

**PROCULTURA - Promoção do Emprego nas Atividades Geradoras de
Rendimento no Setor Cultural nos PALOP e Timor-Leste**

FED/2019/405-279

ANEXO VI – PLANO DE COMUNICAÇÃO E VISIBILIDADE

1. INFORMAÇÃO GERAL

1.1. DESCRIÇÃO DA AÇÃO

A Ação tem por objetivo contribuir para aumentar o emprego e criar atividades geradoras de rendimento no setor cultural, domínio prioritário definido no *Programa Indicativo Multianual UE/ PALOP-TL 2014-2020*, perante desafios de desenvolvimento semelhantes e oportunidades coincidentes, que decorrem de sinergias regionais de identidade cultural.

Apoia-se no entendimento do papel da cultura como recurso de desenvolvimento humano, social e económico; como fonte de autoestima, de solidariedade vertical e de coesão social, ao favorecer perceções emocionais de perenidade, pertença e identidade; veículo de conhecimento de si e do outro, indutora da diversidade, da liberdade de expressão e do diálogo intercultural como valores sociais.

Combina abordagens de i) criação de novas competências artísticas, técnicas e de gestão nos recursos humanos do setor cultural e reforço da capacidade nacional para a sua replicação; ii) produção contemporânea e criação de novas oportunidades de difusão e comercialização dos produtos dos setores da música, artes cénicas e literatura infantil-juvenil.

Estas abordagens deverão concorrer para três resultados:

R1, para competências reforçadas nos recursos humanos dos setores culturais.

R2, para produtos e oportunidades de difusão e comercialização da música e artes cénicas reforçados, com enfoque na criação de emprego e rendimento.

R3, para oportunidades de criação, publicação, difusão ou comercialização de literatura infantil-juvenil reforçadas, adotando uma perspetiva de recurso de identidade nacional e regional, vetor de ensino-aprendizagem e de criatividade.

Em conjunto, os três resultados deverão contribuir para aumentar o número de criadores diferenciados e de operadores técnicos especializados na economia criativa; de empresários e negócios, com mais competências de gestão, melhores organizações, conhecimento atualizado; aumentar o financiamento disponível e de forma prolongada no tempo; o emprego e rendimento nos setores culturais, em consequência da transformação qualitativa dos operadores, do capital investido e gerado pela Ação e da abertura de novos mercados.

1.2. ORIENTAÇÕES GERAIS DO PLANO DE COMUNICAÇÃO E VISIBILIDADE

Este Plano de Comunicação e Visibilidade (PCV) estabelece a visão e abordagem inicial para uma comunicação eficaz do ponto de vista da visibilidade da Ação e dos seus parceiros, mas que também possa contribuir para a participação e apropriação pelos beneficiários, em particular as mulheres, e mesmo para a qualificação dos setores culturais nos PALOP-TL, com atividades que influenciem a formação de uma perceção favorável dos seus produtos.

Trata-se de um quadro geral de objetivos de comunicação e atividades indicativas, não dispensa a formulação das ações específicas ao longo da implementação da Ação. Por outro lado, o PCV detalhado deverá ser elaborado em conjunto com a assistência técnica à coordenação do programa PALOP-TL/UE no seu papel de gestor de comunicação do programa, no âmbito da respetiva estratégia de comunicação e visibilidade.

Em primeiro lugar será desenhada a identidade visual do PROCULTURA, incluindo logótipo, infografias, spots audiovisuais e outros suportes, impressos e digitais, adaptados aos principais meios de comunicação (imprensa, rádio, televisão e redes sociais).

Os materiais de comunicação e visibilidade destinados aos beneficiários diretos e finais serão produzidos em língua portuguesa e nas línguas nacionais, quando isso seja adequado ao público-alvo da comunicação; os materiais destinados a agentes de mercado internacionais e aos cidadãos da UE serão produzidos em língua portuguesa, francesa e inglesa.

Deverão ser identificados e atualizados anualmente, em cada relatório intercalar, os parceiros críticos de comunicação, os respetivos sites e redes sociais disponíveis para implementar o PCV, incluindo obrigatoriamente as instituições beneficiárias da Ação, órgãos públicos de comunicação social, principalmente as rádios e televisões nacionais, órgãos de comunicação social especializada, OSC e líderes de opinião selecionados.

Todos os materiais e atividades de comunicação deverão conformar-se com o “Manual de Normas Gráficas e Identidade Visual do Camões, IP” (<http://www.instituto-camoes.pt/sobre/comunicacao/sala-de-imprensa/manual-normas-graficas>) e com o “Manual de Comunicação e Visibilidade para as Ações Externas da União Europeia” (em: <https://ec.europa.eu/europeaid/node/17974>) e ter aprovação prévia do Camões I.P. Nas atividades que sejam implementadas com participação de membros da EUNIC, as normas e orientações de visibilidade da EUNIC serão também respeitadas.

