

## **ENTREGÁVEL N.º E5.1**

### **TÍTULO DO ENTREGÁVEL: PÁGINA WEB E REDES SOCIAIS DO PROJETO**

**Atividade 5: Comunicação e divulgação dos  
resultados do projeto**

**INOVACEL**

**Sustentabilidade e Inovação na Aquacultura  
Celular: Uma Abordagem Circular com  
Microalgas**

**Projeto nº: 17404 – ALGARVE-FEDER-01192400**

**31 Julho 2025**

## 1. Referências técnicas

<b>Nº do entregável</b>	E5.1
<b>Nº da atividade</b>	A5
<b>Nº da tarefa</b>	5.1
<b>Autor(es)</b>	Joana Rosa; Andreia Pinto; Joaquim Conceição
<b>Entidade responsável</b>	S2AQUA
<b>Entidade(s) envolvida(s)</b>	Necton S.A., CCMAR, GCL
<b>Data de entrega prevista</b>	30/04/2025
<b>Data de entrega efetiva</b>	31/07/2025
<b>Nível de divulgação</b>	Público

## 2. Sumário Executivo

Este entregável apresenta os principais resultados obtidos no âmbito das atividades de comunicação e disseminação do projeto INOVACEL, com especial foco no desenvolvimento da identidade visual, presença digital e criação do website oficial. O trabalho realizado teve como principal objetivo garantir uma comunicação clara, acessível, visualmente coesa e alinhada com os valores estratégicos do projeto - inovação, sustentabilidade e circularidade no contexto da aquacultura celular e biotecnologia marinha.

Entre os marcos alcançados destacam-se a criação de uma identidade visual distintiva, o lançamento de uma presença digital consistente nas redes sociais Instagram e LinkedIn, e o desenvolvimento de um website bilingue (PT/EN), funcional e responsivo, que centraliza os conteúdos técnicos, científicos e institucionais do projeto. Estas iniciativas contribuem para reforçar a notoriedade do INOVACEL, aumentar a sua visibilidade pública e institucional, e facilitar o envolvimento das partes interessadas.

# Índice

<b>1.</b>	<b>REFERÊNCIAS TÉCNICAS</b>	<b>1</b>
<b>2.</b>	<b>SUMÁRIO EXECUTIVO</b>	<b>2</b>
<b>1.</b>	<b>ENQUADRAMENTO</b>	<b>4</b>
<b>2.</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>4</b>
<b>3.</b>	<b>RESULTADOS</b>	<b>5</b>
<b>3.1.</b>	<b>Identidade visual do projeto</b>	<b>5</b>
<b>3.2.</b>	<b>Presença digital no Instagram</b>	<b>6</b>
<b>3.3.</b>	<b>Presença digital no LinkedIn</b>	<b>7</b>
<b>3.4.</b>	<b>Desenvolvimento do Website oficial</b>	<b>8</b>
<b>4.</b>	<b>CONCLUSÃO</b>	<b>10</b>
<b>5.</b>	<b>ANEXOS</b>	<b>11</b>

## 1. Enquadramento

Num contexto de crescente exigência em termos de disseminação científica e comunicação institucional, os projetos de I&D financiados com fundos públicos devem adotar estratégias robustas, transversais e eficazes de comunicação. O projeto INOVACEL, centrado no desenvolvimento de soluções inovadoras de aquacultura celular com base em biotecnologia marinha, requer uma abordagem de comunicação capaz de informar, sensibilizar e envolver diferentes públicos de forma clara, acessível e profissional.

Neste sentido, este entregável apresenta as iniciativas estruturantes desenvolvidas no âmbito da comunicação do INOVACEL, incluindo:

- O desenvolvimento de uma identidade visual distintiva e versátil, com logótipos adaptáveis, paleta cromática institucional e materiais gráficos normalizados;
- A dinamização de redes sociais - Instagram (orientado para o público em geral) e LinkedIn (direcionado a audiências técnicas, científicas e institucionais) - com conteúdos alinhados com o guia de comunicação do projeto;
- A criação de um website oficial ([www.inovacel.pt](http://www.inovacel.pt)), totalmente dedicado ao projeto, com conteúdos em português e inglês, navegabilidade responsiva, integração com redes sociais e funcionalidades específicas para divulgação científica e técnica.

