



PROJETO
“APOIO À INSERÇÃO INTERNACIONAL DAS PME BRASILEIRAS”
CONTRATO No. ALA/BRA/2004/006 - 189

Plano de Visibilidade

PLANO OPERATIVO ANUAL 2009
(POA 3)



Índice

1. OBJETIVO GERAL	4
2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	4
3. PÚBLICO-ALVO	4
4. ESTRATÉGIAS	5
5. MENSAGENS, MEIOS E CANAIS DE COMUNICAÇÃO ADEQUADOS AOS PÚBLICOS-ALVOS	5
6. AÇÕES DE COMUNICAÇÃO E VISIBILIDADE.....	6
AÇÃO 1: COORDENAÇÃO DA VISIBILIDADE	6
AÇÃO 2: CONTRATAÇÃO DE ACESSORIA DE IMPRENSA	7
AÇÃO 3: AGENDA DE COMUNICAÇÃO E VISIBILIDADE	7
AÇÃO 4: MANUAL DE IDENTIDADE	7
AÇÃO 5: DEFINIÇÃO DOS VEÍCULOS DE DIVULGAÇÃO.....	8
AÇÃO 6: INTEGRAÇÃO DAS MÍDIAS	8
AÇÃO 7: DEFINIÇÃO DA LINGUAGEM	9
AÇÃO 8: COMUNICAÇÃO EM SITUAÇÃO DE CRISE	9
AÇÃO 9: SISTEMA DE GERENCIAMENTO DE FEED-BACK.....	9
AÇÃO 10: LEVANTAMENTO DE FEED-BACK E OPINIÕES	10
AÇÃO 11: MEDIÇÃO DO IMPACTO DA VISIBILIDADE.....	10
AÇÃO 12: PRESENÇA NA INTERNET: PÁGINA DO PROJETO E PORTAL DAS REDES SETORIAIS	11
AÇÃO 13: NEWSLETTERS	13
AÇÃO 14: DISTRIBUIÇÃO DE UM BRINDE.....	14
AÇÃO 15: COMUNICAÇÃO DOS RESULTADOS DO PROJETO	14
AÇÃO 16: PRESS-RELEASES	15
AÇÃO 17: COLETIVAS DE IMPRENSA E ENTREVISTAS COM JORNALISTAS	15
AÇÃO 18: AUTORIDADES E PERSONALIDADES	16
AÇÃO 19: EDITAIS	16
AÇÃO 20: EVENTOS: FÓRUNS EMPRESARIAIS, WORKSHOPS, TREINAMENTOS, CERIMÔNIA DE ENTREGA DE EQUIPAMENTOS, ROAD-SHOWS E OUTROS	17
AÇÃO 21: VIAGENS DE ESTUDO E ESTÁGIOS.....	18
AÇÃO 22: ESTUDOS E DIAGNÓSTICOS.....	19
AÇÃO 23: PRODUÇÕES AUDIOVISUAIS E DOCUMENTAÇÃO FOTOGRÁFICA.....	19



AÇÃO 24: PUBLICAÇÕES	19
AÇÃO 25: REUNIÕES DE FOLLOW-UP DOS ESTUDOS, TREINAMENTOS E VISITAS	20



1. OBJETIVO GERAL

Assegurar a visibilidade da União Européia (UE) como financiadora do projeto para o público europeu e brasileiro - Dentro do objetivo geral será comunicado o que é a UE e a razão pela qual está financiando projetos no Brasil, visando fortalecer a imagem e o conhecimento da UE.

2. Objetivos Específicos

- **Assegurar visibilidade do projeto para o público europeu e brasileiro** - Dentro de todas as ações previstas é difundida a razão do projeto, seus meios e resultados, visando fortalecer a imagem e o conhecimento do projeto na opinião pública.
- **Mobilizar e informar os grupos-alvos do projeto** - São definidos meios e canais de mídia para facilitar a adesão, participação e integração dos grupos-alvos do projeto e a comunicação constante a eles direcionada.

3. Público-Alvo

A visibilidade e a comunicação deste projeto visam 7 públicos-alvos distintos que se subdividem em públicos regionais distintos.

- UE
- Governo brasileiro
- Instituições tecnológicas e associações (brasileiros e europeus)
- Agências de intervenção públicas e para-públicas (brasileiras e européias)
- PME (brasileiras e européias)
- Veículos de informação (brasileiros e europeus)
- Público em geral (brasileiro e europeu)

Uma melhor visualização dos conteúdos, formas e canais de comunicação adequados aos públicos-alvos é demonstrada no quadro de comunicação no item 5.



4. Estratégias

4.1. Transmitir uma única imagem

Em todos os comunicados e materiais de informação é transmitida uma única apresentação visual e verbal da UE e do projeto. Desta forma, o efeito de reconhecimento é reforçado e é evitada a confusão.

