

Plano de Comunicação e Disseminação

Ficha técnica

Anna Guerman

Coordenadora do Projeto de Investigação

Anabela Gradim

Coordenadora do Pacote de Trabalho da Comunicação e Disseminação

Joaquim Paulo Serra

Coordenador do LabCom. IFP- Comunicação, Filosofia e Humanidades

Carla Sousa

Bolseira de Investigação do Pacote de Trabalho da Comunicação e Disseminação

Sara Constante

Designer / LabCom.IFP

Susana Costa

Web Developer / LabCom.IFP

CENTRO 

PORTUGAL 



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Social Europeu

FCT
Fundação para a Ciência e a Tecnologia
MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E ENSINO SUPERIOR

COMPETE
PROGRAMA OPERACIONAL FACTOR DE COMPETITIVIDADE

QR QUADRO
DE REFERÊNCIA
ESTRATÉGICO
NACIONAL
PORTUGAL 2020-2023

UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

UI UNIVERSIDADE
DA BEIRA INTERIOR

LABCOM.IFP
COMUNICAÇÃO, FILOSOFIA E HUMANIDADES
UNIDADE DE INVESTIGAÇÃO
UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR

Índice

1. Introdução /4

2. Enquadramento Geral /6

2.1 O projeto EMaDeS – Energia, Materiais e Desenvolvimento Sustentável /6

2.2 Lições de experiência do Projeto EMaDeS /7

3. Estratégia de comunicação /9

3.1 Objetivos de comunicação /9

3.2 Públicos-alvo /11

3.3 Mix de Comunicação /14

3.3.1 Identidade Institucional do Projeto /15

3.3.2 Website do EMaDeS /16

3.3.3 Redes Sociais /18

3.3.4 Eventos Públicos /19

3.3.5 Promoção e representação institucional do programa /20

3.3.6 Relacionamento com os meios de comunicação social /21

3.3.7 Publicações /22

4. Programação e Implementação /23

4.1 Faseamento /23

4.2 Orçamento indicativo /24

4.3 Monitorização e avaliação /26

4.4 Direção e execução /27

1. Introdução

O presente Plano de Comunicação e Disseminação define a estratégia de comunicação a utilizar para a divulgação do projeto EMaDeS- Energia, Materiais e Desenvolvimento Sustentável, junto de três públicos-alvo. De facto, a estratégia de comunicação elaborada apresenta-se como um instrumento fulcral para a correta implementação do projeto de investigação em todas as fases do seu ciclo de vida.

Em primeiro lugar, importa referir que o EMaDeS é um projeto com uma grande componente de inovação associada, na medida em que procura contribuir com o desenvolvimento de processos altamente inovadores nas áreas em que se propõe atuar, nomeadamente energia, materiais e desenvolvimento sustentável.

Após esta breve contextualização do programa, é de suma importância especificar os públicos- alvo a quem se pretende fazer chegar toda a informação relevante sobre o EMaDeS. Assim sendo, as ações de comunicação a efetuar terão como destinatários a comunidade académica, o público em geral e as indústrias e empresas da Região Centro. Ao longo do tempo, serão promovidas diversas atividades de comunicação, numa panóplia de meios, especificamente direcionadas a cada um destes grupos.

A estratégia de comunicação pressupõe também a existência de objetivos de comunicação claros. Neste sentido, os objetivos a concretizar durante a implementação do projeto EMaDes são os seguintes: alcançar uma ampla divulgação/disseminação dos objetivos, atividades, progressos e resultados do Projeto EMaDeS; promover e consolidar a notoriedade pública do EMaDeS, junto dos três públicos-alvo; reforçar o (re) conhecimento público do contributo do EMaDeS para o desenvolvimento da Região Centro, principalmente no que toca ao aumento da produtividade e competitividade das empresas desta zona do país; potenciar a interação e transferência de tecnologia entre o ambiente académico e industrial e chamar a atenção para a problemática do desenvolvimento sustentável associado à energia e aos materiais.

Por sua vez, para se conseguirem materializar os objetivos de comunicação foi pensado um mix de comunicação, que se baseia nos princípios da eficácia, eficiência e exequibilidade. Este último instrumento de comunicação prevê a criação de uma identidade institucional e de um website, presença do projeto nas redes sociais, realização de eventos públicos, elaboração e distribuição de material promocional, contacto com os meios de comunicação social e execução de publicações científicas.

Este documento encontra-se dividido em quatro capítulos, respectivamente a introdução, o enquadramento geral, a estratégia de comunicação, a programação e implementação e as regras de informação e comunicação. De resto, é necessário ter em consideração que nenhum projeto de comunicação está completamente finalizado, pelo que ao longo do período de vigência do EMaDeS serão efetuadas todas as alterações que se julguem pertinentes.

