



Interreg

España - Portugal



Fondo Europeo de Desarrollo Regional
Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional



LUTA CONTRA AS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS

PLANO DE COMUNICAÇÃO

PROJETO FIREPOCTEP



1. SUMARIO

1. SUMARIO.....	2
2. INTRODUÇÃO.....	4
2.1 ESCOPO DE APLICAÇÃO.....	4
3. CONTEXTUALIZAÇÃO DO PROJETO.....	5
4. MISSÃO, VISÃO E VALORES.....	6
5. PRINCÍPIOS DO PLANO DE COMUNICAÇÃO.....	7
5.1 TRANSPARÊNCIA.....	7
5.2 PARTICIPAÇÃO DO CIDADÃO.....	7
5.3 REDE.....	7
6. FINALIDADE E OBJETIVOS DO PLANO DE COMUNICAÇÃO.....	7
6.1 FINALIDADE.....	7
6.2 OBJETIVOS.....	8
7. DIMENSÕES DA COMUNICAÇÃO NO PROJETO.....	8
7.1 COMUNICAÇÃO INTERNA.....	8
7.2 COMUNICAÇÃO EXTERNA.....	8
8. PÚBLICO ALVO.....	10
8.1 COMUNICAÇÃO INTERNA.....	10
8.2 COMUNICAÇÃO EXTERNA.....	10
9. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO.....	12
10. TÉCNICAS E TÁTICAS DE COMUNICAÇÃO.....	12
11. DEFINIÇÃO DAS MENSAGENS DO PROJETO.....	13
12. FERRAMENTAS E CANAIS DO PROJETO.....	15



12.1 FERRAMENTAS DE COMUNICAÇÃO DIGITAL.....	15
12.1.1 PÁGINA WEB DO PROJETO.....	15
12.1.2 TWITTER.....	15
12.1.3 FACEBOOK.....	16
12.1.4 BOLETIM INFORMATIVO DO PROJETO.....	16
12.1.5 ALERTAS DE PROJETO.....	16
12.2 OUTRAS FERRAMENTAS PARA COMUNICAÇÃO EXTERNA.....	16
12.2.1 MÍDIA TRADICIONAL (RÁDIO, IMPRENSA E TELEVISÃO).....	16
12.2.2 REVISTAS ESPECIALIZADAS.....	17
12.2.3 ATOS E EVENTOS DE RELAÇÕES PÚBLICAS.....	17
12.3 CANAIS PRÓPRIOS DOS BENEFICIÁRIOS.....	18
12.4 EQUIPE FIREPOCTEP.....	18
13. AÇÕES DE COMUNICAÇÃO.....	19
13.1 PLANEJAMENTO DAS AÇÕES DE COMUNICAÇÃO.....	19
14. MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO DA COMUNICAÇÃO.....	20
14.1 FERRAMENTAS DE AVALIAÇÃO.....	21
14.1.1 RELATÓRIOS EXTRAÍDOS DO GOOGLE ANALYTICS.....	21
14.1.2 RELATÓRIOS EXTRAÍDOS DOS ALERTAS DO GOOGLE.....	21
14.1.3 RELATÓRIOS EXTRAÍDOS DO KRED.....	21
14.1.4 PESQUISAS DE AVALIAÇÃO REALIZADAS A PARTIR DAS REDES SOCIAIS.....	21
14.1.5 PESQUISAS DE SATISFAÇÃO EM EVENTOS, CURSOS, OFICINAS E REUNIÕES.....	21
14.1.6 RECORTE DE MÍDIA IMPRESSA, ONLINE E SOCIAL.....	22
14.2 INDICADORES DE AVALIAÇÃO.....	22
14.3 RELATÓRIO FINAL DE DIVULGAÇÃO E PUBLICIDADE.....	22
15. REGRAS PARA PROJETOS COFINANCIADOS PELO POCTEP 2014-2020.....	22



2. INTRODUÇÃO

A comunicação é uma ferramenta fundamental para alinhar todos os membros de um projeto com a realização de seus objetivos. Quando efetivamente articulada, a comunicação eficaz permite estabelecer uma ponte entre a informação e as pessoas, e assim se torna um instrumento essencial para alcançar a conscientização social necessária dentro dos objetivos do nosso projeto.

Por este motivo, é necessário elaborar um Plano de Comunicação, que garanta desde o início planejamento e gestão eficazes das ações e ferramentas de comunicação e divulgação. Isto será regido pelas diretrizes estabelecidas nos seguintes documentos de referência.

- [Regulamento \(CE\) n° 1828/2006 da Comissão Europeia de 8 de dezembro de 2006](#)
- [Manual de identidade gráfica POCTEP 14/20](#)
- [Diretrizes e normas de informação, comunicação e visibilidade \(ICV\) para projetos cofinanciados pelo POCTEP 2014-2020](#)
- [Manual de identidade gráfica INTERREG](#)

2.1 ESCOPO DE APLICAÇÃO

Este documento será aplicado em toda e qualquer ação e atividade relacionada às tarefas de divulgação e comunicação do projeto FIREPOCTEP, tanto externas quanto internas.



3. CONTEXTUALIZAÇÃO DO PROJETO

Espanha e Portugal estão entre os estados da União Europeia mais vulneráveis às mudanças climáticas. Nos últimos 30 anos, os dois países têm sido palco de incêndios florestais cada vez mais devastadores. Além disso, na área transfronteiriça entre os dois países (La Raia Ibérica), os incêndios florestais são um dos principais problemas de emergências ambientais com continuidade.

Os dois estados compartilham condições climáticas sazonais e demográficas específicas e características, que afetam diretamente a gestão que deve ser realizada no território e os recursos humanos e materiais disponíveis para a prevenção e o combate aos incêndios florestais. Por este motivo, é ainda mais importante a adequação desses recursos e o envolvimento da sociedade no conhecimento das causas e do comportamento dos incêndios.

É por isso que, com a experiência acumulada em outros projetos de cooperação transfronteiriça anteriores, ambos os países decidiram promover um aumento em sua colaboração em resposta a este problema. Para este fim, apresenta-se o Projeto FIREPOCTEP. Sua área de ação é La Raia Ibérica, cobrindo toda a fronteira hispano-portuguesa, a mais antiga e mais longa da EU, e que possui um cenário de grande importância na captura de aprendizados que podem ser transferidos para outras áreas de cooperação transfronteiriça.

