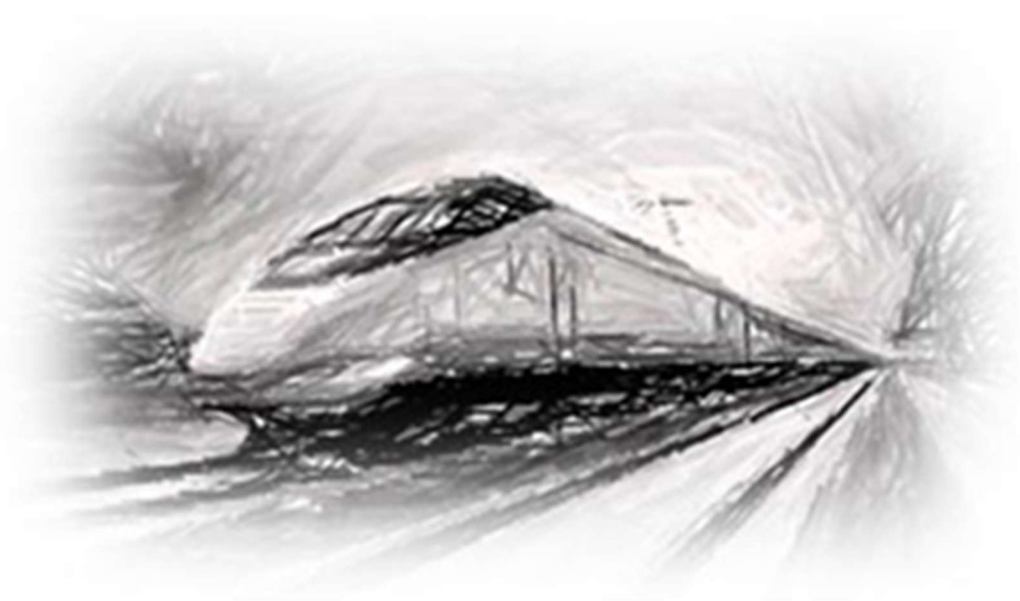


**LINHA FERROVIÁRIA DE ALTA VELOCIDADE ENTRE  
PORTO (CAMPANHÃ) E LISBOA  
TROÇO PORTO (CAMPANHÃ) A OIÃ  
KM 00+000 AO KM 71+055**



**PROJETO DE EXECUÇÃO  
V10 – AMBIENTE  
Tomo 10.02.04 – RECAPE – ANEXOS**

Anexo 17-00

Plano de Comunicação

## **PLANO DE COMUNICAÇÃO**

RELACIONAMENTO COM AS POPULAÇÕES E DEMAIS  
INTERESSADOS

**CONCESSÃO DA LINHA DE ALTA VELOCIDADE  
PORTO - OIÃ**  
29/08/2025

|                         |                      |
|-------------------------|----------------------|
| Referência do Documento | PL-03_2025_0003      |
| Revisão                 | A                    |
| Data                    | 29/08/2025           |
| Título do Documento     | Plano de Comunicação |
| Distribuição            | Externa              |

ELABORADO POR:

REVISTO POR:

APROVADO POR

-

Álvaro Fonseca

Álvaro Fonseca

Assinado por: **Álvaro João  
Fernandes Fonseca**  
Num. de Identificação: 12346989  
Data: 2025.09.02 18:53:56+01'00'

25-08-2025

29-08-2025

29-08-2025

|                                                                               |                      |                |
|-------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----------------|
| Plano de Comunicação – Relacionamento com as populações e demais interessados |                      | Revisão: A     |
| Referência:<br>PL-03_2025_0003                                                | Plano de Comunicação | Página: 2 / 10 |

## INDEX

|                                                 |    |
|-------------------------------------------------|----|
| INDEX.....                                      | 2  |
| 1. Introdução .....                             | 4  |
| 2. Princípios Orientadores da Comunicação ..... | 4  |
| 3. Públicos-Alvo .....                          | 5  |
| 4. Estratégia de Comunicação .....              | 5  |
| 5. Dinâmica de Interação com as Populações..... | 6  |
| 6. Estratégia de Comunicação .....              | 6  |
| 7. Cronograma Indicativo .....                  | 9  |
| 8. Recursos e Estrutura de Apoio .....          | 9  |
| 9. Monitorização e Avaliação .....              | 10 |

|                                                                                      |                      |                |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----------------|
| <b>Plano de Comunicação – Relacionamento com as populações e demais interessados</b> |                      | Revisão: A     |
| Referência:<br>PL-03_2025_0003                                                       | Plano de Comunicação | Página: 3 / 10 |

## 1. Introdução

A Linha de Alta Velocidade Porto – Oiã constitui um projeto estruturante para a modernização do sistema ferroviário nacional, assegurando maior rapidez, eficiência e sustentabilidade no transporte ferroviário em Portugal. Pela sua dimensão e impacto territorial, a Concessão exige um relacionamento próximo, transparente e permanente com as populações diretamente afetadas, as autarquias locais, a comunicação social e demais interessados.