2. Enquadramento Geral

2.1 O projeto EMaDeS – Energia, Materiais e Desenvolvimento Sustentável

O EMaDeS – Energia, Materiais e Desenvolvimento Sustentável trata-se de um projeto que, através de processos altamente inovadores, pretende aumentar o conhecimento científico nas áreas relacionadas com a energia, materiais e desenvolvimento sustentável e, posteriormente, transferir o saber gerado para o tecido industrial da Região Centro, contribuindo, assim, para melhorar a produtividade e competitividade das indústrias desta zona do país.

Este programa, que se prolongará até ao final do ano de 2020, congrega três linhas de investigação, nomeadamente “Melhoria da Eficiência Energética em Máquinas e Sistemas”, “Materiais Avançados” e “Otimização do Produto e Inovação Tecnológica Incluindo Recursos Endógenos”. Além disso, inclui ainda um outro eixo de pesquisa que está relacionado com a Comunicação de Ciência, divulgando-se, desta forma, os objetivos, atividades, progressos e resultados do projeto, junto dos diversos públicos-alvo.

De um modo geral, os objetivos primordiais deste projeto passam por melhorar a produção de energia de forma sustentável, dando um forte contributo para a redução do seu consumo, desenvolver materiais nano-estruturados, otimizando as suas propriedades de forma a aumentar o seu desempenho e durabilidade, mesmo quando expostos a condições de operação severas e reduzir os custos e otimizar a produção, tanto no que diz respeito aos produtos como nos processos, dando especial ênfase à inovação tecnológica e à utilização racional dos recursos naturais, incluindo água e floresta.

O EMaDeS possui uma dotação orçamental de cerca de 1,4 milhões de euros, é apoiado por verbas comunitárias inscritas no Portugal 2020 e desenvolve-se no *Centre for Mechanical and Aerospace Science and Technologies* (C-MAST), em colaboração com o *Fiber Materials and Environmental Technologies* (FibEnTech) e LabCom.IFP- *Communication, Philosophy and Humanities*.

2.2 Lições de experiência do Projeto EMaDeS

As atividades comunicacionais, levadas a cabo pela equipa coordenadora do projeto, tiveram início em fevereiro de 2017, altura em que a partir do *website* da Universidade da Beira Interior (UBI) se deu a conhecer ao público a existência deste programa. Esta informação inicial sobre o projeto EMaDeS, chegou também aos vários meios de comunicação social locais, regionais e nacionais, que difundiram diversas notícias sobre o mesmo. Até ao momento, lançaram-se alguns eventos orientados para a divulgação do programa, tais como *workshops*, e tem sido desenvolvido o plano de trabalhos do EMaDeS.

Tal como todos os projetos, também este apresenta vários aspetos que são tidos como forças e oportunidades e outros que são vistos como fraquezas e ameaças. Assim sendo, é de realçar a longa experiência que a unidade de investigação coordenadora do EMaDeS, C-MAST, possui nas três linhas de investigação do projeto, comprovada através das publicações científicas já produzidas e pela participação numa imensidão de projetos relacionados com o uso da energia e do desenvolvimento sustentável.

O facto de o projeto ser liderado por uma equipa altamente qualificada, que está integrada numa unidade de pesquisa com uma avaliação de “muito bom” representa também uma mais-valia para o programa. Além disso, convém não esquecer que este projeto tem uma forte ligação ao território e às indústrias e empresas da Região Centro, contribuindo, assim, de uma forma exponencial para o desenvolvimento desta zona do país.

Através deste projeto, está-se a apostar fortemente na formação de recursos humanos altamente qualificados, que ajudarão no aumento da competitividade da zona Centro de Portugal. O EMaDeS tem também a forte capacidade de sensibilizar para o valor da economia verde e, igualmente, para a valorização dos inúmeros recursos endógenos da Região Centro.

Apesar de todas as vantagens que foram referidas anteriormente, o EMaDeS -assim como todos os projetos- é depositário de pontos que são considerados menos positivos. O número diminuto de investigadores face ao grande número de tarefas a serem efetuadas, a falta de financiamento para viagens e para missões num território de abrangência muito vasto e com um tecido industrial muito disperso e a desatualização de alguns equipamentos e instalações laboratoriais são alguns dos tópicos mais débeis do projeto, detetados pela coordenação daquele.

Por sua vez, as ameaças apontadas estão relacionadas com a possível perda de investigadores essenciais para a realização das tarefas planeadas, os elementos burocráticos das entidades envolvidas que podem atrasar a execução orçamental do projeto, a hipotética falta de vontade por parte da estrutura industrial da região em investir na pesquisa e inovação científicas e o possível adensar da crise no espaço europeu.

3. Estratégia de comunicação

3.1 Objetivos de comunicação

A definição clara de objetivos de comunicação é de extrema importância para que a estratégia de comunicação associada ao EMaDeS seja alcançada com sucesso. Neste sentido, através da sua correta elaboração será possível garantir a máxima eficácia das atividades de comunicação e de informação a desenvolver ao longo do projeto.