Qualquer ação contra os incêndios florestais implica em um resultado de proteção da biodiversidade, florestas e bosques, assim como de outras estruturas ambientais que, no caso de ambas as regiões, fazem parte da rede Natura 2000. A formação, a inovação e a divulgação proporcionados por este projeto permitirá a redução das matérias-primas, sua reutilização e recuperação, contribuindo assim para a economia circular e para o desenvolvimento sustentável.

Por outro lado, a melhoria da qualidade de vida da população como resultado da redução do efeito dos incêndios florestais contribui para um ambiente mais saudável, visto o fomento de um desenvolvimento econômico e empresarial mais consciente dos benefícios de uma atitude preventiva e sustentável de acordo com o crescimento do território, de sua população e dos serviços que ela requer..

Por todas estas razões, o projeto FIREPOCTEP surge com os seguintes objetivos:

- Identificar Zonas de Gestão Estratégica (ZEG) para minimizar o risco e o impacto dos GIFs por meio da gestão agrossilvipastoril da paisagem em um cenário de mudanças climáticas e globais;
- Promover o investimento público e privado através de experiências piloto enquadradas no âmbito da Economia Verde Circular e da investigação de novos nichos de mercado;
- Educar a população rural permanente e eventual sobre o risco de GIF, boas práticas preventivas e autoproteção; e formar e equipar o pessoal operacional transfronteiriço. Colaboração transfronteiriça.



Complementar a esses objetivos principais e neles inseridos, vale destacar o estabelecimento de objetivos secundários que contemplam::

- Realizar uma análise do impacto das mudanças climáticas e seus efeitos em na Raia Ibérica;
- Determinar as ZEG nas áreas piloto;
- Gerar uma cartografia ZEG em escala de paisagem;
- Desenvolver projetos de gestão ZEG;
- Realizar uma proposta abrangente de planejamento preventivo em na Raia Ibérica;
- Promover a criação de emprego sustentável, que permita a inclusão social da população rural;
- Realizar uma análise crítica de projetos similares no território POCTEP;
- Estabelecer um espaço de encontro para desenvolver atividades de inovação aberta;
- Definir protocolos de colaboração em intervenções conjuntas transfronteiriças;
- Preparar um plano de formação e fornecer materiais para a operação transfronteiriça;
- Lançar um plano de formação, conscientização e educação em autoproteção para moradores

4. MISSÃO, VISÃO E VALORES

A missão do Projeto FIREPOCTEP é aumentar a resiliência territorial aos riscos naturais transfronteiriços, promovendo a adaptação às alterações climáticas em todos os setores, através da prevenção e gestão da paisagem exposta a grandes incêndios florestais (GIF) em zonas rurais transfronteiriças entre Espanha e Portugal.

De acordo com a visão, o Projeto FIREPOCTEP pretende capitalizar os resultados, conhecimentos e boas práticas de ambos os lados da fronteira hispano-portuguesa no combate aos incêndios florestais para lançar uma ação conjunta que alcance todos os seus territórios, unindo esforços e critérios de ação. Um desafio a acrescentar, aquele derivado da nova conjuntura mundial com a adaptação à nova conjuntura COVID-19 e Pós-COVID-19 e a necessidade de promover a economia circular verde como motor da economia local.

Em relação aos valores, o FIREPOCTEP quer destacar:

- **O impacto das alterações climáticas** no risco de incêndios e a necessidade de mitigar as suas consequências como medida preventiva;



- A **cooperação, transparência e inovação**, bases para o desenvolvimento de uma abordagem conjunta, que facilite a **boa governança** e **gestão comum dos recursos** de autoproteção e defesa contra incêndios na região de “na Raia Ibérica”;
- O **papel das atividades agropecuárias e florestais** na recuperação de uma paisagem diversificada, habitada e com menor risco de incêndio como ferramenta fundamental para a prevenção de incêndios;
- Promover a **dotação e promoção do Emprego Verde nas zonas rurais**.

5. PRINCÍPIOS DO PLANO DE COMUNICAÇÃO

5.1 TRANSPARÊNCIA

Oferecer informações de forma constante, contínua, clara e inequívoca aos cidadãos e às entidades participantes do Projeto sobre o processo, as atividades e os resultados que estão sendo obtidos, de forma que os cidadãos conheçam especificamente os avanços que estão recebendo.

5.2 PARTICIPAÇÃO DO CIDADÃO

Promover o envolvimento dos cidadãos no Projeto, atendendo suas demandas e necessidades e estabelecendo canais de reciprocidade de informações.

5.3 REDE

Envolver entidades públicas e privadas (associações, prefeituras, outras administrações públicas, empresas, sindicatos, associações profissionais, ONG, fundações, federações...) na tomada de decisões, execução, acompanhamento e avaliação do Projeto FIREPOCTEP.

6. FINALIDADE E OBJETIVOS DO PLANO DE COMUNICAÇÃO

6.1 FINALIDADE

A finalidade do Plano de Comunicação FIREPOCTEP é dupla:

- Por um lado, visa dar uma imagem unificada, sólida e consensual do próprio projeto, das suas atividades, do seu progresso e dos resultados obtidos durante o seu desenvolvimento.
- Por outro lado, propõe-se gerar credibilidade e confiança nas políticas de cooperação e na gestão comum dos recursos de autoproteção e defesa estabelecidos contra os riscos naturais que ameaçam o Espaço de Cooperação. Tudo isto de forma a minimizar os seus efeitos negativos nas populações, nos territórios e na economia das regiões deste espaço.



6.2 OBJETIVOS

- Estabelecer as ações de comunicação interna e externa do Projeto FIREPOCTEP;
- Determinar as linhas de ação das entidades beneficiárias do projeto para a divulgação e difusão das ações nele contidas;
- Definir a identidade comunicativa do projeto, delimitando todas as ações de divulgação e publicidade dele decorrentes;
- Tornar seu progresso e resultados visíveis;
- Criar espaços de comunicação entre os cidadãos e o FIREPOCTEP;

7. DIMENSÕES DA COMUNICAÇÃO NO PROJETO

7.1 COMUNICAÇÃO INTERNA

A comunicação interna deve centrar-se na troca de mensagens entre as entidades beneficiárias do projeto, a fim de conseguir o seu envolvimento na consecução dos nossos objetivos de forma colaborativa. Para isso, não se trata apenas de dizer a todas as pessoas que compõem o projeto FIREPOCTEP o que este faz, mas também de contar com todas elas para o que faz.