O presente Plano de Comunicação decorre das obrigações previstas na Cláusula 69.<sup>a</sup> do Contrato de Concessão e visa estabelecer os princípios, os mecanismos e as ações de comunicação que garantirão a efetiva informação, participação e acompanhamento das comunidades ao longo de todas as fases do projeto.

Os objetivos centrais deste plano são:

- Assegurar informação clara, atempada e acessível.
- Promover um relacionamento de confiança entre Concessionária, populações e entidades interessadas.
- Garantir mecanismos eficazes de escuta ativa, tratamento de reclamações e integração de sugestões.
- Minimizar os impactes sociais negativos decorrentes das obras e da exploração da linha.
- Valorizar a imagem pública do projeto como fator de progresso e coesão territorial.

## 2. Princípios Orientadores da Comunicação

A comunicação será conduzida com base nos seguintes princípios:

- **Transparência** – disponibilizar informação rigorosa e verificável.
- **Acessibilidade** – assegurar linguagem clara, utilização de múltiplos suportes e inclusão de públicos com necessidades especiais.
- **Proximidade** – garantir presença física e canais de contacto permanentes junto das populações.
- **Rapidez e antecipação** – Prestar informação antes da ocorrência de impactes e responder com celeridade em caso de imprevistos.
- **Participação e diálogo** – Envolver os cidadãos e entidades na vida do projeto, promovendo espaços de interação e escuta ativa.

|                                                                               |                      |                |
|-------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----------------|
| Plano de Comunicação – Relacionamento com as populações e demais interessados |                      | Revisão: A     |
| Referência:<br>PL-03_2025_0003                                                | Plano de Comunicação | Página: 4 / 10 |

- **Adaptabilidade** – ajustar as ações às diferentes fases: Período de Desenvolvimento e Período de Disponibilidade.

### 3. Públicos-Alvo

A comunicação da AVAN terá como destinatários principais:

#### 1. Públicos internos

- Infraestruturas de Portugal (IP) – Departamento de Comunicação e pontos de contacto definidos como interlocutores quanto às ações de comunicação a desenvolver.
- Entidades e Grupos de Trabalho que fazem parte do projeto e com os quais é necessário articular ações e iniciativas.

#### 2. Públicos externos

- **População residente** nas áreas próximas ao traçado, com especial enfoque nas freguesias mais impactadas.
- **Pessoas singulares ou coletivas afetadas** pelos processos de expropriação, pelas atividades de construção ou pela exploração da LAV.
- **Autarquias locais** (municípios e juntas de freguesia).
- **Entidades públicas e privadas** com responsabilidade ou interesse direto no projeto (APA, CCDR, operadores ferroviários, forças de segurança, serviços de emergência).
- **Comunicação social**, nacional, regional e local.
- **Associações da sociedade civil**, incluindo associações de moradores, ambientais, empresariais e culturais.
- **Utilizadores futuros** e público em geral interessado na modernização ferroviária.

### 4. Estratégia de Comunicação

A concessão contempla dois períodos distintos: o período de desenvolvimento e o período de disponibilidade, que implicam, necessariamente, estratégias de comunicação e abordagens diferentes junto dos público-alvo. Numa primeira fase, a comunicação estará mais orientada para uma fase de construção, de dar conhecimento do projeto à comunidade e de apoiar o processo expropriativo; numa segunda fase, a comunicação estará mais orientada para a fase de exploração.

#### 1. Período de desenvolvimento

Nesta fase, marcada pelas obras de construção, a comunicação terá como eixos principais:

- Divulgação contínua das fases de obra, calendários e zonas de intervenção.

|                                                                               |                      |                |
|-------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----------------|
| Plano de Comunicação – Relacionamento com as populações e demais interessados |                      | Revisão: A     |
| Referência:<br>PL-03_2025_0003                                                | Plano de Comunicação | Página: 5 / 10 |

- Informação sobre impactes temporários (ruído, trânsito, acessibilidades) e respetivas medidas de minimização.
- Informação sobre o processo expropriativo.
- Sessões de esclarecimento públicas em cada município, com periodicidade trimestral ou sempre que se justifique.
- Registo fotográfico e audiovisual das fases de construção, visando a produção de materiais de divulgação, incluindo um documentário e um livro a editar na data de Entrada em Serviço.