Assim sendo, apresentam-se, de seguida, os objetivos de comunicação que irão nortear a estratégia de comunicação a implementar no âmbito do Projeto EMaDeS:

1. Alcançar uma ampla divulgação/disseminação dos objetivos, atividades, progressos e resultados do Projeto EMaDeS;
2. Promover e consolidar a notoriedade pública do EMaDeS, junto dos três públicos-alvo;
3. Reforçar o (re) conhecimento público do contributo do EMaDeS para o desenvolvimento da Região Centro, principalmente no que toca ao aumento da produtividade e competitividade das empresas desta zona do país;
4. Potenciar a interação e transferência de tecnologia entre o ambiente académico e industrial;
5. Chamar a atenção para a problemática do desenvolvimento sustentável associado à energia e aos materiais.

No que diz respeito ao primeiro objetivo, [alcançar uma ampla divulgação/disseminação dos objetivos, atividades, progressos e resultados do Projeto EMaDeS], visa assegurar que os vários aspetos informacionais inerentes ao projeto são amplamente difundidos, através dos diversos canais de comunicação, para aqueles que são os públicos-alvo já referenciados. Com esta medida, está-se a garantir que a informação sobre as várias vertentes do projeto chega, de forma clara e concisa, aos indivíduos.

Relativamente ao segundo objetivo, [promover e consolidar a notoriedade pública do EMaDeS, junto dos três públicos-alvo], ambiciona-se fazer com que a população reconheça com bastante facilidade o que é o Projeto EMaDeS, o que se propõe fazer, a sua área de atuação, entre muitos outros aspetos.

Quanto ao terceiro objetivo, [reforçar o (re)conhecimento público do contributo do EMaDeS para o desenvolvimento da Região Centro, principalmente no que toca ao aumento da produtividade e competitividade das empresas desta zona do país], procura fazer com que a população veja o EMaDeS como um motor de desenvolvimento da Região Centro.

Em relação ao quarto objetivo, [potenciar a interação e transferência de tecnologia entre o ambiente académico e industrial], tenciona-se acautelar que a existência deste projeto chega ao conhecimento das indústrias da região. Este objetivo é fundamental para que estas reconheçam a importância do projeto e queiram fazer parte integrante do mesmo, chegando mesmo ao ponto de aproveitarem e colocarem em prática as soluções altamente inovadoras que resultarão do EMaDeS.

Por último, no que concerne ao quinto objetivo, [chamar a atenção para a problemática do desenvolvimento sustentável associado à energia e aos materiais], pretende-se sensibilizar os sujeitos supracitados para a adoção de práticas mais sustentáveis, a nível ambiental, económico e social, na produção de energia, de materiais e de processos industriais.

3.2 Públicos-alvo

Os públicos-alvo serão os destinatários da comunicação, neste caso será realizada uma distinção entre o público interno e o público externo. Desde já, importa referir que a cada público-alvo serão escolhidas e implementadas diferentes mensagens, canais e ações. Com esta diferenciação e segmentação, está-se a contribuir, em grande medida, para aumentar os efeitos da estratégia de comunicação, especificamente, junto de cada indivíduo visado.

Neste sentido, selecionaram-se como públicos-alvo da estratégia de comunicação do EMaDeS os seguintes:

- público interno (toda a comunidade académica a nível nacional e internacional);
- público externo (população em geral, indústrias e empresas, estabelecimentos escolares, associações empresariais e industriais, municípios e comunidades intermunicipais da Região Centro).

Seguidamente, procede-se à caracterização de cada um dos públicos envolvidos no processo de comunicação, nomeando a sua relevância para o EMaDeS e os objetivos de comunicação a que se pretende dar resposta junto de cada um deles.

Público Interno

Quando nos referimos à comunidade académica estamos a incluir neste grupo investigadores, coordenadores de unidades de investigação, dirigentes das universidades e politécnicos, docentes, estudantes universitários de diversos graus de ensino e pessoal não docente, que tenham um especial interesse pelas áreas em que se desenvolve o projeto. Estes indivíduos são oriundos de várias universidades e institutos politécnicos nacionais e internacionais.

Para efeitos de comunicação, é fulcral que se tenham também em conta todos os elementos e entidades que integram o projeto, e que vão desde os bolseiros de investigação até à coordenadora do projeto, passando, inevitavelmente, pelos orientadores científicos, coordenadores das unidades de investigação envolvidas, investigadores principais, Centro 2020 (agência de financiamento do projeto), Conselho Consultivo Internacional e Comissão de Acompanhamento Indústria-Academia. Na verdade, uma correta implementação do processo comunicativo junto do público interno é de extrema importância. Por um lado, no caso da equipa que participa ativamente no projeto existe a necessidade de manter os fluxos de informação a funcionar corretamente, para que todos se sintam informados sobre os vários avanços da investigação nas diferentes áreas. Por outro

lado, no que diz respeito aos pares que não intervêm diretamente no EMaDeS devem ser, regularmente, informados sobre as pesquisas que estão em curso e sobre os resultados alcançados, de maneira a que o interesse suscitado pelo projeto seja contínuo.