Estas ações integram-se na estratégia global de comunicação do projeto e refletem o compromisso do consórcio com a transparência, o rigor e a promoção de ciência aberta e acessível.

## 2. Objetivos

As atividades descritas neste entregável tiveram como principais objetivos:

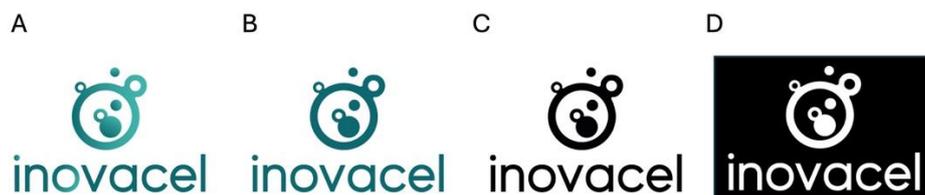
- Criar uma identidade visual forte e coerente, refletindo os valores e missão do projeto INOVACEL;
- Estabelecer uma presença digital multicanal, através da criação e dinamização de contas institucionais no Instagram e LinkedIn;
- Desenvolver um website oficial bilingue (PT/EN), funcional e permanentemente atualizável, que centralize a informação científica, institucional e de comunicação do projeto;
- Promover a visibilidade e o reconhecimento público e institucional do projeto, reforçando a ligação com os seus diferentes públicos-alvo (geral, técnico, académico, institucional, parceiros estratégicos e decisores);
- Promover o envolvimento dos parceiros no projeto através da criação de materiais comuns e posts colaborativos;
- Assegurar o cumprimento das diretrizes de comunicação do financiador, nomeadamente através da uniformização gráfica, transparência informativa e acessibilidade dos conteúdos.

### 3. Resultados

#### 3.1. Identidade visual do projeto

A identidade visual do projeto INOVACEL foi desenvolvida para refletir a sua natureza inovadora e os seus pilares estratégicos: biotecnologia marinha, sustentabilidade e circularidade. O logótipo original (**Figura 1A**), de traço limpo e contemporâneo, inspira-se na biologia celular e no ambiente marinho, representando visualmente conceitos como células, microalgas, crescimento e interconectividade. As formas circulares sugerem estruturas celulares e remetem para os princípios de reaproveitamento e economia circular que orientam o projeto. A paleta de tons verde-azulados evoca o meio aquático e reforça a ligação à inovação e à sustentabilidade.

Foram também criadas versões complementares do logótipo, incluindo variações com cor sólida (**Figura 1B**), preto (**Figura 1C**) e em negativo (**Figura 1D**), assegurando a sua adaptabilidade a diferentes formatos e meios de comunicação. Esta abordagem contribui para uma comunicação visual coesa e reconhecível ao longo de todo o ciclo de vida do projeto.



**Figura 1.** Logotipo do projeto INOVACEL: A) Logotipo original, B) Logotipo de cor sólida, C) Logotipo preto, D) Logotipo negativo.

Paralelamente, foi definida uma paleta cromática institucional (**Figura 2**), cuidadosamente selecionada para reforçar a identidade do projeto e garantir consistência visual em todos os materiais de comunicação. Esta paleta é aplicada em suportes digitais e físicos, assegurando uma presença coerente e reconhecível.



**Figura 2.** Paleta cromática do projeto INOVACEL.

Com o intuito de uniformizar a comunicação visual, foram também concebidos templates institucionais para apresentações orais (PowerPoint) e posters científicos (**Anexo 1**). Estes modelos seguem as diretrizes gráficas do projeto e estão disponíveis para todos os parceiros, facilitando a divulgação de resultados em contextos académicos, institucionais e públicos.

Para apoiar a correta utilização dos materiais gráficos e promover uma comunicação eficaz, foi ainda desenvolvido um guia de comunicação do projeto (**Anexo 2**). Este documento estabelece as regras de utilização da identidade visual, orienta as publicações nas redes sociais e define as hashtags e menções institucionais a utilizar. Além disso, especifica os elementos obrigatórios a incluir em qualquer publicação relacionada com o projeto - incluindo artigos científicos, apresentações orais, e materiais de divulgação - assegurando o cumprimento das normas de comunicação da entidade financiadora.