## 2. Período de Disponibilidade

Durante a fase de exploração, a comunicação terá carácter mais institucional e informativo, focando-se em:

- Manutenção e atualização permanente do website e das redes sociais.
- Divulgação de horários, condições de operação e medidas de segurança.
- Sessões públicas de esclarecimento em caso de alterações significativas no serviço.
- Produção e divulgação do **filme documental** e do **livro comemorativo**, reforçando a memória do processo de construção e a importância do projeto para a região e para o país.

## 5. Dinâmica de Interação com as Populações

A relação com as comunidades será assegurada através de:

- **Sessões públicas de esclarecimento** organizadas em todas as fases críticas do projeto.
- **Visitas à obra** para residentes, escolas, universidades, associações e comunicação social.
- **Workshops temáticos** sobre ambiente, mobilidade e inovação, em articulação com entidades locais.
- **Canais de escuta ativa** (caixas de sugestões nos centros de atendimento, formulários online, linha telefónica).
- **Planos de melhoria contínua**, integrando e respondendo às questões e sugestões recolhidas.

## 6. Estratégia de Comunicação

### 1. Planeamento, Coordenação e Avaliação

|                                                                               |                      |                |
|-------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----------------|
| Plano de Comunicação – Relacionamento com as populações e demais interessados |                      | Revisão: A     |
| Referência:<br>PL-03_2025_0003                                                | Plano de Comunicação | Página: 6 / 10 |

- **Plano de Comunicação Anual**, atualizado e adaptado à fase de evolução das obras na fase de desenvolvimento, com definição das ações específicas a realizar junto dos públicos-alvo definidos.
- **Coordenação das atividades a realizar**, em estreita articulação com as partes interessadas e as entidades com responsabilidades nas áreas de atuação.
- **Definição de indicadores e implementação de métricas de avaliação**, que se vão traduzir num relatório anual da atividade de comunicação.

## 2. Comunicação Institucional

- **Sítio de Internet oficial da Concessão**, atualizado em permanência com informações sobre a evolução das obras, impactes previstos, medidas de minimização, respostas a perguntas frequentes, formulários de contacto e relatórios públicos. Deverá ser dado particular ênfase no sítio a FAQs, Q&As, textos e conteúdos de media explicativos sobre o projeto e com notícias informando o ponto de situação do projeto.
- **Redes sociais oficiais da Concessão (Linkedin, Facebook e Instagram)** atualizado em permanência. Serão produzidos e divulgados nas redes sociais (que permitem uma elevada proliferação da informação) conteúdos simples e curtos que expliquem questões-chave para a apresentação e compreensão do projeto da LAV.
- **Centros de atendimento ao público:**
  - **Centro fixo** na Estação de Campanhã, com exposição permanente sobre o projeto, atendimento presencial e materiais informativos.
  - **Centro itinerante**, deslocando-se de forma programada às sedes de concelho atravessados pelo troço Porto – Oiã, assegurando proximidade a todas as comunidades locais.
- Garantir a resposta a pedidos de informação telefónica e por email através do **contacto do centro fixo** de atendimento da Estação de Campanhã e do email [comunicacao@avan.pt](mailto:comunicacao@avan.pt)

## 3. Comunicação Proativa

- **Promoção de sessões de esclarecimento** sobre o projeto, em locais públicos de cada concelho abrangido, permitindo contacto direto com materiais informativos e técnicos. Nestas sessões estarão presentes representantes da Concessionária e dos empreiteiros que possam explicar aos interessados o âmbito deste projeto e questões práticas relacionadas com as obras: localização, o que vai ser feito, como vão ter impacto na vida das pessoas, as vistorias que serão feitas, calendarização e eventuais afetações à população, designadamente a afetação das acessibilidades.
- **Promoção de sessões de esclarecimento porta-a-porta** sobre o projeto expropriativo, informando as pessoas afetadas atempadamente dos timings do processo e esclarecendo todas as dúvidas sobre a metodologias de avaliação, os prazos de expropriação e as alternativas de realojamento.

|                                                                                      |                      |                |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----------------|
| <b>Plano de Comunicação – Relacionamento com as populações e demais interessados</b> |                      | Revisão: A     |
| Referência:<br>PL-03_2025_0003                                                       | Plano de Comunicação | Página: 7 / 10 |

- **Campanhas de informação prévias às obras:** antes do início de atividades com potencial de incómodo, será garantida a divulgação antecipada através de correio direto, anúncios na comunicação social local e nacional e publicações digitais.
- **Edição de um jornal online** durante o Período de Desenvolvimento, com informação sobre a evolução dos trabalhos e medidas de minimização.
- **Edição e produção de folhetos** sobre o projeto a disponibilizar em locais de atendimento ao público como comércio, serviços públicos, estações, Câmaras e Juntas de Freguesia envolvidas.
- **Promover e facilitar visitas à obra por parte de partes interessadas,** em grupos organizados e em modelo pré-definido e agendado, de acordo com o plano de atividades definido e sempre que os momentos da obra o justifiquem.