Com a divulgação das informações para este público específico estar-se-á a cumprir os objetivos relacionados com a difusão massiva das atividades contempladas no EMaDeS, a consolidação da notoriedade pública do projeto, o reforço do reconhecimento público do contributo do programa para o desenvolvimento da Região Centro e a sensibilizar para a problemática do desenvolvimento sustentável no setor da energia e dos materiais.

Público Externo

Esta categoria é constituída pela sociedade em geral, indústrias e empresas, estabelecimentos escolares, associações empresariais e industriais, municípios e comunidades intermunicipais. Todas as individualidades ou entidades partilham uma característica em comum, que é residirem ou possuírem sede empresarial, precisamente, na Região Centro.

Na caracterização da sociedade em geral, destaca-se o facto de ser um tipo de população interessada nos assuntos relacionados com a ciência. De um modo geral, vivem na ânsia de obter conhecimento sobre as novidades existentes na área científica, bem como de todos os projetos, serviços, produtos e infraestruturas que possam fazer avançar economicamente e socialmente a região onde vivem.

De salientar, que este público-alvo é bastante diversificado, uma vez que os destinatários da mensagem tanto podem ser jovens ainda em idade escolar obrigatória, jovens adultos a frequentar os estudos superiores ou já inseridos no mercado de trabalho, como adultos ou idosos já retirados da vida profissional ativa e na idade da reforma. Com a transmissão da mensagem para este grupo, está-se a alcançar praticamente todos os objetivos anteriormente definidos, com exceção daquele que diz respeito à transferência de tecnologia entre academia e indústria.

Por sua vez, as indústrias e empresas são, sem qualquer sombra de dúvida, uma das grandes partes interessadas neste projeto. Desta forma, considera-se nesta categoria as indústrias e empresas, de média e grande dimensão, que estão fortemente apostadas em investir em tecnologia de ponta para melhorar a sua produtividade e competitividade. Além disso, apresentam uma grande preocupação ao nível do desenvolvimento sustentável.

Neste processo comunicativo, irão privilegiar-se as indústrias/empresas exportadoras que operam na área da energia, dos materiais e do

desenvolvimento sustentável. O objetivo referente à promoção da interação e transferência de tecnologia entre o ambiente acadêmico e industrial ganha uma especial relevância junto deste grupo, sendo que se constitui como um dos principais a alcançar dentro deste conjunto composto pelas indústrias e empresas.

Outra das entidades essenciais para se atingirem, com sucesso, alguns dos objetivos de comunicação anteriormente elencados são os estabelecimentos escolares, pois através do contacto com estes será mais fácil chegar junto dos jovens estudantes, que frequentam, preferencialmente, o ensino secundário em áreas relacionadas com as ciências e tecnologias. Estas poderão ser instituições públicas ou privadas, localizadas em concelhos da Região Centro, de preferência, que possuam uma intensa atividade industrial no setor da energia, materiais e desenvolvimento sustentável. Apesar de se procurar responder a quase todos os objetivos, dá-se especial ênfase ao quinto propósito, respetivamente a sensibilização das camadas mais jovens para a problemática da energia, dos materiais e do desenvolvimento sustentável.

Por último, as associações empresariais e industriais, municípios e comunidades intermunicipais ocupam uma posição de parceiros, uma vez que poderão auxiliar no estabelecimento de contactos iniciais com o tecido industrial da região onde têm influência. Neste caso em concreto, tentar-se-á dar resposta ao objetivo que trata sobre a promoção da interação e transferência de tecnologia entre o ambiente acadêmico e industrial.

3.3 Mix de Comunicação

O mix de comunicação a implementar ao longo do período de duração do Projeto EMaDeS assenta num conjunto de ferramentas que possibilitam uma comunicação mais eficiente diante dos diversos públicos-alvo. Neste sentido, este tem em conta os objetivos de comunicação definidos, bem como a diversidade de características, necessidades e expectativas de cada destinatário já referenciado.

As ações de comunicação a concretizar obedecerão a três princípios tidos como fundamentais, nomeadamente:

- **Eficácia:** as medidas de informação e comunicação a promover devem dar um contributo objetivo para se alcançarem os resultados desejados junto de cada público-alvo;
- **Eficiência:** as medidas de informação e comunicação a executar devem oferecer a melhor relação custo-benefício possível;
- **Exequibilidade:** as medidas de informação e comunicação a levar a cabo devem ser totalmente compatíveis com os recursos financeiros, humanos e técnicos disponíveis ou que possam vir a ser mobilizados numa fase posterior.

Na verdade, o mix de comunicação contempla as seguintes medidas de informação e comunicação:

- a identidade institucional do projeto;
- o *website* do EMaDeS;
- as redes sociais;
- os eventos públicos;
- a promoção e representação institucional do programa;
- o relacionamento com os meios de comunicação social;
- publicações.

