

**PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E RELACIONAMENTO DO CBHSF
COMITÊ DA BACIA HIDROGRÁFICA DO RIO SÃO FRANCISCO**



Produto 01: Plano de Trabalho

ORDEM DE SERVIÇO Nº 009/2017
CONTRATO DE GESTÃO Nº 14/ANA/2010

OBJETO

CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA PARA PLANEJAMENTO E ATUALIZAÇÃO DO PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E RELACIONAMENTO, PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE CONSULTORIA E ASSESSORIA DE IMPRENSA, COMUNICAÇÃO EM RECURSOS HÍDRICOS, CRIAÇÃO E PRODUÇÃO EDITORIAL DE PUBLICAÇÕES E PRODUÇÃO ÁUDIO VISUAL PARA O COMITÊ DA BACIA HIDROGRÁFICA DO RIO SÃO FRANCISCO - CBHSF

Abril de 2017

Produto 1: Plano de Trabalho

**ORDEM DE SERVIÇO Nº 009/2017
CONTRATO DE GESTÃO Nº 14/ANA/2010**

Objeto:

“CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA PARA PLANEJAMENTO E ATUALIZAÇÃO DO PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E RELACIONAMENTO, PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE CONSULTORIA E ASSESSORIA DE IMPRENSA, COMUNICAÇÃO EM RECURSOS HÍDRICOS, CRIAÇÃO E PRODUÇÃO EDITORIAL DE PUBLICAÇÕES E PRODUÇÃO ÁUDIO VISUAL PARA O COMITÊ DA BACIA HIDROGRÁFICA DO RIO SÃO FRANCISCO - CBHSF”

| ÍNDICE | PÁG |
|--|------------|
| 1) Plano de Trabalho | 3 |
| A) Conhecimento e Raciocínio Básico | 4 |
| B) Objetivos: Geral e Específicos | 8 |
| C) Capacidade e Sistemática de Atendimento | 11 |
| D) Estratégia, Metodologia e Ações de Comunicação | 12 |
| E) Escopo de Trabalho, Materiais e Ações de Comunicação | 14 |
| F) Composição, Alocação e Tarefas de Equipe Chave e de Apoio | 22 |
| G) Produtos, cronograma de execução e percentual de pagamento | 33 |

1) Plano de Trabalho

Este Plano de Trabalho desenvolvido pela empresa proponente **TantoExpresso** (Razão Social Tanto Design Ltda ME) contempla Conhecimento e Raciocínio Básico; Objetivos Geral e Específicos de Comunicação; Ações e Estratégia e Metodologia de Comunicação; Defesa de conceito e tema de comunicação no âmbito da Atualização de Comunicação Institucional; Capacidade e Sistemática de atendimento; Composição e Alocação de Equipe Chave e de Apoio; Descritivo de Materiais e Produtos com Cronograma de Trabalho e Cronograma Físico-Financeiro. Estes, referentes ao desenvolvimento do **“PLANEJAMENTO E ATUALIZAÇÃO DO PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E RELACIONAMENTO, PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE CONSULTORIA E ASSESSORIA DE IMPRENSA, COMUNICAÇÃO EM RECURSOS HÍDRICOS, CRIAÇÃO E PRODUÇÃO EDITORIAL DE PUBLICAÇÕES E PRODUÇÃO AUDIOVISUAL PARA O COMITÊ DA BACIA HIDROGRÁFICA DO RIO SÃO FRANCISCO - CBHSF”**.

Este Plano de Trabalho está fundamentado no **Ato Convocatório e Termo de Referência 039/2016, Contrato de Gestão Nº 14/ANA/2010** e inclui ações necessárias ao fortalecimento da marca, da identidade e do papel do Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco junto aos seus variados públicos e à sua consolidação como agente e ator estratégico na gestão dessa Bacia de vital importância histórica e estratégica para o Brasil. Esta proposta está compatível com as metas e indicadores de resultados da Agência Peixe Vivo, quanto à disponibilização de informações sobre a Bacia Hidrográfica, atendendo aos itens solicitados no Termo de Referência do Ato Convocatório.

A Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco é de grande dimensão e alta complexidade, abrange seis Estados e o Distrito Federal, englobando 505 municípios com grandes diferenças socioculturais, onde inúmeros organismos tratam o seu desenvolvimento de forma desarticulada e setorial. O CBHSF é um órgão colegiado de Estado composto por representantes de setores e usuários, do poder público e da sociedade civil dos diferentes estados, que precisam manter uma sistemática comunicação interna e externa com os diferentes segmentos sociais que representam. Com a aprovação de seu Plano Diretor e a implantação da cobrança pelo uso de recursos hídricos na Bacia do Rio São Francisco, o CBHSF passou a contar com instrumentos fundamentais ao desempenho das funções de gestor dessa Bacia, cuja complexidade e diversidade social, ambiental e cultural exigem diagnóstico apurado e planejamento estratégico na viabilização de um Programa de Comunicação e Relacionamento.

Nossa proposta e as metodologias adotadas para esse programa de comunicação são embasadas no princípio de que o Comitê, apoiado pela Agência Peixe Vivo, é ator estratégico no papel de fomento à integração dos principais atores nacionais, regionais e locais que atuam na Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco visando criar uma sinergia que favoreça a gestão sustentável dessa Bacia com reflexos diretos na qualidade de suas águas.

O CBHSF traz em seus objetivos a função de gerenciar o uso dos recursos hídricos ao longo de toda a Bacia Hidrográfica e para alcançar este propósito necessita de fazer uso eficaz do instrumento da comunicação social (comunicação integrada). O lugar da criação de projetos sociais e políticas públicas não é o da gestão administrativa isoladamente, mas também o dos processos de mobilização e comunicação. Os trabalhos propostos são de caráter sócio-comunicativo de intervenção direta junto às principais partes interessadas e formadores de opinião. Por meio da gestão de fluxos de informações, abrangerá toda a rede social da Bacia, otimizando as relações do Comitê e Agência Peixe Vivo com os públicos envolvidos, contribuindo para o constante processo de mobilização social. Pretende-se envolver de forma participativa os principais agentes sociais de todos os Estados da área de abrangência da Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco nas ações sócio-comunicativas, promovendo na prática, o processo de engajamento social.

A) Conhecimento e Raciocínio Básico

Bacia Hidrográfica

Bacia Hidrográfica é uma área formada por um rio principal e todos os seus afluentes. Toda chuva que cai nessa área escorre por riachos e rios secundários até se juntar ao rio maior que está no ponto mais baixo da paisagem. Nem toda água da chuva, porém, escorre para os rios. Parte dela penetra na terra e alimenta os lençóis subterrâneos que também fazem parte da Bacia Hidrográfica. Qualquer ação do homem, de ajuda/preservação ou de prejuízo/agressão dentro da Bacia Hidrográfica, tem repercussão no seu conjunto.

Os Comitês de Bacia Hidrográfica são como um parlamento das águas, onde representantes de todas as classes sociais, políticas e econômicas possuem o mesmo peso de participação e decisão. Instituídos pela Lei 9433/97, são órgãos descentralizadores e participativos, significando um avanço no sistema de gestão brasileira que necessita do envolvimento da população e da classe política para cumprir sua missão. São órgãos colegiados com funções consultivas (emitem pareceres), normativas (estabelecem normas) e deliberativas (tomam decisões), constituídos através de um Decreto Estadual, composto pelo poder público federal, estadual e municipal, usuários de água e sociedade civil, com o objetivo principal de gerenciar as águas na bacia onde atua.

