

POR

L I S B O A

PROGRAMA OPERACIONAL REGIONAL

**plano e estratégia de comunicação  
para o programa operacional regional  
de lisboa | 2007-2013**



## SUMÁRIO

1. ENQUADRAMENTO
  - 1.1 Enquadramento Estratégico
  - 1.2 Missão e Objectivos
    - 1.2.1 Objectivos estratégicos globais de comunicação
    - 1.2.2 Missão
    - 1.2.3 Especialização dos objectivos estratégicos de comunicação
  - 1.3 Públicos alvo
2. ESTRATÉGIA
  - 2.1 Diagnóstico da situação actual da comunicação de temas relacionados com a política regional
  - 2.2 A estratégia de comunicação
  - 2.3 Mensagem Essencial e Articulação Temática
    - 2.3.1 Propostas de Mensagem Essencial
3. CALENDARIZAÇÃO DO PLANO E FINANCIAMENTO DAS ACÇÕES PROPOSTAS
4. IMPLEMENTAÇÃO DO PLANO E ACÇÕES PROPOSTAS
  - 4.1 Acções do Plano | Fase 1 | 2007/2009
  - 4.2 Acções do Plano | Fase 2 | 2010/2012
  - 4.3 Acções do Plano | Fase 3 | Avaliação e Monitorização | 2013
  - 4.4 Cronograma de execução
  - 4.5 Direcção e execução
  - 4.6 Avaliação e controlo



# 1. ENQUADRAMENTO

**Comunicar a Estratégia de Lisboa para a Região de Lisboa.  
Enquadramento Estratégico. Missão. Objectivos. Públicos Alvo.**

## 1.1 ENQUADRAMENTO ESTRATÉGICO

O Programa Operacional Regional de Lisboa (neste documento designado por PORL), para o período de programação 2007-2013, assenta nas grandes recomendações da política de coesão, no desígnio estratégico do Quadro de Referência Estratégico Nacional (neste documento designado por QREN) e ancora-se na Estratégia Regional Lisboa 2020.

A Região de Lisboa evoluiu no sentido da modernização e crescimento económico, percorrendo um caminho de sucesso em termos da convergência com a Europa. Depois de um período em regime de phasing-out (2000-2006), passou agora para o objectivo “Competitividade Regional e Emprego”, realidade que lhe coloca novos desafios que importa integrar nas oportunidades e suportes de comunicação a elaborar no período de execução.

O **QREN** estabelece as grandes prioridades estratégicas a nível nacional:

- Promover a qualificação dos Portugueses
- Promover o crescimento sustentado
- Garantir a coesão social
- Assegurar a qualificação do território e das cidades
- Aumentar a eficiência da governação

A **Estratégia Regional de Lisboa**, por seu lado, define como Visão:

- *No horizonte de 2020, a Região de Lisboa transformar-se-á numa metrópole cosmopolita, de dimensão e capitalidade europeias relevantes, plenamente inserida na sociedade do conhecimento e na economia global, muito atractiva pelas suas singularidade e qualidade territoriais, natureza e posicionamento euro-atlânticos. A sustentabilidade social e ambiental, o reforço da coesão sócio-territorial, a valorização da diversidade étnica e cultural e a eficiência da governação são, nesse horizonte, condições e metas do desenvolvimento económico e social da região.*

A Estratégia Regional de Lisboa aponta para o horizonte de 2020 – ultrapassando portanto o período de programação do QREN, em virtude de se tratar de um plano estratégico de longo prazo – como forma de dar resposta aos novos objectivos de desenvolvimento regional, de acordo com a política de desenvolvimento económico e social do país, em linha com as orientações estratégicas europeias – designadamente com a Estratégia de Lisboa – e com as novas mudanças e realidades das economias mundiais.

O presente plano de comunicação obedece à preocupação de integrar, concomitantemente, os objectivos de comunicação imediatos num calendário articulado de longo prazo com os objectivos de comunicação globais do QREN a nível nacional. Temos assim, três níveis e três fases de planeamento dos esforços de comunicação do PORL:

Intervenção imediata, num horizonte de dois anos (2008/2009) para lançamento do PORL e incentivo à apresentação de candidaturas de qualidade

Intervenção ao longo do período de programação do PORL (até 2013)

Intervenção de continuidade no horizonte da estratégia regional, até 2020

Interessa, neste âmbito, recordar alguns traços essenciais da Estratégia Regional Lisboa 2020, plasmados de forma clara no Plano Operacional que nos compete comunicar.

A Estratégia Regional Lisboa 2020 define um conjunto de objectivos, medidas e acções – coerentes, concentradas e selectivas – que permitam realizar as reformas e os ajustamentos estruturais necessários para uma renovação do modelo competitivo, abrangendo a qualificação, a inovação e a diferenciação nas actividades tradicionais de especialização, mas também a entrada em novas actividades intensivas em tecnologias avançadas, apoiadas por novas competências em recursos humanos e I&D.

O esforço de comunicação a desenvolver no quadro das actividades do PORL haverá de ter em conta os factores de sucesso bem com as principais debilidades sentidas na Região de Lisboa, claramente identificadas no diagnóstico que precede a definição da estratégia regional.

Os principais factores de sucesso da Região de Lisboa são os recursos naturais, ambientais, climatéricos e patrimoniais singulares, distintivos em termos das metrópoles europeias; uma localização geoestratégica de charneira periférica na Europa, central em termos euro-atlânticos, que vocaciona Lisboa para o desempenho de um papel relevante na globalização, como plataforma de relacionamentos económicos, logísticos, culturais e diplomáticos; e, finalmente, a elevada concentração nacional de recursos produtivos, de

ensino, científicos e tecnológicos e de qualificação que colocam a Região numa posição de partida muito favorável no caminho para a sociedade do conhecimento.

A qualificação é ainda insuficiente em termos gerais, mas apresenta domínios emergentes de ponta: software, indústria automóvel, centros de competências, biotecnologia, turismo. Por outro lado, as principais debilidades consistem no desordenamento do território, nos constrangimentos à mobilidade, na insuficiente qualificação dos recursos humanos, bem como nas precariedades sócio-urbanísticas de exclusão social.

As apostas estruturantes da estratégia regional são a Inovação e Conhecimento, a Sustentabilidade Ambiental (incluindo a eficiência energética) e a Coesão Social, cuja concretização passará pela execução de um conjunto de programas e projectos que são objecto de consenso generalizado. A realização desses programas e projectos não se esgotará no PORL, porquanto em causa está um programa de investimentos que ultrapassam largamente o envelope de fundos estruturais atribuído à Região e que deverão ser mobilizados numa lógica de complementaridade.

Neste quadro, haverá que programar e conceber as acções de comunicação associadas ao PORL num ambiente comunicacional mais vasto e envolvente, com bom aproveitamento das sinergias e adequada integração a nível de mensagens, imagem e articulação temática (tema a que voltaremos mais demoradamente no capítulo dedicado à Estratégia de Comunicação).

O QREN (nomeadamente através do PO Potencial Humano e do PORL) dará contributos relevantes, até determinantes, mas os desígnios do desenvolvimento regional obrigam a que se diligencie a mobilização de outros recursos e vontades, num verdadeiro esforço regional e nacional, através do PIDDAC e dos orçamentos municipais. Os investimentos públicos deverão criar condições para o investimento privado, cuja participação neste esforço de modernização da Região de Lisboa é decisiva.

Emergem da Estratégia Regional quatro eixos prioritários para enquadramento das acções do Plano Operacional:

- **Competitividade, Inovação e Conhecimento**
- **Sustentabilidade territorial**
- **Coesão social**
- **Assistência Técnica**

Para a implementação e gestão das suas políticas e medidas, a Estratégia Regional preconiza uma reestruturação (que designa mesmo por “reinvenção”) das formas de fazer e dos processos, através do desenvolvimento de novas formas e estruturas de governabilidade e governança, assentes na capacitação institucional, na cooperação inter-institucional e na concertação de políticas.

Esse postulado enforma o PORL e deve inspirar as iniciativas a desenvolver no plano da comunicação. Se a concertação estratégica de base territorial constitui um caminho que a ser percorrido, mobilizando agentes, ideias, projectos e recursos em torno das linhas estratégicas fundamentais, o plano de comunicação deve assegurar a divulgação generalizada de ideias novas e mobilizadoras neste domínio.

A governança, enquanto grande desafio da modernização estratégica do nosso tempo (sobretudo em regiões e sub-regiões de concentração urbana e suburbana extensiva e com persistente tradição de desordenamento territorial) é a forma eficaz de combater a dispersão, por vezes irracional, dos centros de decisão e de fiscalização públicos.

Enquanto ferramenta de apelo à participação, os conceitos de governança e de bom governo devem ser comunicados de forma redundante e explícita em todas as oportunidades. É o caminho para o fortalecimento de uma sociedade civil a que se reconhecem debilidades e para o empowerment dos cidadãos e estruturas sociais envolvidos no desenvolvimento regional.

Os bons projectos não vingam apenas pelo mérito próprio. E dificilmente vingarão na sombra. Para lá da comunicação imediata das acções e medidas integradas no PORL é preciso dar visibilidade ao mérito dos actores e das suas ideias. E desta forma contribuir para a modelação de novas estruturas de governo regional, de novos canais de comunicação e de novas formas e níveis de decisão. A comunicação é, neste domínio, um campo de acção muito determinante.

A concluir esta introdução – em que se procura relevar a importância da integração das acções de comunicação em quadros amplos e articulados – é de referir ainda que o PORL e o QREN prevêem a necessidade de promover a cooperação das instituições de coordenação de políticas de base territorial nas sub-regiões que correspondem às NUT III Oeste, Lezíria do Tejo e Médio Tejo (hoje incluídas noutras regiões, mas integradas nas dinâmicas de transformação da Região de Lisboa). Parece-nos fazer todo o sentido que algumas iniciativas de comunicação do PORL resultem exactamente deste esforço de cooperação.



## 1.2 MISSÃO E OBJECTIVOS

Os objectivos estratégicos do Plano de Comunicação do PORL resultam da articulação da missão e objectivos globais do QREN com os conceitos mobilizadores do PORL, em cruzamento com o forte investimento na ideia de uma construção da União Europeia baseada em princípios de Coesão. Ainda que realizado em território nacional e em âmbito regional, o Programa Operacional Regional tem uma expressão e uma identidade que deve ser claramente associada à nova União Europeia que resulta do alargamento e do Tratado de Lisboa.

