

## Plano de Comunicação

Coordenação-Geral de Comunicação e Editoração (CGCE)

Diretoria de Comunicação e Pesquisa (DCP)

Maio/2015

A proposta de plano de comunicação elaborada pela Coordenação-Geral de Comunicação e Editoração (CGCE) da Diretoria de Comunicação e Pesquisa (DCP) tem como objetivo estabelecer estratégias e implementar ações para consolidar a imagem positiva da Escola Nacional de Administração Pública (Enap) junto ao público interno e externo, de forma a dar visibilidade às realizações da Escola. As ações serão executadas em parceria com todas as unidades da Enap.

A comunicação da Enap deve ser entendida como um conjunto de ações e diretrizes dirigidas a todos os seus públicos de interesse, quais sejam:

**I. Interno** – servidores efetivos da Escola, servidores em cargos em comissão, profissionais terceirizados e estagiários;

**II. Externo** – imprensa nacional e regional, servidores do governo federal (especialmente alunos e ex-alunos), organismos internacionais, associações de carreira, universidades e escolas de governo.

As propostas aqui reunidas permitirão ampliar as ações de disseminação da Escola e concorrer para o alcance do objetivo institucional da Enap, que é ofertar formação e aperfeiçoamento em Administração Pública a servidores públicos federais.

## Ações propostas

### I. Público Interno

A comunicação interna da Escola será aprimorada, nessa primeira fase de melhoria da comunicação da Enap, a partir das seguintes ações:

- Fortalecer a intranet da Escola, tornando-a mais dinâmica e atrativa. Para isso, propõe-se a realização de enquetes a respeito de quais assuntos os servidores gostariam de ver na intranet;
  - Manter o público interno a par do que está sendo realizado pelas diretorias e assessorias da Escola, por meio do envio de notícias para o mailing Lista Global de emails e da atualização constante da intranet;
  - Dar conhecimento das notícias veiculadas na imprensa que citam a Escola ou que sejam de interesse da Enap, por meio do clipping produzido semanalmente;
  - Elaborar artigos do presidente sobre temas que estão em voga para os servidores com apoio da assessoria da presidência (periodicidade mensal);
  - Inserir *pop-ups* nos computadores, com destaque para cursos e outras atividades de interesse dos servidores;
  - Realizar enquetes, de forma a envolver os servidores na escolha de nomes de campanhas, ações e programas da escola;
  - Promover campanhas de sensibilização (Semana do servidor, Semana de qualidade de vida etc).

### Fluxo

A CGCE/DCP deve estabelecer um fluxo eficiente de informações com os dirigentes da Escola e todas as suas unidades (diretorias, coordenações e assessorias), além de criar e/ou consolidar espaços qualificados de interlocução com todos os seus públicos de interesse. Para garantir que esse resultado seja alcançado, propõe-se:

- A participação da CGCE/DCP desde o início das discussões em torno das atividades e produtos da Escola que possam exigir quaisquer ações de comunicação;
- Institucionalizar o Comitê de Comunicação, composto pela Coordenadora-Geral de Comunicação e Editoração, pelas coordenadoras de Comunicação e Editoração (CGCE) e por pontos focais de cada uma das diretorias, coordenações e assessorias da Escola. Essa instância se reúne semanalmente, com o objetivo de elaborar um banco de pautas.

## II. Público Externo

### *Implementação do novo portal da Enap*

O novo portal da Enap, desenvolvido pela TV1, por intermédio da Secretaria de Comunicação Social (Secom) da Presidência da República, está em fase final de definição de layout e migração de conteúdos. No momento, a CGCE em conjunto com a TI da Enap, vem trabalhando para viabilizar o lançamento do portal. O novo projeto seguirá as orientações de layout definidos pela Secom para os ministérios/órgãos do governo federal.

Pretende-se aprimorar o portal da Enap, tornando-o um canal de interlocução com todos os seus públicos de interesse, garantindo a atualização constante de suas notícias e conteúdos. Será definida uma rotina de atualização para o portal, estabelecendo parâmetros para utilização do canal, como por exemplo, o tipo de informação que deve ser mantida e inserida. A CGCE comporá ainda um banco de matérias atemporais (entrevistas, artigos) a serem inseridas no portal sem datas específicas.