São definidos os logos e sua aplicação, o tipo de imagem a ser transmitida, as frases e slogans, cores e outros elementos repetitivos, formando o manual de identidade do projeto.

Conforme os grupos-alvo, o conteúdo e os meios de comunicação variam conforme quadro no item 5.

4.2. Fomentar o diálogo e aumentar a transparência para o público e as partes interessadas (stakeholders)

A comunicação é praticada em ambas as direções: por um lado informando o público geral brasileiro e europeu e as partes interessadas sobre os objetivos, o andamento e os resultados do projeto. Por outro lado é praticada, buscando a opinião do público geral brasileiro e europeu e das partes interessadas em questões pertinentes a este projeto. Assim será possível entender e atender aos anseios destes e utilizar seu feed-back em prol do projeto.

O envolvimento desde o início dos beneficiários diretos através de ações de comunicação direcionadas, aumenta a colaboração, principalmente na formação das duas redes setoriais e consequentemente, o índice de sucesso do projeto.

4.3. Medir e monitorar os resultados da visibilidade

As ações de visibilidade são medidas antes, durante e depois de sua execução para poder avaliar e monitorar sua eficácia, o custo-benefício e a relevância. Critérios de qualidade garantem a avaliação estatística e o monitoramento através de indicadores para as principais ações.

5. Mensagens, meios e canais de comunicação adequados aos públicos-alvos

Públicos-alvos	Mensagens	Meios e canais de comunicação
União Européia	- O projeto como mecanismo de alavancagem do dialogo publico-privado e desenvolvimento da internacionalização das PMEs brasileiras através da cooperação Brasil e UE.	Relatórios, newsletter, portal do projeto, banners e links para outros projetos da UE, documentário fotográfico, relatório de avaliação dos efeitos da visibilidade.
Governo Brasileiro	- O projeto como elemento chave na internacionalização das PMEs, com o aprimoramento do diálogo público – privado,	Assessoria de comunicação do Governo Brasileiro, estudos, diagnóstico e missões de consultoria, reuniões periódicas sobre o andamento do projeto e feed-back,



	atendendo a uma estratégia do Governo Brasileiro de inserir o país de forma competitiva no cenário econômico internacional.	relatórios, portal do projeto,
Instituições Brasileiras	Participação no projeto favorece uma imagem positiva e internacional num mercado globalizado, associação da logomarca a organismos internacionais cria status e credibilidade (<i>positive brand association</i>) - Vantagens objetivas em participar da rede setorial - Feed-back e expectativas são importantes	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Folhetos, <i>newsletters</i>, ➤ Portal do projeto, conferências e workshops ➤ Material impresso do workshop, convites, certificados de presença, brindes, ➤ Personalidades e autoridades convidadas ➤ Mailings, mídias das associações técnicas e setoriais, associações de classe.
Instituições Europeias	O projeto visa intensificar a cooperação internacional e aumenar o reconhecimento mútuo do ambiente institucional e regulatório. - Feed-back e expectativas são importantes	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Pessoa de contato nas instituições e seus meios de mídias próprios ➤ Folhetos, newsletter, portal do projeto, <i>press-releases</i>, ➤ Documentos preparatórios das missões brasileiras à Europa, ➤ Questionário impresso e on-line.
PMEs brasileiras	- O projeto deve passar uma imagem de promoção das parcerias público-privadas, além de demonstrar um esforço que privilegia as parcerias a nível nacional e internacional num trabalho sinérgico envolvendo os atores públicos e privados, potencializando o que cada parceira tem de mais significativo a aportar no sentido de promover a inserção internacional das PME.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Agências brasileiras incluindo pessoa de contato e seus meios de mídia próprios ➤ Fóruns empresariais, ➤ Banners, folhetos, newsletter, ➤ Portal do projeto, conferências e <i>workshops</i> ➤ Material impresso do workshop, convites, certificados de presença, brindes, ➤ Personalidades e autoridades convidadas ➤ Mailings, mídias das associações empresariais e câmaras de comércio, ➤ Edital para o concurso, ➤ Questionário impresso e on-line, ➤ Reunião de consenso com discussão de resultados dos workshops.
Veículos de informação, mídia impressa, rádio, TV, Web (brasileiros e europeus)	Inovação muda a vida das pessoas	Assessorias de imprensa (bras. e européia), assessoria de comunicação do Governo Brasileiro, <i>press-releases</i> , entrevistas, reportagens, coletivas de imprensa, colunas conhecidas, newsletter, links e banners na Web, portal do projeto.
Público geral (brasileiro e europeu)	- Inovação e P&D como fatores de desenvolvimento - Feed-back e expectativas são importantes	Mídia em geral, folhetos, portal do projeto, parceria com outros veículos, integração das mídias, newsletter, multiplicadores e mídias locais, linguagem simples e clara, questionário impresso e on-line.