### 3.2. Presença digital no Instagram

No âmbito da estratégia de comunicação e disseminação do projeto INOVACEL, foi criada a conta oficial de Instagram com o identificador @inovacel.project (**Figura 3**). Esta plataforma foi selecionada pela sua forte componente visual e elevada penetração junto do público em geral, que constitui o principal grupo-alvo deste canal (em contraste com o LinkedIn, mais orientado para uma audiência técnica e profissional).

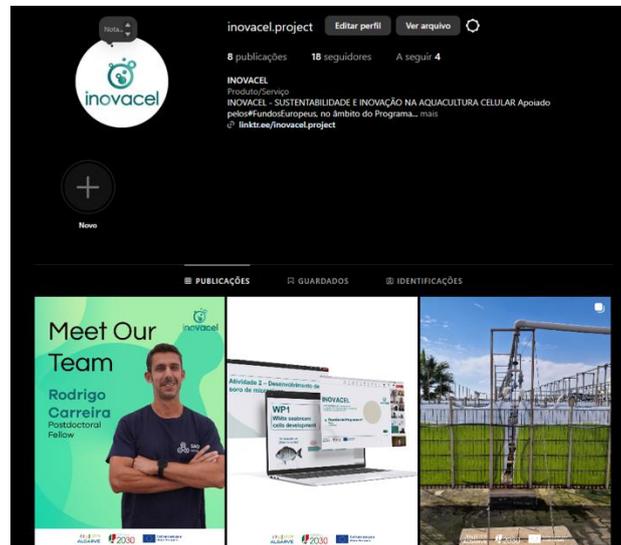


Figura 3. Conta do projeto INOVACEL no Instagram.

A conta visa divulgar as atividades do projeto, comunicar os seus resultados e sensibilizar para a importância da aquacultura celular como alternativa sustentável. Para garantir consistência visual e reforçar a identidade do projeto, todas as publicações seguem a linha gráfica definida no guia de comunicação.

Os conteúdos divulgados têm incluído: 1) participação em eventos científicos e institucionais; 2) atualizações técnicas e científicas do projeto; 3) Apresentação dos parceiros do consórcio e membros de equipa.

Em termos de desempenho, destaca-se o formato stories, que se revelou o mais eficaz em termos de alcance e interação, com um total acumulado de 1428 utilizadores alcançados. Destes, 83% correspondem a seguidores existentes e 17% a novos visitantes. Apesar destes resultados positivos, o número total de seguidores da conta ainda é reduzido, sendo identificado como uma área a reforçar no próximo período de execução.

Nesse sentido, prevê-se um esforço adicional para aumentar a visibilidade da conta, nomeadamente através de: 1) maior envolvimento dos parceiros do projeto, incentivando o repartilhamento de conteúdos nas suas páginas institucionais; 2) implementação de um calendário editorial mensal, que assegure maior regularidade e diversidade temática; 3) reforço da utilização de vídeos curtos e reels, potenciando o alcance orgânico; 4) estabelecimento de parcerias digitais com projetos e instituições complementares, promovendo o cruzamento de audiências; 5) Monitorização contínua de métricas de desempenho, com vista ao ajustamento dinâmico da estratégia.

Estas ações visam consolidar a presença digital do projeto INOVACEL no Instagram, reforçando a sua visibilidade junto do público e promovendo uma comunicação acessível, próxima e alinhada com os objetivos de disseminação pública.

### 3.3. Presença digital no LinkedIn

Com o objetivo de alcançar um público mais técnico, institucional e académico, foi criada a conta oficial de LinkedIn do projeto INOVACEL, sob o identificador inovacel-project (**Figura 4**). Esta rede tem sido usada estrategicamente para divulgar resultados científicos e técnicos, promover a participação do consórcio em eventos e destacar os membros da equipa e os parceiros envolvidos.

Apesar de a conta contar ainda com uma base modesta de 159 seguidores, o LinkedIn demonstrou ser uma ferramenta altamente eficaz em termos de alcance, nomeadamente através da publicação colaborativa com os parceiros do projeto. Estas colaborações resultaram num total acumulado de 5700 utilizadores alcançados, ultrapassando significativamente os números obtidos no Instagram, o que reforça a adequação desta rede para os objetivos de disseminação institucional.

