



**PLANO DE COMUNICAÇÃO
INSTITUCIONAL**

ÍNDICE DE CONTEÚDOS

1 – ASPECTOS GERAIS

- 1.1 ENQUADRAMENTO
- 1.2 OBJECTIVOS
- 1.3 PÚBLICO-ALVO
- 1.4 MENSAGEM
- 1.5 DURAÇÃO

2 – PRINCIPAIS ACÇÕES A DESENVOLVER

- 2.1 CRIAÇÃO DE IMAGEM
- 2.2. CRIAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE MATERIAL IMPRESSO
- 2.3. UTILIZAÇÃO DA INTERNET
- 2.4. REALIZAÇÃO DE CAMPANHA DE PUBLICIDADE EM MEIOS
- 2.5 DIVULGAÇÃO VIA ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
- 2.6 PRESENÇA EM FEIRAS AGRÍCOLAS
- 2.7 REALIZAÇÃO DE EVENTOS
- 2.8 AQUISIÇÃO DE MATERIAL PARA TRABALHO DE CAMPO

1 – ASPECTOS GERAIS

1.1 ENQUADRAMENTO

Para efectuar uma operação estatística de recenseamento é indispensável informar os respondentes sobre a sua realização. Essa informação generalizada e publicamente visível confere notoriedade e credibilidade ao recenseamento, facilitando muito o respectivo trabalho de recolha, a qualidade dos dados e o sucesso de toda a operação.

Divulgar a realização do Recenseamento Agrícola de 2009 (RA09) junto dos prestadores e dos utilizadores de informação estatística agrícola é essencial para o esclarecimento de todos os intervenientes e, sobretudo, para garantir a colaboração dos agricultores.

O esclarecimento e credibilidade obtidos através de acções de comunicação irão favorecer a vontade de responder (motivação) e de responder com verdade, aos inquéritos do Recenseamento.

A experiência adquirida em recenseamentos agrícolas anteriores mostrou que a participação e receptividade dos agricultores foi muito maior – e melhor – quando se encontravam devidamente informados.

1.2 OBJECTIVOS

As acções de comunicação para o RA09 visam, **em primeiro lugar**,

1. **Facilitar a obtenção das respostas**, informando os agricultores sobre a realização do RA, sensibilizando-os para a importância da sua colaboração, de forma a garantir o máximo de receptividade, motivação para a resposta e rigor nas informações prestadas.

E complementarmente,

2. **Promover o RA junto dos utilizadores** da informação, potenciando a consequente utilização dos resultados;
3. **Promover a imagem institucional do INE**, com benefício para o conjunto das operações estatísticas no terreno.

1.3 PÚBLICO-ALVO

O principal público-alvo é constituído pelo conjunto dos agricultores portugueses. Na sua maioria os agricultores situam-se numa faixa etária elevada e possuem um fraco nível de escolaridade. Contudo, é de considerar que existe, igualmente, um grupo de

agricultores/empresários agrícolas mais jovens e/ou com um nível de escolaridade mais elevado.

Os utilizadores e *opinion-makers* na área da informação agrícola constituem um público-alvo secundário, com um nível de escolaridade elevado, pelo que só algumas das acções lhes serão mais directamente dirigidas (sobretudo as desenvolvidas na Internet).

1.4 MENSAGEM

A mensagem da comunicação RA 09 deverá centrar-se na informação e no apelo à colaboração dos inquiridos; de uma maneira geral, e com as devidas adaptações face aos diferentes meios, irá abordar os seguintes aspectos:

- O que é e para que serve o RA 09
- A quem se dirige
- Quando se realiza
- Como e quem o realiza
- Como responder
- Confidencialidade das informações individuais
- Obrigatoriedade da resposta

Tom da mensagem

Tendo em conta o público-alvo principal, estes conteúdos serão abordados de forma directa e apelativa (se bem que sóbria) quer estejamos perante material impresso, *spots* de TV ou de Rádio.

1.5 DURAÇÃO

O Plano abrange um período longo, com início no segundo trimestre de 2009 (inquérito piloto) e final no último trimestre de 2010, com a apresentação pública dos primeiros resultados, sendo que, naturalmente, a maior concentração gira em torno do mês de Novembro de 2009, altura do início dos trabalhos de campo.