6. Ações de comunicação e visibilidade

Ação 1: Coordenação da visibilidade

Será formado um comitê de comunicação e visibilidade (CCV) para deliberar sobre assuntos gerais de comunicação e visibilidade, eventualmente contratar um estagiário de comunicação, selecionar uma empresa especializada de assessoria de imprensa no Brasil, definir a assessoria de imprensa para a Europa, coordenar a agenda de comunicação, falar com a imprensa, selecionar uma empresa de desenvolvimento web para o portal e analisar criticamente a eficácia, o custo-benefício e relevância das ações de visibilidade.



Responsável: UGP

Ação 2: Contratação de assessoria de Imprensa

Uma empresa de assessoria de imprensa com boa penetração e relação com jornalistas das mídias impressas, audiovisuais e web é contratada para o Brasil. Também para a Europa é definida a assessoria de imprensa responsável. Com base no quadro no item 5 as assessorias tem como tarefa ajudar a coordenar e executar as iniciativas propostas para os públicos-alvos específicos e avaliar o seu impacto.

Responsável pela parte no Brasil: UGP

Ação 3: Agenda de comunicação e visibilidade

A agenda de comunicação e visibilidade cobrirá o período até o término do projeto em 2009 e será dividida no Brasil e na Europa.

Todas as principais iniciativas com potencial impacto de visibilidade são listadas e são verificados possíveis conflitos com outras datas/eventos importantes de terceiros, que possam diminuir a atenção da mídia e do público para o projeto (exemplo: eleições, feiras setoriais) ou que possam potencializar o efeito quando usados como plataforma em comum (exemplo: fórum de tecnologia).

Responsável: UGP

Ação 4: Manual de Identidade

Para poder transmitir uma única imagem para os públicos-alvos, é elaborado um manual de identidade do projeto, contendo primeiramente os logos e sua correta aplicação (UE, MDIC, Governo Brasileiro, ABDI e logo do projeto), o que é a UE e porque está financiando projetos no Brasil e o tipo de imagem a ser transmitida: inovativa, criativa, moderna, humana, positiva, visando o futuro, preservando o meio ambiente, politicamente neutra e de que o projeto é bom para o Brasil e a UE. Em seguida, são definidas as frases e slogans refletindo as mensagens descritas no quadro no item 5, específicas para cada público-alvo, e um texto padrão descrevendo a razão do projeto, seus meios e resultados, as cores principais do projeto e outros elementos de identificação (banners, placas



entre outros) utilizados em material impresso (folhetos, brochuras, apresentações em Power-Point entre outros), e na comunicação pela Internet (portal do projeto, newsletters, formulários on-line). Para os públicos-alvos europeus é necessário produzir as frases e todos os textos em inglês.

O manual de identidade estará disponível também on-line no portal do projeto, sendo seu acesso limitado com senha.

Responsável: UGP

Ação 5: Definição dos veículos de divulgação

Considerando o quadro de comunicação no item 5, são mapeadas as mídias de interesse, definidos veículos estratégicos, levantados veículos complementares e determinadas áreas de atuação prioritárias (cidades e estados) no Brasil e na UE. São identificados multiplicadores, como as pessoas de contato nos respectivos parceiros e beneficiários. Toda atuação será em estreita colaboração com outras assessorias de comunicação como a do Governo Brasileiro e da CE, para a otimização dos recursos e maior eficácia.

Considerando a relevância da Internet na divulgação de informações, são levantados e mapeados os principais sites de interesse para envio de notícias e materiais, troca de links e inserção de banners.

Responsável: UGP e CCV

Ação 6: Integração das mídias

Explorando possíveis sinergias, os esforços são dirigidos a várias mídias simultaneamente. Ao elaborar um texto para a mídia impressa, por exemplo, é produzido seu resumo para a Internet. Materiais de palestras e workshops são impressos e ao mesmo tempo transformados em formatos para o portal na web. Notícias são encaminhadas a veículos da mídia impressa e audiovisual como também da mídia on-line. Ações "cross-mídia" são planejadas desde o início visando o aproveitamento de recursos e sua maior eficácia. Um workflow adequado é determinado.

Responsável: CCV



Ação 7: Definição da linguagem

Mesmo em se tratando de um projeto que lida com temas institucionais, técnicos e comerciais é indispensável que estes sejam tratados numa linguagem simples e clara na comunicação com seus públicos-alvos. Textos sobre projetos de carácter técnicos, por exemplo, devem ser reescritos e explicados para o entendimento do público em geral. O revisor deve atentar para a linguagem desejada e corrigir os textos, caso necessário.