Estes objectivos serão definidos em função da natureza específica dos diversos públicos-alvo a que se dirigem os esforços de informação e publicidade, no respeito da regulamentação existente e seguindo as orientações constantes dos diversos documentos enquadradores (ver regulamentos da CE e do QREN).

O diagnóstico que fazemos do status quo existente nos media da Região de Lisboa é outro dos elementos complementares. Como neste documento adiante se pode analisar, aos objectivos de comunicação identificados correspondem propostas concretas de conteúdos e os correspondentes claims institucionais.

### 1.2.1 OBJECTIVOS ESTRATÉGICOS GLOBAIS DE COMUNICAÇÃO

Neste quadro, os objectivos estratégicos globais de comunicação podem enunciar-se do seguinte modo:

- **Que a comunidade regional se mobilize para a realização dos objectivos do QREN e do PORL.**
- **Que as acções desenvolvidas sejam claramente situadas pelos públicos alvo no contexto tri-axial: EUROPA | PORTUGAL | REGIÃO DE LISBOA.**
- **Que o Programa e as suas actividades sejam claramente identificadas com os objectivos de coesão e os Fundos Estruturais da União Europeia a eles afectados.**

## 1.2.2 MISSÃO

A missão do Plano de Comunicação do PORL é, portanto, a síntese conceptual destes objectivos com os princípios de excelência que, nos termos da Estratégia Regional Lisboa 2020, devem orientar os esforços de modernização da Região: procuramos a excelência na comunicação dos objectivos e acções do PORL, conscientes de que o êxito do PORL depende em grande medida da qualidade e eficácia da sua comunicação.

A todos os que, interna e externamente, estarão envolvidos na execução do Plano, exigimos inovação nos processos e seus resultados, integridade pessoal e identificação com a missão do PORL, espírito de equipa e articulação com todos os stakeholders envolvidos, e muito empenho para alcançar um objectivo que é comum e que visa resultados positivos concretos para a imagem da Região de Lisboa, de Portugal e da União Europeia.

Ao promovermos o interesse público pelos objectivos do programa operacional, já estamos a mobilizar energias criadoras entre os destinatários do PORL, a gerar confiança e a estabelecer uma boa imagem da União Europeia, da sua Política de Coesão e dos instrumentos ao serviço dessa política, nomeadamente os Fundos Estruturais.

### 1.2.3 ESPECIALIZAÇÃO DOS OBJECTIVOS ESTRATÉGICOS DE COMUNICAÇÃO

No que respeita à especialização dos objectivos estratégicos, o Plano de Comunicação estabelece a seguinte definição:

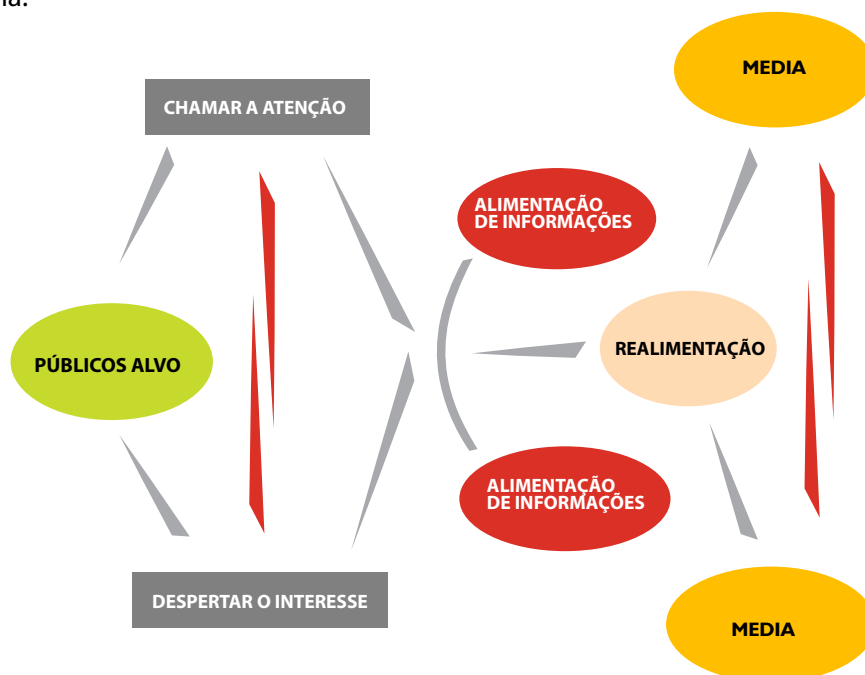
1. **Criar condições de acessibilidade universal ao PORL no âmbito das suas áreas de intervenção, aqui se incluindo suportes e canais de informação.**
2. **Dar notoriedade pública ao Programa Operacional, quer no âmbito dos objectivos quer no plano da concretização.**
3. **Envolver os potenciais beneficiários e os beneficiários nas diversas vertentes do PORL, mantendo um contacto regular e continuado.**
4. **Promover uma articulação em rede das informações disponíveis, de forma a facilitar o conhecimento aberto dessas informações à Autoridade de Gestão, Comissão de Acompanhamento, CMC do QREN, Observatório do QREN, órgãos da Administração Central e da Administração Local envolvidos, bem como, a nível individual, a todos os técnicos e gestores implicados em tarefas do PORL ou com ele relacionadas.**
5. **Favorecer a transparência dos actos públicos, nomeadamente concursos.**
6. **Dar conta do envolvimento directo ou indirecto das estruturas regionais, nacionais ou europeias envolvidas nas acções do PORL e dos resultados obtidos com esse envolvimento.**
7. **Promover a complementaridade e coerência da comunicação do PORL com outras acções de comunicação do QREN, evitando duplicações e desperdícios e favorecendo as sinergias comunicacionais conducentes a uma imagem correcta da Política de Coesão da União Europeia e dos seus instrumentos, nomeadamente os fundos estruturais.**

### 1.3 PÚBLICOS ALVO

Tal como o Programa Operacional existe para servir os objectivos de desenvolvimento e coesão que são o nosso horizonte, consubstanciados na melhoria das condições de vida dos cidadãos do território abrangido, o Plano de Comunicação existe em função dos seus públicos alvo. A missão e os objectivos estratégicos de comunicação são desenhados em função dos interesses dos destinatários do PORL, logo do público que é alvo deste esforço de comunicação. Eles resultam já do conhecimento de uma realidade humana concreta e da identificação de medidas adequadas à circulação da informação no seu interior.

No caso do PORL, estamos numa região capital que já entrou para o objectivo “Competitividade Regional e Emprego” da Política de Coesão da União Europeia, região em convergência acelerada com a Europa, com uma grande diversidade de públicos alvo: beneficiários e potenciais beneficiários dos apoios do QREN e todos os agentes implicados no processo. Aqui se distinguem envolvimento directo – pela implementação de projectos – seja envolvimento indirecto, por usufruto ou benefício de resultados.

Esta simples distinção alerta-nos para a diferente disponibilidade receptiva de uns e de outros. O envolvimento directo implica atenção voluntária e interesse directo e acrescido. O envolvimento indirecto exige “despertar” para as acções e mudanças em curso. Uns e outros serão multiplicadores dos esforços de comunicação depois de mobilizados. Daí que, estrategicamente, seja essencial alimentar na comunidade regional um fluxo circular e multipolar de comunicação que esquematicamente podemos desenhar da seguinte forma:



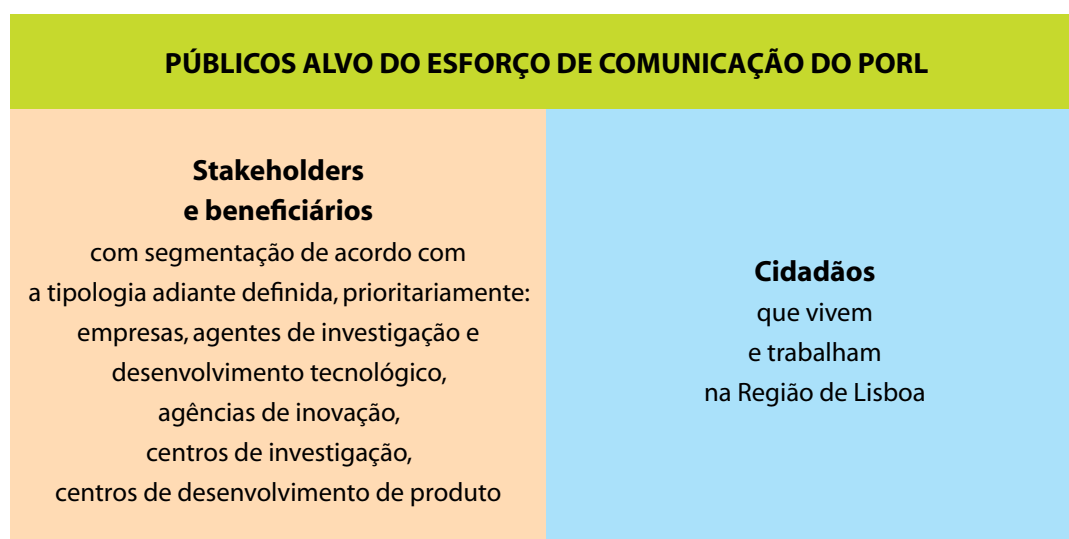
O universo dos potenciais beneficiários é vasto e diversificado. E para os atingir teremos de socorrer-nos não apenas de suportes e canais directos como também de mediadores (que usem como canais media nacionais ou regionais de natureza jornalística, ou media institucionais e temáticos).

Muitas das acções realizadas – e, portanto, muitos recursos e investimentos de comunicação – serão de orientar a este meta-público alvo.

Neste domínio, há que estar atento ao que são objectivos de visibilidade e transparência, e ao que são objectivos de notoriedade. É sabido que se a visibilidade do PORL se pode obter por via de canais directos, a notoriedade exige a chancela da acreditação de opinion makers e de outras “autoridades mediáticas” – os quais não sendo, eventualmente, público directo serão, seguramente, pontes para os públicos-alvo e agentes colaborantes na construção da notoriedade.

Já que trabalhamos uma massa de públicos alvo com geometria variável, a sua identificação especializada vai ser uma tarefa contínua, a ser realizada em permanência ao longo a implementação do PORL, de acordo com a dinâmica própria do PORL – e, tangencialmente, do QREN e da Política de Coesão da UE no seu todo.

