



ANEXO 2

PLANO DE COMUNICAÇÃO DA OPERAÇÃO DE REABILITAÇÃO URBANA

(de acordo com o artigo 20º do Decreto-Lei n.º 307/2009, de 23 de outubro, com as alterações estabelecidas pela Lei n.º 32/2012 de 14 de agosto – vulgo RJRU)

ARU DE CARCAVELOS

OPERAÇÃO DE REABILITAÇÃO URBANA



O plano de comunicação a adotar pela Câmara Municipal de Cascais, deverá obedecer à preocupação de integrar, concomitantemente, os objetivos de comunicação imediatos num calendário articulado de longo prazo com os seus objetivos de comunicação globais. Temos assim, três níveis e três fases de planeamento dos esforços de comunicação da Operação de Reabilitação Urbana Simples na ARU de Carcavelos:

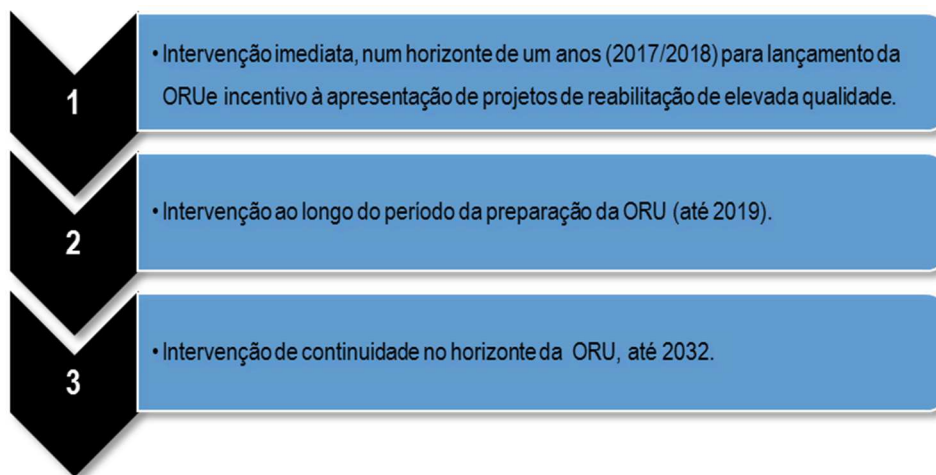


Diagrama 4. Níveis e fases de planeamento dos esforços de comunicação da Operação de Reabilitação Urbana Simples na ARU de Carcavelos

A missão do plano de comunicação é, portanto, a síntese conceptual destas fases de planeamento com os princípios de excelência que, nos termos da Estratégia de Revitalização, devem orientar os esforços de intervir na ARU de Carcavelos: procuramos a excelência na comunicação dos objetivos e ações das intervenções, conscientes de que **o êxito desta estratégia depende em grande medida da qualidade e eficácia da sua comunicação.**

A todos os que, interna e externamente, estarão envolvidos na execução desta estratégia, devem ser exigidas inovação nos processos e seus resultados, integridade pessoal e identificação com a missão da Câmara Municipal de Cascais no âmbito da reabilitação urbana, espírito de equipa e articulação com todos os *stakeholders* envolvidos, e muito empenho para alcançar um objetivo que é comum e que visa resultados positivos concretos para a imagem da vila de Carcavelos. Ao promovermos o interesse público pelos objetivos da regeneração urbana, estamos a mobilizar energias criadoras entre os destinatários da ORU de Carcavelos, a gerar confiança e a estabelecer uma boa imagem do Município de Cascais da sua política de gestão urbana e dos instrumentos ao serviço dessa política, nomeadamente os Fundos Estruturais.

1. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS GERAIS DE COMUNICAÇÃO

Neste quadro, os objetivos estratégicos globais de comunicação podem enunciar-se do seguinte modo:



Diagrama 5. Objetivos estratégicos globais de comunicação

2. PÚBLICOS ALVO

O universo dos potenciais beneficiários da ORU de Carcavelos é vasto e diversificado. E para os atingir teremos de nos socorrer não apenas de suportes e canais diretos, como também de mediadores (que usem como canais media nacionais ou regionais de natureza jornalística, ou media institucionais e temáticos).

Muitas das ações realizadas – e, portanto, muitos recursos e investimentos de comunicação – serão de orientar a esta meta-público alvo.

Neste domínio, há que estar atento ao que são objetivos de visibilidade e transparência, e ao que são objetivos de notoriedade. É sabido que se a visibilidade da estratégia da ORU de Carcavelos se pode obter por via de canais diretos, a notoriedade exige a chancela da acreditação de *opinion makers* e de outras “autoridades mediáticas” – os quais não sendo, eventualmente, público direto serão, seguramente, pontes para os públicos-alvo e agentes colaborantes na construção da notoriedade.