Um tradutor/redator previamente qualificado para o idioma inglês se encarrega dos textos na linguagem adequada para o público europeu.

Responsável: UGP

Ação 8: Comunicação em situação de crise

Uma orientação/treinamento em comunicação em situação de crise é ministrado pela assessoria de imprensa da ABDI à UGP e ao CCV. É definido um responsável para a comunicação com a imprensa e interessados.

Responsável: UGP

Ação 9: Sistema de gerenciamento de feed-back

Dentro da estratégia de "diálogo e transparência" é definido e estabelecido um sistema de gerenciamento das informações provenientes de opiniões e feed-back dos públicos-alvos e outras partes interessadas. O sistema prevê a coleta sistemática das informações, garante sua mensurabilidade e permite comparativos estatísticos com o objetivo de classificar e avaliar as informações obtidas. Desta forma, o conhecimento extraído da avaliação e análise das informações é utilizado para a melhoria contínua do projeto.

Em detalhes, o sistema define o padrão qualitativo e quantitativo dos questionários impressos e on-line, o formato padrão de levantamento e de avaliação das medidas de formação e treinamento, o padrão de documentação das informações coletadas por outros canais (lista-mestra das opiniões e sugestões), estabelece os canais e meios de levantamento do feed-back (oral, reuniões, consulta telefônica, questionários, formulário de contato no portal de Internet, artigos na imprensa e outros pertinentes), a sua aplicação (o universo de pesquisa e momento certo do



levantamento), a classificação e meios estatísticos para a análise crítica e por fim, determina mecanismos de aproveitamento para a melhoria contínua do projeto.

Todas as informações de feed-back estão disponíveis na base de dados única, com sua avaliação e as ações determinadas, responsável e follow-up.

Semestralmente é feita uma reunião de análise crítica e aproveitamento para melhorias.

Responsável: Empresa contratada para serviço de Comunicação e Visibilidade

Ação 10: Levantamento de feed-back e opiniões

Com o sistema de gerenciamento estabelecido, são explorados os canais e meios de levantamento de informações dos públicos-alvos. As ações principais do projeto são avaliadas com o meio apropriado, por exemplo, a aplicação dirigida de um questionário ou uma reunião/workshop de follow-up dos resultados.

Além da execução de ações dirigidas e previamente planejadas de levantamento de dados, existem as menções espontâneas de opiniões e sugestões provenientes de canais como o formulário de contato do portal na Internet, contatos telefônicos, opiniões na imprensa. Estas manifestações também são registradas no sistema de gerenciamento de feed-back (ação 9).

Responsável: UGP e Instituição executora da Componente ou sub-componente

Ação 11: Medição do impacto da visibilidade

São estabelecidos padrões quantitativos e qualitativos para a medição do impacto da visibilidade. Para estabelecer o nível zero da medição, é feita uma avaliação inicial da visibilidade até o presente momento (clipping, presença na Internet, pessoas envolvidas, etc.). A definição dos indicadores de monitoramento considera a importância e abrangência dos veículos, a frequência de publicação, relevância do público atingido e o custo-benefício.

Todas as ações de comunicação e visibilidade são submetidas à medição de impacto e monitorado o seu custo mais eficiente. Desta forma é gerado um relatório de comparação e melhores práticas de visibilidade para o projeto e analisado em reunião semestral. Um benchmark com a CE e outros projetos se torna possível.



Responsável: Empresa contratada para serviço de Comunicação e Visibilidade

Ação 12: Presença na Internet: página do projeto e Portal Unico

Elaboração de um **caderno de requisitos** detalhados, que serve de base para a contratação de uma empresa desenvolvedora da página web do projeto e do acesso ao Portal Unico conforme previsto na Atividade A 0.4.64 (X plataformas de comunicação, intermediação e colaboração).

A empresa contratada atua em conjunto com o CCV e com os Profissionais responsáveis pelas AT internacional, Componentes do Projecto e Parceiros co-executores relevantes (Portal Unico).

A contratação do desenvolvimento prevê 4 fases de trabalho: 1 - site do projeto (página web), 2 - portal das duas redes com funcionalidades básicas implementadas, 3 - aperfeiçoamento das funcionalidades, 4 - ampliação conforme a demanda.

Tanto o site como o portal utiliza-se dos mesmos recursos com um sistema de gerenciamento de conteúdo (CMS - *Content management system*), que permite que um editor designado pelo CCV (editor web), alimente as páginas com conteúdo, mesmo sem de conhecimentos de programação.