Em síntese, para efeito de segmentação e especialização de acções mensagens, identificam-se como públicos alvo do esforço de comunicação do PORL:



No ponto de partida, identificamos, por segmentos, os seguintes públicos-alvo:

<b>PÚBLICOS ALVO POR SEGMENTOS</b>
Potenciais Beneficiários e Beneficiários
Autarquias
Associações de municípios
Universidades e outras instituições de ensino
Empresas
Centros tecnológicos e de Investigação e Desenvolvimento
Associações empresariais
Instituições Particulares de Solidariedade Social
Pessoas colectivas de direito público
ONG
Instituições particulares de interesse público
Administração Pública Central desconcentrada
Decisores políticos e institucionais
Estruturas de representação e coordenação da UE em Portugal
Jornalistas
Opinion makers
Serviços executivos e de acompanhamento do PORL, CCDRLVT e QREN

## 2. ESTRATÉGIA

***Como comunicar o programa operacional.***

***Diagnóstico da situação actual dos media a nível regional.***

***Estratégia de Comunicação.***

***Mensagem Essencial e Articulação Temática.***

***Propostas de conceitos.***

### 2.1 DIAGNÓSTICO DA SITUAÇÃO ACTUAL DA COMUNICAÇÃO DE TEMAS RELACIONADOS COM A POLÍTICA REGIONAL

A assimetria de interesse público pelos temas do desenvolvimento regional é um dos maiores factores de risco que enfrentamos no desenvolvimento deste plano. Sendo certo que há uma grande atenção dos media quando os temas são relativos aos fundos estruturais, deparamos com enorme apatia quanto se trata de falar de projectos concretos no terreno, candidaturas ou desafios de âmbito regional. As mensagens e os conteúdos substantivos são quase sempre filtrados e ficam no crivo do “interesse nacional”.

Acresce que, fruto de mal entendidos e deficitário debate político, o radical “regio” é quase sempre desqualificado e são desvalorizadas as intervenções mesmo de grande impacto político, económico e social quando o quadro é exclusivamente regional ou assim identificado pelos públicos.

Esta situação é ainda agravada pela debilidade evidente dos media estritamente regionais, muito nitidamente inferiorizados por comparação com os media nacionais. A inexistência de grandes veículos comunicacionais regionais (ou mesmo de pequenos veículos, mas prestigiados a nível de minorias) remete quase sempre os esforços de mediatização para os órgãos de informação nacionais.

Geram-se dois constrangimentos de problemática superação:

- Os media nacionais filtram de forma acrítica as notícias de interesse estritamente regional.
- Os custos de acções publicitárias são agravados com o acesso a públicos e contactos que não interessam à instituição ou empresa que actua a nível estritamente regional.

A Região de Lisboa não escapa a estes constrangimentos. Mas, porque se trata da região capital, onde se encontram sediados os principais media nacionais, está facilitado o acesso a jornalistas e opinion-makers, desde que as abordagens não sejam excessivamente focadas em temáticas regionais e o radical “regio” não se faça sentir de forma imperativa. Já em matéria de compra de espaço publicitário os constrangimentos são muitos e penalizadores do esforço de divulgação a nível regional.

Há ainda que reflectir sobre a atenção a dar aos órgãos de informação existentes a nível concelhio. Uma vez mais, porque se trata de uma região mormente metropolitana, estamos perante estruturas de fraca penetração social. As estações de rádio foram quase todas assimiladas por estruturas nacionais ou têm fracos recursos humanos e de produção. Os seus auditórios são residuais e pouco disponíveis para estas temáticas. Os jornais e revistas são, quase sempre, órgãos de dependência e serviço a interesses restritos. E, como é sabido e claramente negativo, não há canais de TV locais e regionais, nem sequer nos pacotes de distribuição por cabo. É desejável que a implantação das novas redes de TDT (televisão digital terrestre) ajudem a superar esta limitação, matéria que pode aliás ser objecto da atenção do próprio PORL – e do QREN a nível nacional. A valorização dos media regionais é precisamente uma das áreas estratégicas de intervenção que importa passar a introduzir no planeamento de acções de desenvolvimento regional.

Resta abordar como estão os novos media (websites, blogs, media digitais). Neste plano há grande mobilidade mas escassa notoriedade. Trata-se de um lugar comunicacional de grande dispersão, mas também de penetração social crescente. Muitos canais para pequenos públicos. A soma é no entanto interessante, pelo que importa investir na abertura de pontes de cooperação com estes novos media.

Ainda neste plano, importa referir que se trata de uma área que nos permite acesso directo a muito dos actores que nos interessa mobilizar ou manter informados. Os websites dos municípios, das universidades e de grande empresas são apenas alguns dos exemplos de meios que podemos usar largamente e com baixo custo em benefício da divulgação das actividades do PORL.



## 2.2 A ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

O PORL reconhece o papel relevante da Comunicação e Informação no seu ciclo de vida. A existência deste Plano de Comunicação ao nível do Programa Operacional é definida como um instrumento de gestão, cuja implementação deverá permitir:

<p><b>PLANIFICAR</b></p> <p>de forma contínua e sistemática, definir previamente as várias formas de actuação de modo a alcançar os objectivos fixados.</p>	<p><b>ORGANIZAR</b></p> <p>analisar, classificar e estruturar os meios humanos, financeiros e materiais ao dispor, com vista a alcançar com eficácia as metas previamente definidas.</p>
<p><b>DIRIGIR</b></p> <p>gerir com eficiência os recursos disponíveis, com vista a alcançar os resultados previstos com o mínimo de custos.</p>	<p><b>CONTROLAR E AVALIAR</b></p> <p>assegurar um acompanhamento e monitorização sistemática e crítica dos desvios eventualmente ocorridos entre o previsto e o realizado, e a avaliação desses desvios, de modo a se tomarem as necessárias medidas correctoras.</p>

Tendo este pensamento estratégico como pilar estruturante do Programa, numa perspectiva de transparência e de *accountability*, a comunicação deve permitir aferir a todo o momento a forma como são aplicados os seus recursos para promover a imagem institucional do Programa, dando a conhecer as suas potencialidades e oportunidades, constituindo deste modo um recurso integrado no modelo de gestão do PO, que acompanhará todo o seu ciclo de vida, ajustando-se às suas diferentes fases (lançamento, implementação, avaliação).

Nesta dimensão, o plano deverá responder a necessidades específicas em termos de notoriedade, divulgação, ampla acessibilidade, tendo em particular atenção a diversidade de públicos alvo que pretende atingir bem como a utilização dos meios e instrumentos mais adequados face a estes públicos.

Assume particular destaque o papel que se pretende atribuir aos novos media, pretendendo-se que assumam um papel verdadeiramente estruturante na Comunicação do Programa. A utilização plena das novas Tecnologias de Informação e Comunicação deverá permitir uma verdadeira aproximação do cidadão à estrutura do Programa, promovendo uma comunicação pró-activa, uma fácil disseminação não só informativa como documental, criando meios de relacionamento que incentivem o conhecimento, a confiança e a transparência, informando de forma clara, objectiva e atempada os seus destinatários.

Deste modo, procura-se facilitar e aumentar a percepção que os cidadãos possuem do papel que estes apoios assumem para o desenvolvimento económico, social e territorial do país.

Com este objectivo será criado e dinamizado um site específico do programa (bem como a emissão de avisos electrónicos), como fonte de informação privilegiada e especializada para o público do programa.

O plano de comunicação deverá promover a coerência entre o planeamento estratégico e o planeamento operacional, podendo este ser considerado a curto, médio e longo prazo, através das acções e iniciativas a realizar.

Sendo alargado o número de domínios, instrumentos e canais que à partida se podem considerar em matéria de comunicação e informação, destacam-se os seguintes como áreas-chave de intervenção:

- **Criação de uma identidade / Imagem**
- **Comunicação mediática e publicitária**
- **Promoção e divulgação directa junto de públicos específicos**
- **Comunicação Editorial**
- **Ampla utilização das novas Tecnologias de Informação e Comunicação.**

Na fase de lançamento do Programa, serão promovidas acções destinadas a diferentes públicos alvo (externo e interno) destacando-se os meios mais vocacionados para a notoriedade e reconhecimento do Programa junto do grande público, (divulgação da imagem, comunicação mediática, e publicitária) e a organização de eventos e divulgação directa junto dos potenciais beneficiários que visam em particular atingir os objectivos de divulgação da “oferta” do Programa, bem como de ajustamento da “procura”.

Neste contexto se enquadram os seminários, debates, campanhas de sensibilização e divulgação do programa, junto de potenciais destinatários do mesmo.

Assume particular destaque o papel que se pretende atribuir aos novos media, pretendendo-se que assumam um papel verdadeiramente estruturante na Comunica-

ção do Programa. A utilização plena das novas Tecnologias de Informação e Comunicação deverá permitir a aproximação do cidadão à estrutura do Programa, promovendo uma comunicação pró-activa, uma fácil disseminação não só informativa como documental, criando meios de relacionamento que incentivem o conhecimento, a confiança e a transparência, informando de forma clara, objectiva e atempada os seus destinatários.

Deste modo, procura-se facilitar e aumentar a percepção que os cidadãos possuem do papel que estes apoios assumem para o desenvolvimento económico, social e territorial do país. A diversidade dos beneficiários e das temáticas – e a escassez de recursos disponíveis para suportar os custos inerentes – exige das acções de comunicação um enquadramento rigoroso e bom aproveitamento das oportunidades que se oferecem ou desencadeiam.

