

Comunicação Institucional e Comunicação de Ciência: lado-a-lado no Ensino Superior

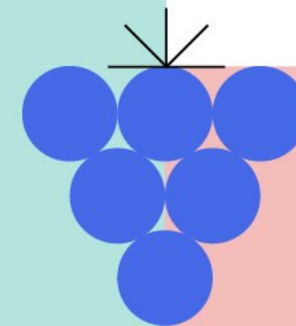


Como se relacionam a comunicação institucional e a comunicação de ciência nas instituições de ensino superior — e como é que queremos que essa relação evolua?



Comunicação de serviços digitais: da consistência à ligação com as comunidades

O papel do Marketing na estruturação, ativação e proximidade aos serviços



Onde se posiciona a FCCN?

- Comunicação de serviços que suportam a investigação e o ensino
- Infraestrutura digital “nos bastidores” da ciência
- Ponte entre tecnologia, instituições e comunidade



O desafio de comunicar serviços digitais

- Portfólio alargado e heterogéneo
- Públicos diversos
- Diferentes níveis de maturidade dos serviços
- Comunicação fragmentada gera perda de impacto



Uma abordagem estruturada à comunicação

1. Estrutura

- *Guidelines*
- Linguagem comum
- Identidade consistente

2. Escala

- *Templates*
- Padronização
- Reutilização de recursos

3. Proximidade

- Relação com comunidade
- Presença nas IES



Diferentes serviços, uma comunicação coerente.

- Definição de *guidelines* de comunicação
- Harmonização da presença digital
- Alinhamento de mensagens por serviço
- Identidade comum entre serviços FCCN



Garantir sustentabilidade

- *Templates* reutilizáveis
- Redução de esforço duplicado
- Escala para múltiplos serviços
- Priorização com base em impacto



2024

Rebranding Institucional

30 marcas diferentes

2025

Um racional de marca comum



Antes



Depois



Ícone
com gradiente

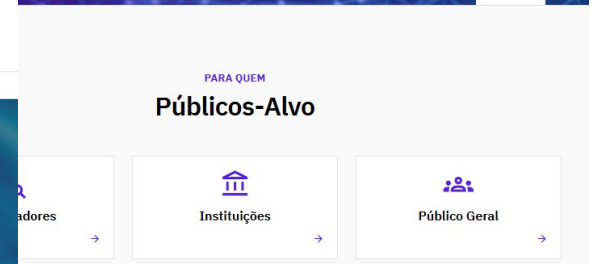
Forma de um
elemento associado
à imagem anterior
ou à atividade do
serviço



Reestruturação da presença digital dos serviços

Múltiplos serviços, uma presença digital unificada

- **Template em WordPress com estrutura comum e base para novos websites;**
- **Implementação de *layouts* consistentes;**
- **Redesenho e lançamento das presenças digitais com o novo *template*;**
- **Definição de regras e procedimentos**



laedu: da criação à comunicação

1. Desafio

- Novo serviço
- Necessidade de posicionamento claro

2. Intervenção

- *Naming*
- Identidade visual
- Enquadramento estratégico

3. Resultado

- Coerência
- Reconhecimento
- Alinhamento com missão



IAedu – processo de criação e impacto do serviço de Marketing

Proposta de nome

- **AuroraAI** (associada à renovação, luz e novos começos)
- **Olivia** (combina tradição e inovação. Remete para a oliveira, símbolo de sabedoria e paz, integrando IA)
- **SapiensAI** (nome que combina sabedoria com inteligência artificial)

Identidade de marca: conceito visual e definição da imagem

A



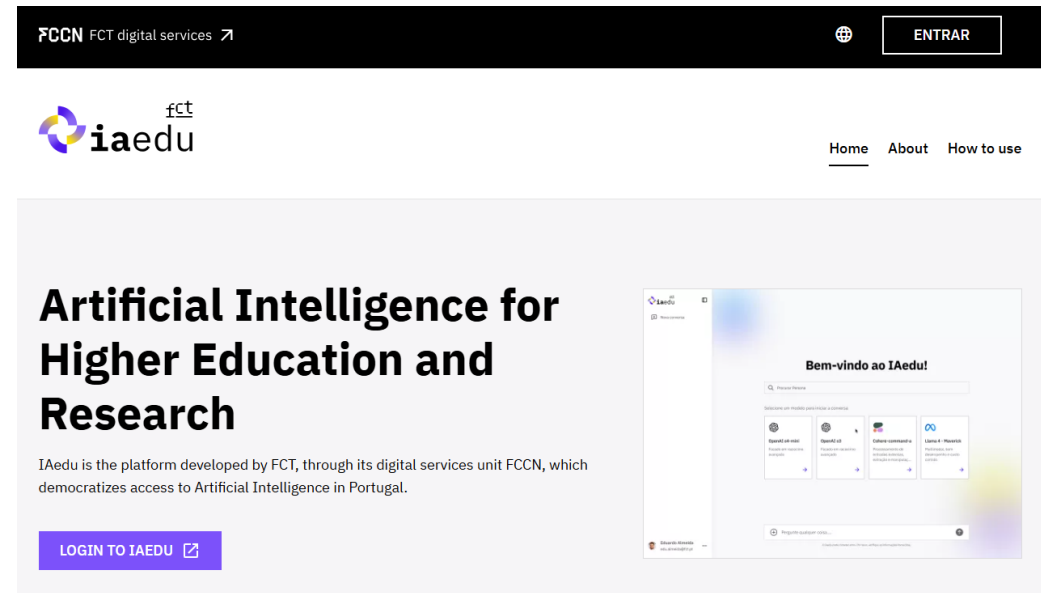
B



C



Desenvolvimento do website (estrutura, conteúdos e percurso do utilizador)



A ligação às comunidades

- Relação direta com IES
- *Roadshows* e presença no terreno
- Aproximação a utilizadores e *stakeholders*
- *Feedback* contínuo



Obrigado!

jornadas.fccn.pt

fccn.pt