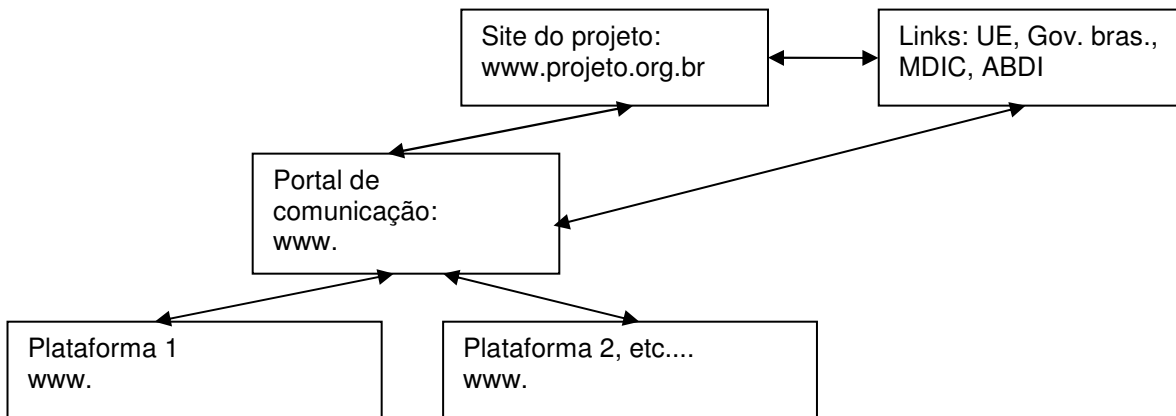
Os dois têm uma área pública e uma área exclusiva, de acesso restrito com senha e perfis de usuários configuráveis. Desta forma, por exemplo, os participantes de um workshop acessam o material de informação disponibilizado no workshop e os membros de um grupo de trabalho de um projeto-piloto (consórcio) acessam outras ferramentas específicas de colaboração e compartilhamento de informações.

O **caderno de requisitos** descreve detalhadamente entre outras, as seguintes exigências:

- a) assegurar que as necessidades dos provedores de informação e dos usuários sejam atendidas pelos melhores serviços técnicos com as últimas tecnologias disponíveis no mercado e com as melhores ferramentas de acesso e busca avançada das informações
- b) aproveitar as mesmos recursos para o site e as duas plataformas setoriais: CMS, ferramentas de busca, de colaboração, de administração de perfis de usuários, etc. Princípio: um único banco de dados, visões diferentes



- c) atender ao manual de identidade do projeto
- d) estruturar o site do projeto e o portal para que sejam completos individualmente e interligados entre si



- e) incorporar o conceito/rascunho das duas redes setoriais como base das plataformas de comunicação, intermediação e colaboração.
- f) determinar as funcionalidades básicas do portal: pooling de recursos, padrão de processos, chave de transação, marketing das redes setoriais, market place para serviços tecnológicos, colaboração.
- g) determinar o aperfeiçoamento das funcionalidades do portal: interligação com 2 redes setoriais européias e edição em inglês.
- h) determinar as funcionalidades públicas e restritas do site do projeto: criar visibilidade do projeto para o público em geral, fornecer um banco de conhecimentos do projeto para os parceiros/beneficiários (normas e regulamentos, relatórios, análise de feed-back, agenda do projeto, agenda de comunicação e visibilidade, manual de identidade, press-releases, contatos).
- i) fornecer 2 manuais de operação das plataformas setoriais.
- j) fornecer especificação técnica da configuração e dos componentes necessários para a hospedagem do site e do portal, prevendo as últimas evoluções como blogs, video streaming, acesso via PDA.



- k) fornecer um sistema integrado de envio e gerenciamento de newsletters.
- l) fornecer um gerenciamento estatístico detalhado de acessos ao site e as plataformas setoriais.
- m) interligar com outros sites relevantes de inovação e P&D brasileiros e europeus.
- n) considerar o ambiente de TIC dos usuários.

Ao término da fase 1 do desenvolvimento, é contratada a hospedagem em empresa ou entidade com infra-estrutura, inclusive segurança, adequada.

Um editor web é designado com a função de alimentar o site e o portal, dando uma redação uniforme, coerente e com um estilo apropriado à Internet aos textos, coordenando a publicação das informações com todos os provedores de informação. São aproveitados textos e resumos já elaborados para as atividades do projeto como mencionado na ação 6 "integração das mídias". Todas as atividades do projeto encontram-se refletidas no site ou no portal.

Responsável: UGP + CCV, empresa de desenvolvimento contratada + editor web....

Ação 13: Newsletters

Um boletim eletrônico (newsletter) é criado e enviado no mínimo mensalmente pela Internet, acompanhando as ações do projeto. Notícias curtas, claras e chamativas são inseridas no boletim, remetendo a mais informações no portal através de links. O intuito é despertar o interesse do público e provocar imediatamente uma reação de fazer algo no portal: se inscrever para um workshop, enviar um projeto de pesquisa, dar a sua opinião, solicitar uma brochura, participar do concurso.