O processo de comunicação interna não é entendido como um processo linear, mas sim como um processo circular multidirecional, onde é assegurada a retroalimentação entre as partes, buscando, a todo momento, criar uma cultura partilhada e um sentimento de pertencimento ao projeto, que gere confiança entre todas as pessoas que o compõem.

Para isso, são estabelecidas as seguintes diretrizes básicas, nas quais fundamentam os processos de comunicação interna:

- Sistematizar a comunicação entre os beneficiários, principalmente entre o beneficiário principal e o restante da parceria, pois disso dependerá a correta gestão e execução do projeto;
- Manter os beneficiários informados sobre as ações ordinárias e obrigações;

7.2 COMUNICAÇÃO EXTERNA

A comunicação externa se centra na transmissão contínua, sistemática e unificada de toda a informação gerada a partir do FIREPOCTEP de forma a divulgar o projeto junto do seu público-alvo em particular e junto da população em geral.

Para isso, são estabelecidas algumas diretrizes básicas que devem servir como pautas ao articular qualquer processo de comunicação externa do projeto. Esses processos devem:



- Divulgar o projeto, seus diferentes avanços e resultados ao público-alvo, atingindo pelo menos 50% dele. O resultado será mensurado por meio de pesquisas no site, Facebook e Twitter.
- Gerar interesse dos cidadãos, da mídia e dos tomadores de decisão política e dos gestores públicos pelas capacidades, desenvolvimento e qualidades do projeto. O retorno deste objetivo será quantificável através das publicações solicitadas pelo FIREPOCTEP e seu feedback nas redes sociais e mensagens de contatos nos setores mencionados.
- Promover e difundir sinergias, parcerias e redes de colaboração entre os diversos agentes sociais envolvidos no setor no combate aos incêndios florestais, na mitigação dos efeitos das alterações climáticas ou na promoção do Emprego Verde no meio rural.
- Recrutar empreendedores cujo objetivo é combater os incêndios e a criação de emprego rural verde visando preveni-los em na Raia Ibérica, para que participem das atividades do projeto. O resultado pode ser medido através do número de empreendedores que fazem parte da aceleradora FIREPOCTEP..
- Apoiar o trabalho de visibilidade e divulgação das ações financiadas pela União Europeia, destacando mais concretamente a importância do Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional FEDER. Para isso, serão seguidas todas as orientações do [Manual de Identidade Gráfica POCTEP 14/20](#).

O planeamento dessas ações está contemplado neste Plano de Comunicação, que também inclui os indicadores estabelecidos para quantificar o impacto das atividades de Informação e Publicidade realizadas.

Como regras gerais aplicadas às ações informativas e publicitárias, vale destacar:

- ◆ Em todo o material de informação e comunicação gerado pelo projeto (publicações, material informativo, brochuras, página web,...) bem como nos documentos técnicos elaborados (relatórios de execução, atas de reuniões, documentação específica para o desenvolvimento do atividades ...) a participação da União Europeia e o cofinanciamento com o FEDER serão expressamente indicados, além de incluir o logotipo do projeto.
- ◆ No site serão visíveis a insígnia e menção da União Europeia, bem como a indicação do FEDER com a frase “Investimos no seu futuro”, juntamente com o logotipo POCTEP.
- ◆ Os comunicados de imprensa e anúncios desenvolvidos nos meios de comunicação social incluirão informação explícita sobre o projeto, o apoio da UE e o cofinanciamento comunitário do FEDER e do POCTEP.
- ◆ Em eventos públicos, os logotipos da União Europeia e do Programa serão colocados de forma visível nos painéis utilizados.
- ◆ A participação financeira da União Europeia, do FEDER e do POCTEP está indicada nos anúncios de concurso bem como no caderno de encargos administrativos.



8. PÚBLICO ALVO

8.1 COMUNICAÇÃO INTERNA

Destinado a gerir, integrar e motivar a equipe humana do projeto, este tipo de comunicação será utilizado, por vezes, simplesmente para informar e para incentivar, persuadir, recordar ou explicar conteúdos de interesse que aumentem a produtividade dos:

- Responsáveis, coordenadores, técnicos e pesquisadores da parceria envolvida no projeto.
- Responsáveis pela gestão e coordenação do Programa INTERREG.
- Parceiros colaboradores das entidades beneficiárias do projeto.

Não devemos confundir comunicação interna com informação. A informação transmite mensagens –geralmente de gerentes para funcionários–, enquanto a comunicação exige uma resposta do destinatário, ou seja, um feedback entre as duas partes. Portanto, essa comunicação deve ser bidirecional para que a equipe seja parte ativa.

A comunicação interna, para que realmente funcione, deve ser bidirecional e baseada no respeito e na confiança. No entanto, haverá questões delicadas em que os funcionários não irão revelar sua identidade ou expressar uma opinião específica por medo de não serem compreendidos. Para tanto, será colocada uma caixa de sugestões no site do projeto que garanta o anonimato de seus usuários e haja o repasse direto das suas mensagens aos responsáveis pela comunicação do projeto.

Como canais e ferramentas para o desenvolvimento das ações de comunicação interna, são indicados:

- E-mails, chats telefônicos e mensagens interpessoais.
- Internet do projeto (disponível no próprio site)
- Caixa de sugestões.
- Material corporativo impresso e audiovisual.
- Reuniões periódicas.
- Relatórios internos..