Todos os comunicados de imprensa deverão ser aprovados pelo Camões I.P. ou, quando sejam comunicados conjuntos com a UE, também pela DUE em Moçambique ou pelas restantes Delegações nos PALOP-TL, diretamente, se a ação tiver lugar nesse país, sendo responsabilidade do Coordenador de Projeto ou do Gestor de Projeto o seu envio para os órgãos de comunicação social e para as restantes entidades interessadas. Em cópia colocam os Assistentes Técnicos da Ação, que, por sua vez, farão chegar a informação às Delegações da UE e às entidades interessadas em cada um dos seis países.

Qualquer elemento interveniente na implementação ou beneficiário desta Ação que, para fins pessoais, deseje publicar opinião, artigo, tese ou outro material sobre a Ação deverá submeter o respetivo texto a aprovação do Camões I.P.

Todos os produtos finais do PCV, nomeadamente os comunicados enviados e as peças jornalísticas publicadas, devem ser remetidos ao Coordenador do Projeto para arquivo.

Sempre que sejam elaborados produtos, relatórios ou outros documentos técnicos deverá ser incluída na capa ou similar a seguinte referência aos parceiros e os respetivos logótipos, na sequência em que são mencionados:

- «Ação financiada pela União Europeia.»
- «Ação cofinanciada e gerida pelo Camões, I.P.»
- «Ação cofinanciada pela Fundação Calouste Gulbenkian.»

Todas as publicações relativas à Ação, independentemente da forma e do suporte utilizados, incluindo a Internet, deverão conter texto com as seguintes declarações:

a. Para publicações impressas ou em formato eletrónico

«Esta publicação foi produzida com o apoio financeiro da União Europeia. O seu conteúdo é da exclusiva responsabilidade de <nome do autor/parceiro> e não reflete necessariamente a posição da União Europeia.»

«Esta publicação foi produzida com cofinanciamento do Camões, I.P. Os conteúdos são da responsabilidade exclusiva dos seus autores. Nem o Camões, I.P, nem qualquer pessoa agindo em seu nome é responsável pela utilização que possa ser dada às informações contidas na presente publicação. O seu conteúdo não implica a expressão de opinião do Camões, I.P ou do Ministério dos Negócios Estrangeiros de Portugal. A referência a ações, produtos, ferramentas ou serviços específicos não implica que estes sejam apoiados ou recomendados pelo Camões, I.P. ou que lhes seja atribuída qualquer preferência relativamente a outros não são mencionados.»

b. Para sítios web e contas nas redes sociais:

«Este <sítio web/conta> foi criado e é mantido com o apoio financeiro da União Europeia. O seu conteúdo é da exclusiva responsabilidade de <nome do autor/parceiro> e não reflete necessariamente a posição da União Europeia.»

«Este <sítio web/conta> foi criado e é mantido com cofinanciamento do Camões, I.P. Os conteúdos são da responsabilidade exclusiva dos seus autores. Nem o Camões, I.P, nem qualquer pessoa agindo em seu nome é responsável pela utilização que possa ser dada às informações desta publicação. O seu conteúdo não implica a expressão de opinião do Camões, I.P ou do Ministério dos Negócios Estrangeiros de Portugal. A referência a ações, produtos, ferramentas ou serviços específicos não implica que estes sejam apoiados ou recomendados pelo Camões, I.P. ou que lhes seja atribuída qualquer preferência relativamente a outros não mencionados.»

c. Para vídeos e outros materiais audiovisuais:

«Este <vídeo/filme/programa/gravação> foi produzido com o apoio financeiro da União Europeia. O seu conteúdo é da exclusiva responsabilidade de <nome do autor/parceiro> e não reflete necessariamente a posição da União Europeia.»

«Este <vídeo/filme/programa/gravação> foi produzido com cofinanciamento do Camões, I.P. Os conteúdos são da responsabilidade exclusiva dos seus autores. Nem o Camões, I.P, nem qualquer pessoa agindo em seu nome é responsável pela utilização que possa ser dada às informações desta publicação. O seu conteúdo não implica a expressão de opinião do Camões, I.P ou do Ministério dos Negócios Estrangeiros de Portugal. A referência a ações, produtos, ferramentas ou serviços específicos não implica que estes sejam apoiados ou recomendados pelo Camões, I.P. ou que lhes seja atribuída qualquer preferência relativamente a outros não mencionados.»

2. OBJETIVOS DO PLANO DE COMUNICAÇÃO E VISIBILIDADE

2.1. OBJETIVOS GERAIS

O objetivo geral do Plano de Comunicação e Visibilidade (PCV) é a mais ampla divulgação possível das oportunidades e dos resultados obtidos no âmbito da Ação com o apoio financeiro da União Europeia e dos parceiros, apresentando-a como ação e parceria de desenvolvimento da União Europeia para valorização da cultura dos PALOP e Timor-Leste.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

O primeiro objetivo específico do PCV é promover o conhecimento da Ação e dos seus financiadores e parceiros, bem como das oportunidades que proporciona – em particular junto das mulheres –, dos resultados e impactos na geração de emprego e rendimento.

O segundo objetivo específico é contribuir para uma mudança favorável das perceções nacional e internacional relativamente à qualidade e valor económico dos produtos e mercados da economia cultural e criativa nos PALOP e Timor-Leste.