Nos itens seguintes, será exposta a descrição geral e as orientações de cada um dos instrumentos do mix de comunicação.

3.3.1 Identidade Institucional do Projeto

A partir do momento em que o EMaDeS passa a usufruir de uma identidade institucional claramente definida e interiorizada, estão lançadas as bases para se aumentar a notoriedade pública do programa, bem como o sentimento de pertença de todos os membros que integram o projeto.

A identidade institucional do projeto integra os seguintes elementos:

- o logótipo do EMaDeS;
- o estacionário de suporte à atividade da autoridade de gestão;
- os materiais de merchandising e promoção do programa.

O logótipo do EMaDeS afirmar-se-á como o primeiro elemento de identificação do projeto e das suas concretizações, pelo que existe a obrigatoriedade de constar em todos os suportes comunicacionais que forem produzidos. Através deste instrumento visual estar-se-á a contribuir para aumentar a visibilidade pública do projeto, a proporcionar-lhe uma identidade uniforme, a desenvolver uma imagem institucional credível e a promover a associação imediata do EMaDeS aos valores que estão na sua origem. Neste âmbito, deve refletir na íntegra aqueles que são os propósitos do EMaDeS, não descurando a forte componente de inovação científica na qual o programa está assente.

Além disso, será ainda elaborado um Manual de Normas Gráficas, onde se fará referência às regras de utilização da logomarca nas suas várias situações de aplicação. Com este manual, estar-se-á a procurar definir e normalizar a imagem corporativa associada ao EMaDeS.

Em relação ao estacionário, este representa mais uma ferramenta vital para se identificar o projeto e as suas atividades. Assim sendo, os produtos que integrarão o estacionário serão: os cartões-de-visita, papel timbrado e envelopes. Já no que concerne aos materiais de merchandising, serão elaborados ao longo do tempo de vigência do EMaDeS e assumirão o formato que a cada momento se considere mais adequado. Aconselha-se que sejam produtos com uma elevada qualidade, estejam focados no princípio de valorizar os recursos e materiais regionais e possuam um forte compromisso de preservação ambiental.

3.3.2 Website do EMaDeS

Numa altura em que a comunicação digital alterou a forma como os indivíduos encontram, partilham e discutem a informação, a criação do *website* do EMaDeS constitui-se como uma das peças centrais da estratégia de comunicação selecionada. Graças à existência de uma plataforma digital será possível divulgar a informação junto de um maior número de pessoas.

Pretende-se trabalhar na construção de um *website* que permita a consulta e visualização da informação numa panóplia de dispositivos (computadores, tablets e telemóveis). A página eletrónica deve possuir conteúdos altamente dinâmicos, cuja capacidade de interação com o utilizador seja uma constante.

Para se atingir o público neste ambiente da Internet será necessário fazer uso estratégico e hábil de comunicações e ferramentas de análise digital. Assim sendo, este site terá ainda uma atualização diária e os seus conteúdos serão partilhados nas redes sociais, associados a *tags* que possibilitam melhorar os resultados nos motores de busca.

No sentido de poder abranger um leque diversificado de sujeitos de outros países, os conteúdos do sítio web será apresentado em três línguas: português, inglês e espanhol. Com esta medida está-se a contribuir para aumentar a acessibilidade de grande parte dos cidadãos ao referido *website*.

Sem existirem pretensões de se ser excessivamente exaustivo, os conteúdos que a página web do EMaDeS irá disponibilizar serão os seguintes:

- Informação sobre o projeto EMaDeS (visão geral, objetivos, principais resultados, pacotes de trabalho, entre outros);
- Composição da equipa (estrutura orgânica, coordenação do projeto, membros dos vários pacotes de trabalho, Conselho Consultivo Internacional e Comissão de Acompanhamento Indústria-Academia);
- Referência aos parceiros (indústrias ou empresas da Região Centro, nas áreas de atuação do projeto);
- Publicações científicas (artigos científicos e comunicações realizadas);
- Documentação (logótipo, Manual de Normas Gráficas, folhetos e brochuras);
- Eventos (calendarização de eventos);
- Notícias (EMaDeS nos media, comunicados de imprensa e *Newsletters*);

- Galeria de imagens (fotografias e vídeos dos eventos);
- Contactos;
- Links úteis;
- Link para o EMaDes nas redes sociais.

Nesta primeira fase de construção do *website* do EMaDes, estes serão os conteúdos disponíveis, sendo que, mediante as necessidades sinalizadas em cada fase do projeto, os mesmos poderão vir a sofrer alterações. Torna-se fulcral ressaltar que existirá uma constante preocupação e compromisso em melhorar a acessibilidade desta plataforma eletrónica.