Recordamos que, em síntese, para efeito de posterior e contínua segmentação e especialização de acções e mensagens, se identificaram-se como públicos alvo do esforço de comunicação do PORL:

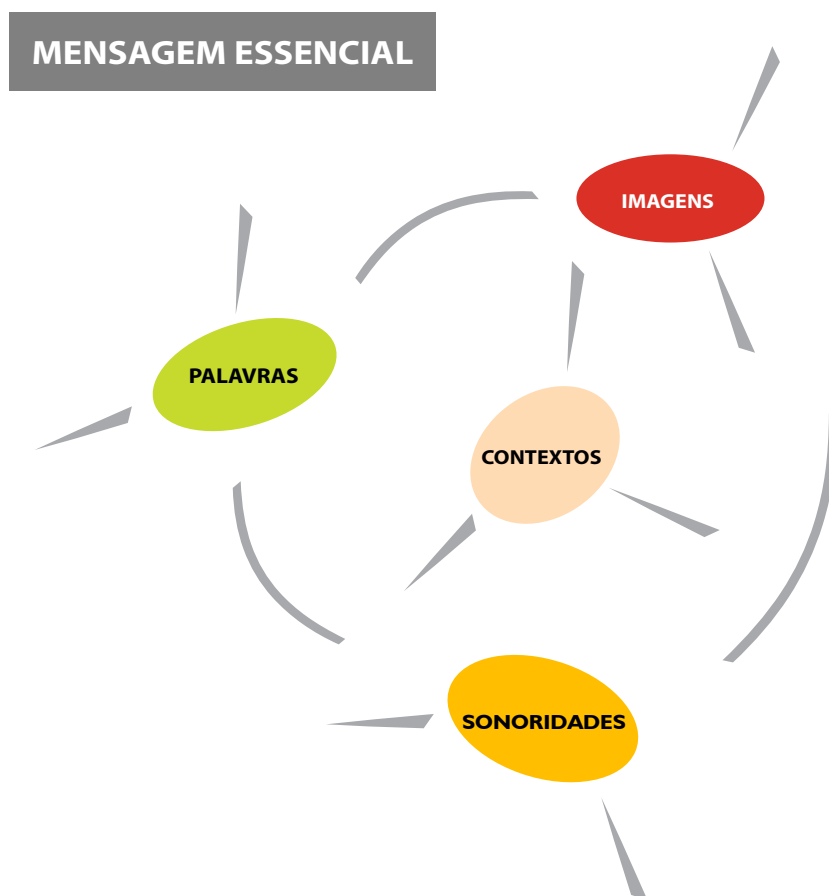
- **os stakeholders e beneficiários (com segmentação de acordo com a tipologia definida, prioritariamente: empresas, agentes de investigação e desenvolvimento tecnológico, agências de inovação, centros de investigação, centros de desenvolvimento de produto)**
- **os cidadãos que vivem e trabalham na Região de Lisboa.**

No mesmo sentido, se identificam dois tipos de acções e mensagens, de acordo com o grau de mediação:

- **acções e mensagens de natureza directa (dirigidas directamente aos públicos alvo do PORL)**
- **acções e mensagens dirigidas aos mediadores (jornalistas, opinion makers e decisores políticos e empresariais).**

## 2.3 MENSAGEM ESSENCIAL E ARTICULAÇÃO TEMÁTICA

A estratégia de comunicação deve favorecer a identificação pelos públicos do âmbito de cada projecto e do alcance programático do mesmo no plano mais aberto de todo o PO, de todo o QREN – e, complementarmente da Política de Coesão da União Europeia. A aplicação plena dos conceitos de Mensagem Essencial e de Articulação Temática vai ser muito útil para a obtenção destes objectivos.



A Mensagem Essencial deverá ser definida num primeiro momento para todo o PORL. Depois, caso a caso, para cada projecto ou momento de comunicação dirigido a temas ou públicos segmentarizados. As mensagens essenciais do PORL e de cada uma das suas acções públicas deverão identificar-se mutuamente sem se confundirem.

A selecção da Mensagem Essencial para cada oportunidade de contacto com os públicos deve obedecer a um exercício rigoroso em que se cruzam as informações relativas aos objectivos a atingir, públicos alvo e recursos disponíveis.

A Mensagem Essencial não é exclusivamente verbal. Ainda que seja útil e necessário traduzi-la em palavras, é útil e desejável que essas palavras estejam associadas a imagens, sonoridades ou contextos de identificação clara e profunda pelos públicos, ao longo de todo o período de programação que abordamos.

A escolha de uma logomarca, de uma assinatura textual PORL e de eventuais assinaturas musicais ou cromáticas deve situar-se neste contexto – algumas estão aliás já em curso ou concluídas, no período de elaboração deste plano.

Entre os primeiros passos a dar está, a nível de todo o PORL, definir esta Mensagem Essencial e traduzi-la em

- **palavras**
- **imagens**
- **sonoridades**
- **contextos**

Ainda que fosse possível proceder de imediato a propostas neste sentido, parece-nos conceptualmente mais adequado que essa escolha decorra de uma forma aberta e participada pelos principais agentes directamente envolvidos na gestão e acompanhamento do PORL, sob a orientação de especialistas de comunicação contratados para esse efeito.

### 2.3.1 PROPOSTAS DE MENSAGEM ESSENCIAL

Parece útil, nesta fase, adiantar propostas que orientem e clarifiquem a natureza das mensagens essenciais a veicular.

A partir dos grandes postulados da Estratégia Regional, é possível identificar um grupo de conceitos ou imagens que sintetizam os valores, a visão, a “vontade” e a energia construtiva da Região de Lisboa. Como num exercício iniciático, propomos que se tentem plasmar, para já, esses conceitos e imagens em texto afirmativo e de cariz mobilizador:

- **A Região de Lisboa é uma região euro-atlântica singular!**
- **Há uma Estratégia de Lisboa para a Região de Lisboa!**
- **A Região de Lisboa tem amenidades, singularidades, é um lugar privilegiado para trabalhar e viver!**
- **A Região de Lisboa é uma região competitiva!**
- **A Região de Lisboa vai tornar-se ainda mais competitiva!**
- **A Região de Lisboa é um espaço com qualidade de vida!**
- **Lisboa tem valores e diferenciação que a colocam na linha da frente do desenvolvimento!**
- **Lisboa tem condições para um crescimento sustentado!**
- **Lisboa é lugar de inovação!**
- **Lisboa vai aplicar novos modelos de governabilidade!**
- **Lisboa é um espaço plural, cruzamento de culturas, estilos de vida!**
- **Lisboa é matriz de criatividade e progresso!**

Em termos de imagem visual, Lisboa é água, rio, mar, paisagem urbana, indústria, cultura, universidade, tecnologia, monumentos. Variedade e contrastes, portanto. Lisboa é policromática, iluminada, tem luz própria.

O policromatismo não é apenas visual. É também sonoro.

Em busca de uma imagem sonora, são claramente sugeridos contrapontos: o som electrónico urbano impõe-se sobre o acústico tradicional. A guitarra é um som próprio de Lisboa, cidade, mas o vigor das sonoridades electrónicas usurpa-lhe protagonismo. Na Lisboa Metrópole, as duas sonoridades coexistem, sobre uma base policromática em que se fazem ouvir, também, as sonoridades da pluralidade étnica que aqui se encontra.

Em síntese: a região é singular no contexto europeu, tem potencial de crescimento e progresso, é mobilizadora, contém nas suas fronteiras territoriais elementos variados e diferenciadores que lhe dão uma identidade plural.

A mensagem essencial do PORL poderá nascer, em texto, da declinação multi-significante da sua própria sigla:

- PORLISBOA POR LISBOA!
- Plano Operacional Regional de Lisboa, pela Região de Lisboa!

Ou da exploração amplificada de traços diferenciadores, evocando palavras de poetas de Lisboa:

- Lisboa, Mar, Europa e Tudo!
- Região de Lisboa, Rumar o Futuro!

Cruzamento destas diferentes sensibilidades e matizes a assinatura da Região de Lisboa pode ser, simplesmente:

- PORLISBOA, POR LISBOA
- UMA REGIÃO DE LISBOA POR PORTUGAL!

Ou seja:

- **PORLISBOA, POR LISBOA**
- **REGIÃO SINGULAR E PLURAL**

Este exercício poderá abrir o caminho a uma decisão definitiva no domínio de uma assinatura federadora da Região, em que se revejam diferentes gerações, estratos sociais e sensibilidades culturais e ideológicas.

### **2.3.2 MENSAGEM ESSENCIAL ESPECIALIZADA E ARTICULAÇÃO TEMÁTICA**

Em fases subsequentes far-se-á, na mesma lógica, a selecção da Mensagem Essencial de cada acção de comunicação, sempre associada á Mensagem Essencial do PORL. Esta associação deverá sempre resultar da aplicação extensiva do conceito de Articulação Temática.

A Articulação Temática é uma ferramenta de comunicação que nos permite potenciar as oportunidades de contacto com os públicos através da estruturação de discursos diversos com base numa mesma Mensagem Essencial. A Mensagem Essencial funciona, desta forma, como rótula em que se apoiam e por onde circulam todas as informações que usamos num determinado momento de comunicação. Trata-se de aplicar métodos relacionais com forte impacte pessoal e social em que a redundância dilui o efeito negativo e anestésico da repetição de mensagens através de uma permanente renovação de formas mas com articulação segura dos conteúdos.

Num caso como o do PORL, em que os domínios de intervenção são vastos e os temas nem sempre os mais apelativos para os públicos, a Articulação Temática vai permitir resultados mais interessantes nos diversos prazos em que temos de trabalhar.

A aplicação dos conceitos de Mensagem Essencial e de Articulação Temática exige o envolvimento e a preparação dos diversos actores implicados nos projectos e nas acções de comunicação que lhes estão associadas desde o primeiro momento, num processo que em si mesmo será vantajoso para a plena integração dos actores no esforço de desenvolvimento que é objecto do PORL.



### 3. CALENDARIZAÇÃO DO PLANO E FINANCIAMENTO DAS ACÇÕES PROPOSTAS

O montante global de investimento previsto para implementação do Plano de Comunicação deverá ser calculado com base no montante global do Programa Operacional de Lisboa, que é de 681,36 milhões de euros, ao qual está associado um financiamento comunitário (FEDER) de 306,69 milhões de euros, representando assim uma taxa de co-financiamento média para o Programa Operacional de 45,01%.

**Resulta daqui o cálculo de uma média anual de 75 mil euros para cada ano do período de programação 2007/2013.**

Aos financiamentos comunitários dos Fundos Estruturais podem adicionar-se, ainda, apoios a conceder pelo BEI e por outros instrumentos financeiros necessários à concretização da estratégia de desenvolvimento estabelecida. Neste caso, será de procurar novos recursos para a comunicação específica dos projectos associados a estes financiamentos.

O plano de comunicação não haverá de subordinar-se de forma rígida mas deverá atender à repartição percentual do financiamento comunitário por Eixo Prioritário, de acordo com os Eixos do PORL:

Eixos do Programa Operacional Regional de Lisboa		%
Eixo Prioritário 1	Competitividade, Inovação e Conhecimento	51
Eixo Prioritário 2	Sustentabilidade Territorial	23
Eixo Prioritário 3	Coesão Social	23
Eixo Prioritário 4	Assistência Técnica	3

Porque as necessidades de comunicação são diferentes nas três fases já identificadas no ciclo de vida do PORL, a distribuição das verbas disponíveis para as acções de informação e comunicação não será simétrica.