O newsletters é totalmente integrado com o portal do projeto. Um sistema de gerenciamento permite a alimentação e manutenção das listas de endereços eletrônicos, inclusive observando uma política de anti-spam e considerando o opt-in de interessados pelo portal. O gerenciamento permite ainda o monitoramento estatístico de envio e reação, que alimenta por sua vez, a avaliação do impacto de visibilidade.



Responsável: Empresa contratada de desenvolvimento web, CCV + estagiário de comunicação

Ação 14: Distribuição de brinde

Como brinde, é distribuído um dispositivo novo, que transmite a imagem desejada do projeto de modernidade e tecnologia, provocando uma reação de surpresa agradável. A distribuição de um **token ou USB-stick** com uma senha de acesso ao portal de conhecimento do projeto pode ser realizada em parceria com alguma empresa de tecnologia.

O recebimento deste brinde provoca o sentimento de ser privilegiado por fazer parte da rede setorial ou da comunidade do projeto. O que, por sua vez, tem como objetivo incentivar a motivação para o compartilhamento do conhecimento.

As senhas podem ser configuradas com vários perfis de acesso, para o material de fóruns e workshops, informações compartilhadas de comunidades de pesquisa e inovação, parceiros de um projeto etc. conforme o público-alvo.

Como segunda funcionalidade, o dispositivo é um meio de promoção, divulgando o projeto, a UE como financiadora, bem como eventualmente, a empresa de tecnologia que o colocaria a disposição em parceria com o projeto, por meio dos logos e dizeres impressos em sua superfície.

O conteúdo armazenado no USB-Stick é configurável conforme o evento, por exemplo, documentos síntese para workshops ou apresentações dos fóruns.

Valorizando o participante, este brinde serve também, como ferramenta de trabalho moderna com a qual ele pode armazenar e transportar informações para o intercâmbio em outras instituições/países ou empresas.

Ele será distribuído principalmente nos eventos previstos no projeto: Fóruns, workshops, treinamentos, viagens de estudo e aos parceiros europeus. A quantidade estimada de brindes é de 1500.

Responsável: UGP

Ação 15: Comunicação dos resultados do projeto



Para assegurar a informação e comunicação periódica sobre atividades, resultados e o impacto do projeto com as entidades de tutela do projeto, são elaborados índices e formatos padrão dos relatórios do projeto e seu mailing de distribuição. Mais precisamente são eles: relatório trimestral, anual, final, financeiro e de execução física e financeira do subprograma. A emissão dos relatórios é feita em forma impressa e eletrônica. Simultaneamente são publicados no portal de conhecimento do projeto com perfil de acesso exclusivo para as entidades de tutela. Um resumo dos relatórios periódicos é elaborado em linguagem jornalística em português e inglês e é utilizado para a publicação dos resultados aos outros públicos-alvos do projeto, através das outras ações previstas neste plano de visibilidade (6, 12, 13, 16 e 24).

Além dos relatórios periódicos é mantida uma comunicação freqüente e com contato pessoal da UGP com as entidades de tutela (face to face) para relatar sobre o andamento das atividades do projeto.

Responsável: UGP, CCV, Assessorias de imprensa das instituições parceiras

Ação 16: Press-releases

Um formato padrão para press-releases (comunicados a imprensa) é determinado, considerando as diretrizes de visibilidade da UE. Acompanhando as atividades do projeto, no mínimo trimestralmente, são elaborados press-releases em português e inglês, para os quais são utilizadas as informações contidas nos relatórios periódicos (ação 15) a fim de manter uma comunicação única e evitar informações incoerentes. Especial atenção é dada à qualidade do conteúdo transmitido, dando enfoque ao diferencial do projeto em relação a outras iniciativas e mencionando o que é a UE e a razão pela qual está financiando projetos no Brasil, e menos à quantidade de press-releases.

Os comunicados são aprovados pela CE e distribuídos ao mailing definido na ação 8, inclusive a multiplicadores, e publicados no portal do projeto na Internet. Sua repercussão nas mídias é monitorada conforme descrito na ação 11.