8.2 COMUNICAÇÃO EXTERNA

Os incêndios florestais, as alterações climáticas ou a promoção do Emprego Verde para fixar a população nas zonas rurais afetam os cidadãos em geral, pelo que qualquer pessoa pode participar ativamente no projeto. No entanto, não seria eficaz ou realista considerar todos os cidadãos como o único público-alvo estratégico. Para isso, fica estabelecido que o alvo FIREPOCTEP deve responder a diferentes características culturais e sociodemográficas, dependendo dos diferentes objetivos formulados para o projeto::



OBJETIVO GERAL:	PÚBLICO ALVO:
<ul style="list-style-type: none"> • Transmitir uma imagem geral do projeto FIREPOCTEP como um pacote de serviços destinados a fornecer soluções para necessidades específicas contra os GIFs, e como uma fonte de oportunidades para aqueles que mostram preocupação empresarial ou colaborativa na área de criação de Empregos Verdes Rurais (empresários, empresários, pesquisadores e organizações de apoio). 	Público em geral
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	PÚBLICO ALVO:
<ul style="list-style-type: none"> • Identificar Áreas de Gestão Estratégica (SMAs) para minimizar o risco e o impacto das IFFs através da agroflorestação e da gestão da paisagem pastoral em um cenário de mudanças climáticas e globais. • Treinar e equipar o pessoal operacional transfronteiriço na luta contra os GIFs. 	Formuladores políticos, gestores públicos, órgãos e entidades público-privadas a nível local, regional, nacional, europeu e internacional.
<ul style="list-style-type: none"> • Incentivar o investimento público e privado através de experiências-piloto no âmbito da Economia Verde Circular e a pesquisa de novos nichos de mercado. 	Empreendedores públicos e privados interessados em expandir-se para iniciativas de emprego em atividades agrícolas, pecuárias e florestais que permitam a recuperação de uma paisagem diversificada, habitada e com menor risco de incêndios.
<ul style="list-style-type: none"> • Educar a população rural regular e ocasional em na Raia Ibérica sobre o risco de GIF, boas práticas preventivas e autoproteção. 	Público em geral.
<ul style="list-style-type: none"> • Posicionar o Projeto FIREPOCTEP como referência científica para a luta contra os GIFs, a mudança climática e a prevenção e autoproteção contra eles, criando sinergias com a comunidade científica.. 	Revistas e centros científicos relacionados com os incêndios florestais
<ul style="list-style-type: none"> • Atrair o interesse da mídia, seja ela tradicional (imprensa, rádio e televisão) ou virtual (imprensa virtual e redes sociais), promovendo sinergias que facilitem a disseminação e a conscientização das medidas de prevenção e autoproteção. 	Mídias de massa tradicionais, websites e redes de mídia social.



9. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

A estratégia do plano de comunicação da FIREPOCTEP concentra-se em informar os potenciais beneficiários do projeto, transmitindo uma imagem do projeto como um conjunto de atividades destinadas à adaptação à mudança climática através da prevenção e do manejo da paisagem exposta a grandes incêndios florestais (LFG) em áreas rurais transfronteiriças.

10. TÉCNICAS E TÁTICAS DE COMUNICAÇÃO

O projeto deve gerar conteúdos que efetivamente proporcionem maior visibilidade à sociedade e evitem os altos custos da publicidade tradicional. Estes devem ser concebidos de forma que o público alvo de cada um deles seja informado e se sinta atraído pelo projeto.

Nossa estratégia deve, portanto, ser permeável, flexível e dinâmica, permitindo, graças à sua natureza adaptativa, dialogar a todo momento com as necessidades do meio ambiente e do público. Nossa estratégia se baseia em criar mensagens apropriadas para cada público e gerar um bom relacionamento com nossos alvos, incluindo a mídia. Com este objetivo, parte do trabalho se concentrará no uso das redes sociais do projeto (Twitter e Facebook), mas sem negligenciar as mídias tradicionais ou as oportunidades que nos são apresentadas em eventos e reuniões nas quais o projeto participa.

As ações serão destinadas principalmente a um público menor de 35 anos, quase todo o campo de ação será direcionado ao ambiente on-line, especialmente às redes sociais (RS). Isto se deve ao fato de estes últimos terem conseguido atrair usuários de todas as idades, oferecendo uma grande vitrine para mostrar as iniciativas e envolvê-los nelas. Isto permite que a marca FIREPOCTEP alcance todos os públicos, gerando engajamento e ajudando a disseminar o conteúdo e fortalecer o valor da marca.

Dentro da mídia social, Facebook e Twitter são selecionados como os principais canais de comunicação, porque estão entre as redes sociais mais utilizadas atualmente e porque é neste ambiente que a maioria do público com maior sensibilidade para as questões ambientais pode ser encontrada.

Neste sentido, é necessário incorporar novas tendências de comunicação à estratégia, como a figura do multiplicador. Isto dá um papel mais relevante ao público, que terá uma maior participação no projeto. Além disso, permitirá uma atração maior para o resto do público alvo, que verá os multiplicadores como um exemplo próximo dos valores que nosso projeto quer transmitir.

No entanto, esta estratégia será avaliada ao longo do tempo para garantir que ela esteja em conformidade com os objetivos desejados.



11. DEFINIÇÃO DAS MENSAGENS DO PROJETO

Cada público exigirá uma linguagem, vocabulário e canais de divulgação diferentes, que serão personalizados para cada ocasião em que realizarmos uma ação comunicativa.

As mensagens do projeto serão simples, concretas e claras para o público. Elas se referirão aos objetivos, benefícios e valores do Projeto FIREPOCTEP. Assim, as mensagens a serem lançadas devem apresentar os seguintes conceitos fundamentais:

- Luta contra incêndios florestais;
- Luta contra a mudança climática;
- Cooperação;
- Inovação;

Entre as mensagens do projeto e a título de exemplo, podemos destacar as seguintes:

- ◆ **Combater os incêndios florestais é combater a mudança climática:** os incêndios não só arruinam as regiões, como matam pessoas e perturbam a mudança climática.
- ◆ **Espanha e Portugal têm desafios comuns, aos quais uma cooperação territorial eficaz pode dar uma resposta:** FIREPOCTEP responde a eles no território transfronteiriço de na Raia Ibérica. Ambos os países compartilham entre seus desafios a luta contra o desemprego, a necessidade de aumentar a eficiência no uso dos recursos naturais e a existência de riscos naturais comuns. Transformamos desafios em oportunidades.
- ◆ **O Projeto FIREPOCTEP torna possível implementar um "plano de ação conjunto"** para atender às necessidades de cada território, a fim de lidar efetivamente com os incêndios em na Raia Ibérica.
- ◆ **O combate direto aos incêndios, a implementação de medidas de autoproteção e o manejo florestal sustentável são os três pilares básicos para minimizar o impacto dos incêndios florestais e da mudança climática.** Devemos aprender a administrar e minimizar os riscos.
- ◆ **O cuidado e a promoção das áreas rurais é uma medida que facilita a autoproteção e a prevenção de incêndios florestais.** A dinamização das iniciativas locais que aumentam as oportunidades de emprego, permitem que a população rural seja demograficamente fortalecida e assim combater o progressivo abandono das culturas e do pastoreio (recursos tradicionais para a prevenção).
- ◆ **Todos os setores têm um papel a desempenhar no desenvolvimento de medidas de autoproteção e de estímulo econômico.** Na atual situação de pandemia, cabe ao setor público, universidades, centros de pesquisa, empresas e até mesmo aos próprios cidadãos estimular iniciativas econômicas para evitar o despovoamento nas áreas rurais.