A Bacia do Rio São Francisco

Dizem que o Rio São Francisco foi descoberto em 1501. Mas não pode ser descoberto algo que sempre existiu, que sempre fez parte da vida de um povo. O Rio São Francisco aqui sempre esteve, cruzando o Brasil com suas margens largas e águas por vezes azuis, alimentando, com a sua vida, a vida dos índios brasileiros para quem ele se chamava Opará, o “rio-mar”. Até que, em 4 de outubro de 1501, dia de São Francisco de Assis, olhos de outro continente pousaram, admirados, sobre o Opará: a expedição exploradora de Américo Vespúcio e André Gonçalves chegou à foz de um rio imenso, quase um Nilo, misturando-se às águas do Oceano Atlântico, entre Alagoas e Sergipe. E assim, o Opará foi denominado São Francisco e começou a fazer parte da história da colonização do Brasil. O São Francisco é um dos maiores e mais importantes rios da América do Sul. Ao longo dos séculos, foi testemunha e personagem de várias histórias. Viveu tempos de bonança e tempos sombrios. Tempos de fertilidade e escassez. Em suas margens surgiram novas possibilidades de vida e outras foram destruídas. Em suas águas já navegaram vapores e esperanças que se esvaíram. Do rio que se fez energia e progresso, também se fez destruição.

O Rio São Francisco é um rio de contrastes em todos os sentidos. Seguindo suas margens, encontramos um Brasil diverso, com diferentes realidades, paisagens e climas, assim como a desigualdade que ainda caracteriza a sociedade brasileira. São cerca de 18 milhões de brasileiros vivendo em toda a Bacia, distribuídos em 505 municípios. É o maior rio totalmente brasileiro. Com 2.863 km de extensão, tem sua nascente histórica na Serra da Canastra, em São Roque de Minas (MG), mas, segundo estudos recentes, a nascente geográfica se localiza na Serra do Araxá, em Medeiros, nascente do Rio Samburá. Ele percorre o sentido sul-norte pela Bahia e Pernambuco, quando altera seu curso para o sudeste, chegando até a sua foz no Oceano Atlântico, na divisa entre os estados de Sergipe e Alagoas.

A Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco ocupa uma área de aproximadamente 640 mil km², em seis estados - Minas Gerais, Bahia, Goiás, Pernambuco, Sergipe, Alagoas e o Distrito Federal. A vegetação é diversa, incluindo biomas de cerrado, caatinga e mata atlântica, além dos costeiros e insulares. Os climas predominantes são os temperados de altitude, tropical úmido, semiárido e árido. Possui 168 afluentes, sendo os principais, pela margem esquerda, os rios Abaeté, Indaiá, Paracatu, Urucuia, Carinhonha, Corrente e Grande, e pela margem direita, os rios Pará, Paraopeba, das Velhas, Jequiitá, Pacuí, Verde Grande, Verde Pequeno e Paramirim. A maioria dos rios está em Minas Gerais, Estado que fornece cerca de 70% da água do São Francisco.

Suas paisagens são divididas por quatro regiões fisiográficas: **Alto São Francisco** é a região compreendida entre a nascente do rio principal até às Bacias do Rio Verde Grande e do Rio Carinhonha, incluindo todo o estado de Minas Gerais, Goiás, Distrito Federal e uma pequena porção do extremo sul

do estado da Bahia; **Médio São Francisco** começa no trecho à jusante das Bacias dos Rios Verde Grande e Carinhanha e se estende até à barragem de Sobradinho; **Submédio São Francisco** inicia-se no ponto imediatamente à jusante da barragem de Sobradinho e se estende até a barragem de Paulo Afonso; e **Baixo São Francisco**, que vai do ponto imediatamente à jusante da barragem de Paulo Afonso, até a foz do Rio São Francisco.