As interações registadas provêm maioritariamente das regiões de Algarve (16,8%), Lisboa (14%) e Porto (5%), indicando um envolvimento geograficamente diversificado dentro do território nacional.

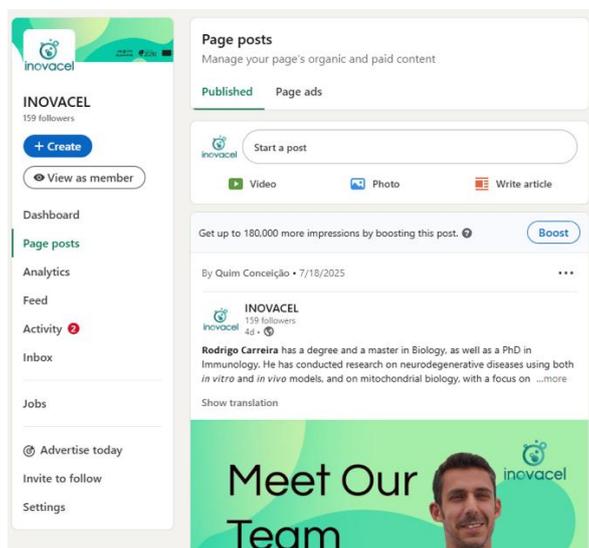


Figura 4. Conta do projeto INOVACEL no LinkedIn.

Além da divulgação de marcos científicos e técnicos, a conta tem sido utilizada para promover conteúdos sobre: 1) participação em eventos relevantes para o setor; 2) apresentação dos membros da equipa técnica e científica; 3) atividades de comunicação e desenvolvimento do projeto.

Estas iniciativas têm contribuído para reforçar a visibilidade institucional do INOVACEL, bem como para promover a literacia científica junto de audiências especializadas. A consistência gráfica e alinhamento com a identidade visual do projeto são igualmente assegurados através da

aplicação dos elementos definidos no guia de comunicação (logotipo, paleta cromática, templates).

Para potenciar ainda mais o desempenho desta rede, estão previstas as seguintes ações: 1) aumento da frequência de publicações técnicas e institucionais; 2) envolvimento mais ativo dos membros do consórcio na divulgação e partilha dos conteúdos; 3) promoção de sinergias com entidades externas relevantes, com vista à ampliação da rede de contactos.

O LinkedIn posiciona-se, assim, como uma das ferramentas-chave na estratégia de comunicação do projeto, complementando o Instagram ao permitir um alcance mais alargado e segmentado junto de comunidades académicas e profissionais.

### 3.4. Desenvolvimento do Website oficial

Com o objetivo de garantir uma comunicação clara, acessível e permanentemente atualizável sobre as atividades do projeto, foi desenvolvido o website oficial do INOVACEL – disponível em [www.inovacel.pt](http://www.inovacel.pt). Ao contrário de uma landing page alojada nos websites dos parceiros, optou-se por uma plataforma digital dedicada, mais versátil e dinâmica, que permite dar maior individualidade e visibilidade do projeto, autonomia editorial, integração de conteúdos interativos e centralização da informação científica, institucional e de comunicação do projeto.

#### Estrutura e funcionalidades

O website foi concebido como uma ferramenta de divulgação técnica e científica, bem como de valorização dos parceiros envolvidos. A estrutura organiza-se de forma clara e responsiva, permitindo fácil navegação em qualquer dispositivo. Estão disponíveis as seguintes secções principais:

**Início:** Apresenta uma imagem de destaque, o slogan do projeto, um resumo da missão, e destaques de conteúdos recentes, como notícias e parceiros em destaque. Um botão de “Call to Action” direciona para a área “Sobre o Projeto”.



**Sobre o projeto:** Inclui uma descrição acessível do conceito de aquacultura celular, os objetivos estratégicos do INOVACEL e uma visão geral das atividades, com infográficos que representam a estrutura técnica do projeto. Esta secção permite ao visitante compreender o enquadramento científico e os impactos esperados do projeto. Também está disponível para download a ficha do projeto em formato PDF.



**Parceiros:** Apresenta os membros do consórcio com ligações para os seus websites, bem como descrições das suas funções no projeto. Cada equipa é apresentada com nome, cargo e fotografia, promovendo a visibilidade dos investigadores e técnicos envolvidos.