- ◆ **O consumo de produtos florestais locais** (madeira, lenha, biomassa, subprodutos da pecuária extensiva) **ou produtos agrícolas** (videiras, cereais, árvores frutíferas) **permite manter um manejo florestal sustentável e reduzir o risco de incêndios florestais.**
- ◆ **A coleta de dados, o intercâmbio de informações, a adaptação dos planos de antecipação e a gestão e coordenação entre os serviços de emergência, facilitam a redução do risco de incêndios e a eficácia do combate a incêndios.**
- ◆ **A experiência deo Projeto FIREPOCTEP facilita ações diretas no território que podem ser extrapoladas para outros territórios.** Trocamos boas práticas e conhecimentos, para que os resultados possam ser testados e transferidos para outros territórios de cooperação.
- ◆ **O Projeto FIREPOCTEP cria laços entre o mundo científico, público e privado no campo do combate aos incêndios florestais em na Raia Ibérica:** isto deve ser transmitido sempre que a equipe de pesquisa do projeto lançar uma publicação científica ou a FIREPOCTEP chegar a um acordo entre entidades científicas, públicas e privadas.
- ◆ **Você também pode combater os incêndios florestais: cuide do meio ambiente e esteja alerta aos incêndios.** A segunda parte da mensagem "cuidar do meio ambiente e estar atento aos incêndios" pode ser alterada, modificando-a com a intenção de pedir ao público outras medidas de apoio, tais como "espalhar a palavra sobre nossa causa", "consumir produtos florestais de sua região", etc. Pode ser acompanhado por ou incluir uma imagem/gif/vídeo.
- ◆ **Prevenção e conscientização é a melhor arma na luta contra incêndios:** isto deve ser acompanhado pelas atividades de conscientização realizadas pelo projeto FIREPOCTEP para encorajar as pessoas a se inscreverem como voluntários para serem multiplicadores. Pode ser acompanhado por uma imagem/gif/vídeo e será publicado nos canais de comunicação FIREPOCTEP.
- ◆ **O projeto FIREPOCTEP tem como objetivo divulgar o progresso das tecnologias de combate a incêndios na área transfronteiriça de na Raia Ibérica.** Esta mensagem acompanhará as notícias que sairão do acelerador FIREPOCTEP e será publicada nos canais do projeto. Pode ser acompanhado por ou incluir uma imagem/gif/vídeo.
- ◆ **Faça uso responsável do meio ambiente e dos recursos de sua região:** esta deve ser uma mensagem contada nos canais do Projeto FIREPOCTEP, repetida pelo menos duas vezes por semana em todos os canais do projeto. Respeitando a ideia, ela pode ser incluída em um texto maior ou em uma imagem/gif/vídeo.



12. FERRAMENTAS E CANAIS DO PROJETO

12.1 FERRAMENTAS DE COMUNICAÇÃO DIGITAL

12.1.1 PÁGINA WEB DO PROJETO

O site do Projeto FIREPOCTEP (www.firepocstep.eu) será o principal espaço de divulgação de informação direta sobre o desenvolvimento do projeto, bem como para a difusão de material de divulgação (publicações, brochuras, logotipo, etc). A sua consulta será aberta ao público em geral, para o qual serão cumpridas as diretrizes de acessibilidade das WCAG, com o objetivo de atingir um maior alcance.

Estará disponível em três idiomas (espanhol e português e inglês), com o objetivo de ter um maior alcance internacional. No entanto, isso não implica que as publicações ou o upload de conteúdo devam ser realizados nos três idiomas de forma obrigatória, mas que os três idiomas possam ser usados indistintamente. É sempre recomendável que o conteúdo publicado no site seja traduzido para os três idiomas indicados, mas não é obrigatório.

Neste site, o público terá acesso a um resumo do projeto, seus objetivos, sua descrição, suas diferentes atividades, notícias sobre o Projeto FIREPOCTEP ou relacionadas a ele e enviadas pelos beneficiários, ações de treinamento, bons estágios dentro e fora do projeto e o serviço oferecido aos empresários do setor.

Obviamente, o site deve manter um caráter muito dinâmico, incorporando conteúdo à medida que o projeto avança e permanecendo ativo, pelo menos, até a sua conclusão. Para manter este dinamismo, tentaremos atingir um mínimo de 2 publicações diárias. Todas as publicações devem ser aceitas pelo beneficiário principal, que se compromete a analisá-las com a maior brevidade possível..

12.1.2 TWITTER

A partir da conta oficial na rede ([@firepocstep](https://twitter.com/firepocstep)) todo o conteúdo carregado na web será publicado diariamente. Tanto o Twitter quanto o Facebook usarão a hashtag do projeto: #Firepocstep. Além disso, serão realizadas ações específicas como:

- Consultas ao público sobre opiniões, questões técnicas e conscientização. O objetivo é buscar a interação do público.
- Carregar imagens relacionadas ao projeto.
- Carregar vídeos relacionados ao projeto.
- Ações criativas específicas para esta rede social.



12.1.3 FACEBOOK

O projeto terá uma página no Facebook com o nome de @firepoctep. A partir desta página as publicações na web serão compartilhadas diariamente. Além disso, serão realizadas as seguintes ações:

- Consultas ao público sobre opiniões, questões técnicas e conscientização. O objetivo é buscar a interação do público.
- Respostas a menções para gerar
- Carregar imagens relacionadas ao projeto.
- Carregar vídeos relacionados ao projeto.
- Ações criativas específicas para esta rede social.
- Se buscará criar duas comunidades FIREPOCTEP, uma de carácter profissional, onde os utilizadores partilham eventos específicos, publicações, etc; e outra de conscientização genérica, para compartilhar boas práticas. Ambos os grupos serão gerenciados com metodologias participativas para que haja interação entre os gestores e o restante do público..