### *Publicização das ações da Enap via Mídias e Redes Sociais*

As Mídias e Redes Sociais são ferramentas fundamentais para aproximar um órgão público do cidadão comum e dar visibilidade às ações de uma instituição. Dessa forma, as ações nesse sentido são:

- Atualização diária da página da Escola Nacional de Administração Pública no Facebook, com notícias e assuntos relacionados às atividades da Escola e temas de interesse indireto;
- Manutenção da página da Biblioteca Graciliano Ramos no Facebook, que já é atualizada constantemente e possui conteúdo específico;
- Atualização diária do perfil da Enap no Twitter, com a postagem em tempo real em eventos e atividades de grande porte;
- Melhoria da gestão da página da Enap no Flickr, de modo a selecionar fotos mais diferenciadas e mais atrativas.
- Fortalecimento do canal da Enap no Youtube, com a inserção de vídeos de interesse da Escola.

## Fluxo

Inserir a Escola nas Mídias e Redes Sociais implica colocar a Enap na “vitrine”. Para isso, torna-se imprescindível:

- Estabelecer relacionamento e interação com o usuário, monitorando questionamentos e comentários, com estratégias de pronta resposta.
- Envolver e comprometer todas as áreas da Escola nesta gestão a fim de assegurar a pronta resposta a questionamentos e, quando for o caso, comentários. Para que haja celeridade nas respostas, a CGCE encaminha, por email, o questionamento à área responsável para resposta com a maior brevidade possível.

### *Estreitamento das relações com Assessorias de Comunicação de ministérios e órgãos parceiros e de interesse da Escola*

A CGCE/DCP deve assegurar e consolidar um canal permanente de interlocução com as assessorias de comunicação do governo federal e de órgãos parceiros e de interesse da Escola, de forma a multiplicar os canais de relacionamento e de divulgação e identificar e compartilhar demandas transversais.

Para isso, é fundamental a atualização do *mailing* dos chefes de assessorias destes órgãos para envio de avisos de pauta e releases relativos às iniciativas da Escola.

### *Melhoria do relacionamento com a Imprensa*

Com o objetivo de ampliar a presença positiva da Enap na mídia, propõe-se uma estratégia de estreitamento no relacionamento com veículos de imprensa, por meio das seguintes ações:

- Prestar assessoria direta ao presidente e aos diretores, intermediando o contato com a imprensa, a fim de construir um relacionamento positivo com os profissionais dos principais veículos do país, em nível nacional e regional;
- Divulgar as atividades/ações/programas com a maior brevidade possível, além de responder pontualmente às demandas de imprensa;
- Qualificar fontes internas para o adequado atendimento a jornalistas, por meio de *mediatraining* oferecido pela Secom;

- Preparar artigos do presidente sobre temas atuais e de interesse da Enap e prospectar canais para que possam ser veiculados;
- Produzir conteúdos para rádio.

### Fluxo

O contato com a imprensa deve ser constante, de forma a estreitar relacionamentos e “fidelizar” veículos para que se interessem pelas pautas da Escola. Para isso, sugere-se:

- Enviar releases a respeito de atividades relevantes da Escola para mailings de imprensa, de forma a conquistar espaço para o fato em tempo hábil.
- Fazer contato com articulistas e colunistas dos grandes veículos e de veículos regionais, com o objetivo de “emplacar” artigos do presidente e de dirigentes da Escola, assim como de professores colaboradores que falem de temas de interesse da Enap;
- Estabelecer um canal de comunicação direto com veículos da imprensa regional, de forma a aproveitar, principalmente, a presença na Escola de professores de renome para ministrar palestras e cursos.
- Utilizar espaços nos veículos de mídia governamental e TVs públicas (Portal Brasil, TV NBr, Radiobrás, Agência Brasil) para divulgação de ações da Escola.

### III. Materiais impressos

Embora a orientação seja cada vez menos o uso de papel na Escola, algumas ações de comunicação se utilizam de materiais impressos como auxílio de divulgação e, até mesmo, fixação da marca da Enap.

As ações que demandarem materiais impressos (editoração/revisão) em seus planos de comunicação (folders, cartazes etc.) deverão ser encaminhadas à CGCE somente via Formulário de Solicitação de Ações e Produtos de Comunicação e Editoração.

- O documento é imprescindível para a distribuição e priorização de tarefas dentro da equipe, além do controle e monitoramento das ações internamente.
- Além disso, o formulário auxilia as áreas demandantes na formatação das solicitações, já que funciona como um “cardápio” dos serviços disponibilizados pela CGCE.