3.3.3 Redes Sociais

Nos tempos que correm, as redes sociais são uma excelente forma de divulgação de informação, de tal maneira que vários têm sido os setores de atividade que têm aproveitado as suas inúmeras potencialidades. Também o projeto EMaDeS tirará partido das mais-valias das redes sociais, marcando presença ativa no *Facebook*, *Twitter* e *Youtube*.

Estas ferramentas eletrónicas de comunicação de nova geração possibilitam a publicação e partilha de informação junto de uma audiência bastante vasta e a um custo praticamente nulo. Assim sendo, será criada uma conta de utilizador nas redes sociais *Facebook* e *Twitter* com vista à transmissão de conteúdos genéricos sobre o programa e atividades desenvolvidas no âmbito daquele.

Numa fase posterior, considera-se pertinente a criação de um canal no *Youtube* dedicado à publicação e partilha de conteúdos audiovisuais do projeto. De salientar que as plataformas selecionadas são as mais populares entre os utilizadores da Internet.

3.3.4 Eventos Públicos

A realização de eventos públicos que possam contribuir para a promoção da visibilidade e da notoriedade do EMaDeS, junto dos seus diferentes públicos-alvo, constitui também uma componente do mix de comunicação. Desde já apontam-se os seguintes eventos públicos:

- *Workshops* e seminários internos: esta vertente compreende a realização deste tipo de iniciativas “dentro de portas”, ou seja especificamente direcionados para a comunidade académica da Universidade da Beira Interior (UBI);
- Organização de seminários e conferências: este ponto diz respeito à preparação de um conjunto de atividades sobre as temáticas nas quais se desenrola o projeto;
- Participação em congressos e conferências: os investigadores participarão numa panóplia de congressos e conferências a nível nacional e internacional;
- Comunicações em encontros científicos nacionais e internacionais: o contributo dos investigadores nestes encontros científicos expressa-se através da sua participação com comunicações científicas;
- Ações de divulgação junto dos estudantes de graduação/licenciatura e estudantes do ensino secundário: recorrendo a programas específicos de divulgação de ciência, já existentes na UBI, divulgar-se-á o projeto EMaDeS junto de públicos mais jovens. Concretamente, as atividades a que nos referimos são a UBI Experiências, Academia Júnior, *workshops* e cursos de verão, que anualmente são frequentados por alunos do secundário, provenientes de vários estabelecimentos escolares da região. Estes eventos servem também para captar novas vocações e talentos na área das Ciências;
- Ações de informação junto de empresas: neste âmbito serão levadas a cabo ações de informação no sentido de dar a conhecer o projeto ao tecido industrial da Região Centro.

3.3.5 Promoção e representação institucional do programa

O mix de comunicação contempla ainda a elaboração de material promocional e a sua posterior distribuição. Através de um conjunto diverso de documentação irá fornecer-se informação sobre os eventos que irão ter lugar, bem como sobre o próprio projeto.

Algumas tarefas a executar no âmbito deste exercício promocional serão as seguintes:

- Produção e distribuição de brochuras/folhetos de divulgação do programa: os folhetos a criar terão a particularidade de se desdobrarem em três partes. Devem conter a informação mais relevante sobre o EMaDeS e a indicação onde se poderá tomar conhecimento mais aprofundado sobre este assunto. Convém que sejam esteticamente atrativos e que não se faça um uso excessivo do texto.
- Participação em feiras relacionadas com ciência: junto da responsável pelo Gabinete de Relações Públicas da Universidade da Beira Interior (UBI) tentar-se-á perceber se existe a possibilidade do projeto EMaDeS ser divulgado nos certames relacionados com ciência em que a UBI já participa habitualmente.
- Produção e distribuição de outro tipo de material promocional que se venha a julgar necessário (cartazes, entre outros): aquando a realização de eventos certamente que haverá a necessidade de se elaborarem vários materiais destinados à comunicação pública dessas mesmas iniciativas.
- Produção e distribuição de vídeos promocionais do EMaDeS: tendo em conta que, na atualidade, a imagem possui um grande poder, a elaboração de um vídeo promocional do EMaDeS afigura-se como uma componente do mix de comunicação de extrema importância. Além disso, perspetiva-se a criação, ocasional, de vídeos de curta duração nos quais os investigadores do EMaDeS abordam, de uma forma compreensível ao público em geral, temáticas relacionadas com a investigação que estão a desenvolver.

Todos estes instrumentos de comunicação serão difundidos pelo *website* do EMaDeS e pelas respetivas redes sociais.

3.3.6 Relacionamento com os meios de comunicação social

Com a pretensão de conferir uma maior visibilidade e notoriedade públicas ao EMaDeS, será estabelecido um contacto regular com os meios de comunicação social locais, regionais e nacionais. Através dos *media* serão difundidas informações relativas aos resultados alcançados, aos eventos e atividades concretizadas.

Neste âmbito, serão desenvolvidas as seguintes ações:

- Produção de notas de imprensa (*press-releases*);
- Produção de *dossiers* de imprensa, caso se venham a tornar necessários;
- Resposta a solicitações dos *media*.