12.1.4 BOLETIM INFORMATIVO DO PROJETO

O projeto terá um boletim eletrônico mensal e que também será distribuído por e-mail aos seus assinantes. Será publicado no site e nas redes sociais. Esta publicação apresentará notícias, eventos e chamadas relacionadas ao projeto e seus beneficiários, de modo que servirá como um resumo do andamento realizado a cada mês.

12.1.5 ALERTAS DE PROJETO

De interesse geral, serão divulgados alertas de chamadas e eventos para obter sinergias com outras entidades que tenham os mesmos interesses.

12.2 OUTRAS FERRAMENTAS PARA COMUNICAÇÃO EXTERNA

12.2.1 MÍDIA TRADICIONAL (RÁDIO, IMPRENSA E TELEVISÃO)

Através das sinergias que os beneficiários têm com os meios de comunicação tradicionais (rádio, imprensa e televisão), se perseguirá a existência de referências ao projeto FIREPOCTEP pelo menos no seu início (apresentação do projeto), no meio do projeto e no final (apresentação dos resultados, com convite às autoridades nacionais e regionais e aos meios de comunicação social).



Além disso, ao longo do projeto, buscaremos sinergias com novas mídias. O Projeto FIREPOCTEP, enquanto projeto de referência no combate aos incêndios e instrumento eficaz de cooperação territorial, deve ser ativo em demonstrar aos meios de comunicação social que tem capacidade para atrair o público e que dispõe dos melhores especialistas para entrevistas e redação de publicações sobre este assunto.

É também necessário trabalhar para tornar visível que a divulgação do combate aos incêndios e a dinamização econômica das áreas rurais na zona transfronteiriça é um objetivo não só do próprio projeto, mas também dos meios de comunicação social.

O projeto incluirá a produção de dois audiovisuais (um apresentando o projeto e outro apresentando seus avanços), além de podcasts autoproduzidos para divulgação em três idiomas (espanhol, português e inglês). Esse material deve ser oferecido pelo projeto e seus beneficiários aos meios com os quais as sinergias de comunicação são mantidas.

Da mesma forma, dadas as habilidades de comunicação (com meios e canais audiovisuais internos) de alguns dos beneficiários do projeto e dentro de seus objetivos particulares de divulgação e conscientização, a produção por eles de diferentes materiais audiovisuais que também podem ser oferecidos pelo projeto e seus beneficiários a os diferentes meios com os quais se mantêm as sinergias de comunicação.

Antes de sua veiculação/publicação, todo o material audiovisual elaborado pelos beneficiários deve ser submetido à consulta do coordenador de comunicação do projeto. Isso pode dar indicações sobre o material preparado para adaptá-lo à imagem geral do projeto e deve ser aprovado antes de sua divulgação.

12.2.2 REVISTAS ESPECIALIZADAS

O Projeto FIREPOCTEP, como um projeto de pesquisa e coleta de experiência, tem suas próprias capacidades para realizar pesquisas sobre incêndios florestais, mitigação de mudanças climáticas ou impulso econômico local. Todas as publicações geradas devem ser mostradas e fornecidas à comunidade científica. É preciso demonstrar aos periódicos especializados que o Projeto FIREPOCTEP possui grandes especialistas na área e que o conhecimento advindo disso será importante para o mundo universitário.

12.2.3 ATOS E EVENTOS DE RELAÇÕES PÚBLICAS

A imagem gráfica do projeto FIREPOCTEP deve estar presente em todos os materiais do evento (enaras, merchandising, cartazes, power point, etc.). As ações de comunicação realizadas dentro deste tipo de canal de comunicação podem ser direcionadas a dois tipos diferentes de públicos:



- Por um lado, embora aberto ao público em geral, este tipo de ação comunicativa pode ser dirigida a um público específico definido pela temática do evento, uma vez que serão conferências especializadas e com o objetivo de gerar impacto dentro de um setor específico, como a universidade ou a comunidade científica.
- Por outro lado, haverá palestras e eventos de sensibilização dirigidos a estudantes, agricultores, empresários ou gestores. Nesse caso, o conteúdo será bem diferente do anterior, pois buscará conscientizar para cuidar do meio ambiente, evitar práticas que possam causar incêndios e beneficiar o tecido econômico local.

12.3 CANAIS PRÓPRIOS DOS BENEFICIÁRIOS

Como o Projeto FIREPOCTEP é um consórcio, cada beneficiário utilizará seus próprios canais (sites, blogs, newsletters, contas no Twitter, Instagram, Facebook, LinkedIn, etc.) para fornecer informações sobre o desenvolvimento de suas atividades e do projeto em geral.

Além disso, eles são responsáveis por divulgar o projeto dentro de seu escopo habitual de atuação, podendo divulgar o projeto e suas atividades através de seus próprios meios escritos e virtuais, a fim de divulgar resultados, atividades, participantes, ações, etc. e fazer com que a marca do Projeto FIREPOCTEP alcance um público maior.

Assim, os beneficiários do projeto comprometem-se a incluir o link para o site do projeto nas suas próprias páginas web e a publicá-lo através dos seus próprios meios de comunicação.

12.4 EQUIPE FIREPOCTEP

O Projeto FIREPOCTEP não é formado apenas por meios, infraestrutura e conhecimento, mas também pelas pessoas que trabalham para o andamento do projeto. Por isso, o pessoal relacionado ao projeto também é uma marca corporativa desta empresa. Nesse sentido, na medida do possível, os diferentes profissionais serão incentivados a apoiar as publicações feitas a partir do projeto, compartilhando-as em seus canais de comunicação ou gerando suas próprias publicações.