2 – PRINCIPAIS ACÇÕES A DESENVOLVER

As acções a desenvolver pretendem constituir-se como veículos de comunicação entre o INE e o público-alvo maioritário (agricultores), os utilizadores de informação estatística agrícola e os cidadãos em geral.

2.1 IMAGEM

A existência de uma imagem associada ao RA é fundamental para a boa divulgação da operação.

A imagem é simples e apelativa, identificadora do tema “agricultura” de forma abrangente, em termos da realidade nacional.

A imagem é constituída por:

. Elementos principais

Um logótipo – um símbolo e um *lettering*

Uma tipografia (conjunto formado pelas opções relativas ao uso de: fonte de letra, minúsculas/maiúsculas, *bold's*, itálicos)

Uma cor dominante

. Elementos secundários

Cores secundárias

Assinatura (slogan)

O conjunto formado pelo logótipo, *lettering*, tipografia e cores forma uma “imagem” cuja identidade será respeitada em todos os suportes e formatos a produzir e utilizar para o RA 09.

O logótipo, composto por símbolo e *lettering*, criado pelo INE, será usado em todas as fases da operação. Ao logótipo está associado um *Manual de Normas de Utilização*, que identifica tipografia e cores (e seus *pantones*), prevendo as diversas aplicações, em diferentes formatos e suportes, a quatro cores, a uma cor, a preto e branco, em fundos claros, em fundos escuros e em negro.

Para além deste trabalho, o INE criou material de divulgação impresso para ser utilizado durante as fases preparatórias (até Outubro de 2009).

O material a imprimir para a operação real, seguirá a imagem estabelecida pela campanha de publicidade em TV.

Suportes onde o logótipo será aplicado

- **Questionários**
- **Material para formação das equipas**
- **Material usado no trabalho de campo pelos entrevistadores:**

Manuais de instruções

Material de «campo»: pasta/ esferográfica/ lapiseira/ prancheta A4/ bloco de apontamentos/ bloco de mensagens “estive cá”/ máquina de calcular/ “credenciais” e respectivo cordão/ capa para chuva.

- **Suportes da campanha de publicidade:**
Spot TV / folhetos / flyers/ cartazes / autocolantes / anúncios de imprensa, etc.
- **Anúncios de imprensa para recrutamento**
- **Expositores**
- **Páginas e Banners no portal do INE (e outros sites)**
- **Estacionário**
Papel de carta (em *template* para envios electrónicos) / assinatura de *email/ label de CD's*
- **Press-Releases (Destaque do INE)**
- **Material para eventos:**
Programa e convite / Sinalética /Porta documentos em cartão/ blocos de apontamentos/ esferográficas /powerpoint apresentações dos oradores/ wallpaper/ screensaver/
- **Publicações** (independentemente do seu suporte).

2.2. CRIAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE MATERIAL IMPRESSO

Serão criados, para distribuição ou afixação, de forma a garantir uma ampla divulgação da operação:

- Folhetos com um texto explicativo do que é e para que serve o RA; como e quando responder, apelo à colaboração;
- Flyers com informação mais resumida sobre o RA e apelo à colaboração;
- Cartazes com frases curtas, indicando datas e apelando à resposta;
- Autocolantes (aprox.5x7cm), com referência INE/RA09.
- Expositores (para Feiras, MUPI's e funções de sinalética).
- Bloco de mensagens de “estive cá, voltarei...” (um terço de A4) para que o entrevistador possa preencher e deixar na exploração agrícola marcando novo dia e hora, nos casos em que não encontra o agricultor.

Todos estes suportes serão produzidos com os contactos do Continente, dos Açores e da Madeira, para esclarecimentos adicionais.

Locais previstos para divulgação e aos quais será pedida a respectiva colaboração:

- Organismos do Ministério da Agricultura
- Organizações de Agricultores: Cooperativas/Associações...
- Câmaras Municipais

- Juntas de Freguesia
- Centros de Saúde
- Caixas de Crédito Agrícola
- Locais de Culto

A distribuição será precedida de envio de uma carta solicitando a autorização para afixação dos cartazes e colaboração da entidade receptora na posterior disponibilização do material impresso.