De resto, os *media* a contactar serão selecionados mediante os assuntos que se pretendem divulgar. Neste sentido, os órgãos de comunicação social alvo da estratégia de comunicação, nas diferentes fases do projeto, tanto pode ser a imprensa, como a rádio e ainda a televisão.

3.3.7 Publicações

Tendo em conta que se trata de um projeto de investigação, o mix de comunicação tem que fazer referência obrigatória às publicações científicas que serão produzidas no âmbito das pesquisas efetuadas pelos investigadores do EMaDeS.

Deste modo, ao longo do ciclo de vida do EMaDeS, respetivamente quatro anos, será concebido um leque variado de documentação científica, tais como artigos em revistas internacionais, livros e capítulos em manuais e relatórios. Considerando que um dos grandes objetivos deste projeto é a preparação de recursos humanos altamente qualificados nas suas áreas de atuação, contribuindo com várias bolsas de investigação para a formação dos seus investigadores, serão desenvolvidas várias teses de Doutoramento e dissertações de Mestrado.

4. Programação e Implementação

4.1 Faseamento

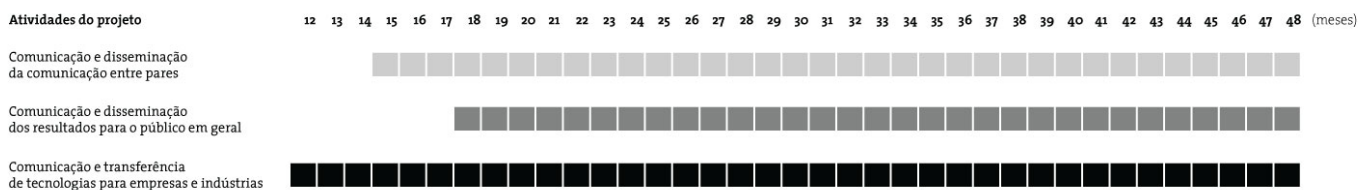
Para a correta implementação da Estratégia de Comunicação do EMaDeS foi traçado um cronograma, onde se encontram detalhadas as atividades comunicacionais a executar num período de tempo que vai, sensivelmente, desde janeiro de 2018 a dezembro do ano de 2020.

Este plano contempla três fases, que já haviam sido definidas aquando a submissão da candidatura do Projeto do EMaDeS ao apoio financeiro de fundos comunitários, mais concretamente ao Programa Portugal 2020. Parece-nos importante dar conta, que se realizaram alguns ajustes no calendário inicialmente previsto.

Como se encontra expresso no quadro 1 as três fases integradas são:

- Comunicação e disseminação da comunicação entre pares;
- Comunicação e disseminação dos resultados para o público em geral;
- Comunicação e transferência de tecnologia para empresas e indústrias.

As fases apresentadas não correspondem a compartimentos estanques entre si, já que vão coexistir no tempo e servir de suporte à definição das mensagens e à ativação dos elementos do mix de comunicação apropriados a cada período do ciclo de vida do projeto EMaDeS.



Quadro 1 Cronograma das ações de Comunicação a implementar no âmbito do EMaDeS.

4.2 Orçamento indicativo

A alocação de recursos financeiros especificamente orientados para apoiar a atividade do LabCom. IFP- Communication, Philosophy and Humanities no âmbito do projeto EMaDeS, constitui uma condição essencial para alcançar os objetivos que se encontram definidos na presente Estratégia de Comunicação.

Assim sendo, do orçamento total do EMaDeS, respetivamente 1.377.090,00 €, uma quantia de 7500,00 € destina-se à aquisição de material para a execução dos trabalhos por parte da equipa responsável pela Comunicação e Disseminação (WP4) e do grupo com a responsabilidade de gerir o projeto (WPO). Como não poderia deixar de ser, desse valor uma parte será utilizada para dar cumprimento à Estratégia de Comunicação.

Para uma melhor pormenorização dos valores em causa, optou-se por apresentar o orçamento já programado e que servirá para distribuir os recursos financeiros pelos diferentes pacotes de trabalho do EMaDeS.

	Nº	Valor Unitário	Duração	2017	2018	2019	2020	Total
Bolsas BPD	7	1.650,00€	48	138.600,00€	138.600,00€	138.600,00€	138.600,00€	554.400,00€
Bolsa BPD	1	1.650,00€	21	0,00€	19.800,00€	14.850,00€	0,00€	34.650,00€
Bolsa B-Mestre	11	1.115,00€	36	66.900,00€	147.180,00€	147.180,00€	80.280,00€	441.540,00€
Bolsa BG CT	1	1.115,00€	48	13.380,00€	13.380,00€	13.380,00€	13.380,00€	53.520,00€
Consumíveis WP1				4.115,00€	2.200,00€	1.600,00€	1.600,00€	9.515,00€
Consumíveis WP2				9.000,00€	8.090,00€	7.500,00€	4.500,00€	29.090,00€
Consumíveis WP3				6.480,00€	3.000,00€	3.000,00€	2.000,00€	14.450,00€
Consumíveis WPO e WP4				1.300,00€	1.500,00€	2.000,00€	2.500,00€	7.500,00€
Total consumíveis				21.065,00€	14.790,00€	14.100,00€	10.600,00€	60.555,00€
Total RH (bolseiros)				218.880,00€	318.960,00€	314.010,00€	232.260,00€	1.084.110,00€
Total RH (internos UBI)				46.712,93€	68.071,80€	68.071,80€	49.568,46€	232.425,00€
Total projeto				286.657,93€	401.821,80€	396.181,80€	292.428,46€	1.377.090,00€