13. AÇÕES DE COMUNICAÇÃO

13.1 PLANEJAMENTO DAS AÇÕES DE COMUNICAÇÃO

Abaixo se detalha um cronograma orientativo de desenvolvimento das principais ações de comunicação contempladas neste Plano de Comunicação:

Medidas de informação e publicidade	CRONOGRAMA Datas orientativa	Meios utilizados	Indicadores definidos no projeto
Criação de contas nas RS do Projeto	Final de maio 2021	Twitter e Facebook	Entregável A6-E18. RS (lançamento)
Criação de imagem corporativa e design de aplicativos. Transferência e aprovação pelo SC do POCTEP. Início dos trabalhos do Guia Corporativo do Projeto	Final de maio de 2021 / início de junho de 2021	Gabinete de imagem e designers do Beneficiário Principal	A6-E2. Manual/Guia de Projeto Corporativo
Preparação da apresentação audiovisual do projeto em 3 idiomas. Transferência e aprovação pelo SC do POCTEP	A partir de junho de 2021	Gabinete de imagem e designers do Beneficiário Principal	Entregável A6-E12. Vídeo FIREPOCTEP
Início das reuniões de trabalho do GT6. Comunicação com os representantes dos beneficiários	1º de junho de 2021	Reuniões de trabalho em rede online	Ação de comunicação interna. Não entregável
Concepção e elaboração do Projeto PPT Apresentação em três idiomas (ES-PO-EN)	A partir de junho de 2021	Gabinete de imagem e designers do Beneficiário Principal	Entregável A6-E3. Relatório de material promocional. Finalizado
Criação de material promocional para o Projeto (Stand/Enara e material de merchandising para o projeto). Consulta sobre adequação da Identidade Corporativa ao SC POCTEP e pela sua aprovação	A partir de junho de 2021	Gabinete de imagem e designers do Beneficiário Principal	Entregável A6-E16. Apresentação do projeto PPT. Finalizado
Concepção e elaboração das Newsletters mensais do Projecto. Transferência e aprovação pelo SC do POCTEP	A partir de junho de 2021	Preparação pelos beneficiários B.1	Entregável A6-E10. Kit de Newsletters / newsletters (I)
Início da divulgação informativa nas RS	A partir de junho de 2021	Twitter y Facebook	Entregável A6-E18. RS (lançamento). Finalizado
Jornada de Lançamento do projeto realizada na sede da Fundação Três Culturas do Mediterrâneo	17 de junho de 2021	Atos públicos. Meios de comunicação	Seminário de Startup Entregável (Reunião de Kick-off). Finalizado
Divulgação pública em RS do audiovisual do Projeto	30 de setembro de 2021	Web, Twitter e Facebook	Entregável A6-E12. Vídeo FIREPOCTEP. Finalizado
Lançamento do site do Projeto (www.firepocetp.eu)	8 de setembro de 2021	Web e RS	Entregável A6-E17. Web (lançamento). Finalizado
Com informações sobre as habilidades de comunicação dos beneficiários, inicia-se a elaboração do Plano do Projeto IC	A partir de novembro de 2021	Coordenação GT6. Comunicação	Entregável A6-E1. Plano IC do Projeto



Design e elaboração da Brochura/Tríptico para apresentação do projeto	Dezembro de 2021	Gabinete de imagem e designers do Beneficiário Principal e Fundação Finnova	Entregável A6-E14. Informação do usuário
Entrega do Guia Corporativo do Projeto	Meados de janeiro de 2022	Gabinete de imagem e designers do Beneficiário Principal	Entregável A6-E2. Manual/Guia Corporativo do Projeto
Apresentação e aprovação pelos beneficiários do Plano de Projeto IC	Meados de janeiro de 2022	Coordenação GT6. Comunicação	Entregável A6-E1. Plano IC do Projeto
Atualização 1.0 do Projeto Web. Implementação completa da Intranet e publicação na mesma	Final de janeiro de 2022	Beneficiário Principal e Fundação Finnova	Entregável A6-E17. Web (lançamento). Finalizado
Divulgação da brochura atualizada como Relatório do Cidadão / Relatório Layman)	Meados de abril de 2022	Beneficiário Principal	Entregável A6-E13. Relatório do cidadão / Relatório Layman
Reunião Trimestral dos Grupos de Trabalho do Projeto. Divulgação de conclusões e avanços	Final do primeiro trimestre de 2022	RS / WEB / Comunicado de imprensa	Entregável A6-E9. Relatório de comunicação (I)
Produzir um audiovisual como Storytelling sobre os progressos do programa para participar em ações com outros Programas Interreg e da UE, facilitando a interação com outras iniciativas organizadas pelo POCTEP ou através de vários programas da UE.	Final do primeiro semestre de 2022	Atos públicos. Meios de comunicação	Entregável A6-E15. Storytelling
Reunião Trimestral dos Grupos de Trabalho do Projeto. Divulgação de conclusões e avanços	Final do segundo trimestre de 2022	RS / WEB / Comunicado de imprensa Entregável A6-E9. Relatório de comunicação (III)	Entregável A6-E9. Relatório de comunicação (II)
Reunião Trimestral dos Grupos de Trabalho do Projeto. Divulgação de conclusões e avanços	Final do terceiro trimestre de 2022	RS / WEB / Comunicado de imprensa	Entregável A6-E9. Relatório de comunicação (III)
Primeiro Congresso Internacional sobre gestão e ordenamento do território num contexto de alterações climáticas e grandes incêndios florestais	Terceiro trimestre de 2022	Atos públicos. Meios de comunicação	DIFUSÃO. Não entregável
Início da elaboração do Relatório Final de Divulgação e Publicidade do Projeto FIREPOCTEP Meados de Dezembro de 2022	Meados de Dezembro de 2022	Coordenação GT6. Comunicação	Entregável A6-E9. Relatório de comunicação (IV)
Apresentação do Relatório Final de Divulgação e Publicidade do Projeto FIREPOCTEP	Final de dezembro de 2022 – janeiro de 2023	RS / WEB / Comunicado de imprensa	Entregável A6-E9. Relatório

14. MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO DA COMUNICAÇÃO

O Plano de Comunicação dispõe de elementos de monitorização e avaliação de forma a medir o seu andamento e cumprimento do mesmo para, caso for, levar a cabo ações corretivas que garantam a consecução do seu objetivo e a consecução dos objetivos definidos. Ou seja, pretende-se avaliar se as ações de comunicação



interna e externa descritas neste Plano de Comunicação têm servido para cumprir os objetivos propostos..