Teremos assim a seguinte distribuição:

Fase		execução	euros
1	Lançamento	2007/2009	275 000
2	Implementação das Acções e Projectos	2010/2012	200 000
3	Monitorização e Avaliação	2013	50 000

Em matéria de distribuição do orçamento disponível por acções de informação e publicidade propõe-se os seguintes valores indicativos, em percentagem:

Fase 1	2007/2009	%
Publicidade		30
Informação por canais próprios		20
Acções promocionais para mediadores		20
Acções para Beneficiários e Potenciais Beneficiários		30
Fase 2	2010/2012	%
Publicidade		20
Informação por canais próprios		20
Acções promocionais para mediadores		40
Acções para Beneficiários e Potenciais Beneficiários		20
Fase 3	2013	%
Publicidade		10
Informação por canais próprios		50
Acções promocionais para mediadores		20
Acções para Beneficiários e Potenciais Beneficiários		20

## 4. IMPLEMENTAÇÃO DO PLANO E ACÇÕES PROPOSTAS

**Acções do Plano e Memória Descritiva.**

**Direcção e Execução.**

**Avaliação e Monitorização.**

### 4.1 ACÇÕES DO PLANO | FASE 1 | LANÇAMENTO | 2007/2009

	acções	período de execução	observações   memória descritiva execução   resultados esperados	objectivos* específicos
1	Elaboração da Estratégia e do Plano de Comunicação	12.2007 05.2008	Executados. Em apreciação pela CE.	TODOS
2	Validação da Estratégia e do Plano de Comunicação junto dos actores do desenvolvimento da Região de Lisboa	05.2008 09.2008	A melhor forma de mobilizar para a participação é envolver os interessados na elaboração dos conceitos. A validação do plano de comunicação pelos actores regionais vai nesse sentido.	4   7
3	Identificação e selecção da Mensagem Essencial do PORL e das mensagens essenciais a associar a cada um dos eixos de intervenção	02.2008 05.2008	Em curso.	1   4
4	Elaboração da logomarca e manual de normas gráficas	12.2007 02.2008	Executada.	2   7
5	Elaboração de <b>grelhas gráficas</b> para os suportes de comunicação que serão produzidos ao longo do período de programação:	02.2008 06.2008	Objectivo: dar unidade e dar identidade a todos os suportes gráficos que venham a ser necessários ao longo da vigência do PORL	2   7
	5.1 publicidade institucional	04.2008		
	5.2 publicidade dirigida (anúncios, candidaturas, concursos, eventos)	04.2008		

\* Os objectivos específicos visados reportam-se à enumeração feita na secção 1.2.3 deste documento (página 11)

	acções	período de execução	observações   memória descritiva execução   resultados esperados	objectivos específicos
	5.3 apresentações em powerpoint	05.2008		
	5.4 estacionário	05.2008		
	5.5 sinalética	05.2008		
	5.6 placas de publicitação de financiamento	05.2008		
	5.7 website	05.2008		
	5.9 convites	05.2008		
	5.10 suplemento / encarte	05.2008		
	5.11 videografismos	06.2008		
	5.12 materiais diversos de divulgação e oferta	07.2008 12.2008		
	5.13 materiais promocional: brochura	07.2008		
6	Evento público de apresentação (sessões de esclarecimento) do PORL a nível regional	11.2007	Executado. Participaram 200 pessoas de toda a Região de Lisboa, representativas de todos os sectores a mobilizar.	1   2   3
7	Eventos públicos de apresentação (sessões de esclarecimento) do PORL a públicos segmentados	03.2008 12.2008	Objectivo: dar informação aprofundada a potenciais beneficiários e gerar interesse pelo PORL e pelo QREN. Procura-se dar visibilidade à Política de Coesão da União Europeia.	1   2   3
8	Lançamento do website do PORL com <i>drop-box</i> para sugestões, pedidos, etc.	01.2008 06.2008		1   2   3
9	Edição da revista LVT dedicada ao QREN e ao PORL	09.2008		1   2   3
10	Acções especiais dirigidas a jornalistas:	2008 2009	O objectivo é criar oportunidades de notícia e promover a preparação específica dos mediadores	2   5   6
	10.1 Kit especial para jornalistas sobre o QREN e o PORL	2008		
	10.2 Visitas	2009		

	acções	período de execução	observações   memória descritiva execução   resultados esperados	objectivos específicos
	10.3 Reportagens	2008 2009		
	10.4 Entrevistas	2008 2009		
	10.5 Boas Práticas (suplementos, documentários, séries temáticas)	2009		
	10.6 Sessões de formação e informação para estudantes de jornalismo	2009		
11	Acções especiais para actores e parceiros: Abertura de canais de cooperação e informação com os media institucionais de autarquias, universidades, empresas, sindicatos, ONG	2008 2009	Criação de sinergias de comunicação entre o PORL e os agentes no terreno. Mobilizar esforços e dedicar espaços dedicados aos temas do PORL e QREN.	4   7
12	Publicação de Publicidade Institucional na Imprensa	2008 2009		1   2   6
13	Publicação de Publicidade Dirigida na Imprensa	2008 2009		1   2   3
14	Acções especiais em rádios locais	10.2008 04.2009		1   2   6
15	Evento anual	11.2008 11.2009		TODOS
16	Lista de beneficiários no website	2008 2009	Actualização contínua	2   3   5
17	Identificação e localização geo-cartográfica de projectos do PORL	2009	Google Earth: localização cartográfica dos projectos apoiados no quadro do PORL	3   5
18	Dia da Europa	05.2008 05.2009	Colocação da bandeira da União Europeia na sede da Autoridade de Gestão e destaque no site do PORL	1   4   7
19	Elaboração de Manual de Gestão	08.2008	Ferramenta de comunicação interna	1   2   3

	acções	período de execução	observações   memória descritiva execução   resultados esperados	objectivos específicos
20	Avisos electrónicos destinados aos beneficiários e potenciais beneficiários registados no site	2008 2009	Sempre que ocorram novidades/alterações no site, consideradas relevantes, tais como avisos de abertura de concursos e aprovações. <a href="http://www.porlisboa.qren.pt">http://www.porlisboa.qren.pt</a> e link directo ao site <a href="http://qren.pt">http://qren.pt</a>	1   2   3
21	Suplemento / encarte dedicado ao Qren e ao PORL	2008 2009	Dar a conhecer os projectos e a execução do PORL	1   2   3

#### 4.2 ACÇÕES DO PLANO | FASE 2 | IMPLEMENTAÇÃO DAS ACÇÕES E PROJECTOS | 2010/2012

	acções	período de execução	observações   memória descritiva execução   resultados esperados	objectivo específico
1	Publicidade institucional	2010 2011 2012	O objectivo é manter viva a percepção pública da associação do PORL ao QREN e aos Fundos Europeus	1   2   6
2	Publicidade dirigida (anúncios, candidaturas, concursos, eventos)	2010 2011 2012	O objectivo é manter actualizada a percepção dos públicos locais e regionais aos projectos em curso e em concurso sempre com associação do PORL ao QREN e aos Fundos Europeus	1   2   3
3	Acções especiais em rádios locais	2010 2011 2012		2   5   6
4	Website PORL	2010 2011 2012	O objectivo é manter actualizada a percepção dos públicos locais e regionais aos projectos em curso e em concurso sempre com associação do PORL ao QREN e aos Fundos Europeus. Actualização contínua.	1   2   4

	acções	período de execução	observações   memória descritiva execução   resultados esperados	objectivo específico
5	Lista de beneficiários no website	2010 2011 2012	Actualização contínua	2   3   5
6	Avisos electrónicos destinados aos beneficiários e potenciais beneficiários registados no site	2010 2011 2012	Sempre que ocorram novidades/ alterações no site, consideradas relevantes, tais como avisos de abertura de concursos e aprovações. <a href="http://www.porlisboa.qren.pt">http://www.porlisboa.qren.pt</a> e link directo ao site <a href="http://qren.pt">http://qren.pt</a>	1   2   3
7	Suplemento   encarte	2010 2011 2012	Dar a conhecer os projectos e a execução do PORL	1   2   3
8	Videografismos, powerpoints e CD interactivo	2010 2011 2012	Suportes digitais para animação de websites e apresentações públicas	2   4   6
9	Banners para websites de parceiros ou beneficiários: empresas, agentes de investigação e desenvolvimento tecnológico, agências de inovação, centros de investigação, centros de desenvolvimento de produto	2010 2011 2012	O objectivo é orientar a atenção dos públicos alvo para projectos PORL	2   5   6
10	Materiais diversos de divulgação e oferta	2010 2011 2012	Reforço de imagem do PORL, em associação ao QREN e aos Fundos Europeus	1   2   3
11	Seminários temáticos para jornalistas sobre o QREN e o PORL	2010 2011 2012	Objectivo: preparar os jornalistas com informação aprofundada de base para notícias mais bem informadas ao longo da vigência do PORL	2   5   6
12	Eventos públicos anuais de apresentação (sessões de esclarecimento) de projectos a nível regional	2010 2011 2012	Dar visibilidade e reforçar a transparência dos investimentos realizados no âmbito do PORL e do QREN	2   5   6
13	Eventos públicos de apresentação (sessões de esclarecimento) do PORL a públicos segmentados	2010 2011 2012	Objectivo: dar informação aprofundada a potenciais beneficiários e público em geral e gerar interesse pelo PORL e pelo QREN. Procura-se dar visibilidade à Política de Coesão da União Europeia.	2   4   6

	acções	período de execução	observações   memória descritiva execução   resultados esperados	objectivo específico
14	Acções especiais dirigidas a jornalistas:	2010 2011 2012	O objectivo é criar oportunidades de notícia e promover a preparação específica dos mediadores	2   5   6
	14.1 Visitas			2   5   6
	14.2 Reportagens			2   5   6
	14.3 Entrevistas			2   5   6
	14.4 Grandes projectos (suplementos, documentários, séries temáticas)			2   5   6
	14.5 Sessões de formação e informação para estudantes de jornalismo			2   5   6
15	Acções especiais para actores e parceiros: Alimentar com informação actualizada os canais de cooperação e informação com os media institucionais regionais e locais (autarquias, universidades, empresas, sindicatos, ONG)	2010 2011 2012	O objectivo é manter actualizada a percepção dos públicos locais e regionais aos projectos em curso e em concurso sempre com associação do PORL ao QREN e aos Fundos Europeus.	2   3   4
16	Acções especiais em rádios locais	2010 2011 2012		2   5   6
17	Identificação e localização geocartográfica de projectos do PORL	2010 2011 2012	Google Earth: localização cartográfica dos projectos apoiados no quadro do PORL	2   6   7
18	Dia da Europa	05.2010 05.2011 05.2012	Colocação da bandeira da União Europeia na sede da Autoridade de Gestão e destaque no site do PORL	1   4   7