Responsável: Assessorias de Imprensa das Instituições parceiras + CCV + CE

Nível de Periodicidade: trimestral

Ação 17: Coletivas de imprensa e entrevistas com jornalistas

Coletivas de imprensa são planejadas para apoiar e divulgar os eventos principais do projeto: os fóruns empresariais, os road-shows na Europa, a entrega dos equipamentos e o lançamento do subprograma de



subvenções. São realizadas no máximo duas vezes ao ano, tendo uma pauta determinada com entrevistas de personalidades de destaque e/ou "embaixadores" do projeto (vide ação 18). Aos jornalistas é entregue uma pasta ("press-kit") com comunicados, folhetos, material fotográfico e outro material relevante impresso do projeto. Na sala de recepção da imprensa é dada visibilidade à bandeira da UE junto com um banner do projeto com os logos das entidades envolvidas (vide manual de identidade do projeto, ação 4).

Intercalando com as conferências de imprensa, são convidados jornalistas de editoriais específicos (mapeados na ação 5) para acompanhar atividades específicas do projeto ou entrevistas, com o intuito de manter um intercâmbio regular de informações com editoriais.

Responsável: Assessorias de imprensa das Instituições parceiras+ CCV

Nível de Periodicidade: Semestral

Ação 18: Autoridades e personalidades

Visitas de autoridades e personalidades de destaque brasileiras e da UE (inclusive de Comissários) são aproveitadas para que uma visita ao projeto gere um impacto de comunicação na mídia. Estas visitas são incluídas na agenda de comunicação e visibilidade (ação 3) para o planejamento coordenado das conferências de imprensa e entrevistas a jornalistas. Esta ação deve ser planejada envolvendo a Comissão Europeia e o Governo Brasileiro. Os visitantes recebem material informativo e um briefing prévio sobre o projeto.

Duas personalidades de renome no Brasil e duas na UE, de preferência ligadas à área de inovação, são escolhidos como "embaixadores" do projeto. Estes "embaixadores" recebem acesso privilegiado às informações do projeto, são convidados para os eventos principais e falam com a imprensa.

Responsável: UGP

Ação 19: Editais

Editais são elaborados e publicados: direcionados às empresas prestadoras de serviços técnicos especializados convidando-as para a apresentação de propostas que cubram as necessidades de Assistência Técnica Local (ATL), Estudos técnicos especializados, Formação de Recursos Humanos em tópicos específicos de interesse do Projeto, aquisição de equipamentos e para o Plano de Visibilidade. A elaboração e a divulgação dos editais seguem o



padrão de ABDI e incluem a descrição da UE e a razão do projeto. Uma divulgação adicional dirigida ao respectivo público-alvo (newsletter, portal, folhetos) visa uma maior mobilização e participação e observa o manual de identidade do projeto (ação 4).

Responsável: UGP e Instituições parceiras.

Ação 20: Eventos: fóruns empresariais, workshops, treinamentos, cerimônia de entrega de equipamentos, road-shows e outros

Todos os eventos são listados na agenda de comunicação e visibilidade (ação 3), assim como no calendário de eventos no site e/ou portal (ação 12).

A entidade encarregada do serviço de organização de eventos providencia os convites, o programa, os certificados de presença, o material impresso e o formulário de avaliação e feed-back, observando o manual de identidade do projeto (ação 4).

O material apresentado e/ou distribuído no evento encontra-se imediatamente após o evento no site e/ou portal, estimulando sua visitação.

A divulgação se utiliza dos canais e meios de comunicação dirigidos ao público-alvo correspondente conforme o quadro no item 5. e veículos mapeados na ação 5 em conjunto com a assessoria de imprensa. Os meios mais frequentes são o newsletter e mailings específicos. Eventos maiores são ainda apoiados por coletivas de imprensa (ação 17).

Para as duas missões de divulgação dos fóruns na Europa é elaborado um folheto com o objetivo e o programa em inglês. O mesmo conteúdo consta no site/portal com a ficha de inscrição on-line.

Na sala do evento é dada visibilidade à bandeira da UE junto com um banner do projeto com os logos das entidades envolvidas (vide manual de identidade do projeto, ação 4).

Sempre que for oportuno, é aproveitada a presença de uma autoridade, personalidade ou ainda de um "embaixador" para valorizar o evento e oferecer um "gancho" para a divulgação na imprensa (ação 18).

Os participantes recebem o brinde mencionado na ação 14 e um certificado, valorizando sua presença.



O mestre de cerimônia ou o monitor do evento chama a atenção dos participantes para o preenchimento do questionário de avaliação e feed-back, estimulando um índice maior de resposta.

De preferência, todos os eventos são documentados fotograficamente e gravados em áudio e vídeo, cuja versão resumida é disponibilizada no site/portal (ação 23) e para a imprensa.

Documentos de síntese dos resultados dos seminários, workshops e fóruns são publicados no site/portal e através de press-releases à imprensa brasileira e européia.