3. PÚBLICO-ALVO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO E VISIBILIDADE

3.1. BENEFICIÁRIOS DIRETOS

Ministérios e outras instituições da tutela da cultura, ensino técnico e formação profissional e do ensino superior; instituições de ensino técnico e formação profissional; instituições de ensino superior com cursos nas áreas da cultura; estudantes do ensino secundário e superior, com atenção especial para jovens mulheres; incubadoras de empresas; criadores e profissionais líderes nos setores culturais, com atenção especial para mulheres e jovens;

empresas e outros operadores económicos nos setores da música, artes cénicas e literatura, com atenção especial para mulheres; organizações da sociedade civil, nacionais e internacionais, com atividade residente nos setores da cultura; educadores e professores.

3.2. BENEFICIÁRIOS FINAIS

Cidadãos dos PALOP e Timor-Leste; consumidores de produtos culturais nos mercados internos; todos os empregadores dos setores da cultura nos seis países.

3.3. AGENTES DE MERCADO INTERNACIONAIS

Consumidores de produtos culturais, operadores económicos deste setor e órgãos de comunicação social nos países vizinhos dos PALOP-TL e na Europa, nas perspetivas de *marketing* de produtos culturais dos PALOP e Timor-Leste e de aquisição de mercados, nas línguas portuguesa, espanhola e inglesa.

3.4. CIDADÃOS DA UNIÃO EUROPEIA

Cidadãos e de órgãos comunicação social da União Europeia, nas perspetivas de educação para o desenvolvimento, promoção de valores de solidariedade e “*accountability*” das Ações financiadas por fundos europeus e dos seus resultados.

4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS PARA CADA GRUPO-ALVO

Para os beneficiários diretos:

- Promover o conhecimento da Ação e dos seus financiadores e parceiros;
- Participação atempada na preparação das atividades e apropriação de objetivos;
- Participação equitativa nas oportunidades de subvenção e formação;
- Promover conhecimento crítico dos resultados e impactos da Ação e sua divulgação.

Para os beneficiários finais:

- Promover o conhecimento da Ação e dos seus financiadores e parceiros;
- Promover conhecimento amplo dos resultados e impactos da Ação;
- Sensibilizar para a forma como a UE e o Camões, IP colaboram para prestar apoio no domínio da cultura para o desenvolvimento;
- Melhorar a perceção dos produtos PALOP-TL da música, artes cénica e literatura.

Para os agentes de mercado internacionais:

- Promover o conhecimento da Ação e dos seus financiadores e parceiros;
- Melhorar a perceção dos produtos PALOP-TL da música, artes cénica e literatura;
- Informar sobre as oportunidades de investimento e mercado no âmbito da Ação.

Para os cidadãos da União Europeia:

- Promover o conhecimento da Ação e dos seus financiadores e parceiros;
- Promover conhecimento amplo dos resultados e impactos da Ação;

- Sensibilizar para a forma como a UE e o Camões colaboram para prestar apoio no domínio da cultura para o desenvolvimento;
- Melhorar a perceção dos produtos PALOP-TL da música, artes cénica e literatura.

5. ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO

Com presença de público:

- Conferências de imprensa;
- Workshops para consulta a detentores de interesse;
- Sessões de esclarecimento sobre oportunidades no âmbito da Ação;
- Workshops para formação de beneficiários;
- Lançamento de produtos finais da Ação;
- Participação em eventos de divulgação, feiras profissionais e/ou festivais, nacionais e internacionais, nos setores da música, artes cénicas e literatura.
- Dependendo das propostas que obtiverem financiamento dos diversos concursos e fundos disponíveis através deste projecto, também esta actividades incluirão actividades de comunicação com visibilidade para a UE e Camões.

Sem presença de público:

- Divulgação de todas as informações relevantes sobre a implementação e resultados da Ação no *website* do programa UE/PALOP-TL;
- Criação e gestão de *website* de recursos da economia cultural e criativa nos PALOP-TL, incluindo identificação de casos de sucesso, produtos, artigos de investigação e notícias, onde serão também divulgados oportunidades e resultados da Ação, em articulação sistemática com o *website* do programa PALOP-TL/UE para colocação de produtos e publicidade de concursos lançados no âmbito deste programa;
- Criação e gestão de redes sociais associadas à Ação, em articulação sistemática com a página Facebook do programa PALOP-TL/UE para colocação de produtos e publicidade de concursos lançados no âmbito deste programa;
- Programas ou rubricas semanais integradas em programas de grande audiência nas rádios e televisões nacionais, com conteúdos que possam estimular especialmente a iniciativa e empreendedorismo das mulheres;
- Notícias, artigos e anúncios na imprensa nacional e internacional;
- Infografias e relatórios de divulgação de resultados, em suporte digital e papel;
- Produção e difusão de dois documentários com atividades e resultados da Ação, dando relevo especial às experiências e êxitos de mulheres empreendedoras.
- Criação de material gráfico permanente (placas em instituições beneficiárias e equipamentos, créditos em produtos finais impressos e gravados, mochilas)
- Produção de roll-ups.