### 4.3 ACÇÕES DO PLANO | FASE 3 | AVALIAÇÃO E MONITORIZAÇÃO | 2013

	acções	período de execução	observações   memória descritiva execução   resultados esperados	objectivo específico
1	Publicidade institucional	2013	O objectivo é manter viva a percepção pública da associação do PORL ao QREN e aos Fundos Europeus e apresentar os resultados obtidos	1   2   6
2	Publicidade dirigida (anúncios, candidaturas, concursos, eventos)	2013	O objectivo é manter viva a percepção de beneficiários e de públicos locais e regionais da associação do PORL ao QREN e aos Fundos Europeus e apresentar os resultados obtidos a nível local	1   2   3
3	Website	2013	O objectivo é manter actualizada a percepção dos públicos locais e regionais aos projectos em curso e em concurso sempre com associação do PORL ao QREN e aos Fundos Europeus	1   2   4
4	Lista de beneficiários no website	2013	Actualização contínua com informação específica sobre a conclusão dos projectos.	2   3   5
5	Avisos electrónicos destinados aos beneficiários e potenciais beneficiários registados no site	2013	Sempre que ocorram novidades/alterações no site, consideradas relevantes, tais como avisos de abertura de concursos e aprovações. <a href="http://www.porlisboa.qren.pt">http://www.porlisboa.qren.pt</a> e link directo ao site <a href="http://qren.pt">http://qren.pt</a>	1   2   3
6	Acções especiais em rádios locais	2013	Acções de balanço com recurso a técnicas de interactividade com ouvintes.	1   5   6
7	Suplemento   encarte	2013	Dar a conhecer os projectos e a execução do PORL	1   2   3

	acções	período de execução	observações   memória descritiva execução   resultados esperados	objectivo específico
8	Banners para websites de parceiros ou beneficiários: empresas, agentes de investigação e desenvolvimento tecnológico, agências de inovação, centros de investigação, centros de desenvolvimento de produto	2013	Destacar a conclusão dos projectos com balanço de resultados.	2   5   6
9	Eventos públicos de conclusão de projectos	2013	Destacar a conclusão dos projectos com balanço de resultados e sua importância para a comunidade regional.	1   2   3
10	Exposição Grandes Projectos	2013	Pôr em evidência a conclusão dos projectos com balanço de resultados e sua importância para a comunidade regional.	1   2   3
11	Acções especiais dirigidas a jornalistas:	2013	Balanço do PORL com associação do PORL ao QREN e aos Fundos Europeus com o aprofundamento necessário para uma boa preparação dos mediadores.	2   5   6
	11.1 Conferência de Imprensa de Encerramento e Balanço	11.2013		
	11.2 Visitas			
	11.3 Reportagens			
	11.4 Entrevistas			
	11.5 Boas Práticas (suplementos, documentários, séries temáticas)			
	11.6 Sessões de formação e informação para estudantes de jornalismo			

	acções	período de execução	observações   memória descritiva execução   resultados esperados	objectivo específico
12	Acções especiais para actores e parceiros: informação PARA os media institucionais de autarquias, universidades, empresas, sindicatos, ONG	2013	O objectivo é assegurar a percepção dos públicos locais e regionais do envolvimento do PORL do QREN e dos Fundos Europeus nos projectos realizados.	3   4   5
13	Publicação de Publicidade Institucional na Imprensa	2013	O objectivo é assegurar a percepção dos públicos locais e regionais do envolvimento do PORL do QREN e dos Fundos Europeus nos projectos realizados.	1   2   6
14	Publicação de Publicidade Dirigida na Imprensa	2013	O objectivo é assegurar a percepção dos resultados obtidos e do envolvimento do PORL do QREN e dos Fundos Europeus nos projectos realizados.	1   2   3
15	Evento anual	12.2013	Encerramento do PORL	TODOS
16	Dia da Europa	05.2013	Colocação da bandeira da União Europeia na sede da Autoridade de Gestão e destaque no site do PORL	1   4   7
17	Identificação e localização geo-cartográfica de projectos do PORL	2007 / 2009	Google Earth: localização cartográfica dos projectos apoiados no quadro do PORL com informação específica sobre a conclusão dos projectos.	2   6   7

## 4.4 CRONOGRAMA SÍNTESE DE EXECUÇÃO

ACÇÕES		2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
1	Elaboração da Estratégia e do Plano de Comunicação	■	■					
2	Validação da Estratégia e do Plano de Comunicação		■					
3	Identificação e selecção das Mensagens Essenciais		■					
4	Elaboração da logomarca e manual de normas gráficas	■	■					
5	Elaboração de grelhas gráficas para os suportes de comunicação		■					
6	Evento anual	■	■	■	■	■	■	■
7	Evento público de apresentação do PORL a nível regional	■						
8	Eventos públicos de apresentação do PORL a públicos segmentados		■	■	■	■	■	
9	Avisos electrónicos		■	■	■	■	■	■
10	Website PORL		■	■	■	■	■	■
11	Edição especial da revista LVT dedicada ao QREN e ao PORL		■					
12	Manual de Gestão		■					
Acções especiais dirigidas a jornalistas:								
13	Kit especial para jornalistas sobre o QREN e o PORL		■					
14	Visitas		■	■	■	■	■	■
15	Reportagens, Entrevistas, Boas Práticas		■	■	■	■	■	■
16	Sessões de formação e informação para estudantes de jornalismo		■	■	■	■	■	■
17	Suplemento / encarte		■	■	■	■	■	■
18	Canais de cooperação e informação com os media institucionais		■	■	■	■	■	■
19	Publicação de Publicidade Institucional na Imprensa		■	■	■	■	■	■
20	Publicação de Publicidade Dirigida na Imprensa		■	■	■	■	■	■
21	Acções especiais em rádios locais		■	■	■	■	■	■
22	Lista de beneficiários no website		■	■	■	■	■	■
23	Identificação e localização geo-cartográfica de projectos do PORL		■	■	■	■	■	■
24	Dia da Europa	■	■	■	■	■	■	■

## 4.5 DIRECÇÃO E EXECUÇÃO

O Plano de Comunicação do PORL emana dos instrumentos reguladores do QREN que atribuem à Autoridade de Gestão a responsabilidade da sua execução e direcção. As estruturas e entidades, internas e externas, que venham a ser chamadas para a execução do Plano respondem perante a Autoridade de Gestão, que delegará as diversas competências exigidas para o bom desempenho das funções inerentes à sua implementação.

Serão para este efeito afectados os recursos necessários, tanto internos como externos, os quais garantirão o bom andamento da execução das diversas acções planeadas, bem como a avaliação contínua e final do Plano de Comunicação. Para a coordenação geral deste Plano de Comunicação e para centralização de todos os contactos relacionados com a sua execução são designadas as seguintes interlocutoras:

- Gabriela Petersen  
gabriela.petersen@ccdr-lvt.pt  
telefone +351 213 847 930
- Teresa Urbano  
gap@ccdr-lvt.pt  
telefone + 00 351 213 847 953

Em todas as fases de execução deste Plano de Comunicação se deverá procurar articulação estreita com o Observatório do QREN, nomeadamente para efeito de acções concertadas, sintonia de objectivos globais e coordenação com as actividades de comunicação de outros programas operacionais.

## 4.6 AVALIAÇÃO E CONTROLO

Em matéria de comunicação directa, a avaliação e o controlo da execução do presente plano será feita sobretudo através de uma monitorização acção a acção, através de entrevistas e inquéritos com actores locais. Desta forma se procurará avaliar, em permanência, a penetração e clareza das mensagens emitidas.

O media scanning, análise quantitativa e qualitativa da cobertura dos media, será a ferramenta a utilizar para avaliação da eficácia das acções dirigidas a mediadores ou dos eventos passíveis de atenção mediática. Os resultados de distribuição de informação no formato de Press Release serão avaliados, caso a caso, através de análise do serviço de clipping, tanto de imprensa como de canais audiovisuais.

Haverá ainda que garantir o cumprimento das normas estabelecidas para os beneficiários do PORL, de acordo com os termos do Anexo 1 a este plano. Para este efeito, serão realizadas operações de controlo sistemáticas e regulares junto dos suportes de comunicação e espaços físicos usados pelos beneficiários do PORL em projectos co-financiados.

O envolvimento dos agentes mais mobilizados e do público mais atento e proactivo será feito através de uma *drop box* no site do PORL onde poderão ser deixadas pelos visitantes informações, imagens e sugestões, cuja apreciação nos dará – para além de material informativo a editar – dados interessantes sobre a percepção pública do Programa Operacional Regional e do desenrolar das suas actividades.

Não há, nesta fase de implementação do PORL e do seu Plano de Comunicação (à semelhança do que acontece, aliás, com o QREN no seu todo), condições nem meios para estabelecer indicadores quantitativos rigorosos para avaliação e controlo das acções propostas. Esta deverá ser, nestes termos, tarefa suplementar a executar, na medida adequada dos recursos disponíveis e com o contributo sustentado de todos os agentes envolvidos, sob coordenação do Observatório do QREN.

Apresenta-se neste documento, de forma esquemática, alguns indicadores que podem servir de referência a um posterior apuramento nesta matéria.