Economicamente, a Bacia é caracterizada por zonas industriais extrativas em Minas Gerais e por polos agroindustriais de grãos e fruticultura localizados no Norte e Oeste da Bahia e no Sul de Pernambuco. O Baixo São Francisco tem como importante atividade a agropecuária, pesca tradicional, aquicultura, turismo e lazer. No Médio e Submédio há uma grande demanda de água para irrigação, com destaque para a produção de frutas para exportação. O Rio São Francisco tem um enorme potencial hidroviário, com dois trechos principais, 208 km entre Piranhas (AL) e a foz, e 1.312 km entre Pirapora (MG) e Petrolina (PE). O São Francisco constitui a base para o suprimento de energia elétrica da região Nordeste do país. Os represamentos construídos nas últimas décadas correspondem atualmente a nove usinas hidrelétricas em operação: Três Marias (MG), Sobradinho (BA), Complexo De Usinas Paulo Afonso I, II, III, IV (BA), Itaparica (PE), Moxotó (AL), Xingó (AL/SE). As hidrelétricas trouxeram mais desenvolvimento e empregos para as regiões onde foram instaladas, mas também provocaram desequilíbrio em seu ecossistema. A diminuição emergencial da vazão do São Francisco é hoje um grande problema, aumentando o assoreamento, comprometendo o canal navegável do Rio, a pesca, a agricultura e o turismo. Além disso, provocou o avanço do mar para dentro do Rio, descontrolando toda a cadeia alimentar. Conflitos relacionados à operação dos reservatórios estão sempre na pauta dos encontros e trabalhos do CBHSF, a fim de promover a harmonia entre os usos múltiplos das águas.

As águas do São Francisco são usadas para geração de energia, abastecimento humano e animal, turismo, lazer, irrigação, transporte, entre outros, desempenhando um importante papel econômico, social e cultural para os estados e, principalmente, para as cidades em sua margem. No entanto, enfrenta sérios problemas ambientais. Nesses 515 anos de ocupação humana, as águas do Rio São Francisco estão comprometidas em praticamente todo o seu curso. São vários os fatores responsáveis pela sua degradação, que vão desde as ações climáticas naturais, como a falta de chuvas, o aquecimento global, o crescimento demográfico sem planejamento, até a ação humana predatória. O Velho Chico vem sofrendo ao longo desses anos os impactos dos barramentos das águas, dos desmatamentos das matas ciliares, do assoreamento do leito, da poluição provocada pelas atividades econômicas e também pela população, da falta de saneamento básico em muitas cidades e povoados da Bacia. É de ressaltar a poluição, causada pelo lançamento de efluentes residenciais e industriais nas calhas do Rio e de seus afluentes, principalmente na Região Metropolitana de Belo Horizonte, registrando, além dos esgotos domésticos e industriais, uma alta carga inorgânica, proveniente da extração e beneficiamento minerais. Tudo isso impacta na fauna, na flora e na qualidade das águas do São Francisco. O crescimento da população e a necessidade cada vez mais frequente de água acarreta inúmeros conflitos de usos, envolvendo principalmente os interesses de agricultores irrigantes, empresas de abastecimento de água e sistemas de geração de energia hidroelétrica.

CBHSF - Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco

É preciso reconhecer que há uma questão cultural que se torna cada vez mais determinante na busca por soluções: a sociedade brasileira, em todas as suas instâncias, ainda não está devidamente consciente da necessidade de preservação dos nossos recursos naturais. É preciso associar o crescimento econômico com práticas sustentáveis, planejamento e gestão, assim como ações de conscientização. Pois só com a participação de todos, os rios brasileiros e o São Francisco irão sobreviver.

Como conhecer, entender, proteger, propor, escolher o melhor caminho para o Rio São Francisco? Como atender todas as suas demandas? Como promover sua revitalização, preservação e desenvolvimento sustentável? Através do diálogo. Da democracia. Da gestão compartilhada. Da mobilização de toda a sociedade. E, por que não dizer, da paixão. O CBHSF – Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco é fruto da paixão de várias pessoas pelo Rio São Francisco. Da união de vozes de diferentes sotaques, da nascente à foz, que se encontram para decidir, democraticamente, os melhores caminhos para o presente e o futuro do Velho Chico. Se o São Francisco é o Rio da

integração nacional, o CBHSF é a integração de suas várias forças e potências em prol da sua revitalização. Uma experiência pioneira, na vanguarda da gestão hídrica brasileira e que se torna cada vez mais necessária hoje, quando a escassez de água se converteu em uma das grandes questões do mundo contemporâneo.