14.1 FERRAMENTAS DE AVALIAÇÃO

14.1.1 RELATÓRIOS EXTRAÍDOS DO GOOGLE ANALYTICS

Permitirá medir o engajamento, ou seja, o vínculo entre o usuário e a web. Isso, a seu ver, permite controlar se há usuários fiéis ou se há apenas visitantes esporádicos. Na medida em que os primeiros prevalecem sobre os segundos, observa-se o sucesso do projeto.

14.1.2 RELATÓRIOS EXTRAÍDOS DOS ALERTAS DO GOOGLE

Elaborado com palavras-chave em termos de temas e publicações através do Google Alerts, será possível conhecer a reputação do Projeto FIREPOCTEP na rede. Além disso, este aplicativo permite que você receba alertas por e-mail, selecionando a frequência destes: diária, semanal, etc.

14.1.3 RELATÓRIOS EXTRAÍDOS DO KRED

Eles permitem medir a influência do Projeto FIREPOCTEP no Twitter e Facebook (as duas redes sociais do projeto). Kred mede a influência (número de seguidores, retuites, respostas, etc.) e o nível de alcance. Através deste último, procura-se mensurar o comprometimento do projeto com o usuário para ajudá-lo a divulgar suas mensagens, ou seja, a atitude da empresa ao retuitar, mencionar outros usuários ou organizações, etc.

14.1.4 PESQUISAS DE AVALIAÇÃO REALIZADAS A PARTIR DAS REDES SOCIAIS

Periodicamente, pesquisas de avaliação lançadas no Twitter e Facebook: permitirão saber se as atividades comunicativas que estamos realizando nessas duas redes sociais estão surtindo o efeito desejado.

14.1.5 PESQUISAS DE SATISFAÇÃO EM EVENTOS, CURSOS, OFICINAS E REUNIÕES

Com eles podemos descobrir se os eventos são atrativos para o público-alvo e como poderiam ser reorientados caso não fossem.



14.1.6 RECORTE DE MÍDIA IMPRESSA, ONLINE E SOCIAL

Com os recortes (clippings) que são enviados pelas assessorias de imprensa dos diferentes beneficiários informando sobre as diferentes menções e publicações em que o projeto é feito, teremos uma visão do Projeto nos diversos meios e seu alcance.

14.2 INDICADORES DE AVALIAÇÃO

A cada dois meses será realizada uma análise, refletida em um breve relatório, com base nas ferramentas e indicadores de monitoramento. Isso avaliará se a estratégia de comunicação atende aos objetivos estabelecidos neste Plano de Comunicação. Os indicadores para esta análise são encontrados no:

- Número de "Curtidas" e "Compartilhamentos" no post publicado nas redes sociais.
- Número de visitas ao site.
- Número de seguidores nas redes sociais do Projeto FIREPOCTEP.
- Número de participantes em eventos, cursos, workshops e encontros organizados pela Projeto FIREPOCTEP.
- Número de assinantes do boletim FIREPOCTEP.
- Número de publicações do Projeto FIREPOCTEP e seu escopo..

14.3 RELATÓRIO FINAL DE DIVULGAÇÃO E PUBLICIDADE

O Relatório Final de Divulgação e Publicidade do Projeto FIREPOCTEP será integrado no Relatório Final de Avaliação do mesmo. Apresentará os resultados obtidos de todas as ações realizadas ao longo do período de vigência do Projeto relacionadas à sua difusão e divulgação por meio do compêndio dos Relatórios Anuais de Avaliação das Ações de Comunicação Interna e Externa. Da mesma forma, será medido o grau de cumprimento da finalidade do Plano de Comunicação, ou seja, se foi alcançado:

- ✓ Que os cidadãos tenham conseguido uma imagem unificada do projeto.
- ✓ Que os cidadãos tenham assumido e participado no desenvolvimento de medidas de autoproteção e promoção econômica na Eurorregião na *Raia Ibérica*.

15. REGRAS PARA PROJETOS COFINANCIADOS PELO POCTEP 2014-2020

Todos os beneficiários de um projeto POCTEP comprometem-se a que todas as ações de informação e comunicação, no âmbito do Programa Interreg V-A Espanha-Portugal (POCTEP), incluam os seguintes elementos obrigatórios:



Interreg
Espanña - Portugal

Fondo Europeo de Desarrollo Regional
Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional



UNIÃO EUROPEIA
UNIÃO EUROPEIA



**LUTA CONTRA AS
ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS**

**PLANO DE COMUNICAÇÃO
PROJETO FIREPOCTEP**

- O emblema da UE, com a designação integral 'União Europeia', que será claramente visível e terá um lugar de destaque;
- Uma referência explícita ao Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDER);
- O logotipo do Programa “Interreg Espanha-Portugal”. As dimensões mínimas do logotipo devem respeitar as seguintes medidas:
 - Logotipo Interreg (incluindo emblema da UE): 38,1 mm.
 - Logotipo Interreg Espanha-Portugal (incluindo pictograma + emblema da UE): 50,4 mm. Este logotipo terá sempre, no mínimo, o mesmo tamanho, medido em altura e largura, do maior dos demais logotipos, ou seja, em nenhum caso, o logotipo do programa poderá ser menor que os demais. Da mesma forma, a altura máxima do logotipo do projeto será três vezes a altura correspondente à bandeira da UE.
 - O logotipo FIREPOCTEP.
 - Deve ser sempre indicado o lema “0756_FIREPOCTEP_6_E Projeto cofinanciado pelo Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDER), no âmbito do Programa Interreg V Espanha – Portugal (POCTEP) 2014-2020”

Para unificar todas as publicações do projeto e evitar confusões que possam impedir o cumprimento do regulamento de publicidade do programa, é aconselhável usar o Logo POCTEP com o logo FIREPOCTEP à direita ou o Logo POCTEP com a sigla FIREPOCTEP em todas as ocasiões.

O site do projeto incluirá a descrição do programa Interreg POCTEP, os objetivos, os resultados e o apoio financeiro dos fundos do FEDER. O emblema da UE e a referência à União devem ser visíveis sem rolagem, devem ser coloridos e devem ter o mesmo tamanho que o maior dos outros logotipos. O mesmo para os sites das entidades com informações sobre o projeto. Manter as informações da web até 2025.

Informações completas sobre logotipos e responsabilidades dos beneficiários estão disponíveis no site do [Programa INTERREG](#).

