente foi elaborado em 2006, aquando da criação do atual logótipo, tendo sofrido entretanto apenas alterações de pormenor, como a mudança do nome INESC Porto para INESC TEC. Com o crescimento e a reorganização da estrutura do INESC TEC dos últimos anos, surge a oportunidade de rever a identidade gráfica da instituição, tentando, sem abdicar da atual imagem, criar um sistema que integre uma nova visão da comunicação global, respondendo ao mesmo tempo às novas necessidades que advieram das alterações recentes.	Primeiro semestre	Interno Geral
Conceção de sinalética externa para reforçar a identidade do INESC TEC	A sinalética de acesso ao do edifício sede deve ser revista ao longo do ano, sendo que alguma ainda deve ser alterada de INESC Porto ou INESC P (como é o caso das indicações na estrada que dá acesso à FEUP e à via dos institutos) para INESC TEC. Esta alteração já está a ser articulada com a FEUP para pedido à CMP. Também se coloca a hipótese de se aplicar uma lona na parte lateral do edifício que tenha o logo do INESC TEC de forma a gerar maior <i>brand awareness</i> .	Primeiro semestre	Geral
Atualização de suportes de comunicação	Atualização de diversos suportes de comunicação. Será novamente produzido o documento “Destaques da Atividade”, uma compilação da atividade mais importante desenvolvida pelo INESC TEC no ano de 2016.	Ao longo do ano Entre abril e maio	Geral Empresas Parceiros

5.1.6 OUTRAS AÇÕES DE COMUNICAÇÃO EXTERNA

Envolvimento em WP de projetos europeus	Os projetos europeus têm sempre um <i>workpackage</i> de disseminação, por vezes assumido pelo INESC TEC, em que se incluem as atividades de criação da imagem do projeto, <i>website</i> , suportes de comunicação, edição de vídeos, assessoria de imprensa, organização de eventos. Em 2017 o SCOM continuará a estar envolvido em duas WP do projeto europeu UPGRID e na rede EEN.	Ao longo do ano	Parceiros Consumidores finais (no caso do UPGRID por exemplo)
Apoio à organização de eventos com chancela INESC TEC	Está previsto em 2017 dar-se continuidade ao Fórum INESC TEC do Outono, um ciclo inaugurado na comemoração dos 30 anos. A organização deste evento, de caráter mais generalista, mas também de outros mais focados numa área de competência específica, como é o caso das conferências Wireless Days 2017, CMMR 2017 ou Hyperbole 2017, conferem visibilidade e prestígio ao INESC TEC.	Outubro	Geral Empresas Parceiros
Visita do SAB e da FCT	De salientar ainda a preparação da visita da avaliação FCT prevista para o segundo semestre, que será precedida da visita dos elementos do <i>Scientific Advisory Board (SAB)</i> , e implicará um esforço de autoanálise por parte do INESC TEC, mas também um trabalho importante ao nível da imagem do que queremos projetar. O SCOM estará fortemente envolvido na organização de toda a visita, em particular na exposição no ISEP e na preparação de suportes eletrónicos e de papel.	Março e outubro	Interno SAB Entidades Financiadoras
Participação do INESC TEC em eventos de referência	A participação do INESC TEC em eventos de referência nas suas áreas de atividade fortalece a imagem de uma instituição de excelência. Para 2017 está prevista, por exemplo, a participação nos eventos Expoflorestal e Business2Sea.	Maio Novembro	Geral Empresas Parceiros