A origem do Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco (CBHSF) veio ao encontro da promulgação da Constituição Federal de 1988, a qual estabeleceu pontos importantes em relação à causa ambiental, tais como o direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado e o dever, tanto do poder público quanto da coletividade, de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações.

A Lei Federal nº 9.433, de 8 de janeiro de 1997, mais conhecida como Lei das Águas, com inspiração na legislação congênere da França, instituiu a política nacional e criou o Sistema Nacional de Gerenciamento dos Recursos Hídricos – SINGREH, definindo, de forma objetiva, seis fundamentos jurídicos: 1. A água é um bem público; 2. A água é um recurso limitado e de valor econômico; 3. Em caso de escassez, a prioridade será para o consumo humano e animal; 4. A gestão deve possibilitar o uso múltiplo; 5. A bacia hidrográfica é a unidade territorial para a implementação da política e atuação do sistema nacional; 6. A gestão deve ser descentralizada, com a participação do poder público, usuários e comunidades.

Esses pontos fizeram com que fosse possível agregar outros atores e instâncias, retirando a exclusividade do poder público na gestão, além de remeter o assunto de forma direta ao ambiente em que se faz o uso da água.

No Rio São Francisco, a experiência se revestiu de grande significado, em razão da dimensão e complexidade da Bacia Hidrográfica. Aplicar a nova e avançada legislação significava, a um só tempo, construir o caminho para a superação do inaceitável passivo de degradação ambiental e para a potencialização do seu extraordinário ativo de água doce. Significou assumir o patrimônio representado pelo Rio, a fim de implantar e desenvolver uma gestão capaz de assegurar, de forma racional e justa, os usos múltiplos, a preservação do ecossistema e o bem-estar do povo que mora no vale.

Criado em 2001, por meio de Decreto Presidencial, o CBHSF é um órgão colegiado com integrantes do poder público, sociedade civil e usuários de água. O seu objetivo é realizar a gestão dos recursos hídricos da Bacia de forma descentralizada e participativa, sempre na busca da proteção dos mananciais e na contribuição para o desenvolvimento social.

Com atribuições normativa, deliberativa e consultiva, o Comitê é formado por 62 membros titulares e 62 membros suplentes, divididos em três grandes grupos, cada um com um número de integrantes, contando os usuários com 38,7% das vagas; o poder público federal, estadual e municipal com 32,2% de representatividade; a sociedade civil com 25,8% e as comunidades tradicionais com 3,3% do total de membros.

As reuniões acontecem duas vezes por ano de forma ordinária e são abertas ao público.

Entre os membros do Comitê, diversas entidades do Distrito Federal e dos seis estados que fazem parte da Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco possuem representação, sendo divididos por segmentos ligados à área, tais como o de abastecimento urbano, indústria e mineração, irrigação e uso agropecuário, hidroviário, pesca, turismo e lazer, hidroeletricidade, organizações não governamentais, consórcios, associações intermunicipais ou associações de usuários, organizações técnicas de ensino e pesquisa, comunidades quilombolas, povos indígenas e poder público. Essa pluralidade de representação e de interesses faz com que o CBHSF seja uma importante experiência de gestão colegiada com o envolvimento do Estado e da população brasileira.

O Comitê é composto por especialistas em diversas áreas de conhecimento, que exercem um mandato de forma voluntária, ou seja, não possuem um salário para desenvolver as atividades relacionadas ao CBHSF.