Esse esforço de colaboração será solicitado com particular ênfase às autarquias e às entidades/organizações do sector.

O INE solicitará, também, a colaboração da igreja católica para, à semelhança do que aconteceu em 1999, divulgar a realização do RA nos locais de culto.

2.3. UTILIZAÇÃO DA INTERNET E DAS TIC

2.3.1 Portal do INE: criação de *subsite* RA09

A Internet tem hoje uma expressão e uma utilização muito diferentes do que no momento em que se fez o anterior recenseamento agrícola (1999). É verdade que não é ainda o veículo de difusão mais direccionado para chegar à maioria dos agricultores mas, não obstante:

- i) Chega a um conjunto significativo de empresários agrícolas;
- ii) É importa que a operação seja também divulgada junto dos utilizadores mais especializados, nomeadamente jornalistas, *opinion-makers*, investigadores, decisores, etc.

Assim, será criado um conjunto de páginas no Portal do INE, que se constituirá como um *subsite* dedicado ao RA09; este será desenhado seguindo a imagem do RA e irá:

- Prestar as informações fundamentais sobre:
 - O que é e para que serve o RA09;
 - Sua importância no contexto nacional e internacional;
 - Como e quando responder ao recenseamento.
- Informar sobre as fases e calendário de execução da operação;
- Identificar os parceiros do INE nesta operação, remetendo para os respectivos *sites*: entidades estatísticas das Regiões Autónomas – Serviço Regional de Estatística dos Açores (SREA) e Direcção Regional de Estatística da Madeira (DREM) – e Ministério da Agricultura, do Desenvolvimento Rural e das Pescas (MADRP);
- Indicar os contactos para esclarecimentos adicionais;

- Divulgar as principais mensagens e suportes da campanha de publicidade;
- Permitir o *download* do logótipo e do manual de normas, os quais serão disponibilizados em ficheiros JPG e GIF, por forma a poderem ser utilizados por entidades interessadas – associações de agricultores, jornalistas, etc.
- Apresentar os resultados dos Recenseamentos anteriores e da informação agrícola em geral.

O conteúdo do *subsite* será actualizado sempre que tal se justifique.

Banners RA

Na *home page* e no *subsite* RA do Portal do INE serão disponibilizados *banners* relativos ao RA09:

- Em Abril/Maio e Junho/Julho, durante as duas fases do inquérito piloto;
- A partir de Julho para apoio ao recrutamento de entrevistadores;
- A partir de Novembro, informando sobre o início dos trabalhos de recolha.

Dado que os trabalhos de campo se prolongam por vários meses o *banner* RA09 não poderá ficar no ar em exclusivo durante alguns períodos, pelo que será conjugado com outros, sobre temáticas diferentes.

Subsiste ALEA

Disponibilização de conteúdos actualizados, ligados à temática agrícola/RA, especialmente concebidos para os utilizadores deste espaço do Portal do INE, dedicado a alunos e professores do ensino secundário.

2.3.2 Presença noutras páginas na Internet

O INE pedirá ao SREA, à DREM, ao MADRP e a outras entidades do sector que o RA09 tenha visibilidade nos seus sites, através da inclusão de *link*, para o *subsite* RA no Portal do INE, a partir de Novembro 09.

Pedido idêntico será dirigido a outras entidades relacionadas com o mundo agrícola, nomeadamente às principais Associações e Confederações, às quais será solicitada a inclusão de *link* e outras formas de divulgação nas suas páginas na Internet, a partir de Novembro de 2009.

2.3.3 Mailings electrónicos

Envio de mensagens via *email* para subscritores de informação agrícola no Portal com as principais mensagens relevantes para a operação.

2.4. REALIZAÇÃO DE CAMPANHA DE PUBLICIDADE EM MEIOS

Será realizada uma campanha de divulgação nos meios de comunicação social.

Em todos os meios a utilizar, a mensagem e o tom da campanha seguirão o indicado neste Plano:

- i) Informar sobre o que é, para que serve, quando se realiza o RA09;
- ii) E fazê-lo, motivando à resposta, de forma directa e apelativa, se bem que sóbria.