Participação em eventos de comunicação de ciência	Promover a participação institucional em eventos como a Semana Profissão Engenheiro da FEUP, a Mostra da U.Porto e o estágio “À Descoberta do Meu Lado Empreendedor” da Ciência Viva, reforçam a aposta na formação dos mais jovens.	Março Julho	Jovens alunos
Produção do BIP	Produção do Boletim do INESC TEC, disponível em português (11 edições/ano) e inglês (3 edições /ano) no <i>website</i> do INESC TEC e divulgado na versão inglesa para Universidades de 25 países.	Ao longo do ano exceto em agosto	Geral Empresas Parceiros
Produção de conteúdos	A atualização do <i>website</i> com notícias e eventos e a produção semanal de notícias para portal noticias.up.pt, contribuem, a par do BIP e das Redes Sociais, para aumentar a visibilidade dos resultados alcançados pelo INESC TEC.	Ao longo do ano	Geral Empresas Parceiros
Eventos 30 anos	Há algumas iniciativas da comemoração dos 30 anos que ainda se prolongam por 2017. É o caso da produção de um vídeo institucional, um livro de prestígio e da legendagem dos documentários dos 30 anos.	De janeiro a junho	Geral Empresas Parceiros
Plano de responsabilidade social	Todos os anos o INESC TEC promove campanhas que têm como objetivo, por exemplo, ajudar públicos desfavorecidos. O carácter voluntário com que o INESC TEC tem aderido a iniciativas de responsabilidade social justifica a elaboração de um plano anual que defina os planos de atividade da instituição. Para 2017 está previsto que o tema seja Saúde.	Primeiro semestre	Geral
Criação de base de dados institucionais e de empresas	Está prevista a criação de uma base de dados de contactos institucionais e de empresas que será gerida pelo SCOM e utilizada por exemplo no envio de convites para eventos INESC TEC.	Segundo semestre	Interno

Dinamização Connect INESC TEC	O projeto CONNECT INESC TEC junta em rede antigos colaboradores que podem manter-se atualizados sobre as novidades do INESC TEC. Foram definidos objetivos concretos para a reformulação da rede e planeadas iniciativas de dinamização que se espera que possam ser executadas em 2017.	Ao longo do ano	Antigos colaboradores
Supervisão das regras de publicitação para projetos e artigos científicos	Verificação do correto uso dos logótipos obrigatórios e das referências aos fundos de financiamento aplicadas a artigos científicos, publicações e outros documentos de divulgação.	Ao longo do ano	Interno Entidades financiadoras
Acompanhamento de visitas ao INESC TEC	Nas visitas de entidades ou empresas ao INESC TEC é prestado um apoio ao nível da preparação de material promocional a ser entregue, registo fotográfico e redação de notícias para o BIP e portal de notícias da U.Porto.	Ao longo do ano	Geral
Resposta a pedidos/questions que chegam através do <i>website</i> ou <i>e-mail</i> info	A rápida e eficaz resposta diária a questões que chegam através do <i>website</i> ou do <i>e-mail</i> info@inesctec.pt é importante para a criação de uma imagem positiva.	Ao longo do ano	Geral

5.2 AÇÕES DE COMUNICAÇÃO INTERNA

O aumento da dimensão do Laboratório Associado e a entrada de novos Centros apresentaram novos desafios a que se juntaram a organização por *clusters* e TEC4, e a emergência de novas lideranças. Neste contexto, é fundamental que os colaboradores interiorizem o novo figurino INESC TEC e participem ativamente na promoção de uma investigação cada vez mais interdisciplinar. Um importante contributo passará pela organização de iniciativas facilitadoras da comunicação interna, nos sentidos ascendente e descendente, promovendo simultaneamente eventos de convívio entre os colaboradores dos diversos Centros e Serviços.

5.2.1 TV INTERNA

AÇÕES	RESULTADOS	CALENDÁRIO	PÚBLICOS
TV Interna	A criação de uma TV interna tem como objetivo substituir o LCD que se encontra na entrada do edifício sede, comunicando as atividades do INESC TEC, através de uma plataforma que combine vídeos e notícias do INESC TEC com <i>feed</i> RSS de notícias de órgãos de imprensa generalistas e outros conteúdos informativos que possam ter interesse para os colaboradores e para quem visita o edifício.	Entre março e dezembro	Interno Visitantes do edifício sede