Em síntese, para efeito de segmentação e especialização de ações/mensagens, identificam-se como públicos alvo do esforço de comunicação da estratégia de regeneração:

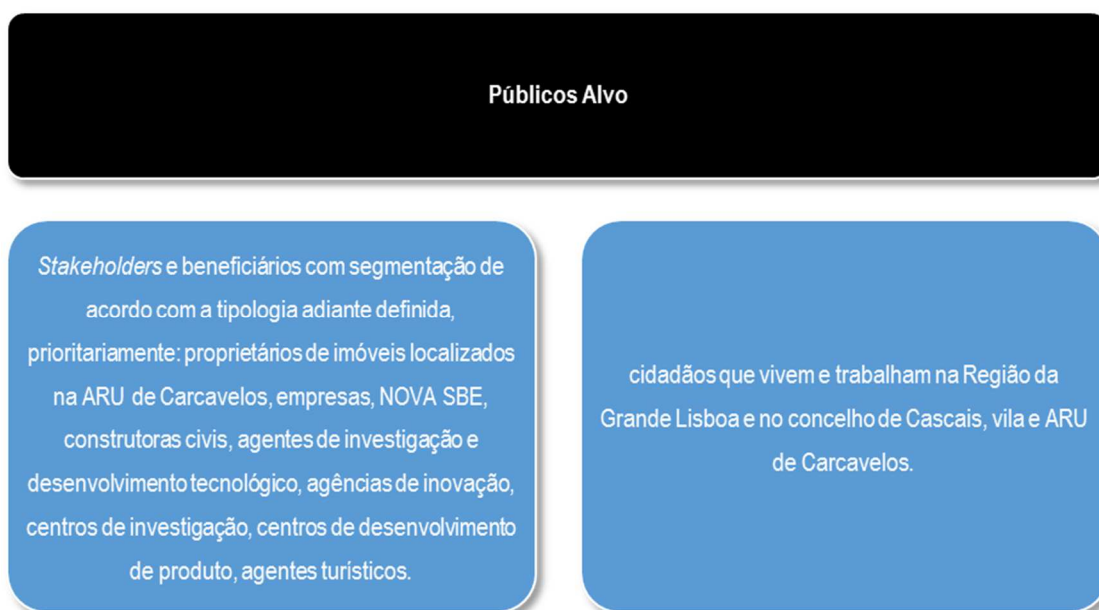


Diagrama 6. Públicos alvo do esforço de comunicação da estratégia de regeneração

3. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

A estratégia para a revitalização, reconhece o papel relevante da Comunicação e Informação no seu ciclo de implementação da ORU de Carcavelos. O Plano de Comunicação deverá ser definido como um instrumento de gestão, cuja implementação deverá permitir:

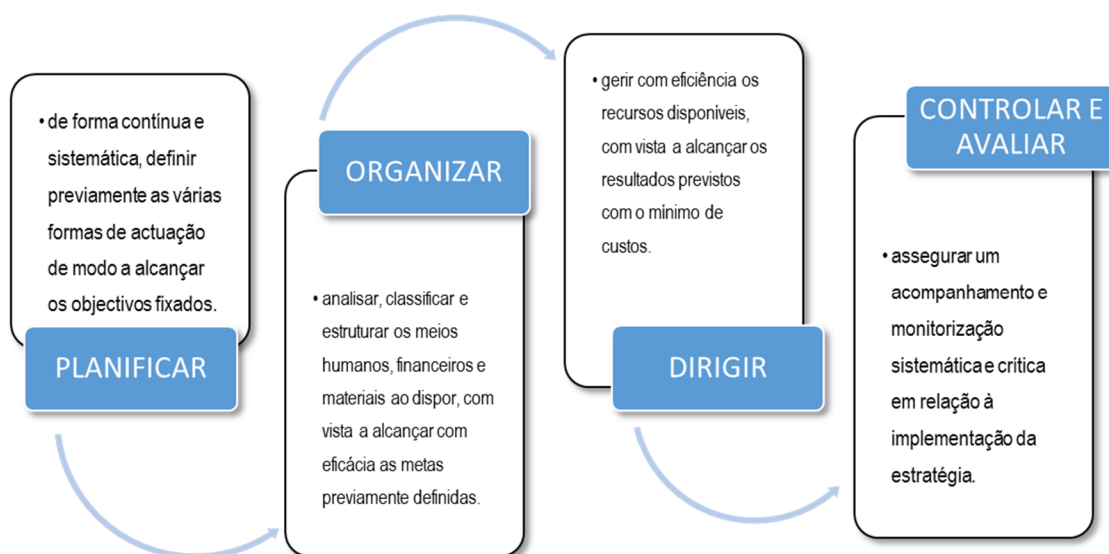


Diagrama 7. Implementação do Plano de Comunicação da ORU de Carcavelos

Tendo este pensamento estratégico como pilar estruturante, numa perspectiva de transparência e de *accountability*, a comunicação deve permitir aferir a todo o momento a forma como são aplicados os seus recursos para promover a imagem institucional da Câmara Municipal de Cascais nas ações de reabilitação urbana, dando a conhecer as suas potencialidades e oportunidades, constituindo deste modo um recurso integrado no modelo de gestão da ORU de Carcavelos, que acompanhará todo o seu ciclo de vida (15 anos), ajustando-se às suas diferentes fases (lançamento, implementação, avaliação).