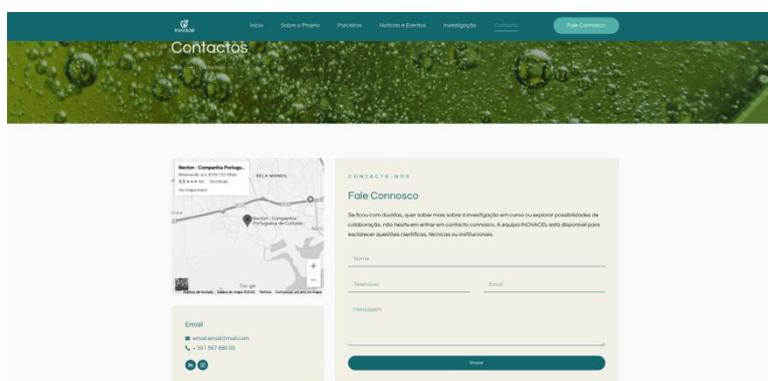
**Notícias e eventos:** Esta secção é regularmente atualizada com participações em conferências, workshops e atividades de comunicação científica. As notícias contribuem para o registo da evolução do projeto e reforçam a sua visibilidade institucional.



**Investigação:** Área dedicada à divulgação de resultados científicos, como publicações, comunicações e entregáveis públicos. Inclui um sistema de filtro por tipo de conteúdo, facilitando o acesso a informações por parte de públicos técnicos ou académicos. Os documentos apenas são publicados após validação científica e entrega oficial dos mesmos.



**Contacto:** Disponibiliza um formulário de contacto direto, bem como os links para as redes sociais do projeto. O rodapé inclui ainda os contactos institucionais, o logótipo dos financiadores e o acesso direto à ficha do projeto.



### Identidade Visual e Acessibilidade

O website segue a identidade gráfica do INOVACEL, incluindo a paleta de cores, o logótipo e os elementos visuais definidos no guia de comunicação. As imagens, infografias e conteúdos foram cuidadosamente selecionados para garantir coerência visual, reforçando a associação do projeto a valores como inovação, sustentabilidade e biotecnologia azul. A navegação é disponibilizada em duas línguas (PT/EN), garantindo acessibilidade a audiências nacionais e internacionais.

### Interatividade e Integração

A página está totalmente integrada com as restantes plataformas de comunicação, incluindo o LinkedIn e o Instagram, permitindo a sincronização de conteúdos e a promoção cruzada entre canais. Também existe uma ligação direta ao sistema de submissão de publicações e relatórios, facilitando a atualização constante da área de investigação.

## 4. Conclusão

As atividades de comunicação e disseminação desenvolvidas até à data permitiram dotar o projeto INOVACEL de uma base sólida, coerente e profissional de presença institucional. A identidade visual construída é moderna, apelativa e alinhada com os princípios da biotecnologia azul. As redes sociais, apesar de em diferentes estágios de maturidade, revelaram um elevado potencial de alcance e interação, nomeadamente através de colaborações com os parceiros do consórcio.

O website oficial afirma-se como o principal repositório digital de conteúdos do projeto, com uma estrutura funcional e bilingue, adequada tanto à comunicação científica como à promoção institucional. A sua integração com outras plataformas digitais permite uma comunicação sinérgica e eficiente, suportando o cumprimento dos objetivos de visibilidade e transparência exigidos pelo financiador.

Para os próximos períodos, será feita a intensificação do esforço editorial, a ampliação da rede de colaborações digitais e a monitorização contínua do desempenho das ações de comunicação, de forma a otimizar os resultados alcançados e garantir o impacto esperado junto dos diferentes públicos-alvo do projeto.

## 5. Anexos

**Anexo 1** - Templates institucionais para apresentações orais (PowerPoint) e posters científicos no âmbito do projeto INOVACEL.

### Template apresentações orais



### Template poster



Anexo 2 - Guia de comunicação do projeto INOVACEL.

## Guias e normas de Comunicação



Este esquema tem como objetivo guiar os parceiros e promotor em relação às regras de Comunicação para os vários tipos de publicações.