5.2.2 SESSÃO DE ACOLHIMENTO AOS NOVOS COLABORADORES

AÇÕES	RESULTADOS	CALENDÁRIO	PÚBLICOS
Sessão de acolhimento aos novos colaboradores	Prosseguir com a sessão de acolhimento mensal, organizada pelo SCOM, em articulação com o serviço de Recursos Humanos. O objetivo para 2017 é operacionalizar uma avaliação da sessão e definir pontos de melhoramento a introduzir no formato.	Ao longo do ano	Novos colaboradores

5.2.3 CONVÍVIO INTERNO PARA COLABORADORES

AÇÕES	RESULTADOS	CALENDÁRIO	PÚBLICOS
Organização de um Encontro Estratégico para se debater o futuro do INESC TEC	Organizar a primeira edição de um encontro anual da Administração com Coordenadores de Centro e Cluster e Responsáveis de Área para discussão de assuntos de interesse estratégico para o INESC TEC. Os grupos serão criados antecipadamente para que possam preparar e debater os temas previamente definidos antes	Setembro	Colaboradores

	do Encontro propriamente dito. Este terá a duração de um dia e, além da parte de discussão e apresentação de resultados, contará com um jantar e um concerto à noite, promovendo o convívio e o lazer.		
Organização de um dia de <i>Team Building</i> e convívio para colaboradores	Sabendo-se que o Torneio de Futebol não tem cumprido o objetivo de promover o saudável convívio entre colaboradores, nem de reforçar a coesão interna, o SCOM vem propor a sua substituição por uma atividade anual de <i>Team Building</i> , aberta a todos os colaboradores. De facto, o Torneio tem vindo a tornar-se numa iniciativa desvirtuada no seu princípio, e que não é suficientemente inclusiva, pois conta com uma reduzida participação de colaboradores acima dos 45 anos e de mulheres. O <i>Team Building</i> pretende proporcionar momentos de cooperação e trabalho em equipa, colocando as equipas à prova com atividades de competição. Ao mesmo tempo, procura motivar os participantes a superar obstáculos e promover a capacidade de gestão de tempo. Esta iniciativa terminaria com uma refeição em forma de piquenique, em que cada colaborador leva um lanche e partilha com todos.	Maio	Colaboradores

5.2.4 OUTRAS TAREFAS DE COMUNICAÇÃO INTERNA

AÇÕES	RESULTADOS	CALENDÁRIO	PÚBLICOS
Sessão de <i>Media Training</i>	O SCOM organizará em 2016 sessões de <i>Media Training</i> para reforçar as competências comunicacionais dos investigadores. Está prevista também uma sessão de <i>Media Training</i> com um convidado de renome, exclusiva para Administração, Coordenadores de Centros e Responsáveis de Área.	Abril e setembro	Interno

Sessão de Formação Escrita de Artigos Científicos	Além do serviço de tradução e revisão de textos em PT e EN, a organização de sessões de formação para investigadores do INESC TEC contribuirá para melhorar as suas competências ao nível da escrita de artigos científicos e aumentará certamente a possibilidade de publicação em revistas.	Abril e setembro	Interno
Organização de eventos internos	As iniciativas internas – Concurso de Fotografia, Magusto e Lanche Multicultural -, organizadas anualmente, têm como objetivo favorecer o convívio e reforçar a coesão interna dos colaboradores do INESC TEC.	Setembro Novembro Dezembro	Interno
Promover a comunicação interna ascendente e descendente	O envio sistemático de <i>e-mail</i> com informação de interesse geral para o público interno e a colocação semanal de destaques na Intranet apresentam-se como instrumentos facilitadores da eficaz comunicação interna. O SCOM deve ainda articular-se com a Administração e sugerir a divulgação de certos assuntos de interesse interno e externo. Cabe também ao Serviço a tarefa de receber sugestões, dúvidas e pedidos dos colaboradores e encaminhá-los para a Administração, permitindo assim a comunicação no sentido ascendente.	Ao longo do ano	Interno