INDICADORES	FORMA DE CÁLCULO	METAS
Visitas ao site do PORL	Número de visitantes / ano	20 000
Taxa de resposta aos pedidos / sugestões / reclamações efectuados através da drop box do PORL	$\frac{\text{Número de respostas} \times 100}{\text{Número de registos}}$	100%
Emissão de avisos electrónicos, para difusão junto aos beneficiários e potenciais beneficiários do PORL, sempre que ocorram novidades/ alterações no site, consideradas relevantes (avisos de abertura de concursos e aprovações, etc.)	Número de emissões / ano	20
Organização de eventos de carácter regional e sub-regional (Grande Lisboa e Península de Setúbal)	Número de eventos / ano	1 regional 2 sub-regionais
Nível de participação dos beneficiários e potenciais beneficiários nos eventos de carácter regional e sub-regional	Média de participantes por evento	100 participantes (eventos regionais) 50 participantes (eventos sub-regionais)
Inserções publicitárias de divulgação do PORL (avisos de abertura de concursos, eventos, etc.)	Número de inserções / ano	10
Taxa de sucesso do acolhimento, por parte dos media, dos press releases enviados pela Autoridade de Gestão	$\frac{\text{Número de notícias} \times 100}{\text{Número de press releases}}$	60%
Contactos com os media para esclarecimentos complementares de conteúdos negativos	Número de contactos	50
Análise qualitativa de conteúdos nos media	Número de notícias por ano	40 notícias positivas 40 notícias neutras 20 notícias negativas
Edição de suportes de divulgação	Número de suportes / fase (fases de lançamento, implementação e avaliação e monitorização)	1 brochura 1 CD interactivo
Distribuição postal de suplemento dedicado à execução do POR Lisboa	Número de suplementos / ano x tiragem	3 x 2000 exemplares
Nível de confirmações das expectativas dos players regionais relativamente à forma de divulgação do PORL	Entrevistas por amostragem (Administração Local, Sector empresarial e Instituições de Ensino)	45 / Fase de Lançamento 45/ Fase de Implementação 45 / Fase de Avaliação e Monitorização





## **ANEXO 1 OBRIGAÇÕES DE INFORMAÇÃO E PUBLICIDADE DOS BENEFICIÁRIOS**

A divulgação e a publicitação do apoio (co-financiamento) concedido por fundos europeus constituem uma responsabilidade das suas entidades beneficiárias, consagrada na legislação comunitária e nacional. Tal obrigação tem como principal objectivo informar os públicos-alvo da intervenção (ou beneficiários finais) e a opinião pública, em geral, sobre o papel desempenhado pela União Europeia, através dos fundos estruturais, e pelo Estado Português, no âmbito do Quadro de Referência Estratégico Nacional (QREN) 2007-2013, nos projectos e operações co-financiados e nos seus respectivos impactos e resultados.

A eficiência e eficácia no desenvolvimento e cumprimento daquela obrigação é tanto mais relevante quanto maior é o espaço e o potencial comunicacionais das entidades beneficiárias, podendo estas, no seu todo, constituir-se como o principal e mais permanente canal de notoriedade do Programa Operacional.

Neste contexto, os beneficiários são considerados actores de comunicação, devendo respeitar as obrigações e procedimentos específicos em vigor no âmbito do Programa Operacional que co-financia, associar-se aos esforços da sua Autoridade de Gestão na execução do seu Plano de Comunicação e disponibilizar-se para colaborar em realizações informativas ou demonstrativas.

Por seu lado, a Autoridade de Gestão propõe-se desenvolver acções específicas de informação e sensibilização neste domínio junto das entidades beneficiárias, assegurando meios de apoio e esclarecimento adequados e realizando operações regulares de verificação e acompanhamento.

De seguida, sistematizam-se os normativos e as suas fontes, as obrigações e os procedimentos que serão implementados, bem como as acções propostas em matéria de apoio e acompanhamento, a que estão também sujeitas, regra geral, os “organismos intermédios” da gestão.

## OBRIGAÇÕES E ESPECIFICAÇÕES

Uma candidatura submetida ou aprovada no âmbito do PORL para co-financiamento de um Fundo Europeu, torna o(s) seu(s) beneficiário(s) sujeito(s), no âmbito da sua execução, ao cumprimento de um conjunto de exigências, regras e procedimentos em matéria de informação e publicidade, determinado por legislação comunitária e nacional e através de disposições específicas da Autoridade de Gestão do Programa Operacional.

As entidades titulares de candidaturas aprovadas (beneficiários) comprometem-se, assim, a respeitar e aplicar tais obrigações, em vigor à data da homologação da respectiva candidatura, disponíveis no *Website* do Programa Operacional.

### DOCUMENTOS FUNDAMENTAIS

Sem prejuízo das orientações e especificações que a seguir se apresentam, consideram-se, neste contexto, documentos de leitura e aplicação imprescindível os seguintes:

1. Secção 1 “Informação e divulgação” do Capítulo II “Normas de Execução” do Regulamento (CE) N.º 1828/2006 da Comissão Europeia de 8 de Dezembro de 2006;
2. “Anexo I - Instruções para a criação do emblema e indicação das cores normalizadas” do Regulamento (CE) N.º 1828/2006 da Comissão Europeia de 8 de Dezembro de 2006;
3. Deliberação relativa a “Orientações em matéria de Comunicação”, aprovada pela Comissão Ministerial de Coordenação do QREN.
4. “Manual de Identidade do PORL” adoptado pela Autoridade de Gestão do Programa Operacional.

O carácter relativamente detalhado das disposições em apreço e das respectivas especificações técnicas visa facilitar e uniformizar a sua compreensão e aplicação pelo conjunto das entidades beneficiárias, traçando requisitos mínimos universais, no contexto das diversas possibilidades de realização de acções de comunicação. Com efeito, em caso de dúvida ou dificuldade de aplicação, a Autoridade de Gestão garantirá um apoio e esclarecimento especializados, facilitando o acesso a demonstrações concretas e soluções comunicacionalmente viáveis.

QUADRO SÍNTESE DAS OBRIGAÇÕES DE INFORMAÇÃO E PUBLICIDADE DOS BENEFICIÁRIOS		
NA FASE INICIAL	DURANTE A EXECUÇÃO	ANTES DO ENCERRAMENTO
<p>Consentimento (tácito) na inclusão na "lista de beneficiários" para publicitação por parte da Autoridade de Gestão, nos termos previstos na alínea d) do nº 2 do artigo 7º do Reg. (CE) nº 1828/2006 de 8 de Dezembro de 2006.</p>	<p>Informação explícita, nos dossiers de imprensa, <i>press releases</i> e acções desenvolvidas com órgãos de comunicação social sobre o projecto, de que se trata de uma Iniciativa QREN, do co-financiamento comunitário em presença e do PORL.</p>	<p>Afixação bem visível no local de cada intervenção de uma "placa descritiva permanente", no caso de um projecto infra-estrutural, de construção ou de "aquisição de um objecto físico", cujo montante de "participação pública" exceda 500 Mil Euros, nas condições previstas no nº 2 do artigo 8º do Reg. (CE) nº 1828/2006 de 8 de Dezembro de 2006 e de acordo com as especificações gráficas previstas no Manual de Normas Gráficas do QREN e no Manual de Identidade do PORL.</p>
<p>Sempre que aplicável, "o beneficiário garantirá que os participantes na operação foram informados desse financiamento", nos termos previstos no artigo 8º do Reg. (CE) nº 1828/2006 de 8 de Dezembro de 2006. (Essa comunicação tem lugar através de uma ou mais acções a definir pelo beneficiário.)</p>	<p>Afixação bem visível de um painel publicitário no local de cada intervenção, no caso de um projecto infra-estrutural ou de construção cujo montante de "participação pública" exceda 500 mil euros, nas condições previstas no nº. 3 do artigo 8º do Reg. (CE) nº 1828/2006 de 8 de Dezembro de 2006 e de acordo com as especificações gráficas previstas no manual de normas gráficas do QREN e no Manual de Identidade PORL. Uma vez concluída a intervenção, o painel será substituído por uma "placa descritiva permanente".</p>	<p>Informação de conclusão da candidatura na página informativa do <i>website</i> da entidade beneficiária (se existente), ou no domínio de Internet específico, fazendo referência aos resultados finais da sua execução, durante um período temporal não inferior a 12 meses, acessível através da sua <i>homepage</i> ou estrutura de navegação principal.</p>
<p>Criação de uma página informativa no <i>Website</i> da entidade beneficiária (se existente), subordinada à identificação e apresentação da(s) operação(ões), acessível através da sua <i>homepage</i> ou estrutura de navegação principal. (No caso do projecto desenvolver um <i>Website</i> com domínio próprio, a <i>homepage</i> do sítio da instituição deverá disponibilizar um <i>hyperlink</i>.)</p>	<p>Referência bem visível, em todas as aplicações de informação e divulgação da operação (ou a ela relativas), ao co-financiamento comunitário, através da reprodução da logomarca QREN, da logomarca e da insígnia da União Europeia com indicação do PORL. No caso de <i>spots</i> de rádio, através da menção áudio, precedida da expressão "Co-financiamento".</p>	<p>Apresentação no relatório final de execução de indicadores e demonstrações de realização (materiais ou fotográficas) das acções e aplicações de comunicação realizados no âmbito do projecto, ou sobre a sua execução, e dos seus impactos ou resultados. (Os ficheiros de imagem, áudio e vídeo deverão ser disponibilizados. No caso de notícias de imprensa, incluir os respectivos documentos.) O montante global investido em comunicação, através do projecto, deve ser explicitado.</p>
	<p>Apresentação nos relatórios de execução da candidatura de indicadores e demonstrações de realização (materiais ou fotográficas) das acções e aplicações de comunicação realizados no âmbito do projecto, ou sobre a sua execução, e sempre que possível dos seus impactos ou resultados. (Os ficheiros de imagem, áudio e vídeo deverão ser disponibilizados. No caso de notícias de imprensa, incluir os respectivos documentos.)</p>	
<p>quando sobre este fundo, consultar informação sobre "especificações técnicas complementares" constante do quadro seguinte.</p>		

ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS DAS OBRIGAÇÕES DE INFORMAÇÃO E PUBLICIDADE DOS BENEFICIÁRIOS ADOPTADAS PELA AUTORIDADE DE GESTÃO		
OBRIGAÇÃO	ESPECIFICAÇÕES DE EXECUÇÃO	SABER MAIS
<p><i>Informação explícita, nos dossiers de imprensa, press releases e acções desenvolvidas com órgãos de comunicação social sobre o projecto, de que se trata de uma Iniciativa QREN do co-financiamento comunitário em presença e do Programa Operacional PORL.</i></p>	<p>Os <i>press releases</i> relativos ao projecto deverão identificá-lo como uma Iniciativa QREN e incluir um parágrafo relativo ao co-financiamento, referindo o Programa Operacional PORL e o Fundo Europeu envolvido, o objectivo global do projecto e os montantes de investimento e apoio.</p> <p>No caso dos “dossiers de imprensa” ou “acções de visita”, aquela informação pode figurar sob a forma de um “memorando” sobre o projecto.</p> <p>(Aplicam-se nos materiais produzidos a obrigação de figuração da barra de assinaturas do co-financiamento.)</p>	<p>O <i>Website</i> do PORL disponibilizará exemplos de redacção e aplicação.</p>
<p><i>Referência bem visível em todas as aplicações de informação e divulgação do projecto (ou a ele relativas) ao co-financiamento comunitário, através da reprodução logomarca QREN, da logomarca PORL e da insígnia da União Europeia com indicação do Fundo Europeu envolvido, cf. modelo de barra de assinaturas apresentado no “Manual de Identidade PORL”.</i></p>	<p>i) No caso de brochuras, livros, cartazes, capas, convites e todas as aplicações impressas (por via tipográfica ou outra), a reprodução das logomarcas e insígnia será feita obrigatoriamente na capa ou contra-capas; nos sítios <i>Web</i>, na respectiva <i>homepage</i>; no caso de filmes e animações electrónicas, na respectiva abertura; no caso de <i>spots</i> de rádio, através da menção áudio, precedida da expressão “Co-financiamento”; no caso de anúncios publicitários impressos, na sua base ou local equivalente.</p> <p>Não serão permitidas adulterações ou utilizações incorrectas das logomarcas e da insígnia da União Europeia.</p>	<p>Normas de comportamento gráfico e cromático constam do “Manual de Identidade PORL”.</p> <p>Todos os ficheiros de imagem são disponibilizados no <i>Website</i> do PORL.</p> <p>Exemplo/<i>Script</i> das menções áudio consta do “Manual de Identidade PORL”.</p>
	<p>ii) No caso de figurarem outras logomarcas nessas aplicações (relativas p. ex. a patrocínios, “media partners” ou outro tipo de apoios), a “barra de assinaturas” relativa ao co-financiamento deve ser individualizada daquelas, precedida da expressão “Co-financiamento” e merecer, pelo menos, igual destaque.</p>	<p>Apresentado exemplo é no <i>Website</i> do PORL</p>
	<p>iii) No caso de serem emitidos certificados de participação ou documentos equivalentes relativos a operações financiadas, os mesmos devem incluir a “barra de assinaturas” do co-financiamento cf. modelo instituído.</p>	<p>—</p>
	<p>iv) No caso de pequenos objectos promocionais (e.g. “<i>merchandising</i>” de pequeno formato), apenas serão aplicados o símbolo PORL e a insígnia da União Europeia, sem texto, cf. apresentado no “Manual de Identidade PORL”.</p>	<p>Apresentado exemplo no “Manual de Identidade PORL”</p>
	<p>v) Aplicações de estacionário (economato) produzidas pela entidade beneficiária (papel de carta, envelopes, cartões e similares) não deverão apresentar a “barra de assinaturas” relativas ao co-financiamento.</p>	
	<p>vi) Apenas em casos excepcionais, previamente autorizados, podem ser aplicadas no mesmo material ou recurso as logomarcas de dois Programas Operacionais distintos.</p>	

ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS DAS OBRIGAÇÕES DE INFORMAÇÃO E PUBLICIDADE DOS BENEFICIÁRIOS ADOPTADAS PELA AUTORIDADE DE GESTÃO		
OBRIGAÇÃO	ESPECIFICAÇÕES DE EXECUÇÃO	SABER MAIS
<p><i>Afixação bem visível de um painel publicitário no local de cada intervenção, no caso de um projecto infra-estrutural ou de construção cujo montante de "participação pública" exceda 500 Mil Euros, nas condições previstas no n.º 3 do artigo 8.º do Reg. (CE) N.º 1828/2006 de 8 de Dezembro de 2006 e de acordo com as especificações gráficas previstas no "Manual de Normas Gráficas do QREN" e no "Manual de Identidade ON.2". Uma vez concluída a intervenção, o painel será substituído por uma "placa descritiva permanente".</i></p>	<p>O painel publicitário deverá ser erigido e mantido no exterior e junto da intervenção (ou intervenções), em local de acesso público ou evidente visibilidade, e em boas condições de manutenção.</p> <p>Uma vez preparado o ficheiro com a designação da candidatura e da entidade beneficiária, recomenda-se a produção em material autocolante para exterior para contracolagem numa base metálica (chapa zincada, ferro ou outro.)</p> <p>Deverá ser substituída por uma "placa descritiva permanente", no máximo, após seis meses da conclusão da obra e antes do encerramento da operação.</p> <p>O ficheiro fornecido destina-se a ser utilizado pelo beneficiário, sem adulterações do formato e dimensões mínimas, <i>design</i> e comportamento gráfico dos seus elementos.</p>	<p>Apresentado modelo no "Manual de Identidade PORL"</p> <p>Fornecidos ficheiros de diverso formato no <i>Website</i> do PORL.</p>
<p><i>Afixação bem visível no local de cada intervenção de uma "placa descritiva permanente", no caso de um projecto infra-estrutural, de construção ou de "aquisição de um objecto físico", cujo montante de "participação pública" exceda 500 Mil Euros, nas condições previstas no n.º 2 do artigo 8.º do Reg. (CE) N.º 1828/2006 de 8 de Dezembro de 2006 e de acordo com as especificações gráficas previstas "Manual de Normas Gráficas do QREN" e no "Manual de Identidade PORL".</i></p>	<p>A "placa descritiva permanente" deverá ser erigida, no máximo, após seis meses da conclusão da intervenção infra-estrutural, de construção ou aquisição do equipamento relevante, no interior do edifício, em local de acesso público ou evidente visibilidade (preferencialmente em entradas ou átrios públicos), em boas condições de manutenção, e antes do encerramento da operação.</p> <p>Uma vez preparado o ficheiro com a designação da candidatura e da entidade beneficiária, recomenda-se a produção em material autocolante (e.g., vinil) para contracolagem numa base de acrílico ou aço escovado. (As condições de leitura sobre a parede ou fundo em causa devem ser acauteladas.)</p> <p>O ficheiro fornecido destina-se a ser utilizado pelo beneficiário, sem adulterações do formato e dimensões mínimas, <i>design</i> e comportamento gráfico dos seus elementos.</p> <p>Casos excepcionais devem ser submetidos para decisão pela Autoridade de Gestão.</p>	<p>Apresentado modelo no "Manual de Identidade PORL"</p> <p>Fornecidos ficheiros de diverso formato no <i>Website</i> do PORL..</p>

## ACÇÕES DE APOIO E ESCLARECIMENTO

A implementação de um conjunto de disposições e procedimentos neste domínio, tendo como destinatários um universo não uniforme de beneficiários, será necessariamente acompanhada de um conjunto de acções e mecanismos de apoio e esclarecimento, numa lógica pró-activa e de *helpdesk*, âmbito em que a Autoridade de Gestão usufruirá do conhecimento e experiência proporcionados pelos anteriores programas operacionais, designadamente no período 2000-2006. Pese embora o carácter relativamente detalhado das regras em apreço e das especificações técnicas, considera-se que sua compreensão e aplicação poderão suscitar dúvidas interpretativas ou de aplicação, face ao sem número de contextos possíveis de execução de acções de comunicação. O compromisso proposto, neste plano, pela Autoridade de Gestão é o de promover um apoio especializado, *one to one*, que garanta, por um lado, o cumprimento universal das disposições legais em vigor e, por outro, a protecção da viabilidade e qualidade dos objectivos de comunicação da entidade beneficiária, em prol dos objectivos de comunicação, transparência e notoriedade do Programa Operacional.

Apresentam-se as acções propostas.

ANO	ACÇÃO DE APOIO E ESCLARECIMENTO
2008	Edição de um documento de apoio ao beneficiário, produzido com base nas especificações apresentadas no Plano de Comunicação, a integrar nos manuais de procedimentos a adoptar e no site.
	Publicação do "Manual de Identidade PORL" com a vertente normativa gráfica e uma síntese das obrigações e procedimentos em vigor.
2008 2010	Criação e desenvolvimento de uma área específica no <i>Website</i> de cariz informativo e demonstrativo, incluindo a disponibilização de documentos, ficheiros de imagem, exemplos de aplicação, "casos" e contactos úteis para apoio.
	Criação e <i>mailing</i> de <i>box</i> info-promocional de apoio ao beneficiário relativo às obrigações de informação e publicidade.
	Prestação de informação específica ou esclarecimentos em eventos presenciais de cariz técnico de divulgação das iniciativas do Programa.
2008 2013	Fornecimento de <i>helpdesk</i> técnico especializado, via <i>e-mail</i> , telefone ou Sistema de Informação, incluindo ainda o eventual aconselhamento na concepção de acções de comunicação e eventual colaboração na disseminação de informação relevante.
	Publicação de "Questões Mais Frequentes" no <i>Website</i> ou Sistema de Informação do Programa, bem como de exemplos de "boas práticas".

### Contactos úteis

Todo o Secretariado Técnico deverá estar apto a dar informações e esclarecimentos sobre as obrigações de informação e publicidade das entidades beneficiárias, das suas disposições e especificações técnicas.

## ACÇÕES DE ACOMPANHAMENTO

A verificação e o acompanhamento do cumprimento e aplicação das obrigações e disposições em matéria de informação e publicidade constituem uma obrigação da Autoridade de Gestão do Programa Operacional, mas também um instrumento fundamental na gestão e defesa da imagem institucional do Programa Operacional e dos fundos estruturais da União Europeia, assim como de promoção da sua notoriedade pública no contexto das realizações proporcionadas pelo Programa.

O exercício de tal responsabilidade configura ainda um meio de aferição da compreensão e adequação das mesmas aos casos concretos suscitados no contexto das acções de informação e comunicação das operações (projectos) por parte do universo de destinatários.

Sendo assim, reconhece-se às tarefas de verificação e acompanhamento da aplicação destas disposições um papel muito relevante, sendo as mesmas complementares às desenvolvidas no acompanhamento técnico do projecto ou nas acções de auditoria e controlo. Abaixo, apresenta-se uma síntese das iniciativas de verificação e acompanhamento propostas.

ACÇÕES VERIFICAÇÃO E ACOMPANHAMENTO 2008-2010	
2008	Realização de uma ou mais sessões técnicas internas destinadas ao Secretariado Técnico do Programa e outros intervenientes no acompanhamento de execução de candidaturas, subordinada às disposições e procedimentos em vigor, designadamente dos organismos técnicos.
2009 2010	Realização de reportagem fotográfica a pelo menos 25 operações infra-estruturais, elaboração de relatório específico e comunicação informativa às entidades beneficiárias. Apresentação de resultados no relatório de execução anual.
2011 2012 2013	Realização de consulta, análise e relatório a aplicações e recursos de comunicação desenvolvidos em pelo menos 15 operações (projectos), para além da que é assegurada de forma corrente pelos serviços do Secretariado Técnico. Comunicação informativa às entidades beneficiárias. Apresentação de resultados no relatório de execução anual.
2010	Auscultação a uma amostra de entidades beneficiárias ou intervenientes sobre a aplicação dos normativos e procedimentos em vigor, através da realização de inquérito de opinião. Apresentação de resultados no relatório de execução anual.