Responsável: UGP e entidade encarregada da organização de eventos, assessorias de imprensa

Ação 21: Viagens de estudo e estágios

Para a sensibilização e mobilização na Europa, documentos preparatórios em inglês sobre o projeto e o conceito das redes setoriais para as visitas técnicas e para os estágios na UE são elaborados observando o manual de identidade do projeto (ação 4). Contatos preparatórios de alto nível são estabelecidos, de preferência por videoconferência, apresentando os interlocutores dos clusters, CTs e AEs europeus e brasileiros e sensibilizando para uma cooperação em potencial. Press-releases são encaminhados para veículos europeus.

No Brasil, um relato sucinto sobre as redes existentes na Europa, um relatório de conclusão das visitas técnicas e dos estágios em português e uma apresentação em ppt, observando o manual de identidade do projeto, servem para a divulgação dos resultados no site/portal, para a imprensa e nos workshops setoriais.

As visitas de estudo previstas de altos quadros e profissionais brasileiros e europeus de instituições responsáveis pela formulação de políticas públicas de desenvolvimento tecnológico recebem um documento preparatório sucinto de políticas e programas de fomento a P, D&I na UE e no Brasil, elaborado observando o manual de identidade do projeto.

5 documentos técnicos de avaliação das visitas mútuas em português e inglês são preparados, observando o manual de identidade do projeto, e divulgados no site/portal, para a imprensa e no primeiro fórum.

Documentação fotográfica das visitas técnicas, dos estágios e visitas de estudo é divulgada para a imprensa e no site/portal.



Responsável: UGP e instituições parceiras

Ação 22: Estudos e diagnósticos

As conclusões dos estudos e diagnósticos são divulgados em 3 publicações da UGP/ ABDI e uma publicação do diagnóstico respectivamente. As publicações seguem as disposições da ação 24 e são divulgadas em formato apropriado no site/portal do projeto e nos workshops de divulgação. O mesmo formato para a Internet é gravado no USB-Stick (ação 14), facilitando o acesso para o público-alvo.

Responsável: UGP

Ação 23: Produções audiovisuais e documentação fotográfica

Sempre que possível, as atividades do projeto, principalmente os eventos são gravados e/ou filmados e disponibilizados para os canais de TV e Rádio e uma versão resumida no site/portal.

Para alguns stakeholders, a filmagem poderá ser gravada em CD-ROM ou DVD.

Uma cobertura fotográfica é providenciada e disponibilizada no site/portal e para a imprensa.

Responsável: Assessorias de imprensa

Ação 24: Publicações

São editados relatórios, estudos, folhetos, brochuras, documentos preparatórios, de síntese e de divulgação de resultados em formatos variados impressos, sempre observando o layout e diretrizes do manual de identidade do projeto (ação 4) e constando na agenda de comunicação e visibilidade (ação 3). Publicações de maior impacto serão lançadas em eventos de maior destaque, como os fóruns empresariais.

As publicações são adaptadas às necessidades de seus públicos-alvos, inclusive sua tradução para o inglês. Na edição final é observada a necessidade de gerar um formato para outras mídias como CD-ROM e Internet (ação 6) .



Publicações de menor porte, como estudos e documentos de síntese, podem ser gravados no USB-Stick que será utilizado nos workshops como brinde.

Todos os arquivos eletrônicos da versão final em formato editável e na versão para a Internet (pdf) da publicação são entregues à UGP e arquivados em duas cópias.

Todas as publicações estão disponíveis no formato pdf também em um índice no site/portal do projeto para download.

Responsável: UGP e editores específicos ou empresa de editoração contratada.

Ação 25: Reuniões de follow-up dos estudos, treinamentos e visitas

São realizadas as seguintes reuniões de follow-up e feed-back com os beneficiários das atividades do projeto:

- workshops de validação do diagnóstico com Beneficiários com conclusões e recomendações.
- workshops de avaliação do estudo da demanda potencial na UE
- workshops de feed-back dos beneficiários brasileiros às oportunidades oferecidas pelas entidades européias.
- workshops de discussão dos resultados dos estágios e atividades de formação
- workshops de discussão dos resultados dos estágios de quadros técnicos dos Beneficiários
- workshop de avaliação dos resultados da visita de estudo na área de normalização e avaliação de conformidade

Ao final de cada workshop é redigido um relatório padrão de consenso, destacando as conclusões e recomendações.

O relatório é acompanhado de lista de presença e contem os itens:

- Título
- Data, local e número de participantes
- Sumário executivo
- Lições aprendidas
- Conclusões e recomendações
- Resultados a serem aproveitados em outras atividades



O resumo das sugestões, reclamações ou oportunidades de melhoria é repassado para a base de dados única do sistema de gerenciamento de feed-back e acompanhado conforme ação 10.

As conclusões e recomendações são aproveitadas nos newsletters, press-releases e publicadas no site/portal do projeto.

Responsável: UGP