Televisão

A televisão ainda é um dos meios de comunicação mais eficazes para atingir um elevado número de pessoas, pelo que se pretende a sua utilização para a divulgação do RA 09.

Será criado um filme com o objectivo de informar os agricultores sobre a realização do Recenseamento e para apelar à sua colaboração.

A campanha de publicidade será colocada na televisão nacional e regional.

Rádio

A rádio, a par da televisão, é outro meio de comunicação com elevada penetração nos meios rurais.

Será feita campanha nas rádios nacionais com mais ouvintes entre os agricultores, bem como em rádios regionais.

O *spot* de rádio seguirá o de TV: a mesma informação, locução e sonorização, ainda que com as necessárias adaptações.

Imprensa

Serão colocados anúncios na imprensa nacional mais lida pelos agricultores, bem como em revistas do sector e jornais locais.

Serão realizados contactos junto de reconhecidos especialistas da área agrícola, com o objectivo de que escrevam sobre o RA09. Pretende-se que estes artigos sejam publicados em revistas da especialidade/sector, promovendo-se desta forma a notoriedade da operação junto de um público especializado.

2.5 DIVULGAÇÃO VIA ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Os Órgãos de Comunicação Social (OCS) constituem um veículo importante no processo de divulgação do RA 09, aos quais importa fornecer informação, especialmente direccionada para esse fim.

O objectivo será sempre o de apelar e motivar à resposta, explicando a importância do Recenseamento e o interesse da participação dos Agricultores.

Prevê-se:

- A difusão de comunicados à imprensa (Destaque do INE) com a principal informação pertinente;
- A inclusão de um rodapé sobre o RA09 em todos os Destaques do INE enviados à imprensa, independentemente da sua temática;
- A concessão de entrevistas por parte do INE, quando solicitado para tal;
- O convite a reputados especialistas da área agrícola para que escrevam sobre a importância do RA09;
- A apresentação pública do RA 09 à comunicação social, em iniciativa promovida pelo INE, em Novembro de 2009.

2.6 PRESENÇA EM FEIRAS AGRÍCOLAS

O INE solicitará ao MADRP o apoio para a divulgação do Recenseamento nas Feiras em que o Ministério disponha de stand (até aproximadamente Março 10) através da disponibilização de material impresso e de inclusão no seu espaço de um expositor móvel do INE/RA 09.

2.7 ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS

Seminários Regionais – Para lançamento da operação

O INE convidará os seus parceiros nesta operação a promover, regionalmente, o RA 09 em sessões públicas, reunindo para o efeito os agentes locais que mais poderão contribuir para uma ampla e eficaz divulgação da operação, nomeadamente: associações e cooperativas de agricultores, universidades, autarquias, CCDR's, etc.

Seminário Nacional – Para apresentação dos primeiros resultados

A apresentação dos primeiros resultados do RA09 à comunicação social e a um conjunto de especialistas, será enquadrada pela realização de um Seminário de âmbito nacional com a duração de uma tarde, a realizar na Sede do INE, no último trimestre de 2010.

2.8 AQUISIÇÃO DE MATERIAL PARA O TRABALHO DE CAMPO

A existência de material para o trabalho de campo, para afectar a cada entrevistador, constitui mais um fortíssimo veículo de comunicação de proximidade, funcionando, neste caso, directamente junto de cada Agricultor.

Este material veicula o logótipo da operação, é padronizado e constituirá um *Kit* a entregar à estrutura no terreno.

O *Kit* do entrevistador tem uma dupla função: apoiar o trabalho de campo e identificar/credibilizar a operação.

Composição do Kit de entrevistador:

Pasta para documentos (com alça); esferográfica e lapiseira (com borracha); suporte para documentos A4, rígido, com mola no topo; pequena máquina de calcular; capa tapa chuva; cordão para credencial de identificação; blocos de apontamentos e de mensagens para o agricultor.

Notas Finais:

- A campanha de publicidade, os suportes impressos, o material para equipas no terreno e para eventos, inclui Continente e Regiões Autónomas;
- Outras (propostas) de Acções a nível das Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira são objecto de Planeamento específico (Plano de Comunicação Regional);
- As acções inventariadas poderão sofrer ajustes e/ou alterações.