Quadro 2 Orçamento total do Projeto EMaDeS.

Material	Embalagem	Custo unitário	Nº	Custo total
Consumíveis de secretária				500,00€
Consumíveis informáticos (toners, DVDs, pen-drives, discos externos, etc)				4000,00€
Consumíveis de impressão gráfica (toners, tinteiros, rolos de papel, etc)				3000,00€
Total consumíveis WP4 e WPo				7500,00€

Quadro 3 Orçamento destinado aos pacotes de trabalho relacionados com a Comunicação e Disseminação do EMaDes e com a Gestão do Projeto.

4.3 Monitorização e avaliação

No sentido de se avaliar se os objetivos de comunicação fixados estão a ser cumpridos, proceder-se-á a uma monitorização e avaliação contínuas. Com a adoção deste método, será mais fácil perceber a existência de lacunas comunicacionais e, assim, propor medidas de correção.

Tal como demonstra o quadro 4, a presente estratégia assume um conjunto amplo de indicadores de realização e de resultado que servirão de suporte às respetivas atividades de monitorização e avaliação.

Indicador	Tipo	Medida	Periodicidade do cálculo
Índice de favorabilidade das notícias	Resultado	%	Anual
Nº de notícias veiculadas	Resultado	Nº	Anual
Alcance das notícias	Realização	Nº	Anual
Nº de destinatários das newsletters do projeto	Resultado	Nº	Anual
Nº de destinatários das newsletters do EMaDes	Realização	Nº	Anual
Nº de participantes nos eventos (seminários, conferências, workshops, etc.)	Resultado	Nº	Anual
Nº de eventos (seminários, conferências, workshops, etc.)	Realização	Nº	Anual
Nº de press releases	Realização	Nº	Anual
Taxa de acolhimento de press releases	Resultado	Nº	Anual
Nº de visitantes do website do EMaDes	Realização	Nº	Anual
Nº de seguidores do EMaDes nas redes sociais	Realização	Nº	Anual

Quadro 4 Indicadores de realização e resultado do EMaDes.

4.4 Direção e execução

A elaboração da Estratégia de Comunicação do projeto EMaDeS é da responsabilidade dos investigadores do Projeto EMaDeS, tendo também a função de apresentar propostas de alteração que se venham a mostrar necessárias no decorrer da duração do programa.

Por sua vez, a aprovação da Estratégia de Comunicação e de eventuais propostas de alteração da mesma compete ao responsável do projeto, Professora Doutora Anna Guerman, e ao coordenador do LabCom.IFP – Communication, Philosophy and Humanities, Professor Doutor Joaquim Paulo Serra, cabendo-lhe também analisar a sua execução anual.

Do ponto de vista operacional, a Estratégia de Comunicação será executada pela bolsreira de investigação Carla Sousa, com o apoio do Staff do LabCom. IFP – Communication, Philosophy and Humanities e dos restantes bolsreiros de investigação da área da Gestão. Já a orientação científica e supervisão das tarefas realizadas pela bolsreira de investigação é da responsabilidade da Professora Doutora Anabela Gradim.

5. Regras de Informação e Comunicação

Tendo em conta que o Projeto EMaDeS se trata de um programa cofinanciado por Fundos Europeus Estruturais e de Investimento (FEEI), vulgarmente designado por Portugal 2020, terão de se respeitar algumas normas europeias de divulgação da informação e comunicação. Deste modo, existe a necessidade de se fazer atenção aos seguintes regulamentos:

- Regulamento da UE n.º 1303/2013 (art.ºs 115.º a 117.º);
- Regulamento da UE n.º 1304/2013 (art.º 20.º);
- Regulamento da UE n.º 1305/2013 (art.º 66.º);
- Regulamento da UE n.º 508/2014 (art.º 119.º);
- Regulamento de Execução da UE n.º 763/2014;
- Regulamento de Execução da UE n.º 821/2014 (art.ºs 3.º a 5.º);
- Regulamento de Execução da UE n.º 808/2014 (art.º 13.º);
- Decreto-Lei n.º 137/2014 (art.ºs 61.º e 63.º);
- Decreto-Lei n.º 159/2014 (art.ºs 23.º e 27.º).

EM^aDeS

www.emades.ubi.pt