#### 4. Comunicação de Crise

- **Definição e implementação de um Manual de Crise,** definindo responsabilidades, procedimentos, mensagens-chave e mecanismos de articulação com o Concedente, operadores ferroviários e autoridades competentes.
- **Formação interna preventiva** para conhecimento e implementação de procedimentos, suportados pelo Manual;
- **Definição e implementação de um Q&A para comunicação de crise,** a ser utilizado pelos interlocutores com os media em algum cenário de crise identificada;
- **Constituição e gestão de gabinete de crise,** em caso de necessidade, e interlocução/gestão das comunicações neste período com as entidades oficiais e media;
- **Monitorização de notícias e redes sociais** em contexto de crise e respetivo apoio à decisão com base na informação recolhida.

|                                                                               |                      |                |
|-------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----------------|
| Plano de Comunicação – Relacionamento com as populações e demais interessados |                      | Revisão: A     |
| Referência:<br>PL-03_2025_0003                                                | Plano de Comunicação | Página: 8 / 10 |

## 7. Cronograma Indicativo

| Fase                              | Ação                                          | Data de Início | Periodicidade         |
|-----------------------------------|-----------------------------------------------|----------------|-----------------------|
| Desenvolvimento e Disponibilidade | Website da Concessionária                     | Nov 2025       | Permanente            |
| Desenvolvimento e Disponibilidade | Redes sociais oficiais da Concessão           | Nov 2025       | Permanente            |
| Desenvolvimento                   | Centros de atendimento ao público em Campanhã | Dez 2025       | Permanente            |
| Desenvolvimento                   | Centro de atendimento ao público itinerante   | Dez 2025       | Permanente            |
| Desenvolvimento e Disponibilidade | Resposta a pedidos de informação              | Ago 2025       | Permanente            |
| Desenvolvimento                   | Edição de um jornal online                    | Jan 2026       | Bimensal              |
| Desenvolvimento                   | Campanhas de informação prévias às obras      | Jan 2026       | Sempre que necessário |
| Desenvolvimento                   | Promoção de sessões de esclarecimento         | Dez 2025       | Trimestral p/Concelho |
| Desenvolvimento                   | Edição e produção de folhetos                 | Nov 2025       | Permanente            |
| Desenvolvimento                   | Registo fotográfico e audiovisual             | Out 2025       | Permanente            |
| Desenvolvimento                   | Manual de Crise e Formação                    | Fev 2026       | Pontual               |
| Desenvolvimento e Disponibilidade | Ações de apoio em comunicação de crise        | Ago 2025       | Permanente            |
| Desenvolvimento                   | Realização de inquéritos de satisfação        | Ago 2026       | Anual                 |

## 8. Recursos e Estrutura de Apoio

A Concessionária constituirá uma Equipa de Comunicação dedicada, composta por:

- Um porta-voz oficial do projeto;
- Técnicos especializados em comunicação institucional, atendimento ao público e gestão de crise;
- Colaboradores locais para atendimento nos centros fixos e itinerantes.

Sempre que necessário, será contratada consultoria externa para apoio em campanhas específicas, estudos de opinião ou gestão de situações complexas.

|                                                                               |                      |                |
|-------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----------------|
| Plano de Comunicação – Relacionamento com as populações e demais interessados |                      | Revisão: A     |
| Referência:<br>PL-03_2025_0003                                                | Plano de Comunicação | Página: 9 / 10 |

Será definido um orçamento autónomo para a comunicação com as populações, cobrindo os custos de publicações, campanhas, exposições, eventos, produção audiovisual e materiais comemorativos.

Todos os colaboradores com contacto direto com o público receberão formação contínua em atendimento, comunicação clara e gestão de conflitos.

## 9. Monitorização e Avaliação

O sucesso do plano será avaliado através de indicadores de desempenho, nomeadamente:

- Número de atendimentos realizados nos centros fixos e itinerantes.
- Avaliação quantitativa das campanhas de comunicação (exemplares distribuídos, visitas ao website, chamadas recebidas).
- Número e natureza dos contactos recebidos e respetiva resolução.
- Realização anual de inquéritos de satisfação aos residentes e potenciais afetados em fase de construção.

Será efetuada uma revisão anual do plano de comunicação, garantindo a sua adequação à evolução do projeto e às necessidades identificadas.

Será produzido um relatório de avaliação anual da atividade de comunicação desenvolvida.

|                                                                                      |                      |                 |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|-----------------|
| <b>Plano de Comunicação – Relacionamento com as populações e demais interessados</b> |                      | Revisão: A      |
| Referência:<br>PL-03_2025_0003                                                       | Plano de Comunicação | Página: 10 / 10 |