Nesta dimensão, o plano deverá responder a necessidades específicas em termos de notoriedade, divulgação e acessibilidade, tendo em particular atenção a diversidade de públicos alvo que pretende atingir bem como a utilização dos meios e instrumentos mais adequados face a estes públicos.

Sendo alargado o número de domínios, instrumentos e canais que à partida se podem considerar em matéria de comunicação e informação, destacam-se os seguintes como áreas-chave de intervenção:

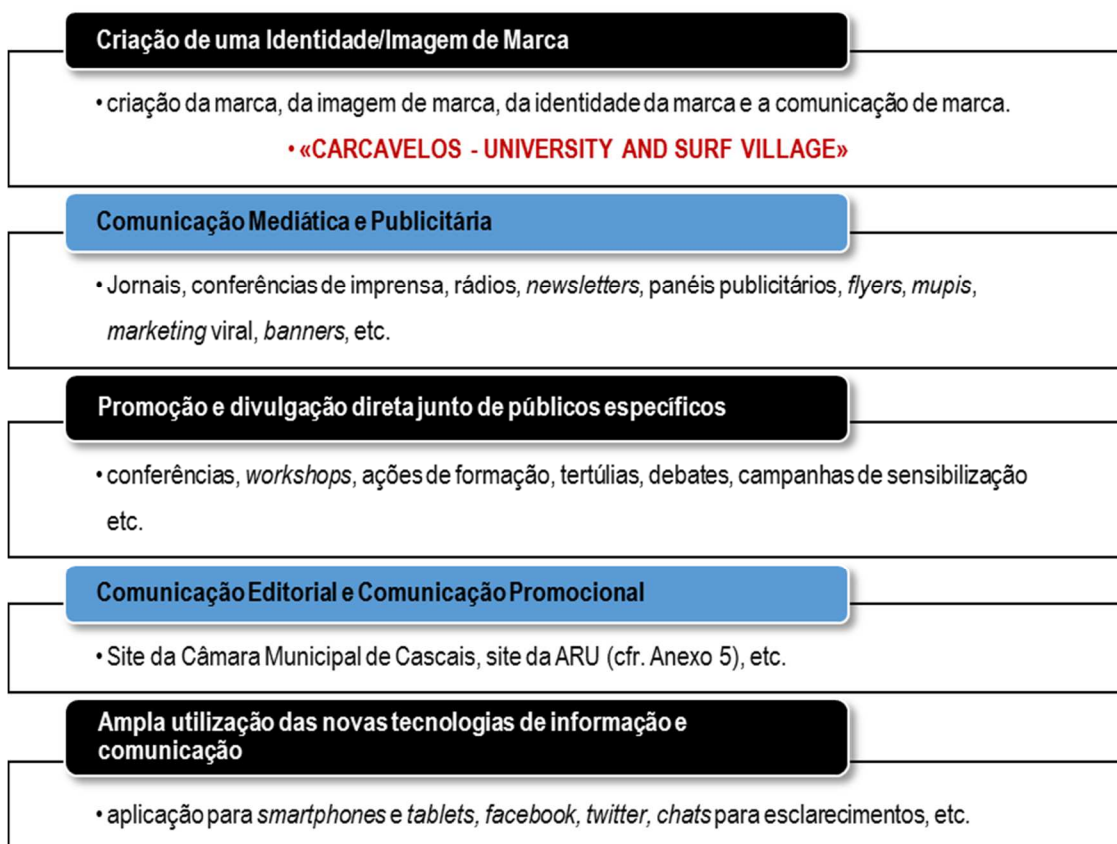


Diagrama 8. Domínios, instrumentos e canais a considerar em matéria de comunicação e informação ORU de Carcavelos

Na fase de lançamento da ORU de Carcavelos, estes meios deverão ser promovidos a diferentes públicos alvo (externo e interno à Câmara Municipal de Cascais) destacando-se os mais vocacionados para a notoriedade e reconhecimento da estratégia a implementar junto do grande público (divulgação da imagem, comunicação mediática, e publicitária) e a organização de eventos e divulgação direta junto dos potenciais beneficiários, que visam, em particular, atingir os objetivos de divulgação da “oferta”, bem como de ajustamento da “procura”.

ARU DE CARCAVELOS

OPERAÇÃO DE REABILITAÇÃO URBANA