Todos os materiais estão disponíveis na pasta do projeto / [5. Disseminação](#)

1. Redes sociais
2. Papers
3. Posters
3. Apresentações





## Guia rápido para Redes Sociais



Este esquema tem como objetivo guiar os parceiros e promotor em relação às regras para posts nas redes sociais, relacionadas com o projeto Inovacel.

### Como publicar nas redes algo relativo ao INOVACEL?

1. **Redes:**  
**Instagram e LinkedIn**  
 Clique para aceder 
2. **Foto:**  
 Colocar a barra de financiamento visível  
 Uso preferencial da barra a cor.  
 Se necessário utilizar as versões positivas/negativas para nunca comprometer a visibilidade dos logos dos financiadores.  

3. **Frase:**  
 Incluir as referências no texto/copy das publicações, relativas aos financiamentos:  
 >> **PT2030 (opcional no caso de ter os logos na foto)**  
 A operação INOVACEL foi apoiada pelos(s) Algarve 2030, pelo Portugal 2030 e pela União Europeia. Os Fundos Europeus Mais Próximos de Si.  
 >> **Algarve 2030 (obrigatório)**  
 Apoiado pelos #FundosEuropeus, no âmbito do Programa Regional #ALGARVE2030
4. **Menções/tags:**  
 Mencionar/taggar os parceiros do projeto:
  - Necton
  - S2AQUA
  - Greencolab
  - CCMAR
5. **Hashtags**  
 #CellularAqulture #INOVACEL #Innovation #Sustainability #AquaCulture #BlueEconomy #FutureFood





---

## Guia rápido para Publicações



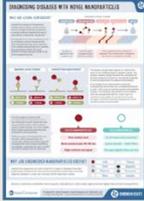
Este esquema tem como objetivo guiar os parceiros e promotor em relação às regras de publicações, relacionadas com o projeto Inovacel.

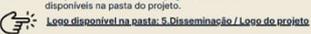
### Tenho um paper ou um poster, no âmbito do INOVACEL, que informação é obrigatória?

1. **Papers**  
**Frase:** Mencionar as fontes de financiamento de forma visível, usando para o efeito a frase de referência:  
 >> **PT**  
 A operação INOVACEL foi apoiada pelos(s) Algarve 2030, pelo Portugal 2030 e pela União Europeia.  
**EN**  
 The operation INOVACEL was supported by Algarve 2030, by Portugal 2030 and by the European Union.



2. **Posters**  
**Frase:** Mencionar as fontes de financiamento de forma visível, usando para o efeito a frase de referência (ver acima em PT e EN)



- Logo do projeto:** Incluir o logo do projeto, em área visível  
 Uso preferencial da versão png ou vetorial. Ambas disponíveis na pasta do projeto.  

- Barra de Logos:** Colocar a barra de financiamento, em área visível (rodapé, por norma)  
 Uso preferencial da barra a cor.  
 Se necessário utilizar as versões positivas/negativas para nunca comprometer a visibilidade dos logos dos financiadores.  



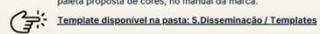
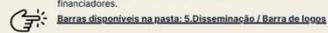



## Guia rápido para Apresentações



Este esquema tem como objetivo guiar os parceiros e promotor em relação às regras de apresentações, relacionadas com o projeto Inovacel.

### Tenho que fazer uma apresentação, no âmbito do INOVACEL, que informação é obrigatória?

1. **Template:**  
 Uso preferencial do template proposto; Caso não seja possível, manter a coerência usando a paleta proposta de cores, no manual da marca.  

2. **Logos:** Colocar a barra de financiamento no último slide  
 Uso preferencial da barra a cor.  
 Se necessário utilizar as versões positivas/negativas para nunca comprometer a visibilidade dos logos dos financiadores.  

3. **Frase:** Incluir as referências no último slide ou junto aos créditos, o texto relativo ao financiamento:  
 >> A operação INOVACEL foi apoiada pelos(s) Algarve 2030, pelo Portugal 2030 e pela União Europeia. Os Fundos Europeus Mais Próximos de Si.
4. **Menções (opcional)**  
 Mencionar ou colocar os logos dos parceiros do projeto
  - Necton
  - S2AQUA
  - Greencolab
  - CCMAR