As atividades político-institucionais do Comitê são exercidas de forma permanente por uma Diretoria Colegiada, formada pela Diretoria Executiva (presidente, vice-presidente e secretário) e pelos

coordenadores das Câmaras Consultivas Regionais – CCR do Alto, Médio, Submédio e Baixo São Francisco. Todos com mandatos coincidentes, renovados por eleições diretas no plenário.

Além das Câmaras Consultivas Regionais, o CBHSF conta com Câmaras Técnicas – CTs, que examinam matérias específicas, de cunho técnico-científico e institucional, para subsidiar a tomada de decisões no plenário. Essas câmaras são compostas por especialistas indicados por membros titulares do Comitê. São elas: CTPPP - Câmara Técnica de Planos, Programas e Projetos; CTIL - Câmara Técnica Institucional e Legal; CTOC - Câmara Técnica de Outorga e Cobrança; CTCT - Câmara Técnica de Comunidades Tradicionais; CTAI – Câmara Técnica de Articulação Institucional.

O Comitê é vinculado ao Conselho Nacional de Recursos Hídricos – CNRH, órgão colegiado do Ministério do Meio Ambiente, e se reporta ao órgão responsável pela coordenação da gestão compartilhada e integrada dos recursos hídricos no país, a Agência Nacional de Águas – ANA.

A função de secretaria executiva e apoio técnico do CBHSF é exercida por uma entidade delegatária que atua como agência de água. A Associação Executiva de Apoio à Gestão de Bacias Hidrográficas Peixe Vivo – Agência Peixe Vivo opera como braço executivo do Comitê desde 2010, utilizando os recursos originários da cobrança pelo uso da água do Rio para implementar as ações na Bacia.

As ações de comunicação do CBH Rio São Francisco

O Contrato de Gestão firmado entre a Agência Nacional de Águas - ANA e a Agência Peixe Vivo, com anuência do Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco - CBHSF, estabelece em sua Cláusula Terceira as obrigações e as competências da Agência Peixe Vivo, da ANA e do CBHSF. A Agência Peixe Vivo obriga-se a buscar o cumprimento do Programa de Trabalho, que compreende um conjunto de metas a serem alcançadas, cujos resultados são mensurados por meio de indicadores de desempenho. Em relação à comunicação, as metas e os indicadores a serem cumpridos pela Agência Peixe Vivo se referem à: i) disponibilização de informações sobre a Bacia Hidrográfica, sobre a entidade delegatária, sobre a cobrança pelo uso de recursos hídricos e a arrecadação, dentre outros; ii) publicação de relatórios sobre a situação da Bacia Hidrográfica e sobre os instrumentos de gestão;

O desafio da Comunicação

A Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco abrange 505 municípios, distribuídos em seis Estados e o Distrito Federal, ou seja, é de grande dimensão e alta complexidade. Os inúmeros organismos que a compõem tratam o seu desenvolvimento de forma desarticulada e setorial. Dentre os objetivos do CBHSF, destaca-se a função de gerenciar o uso dos recursos hídricos ao longo de toda a Bacia Hidrográfica. A comunicação integrada bem feita e bem planejada é uma ferramenta essencial para se alcançar este propósito, pois possibilita ao Comitê manter uma sistemática comunicação interna e externa com os diferentes segmentos sociais nele representados (usuários, poder público e sociedade civil dos diferentes estados), ajudando na articulação de tais segmentos, além de dar publicidade a todas as ações do CBHSF.

Programa de comunicação e relacionamento implantado a partir de 2012:

A comunicação do Comitê pode ser entendida como o conjunto de processos e instrumentos de comunicação social voltados para otimizar as relações entre os públicos do CBHSF, divulgar, propagar, formar, projetar e aprimorar ideias, projetos, produtos ou serviços do Comitê e dar apoio à constante mobilização social. Na prática, consiste na condução de relacionamentos sociocomunicativos entre o Comitê e seus públicos, através da gestão de fluxos de informação, formadores de opinião e geradores de atitudes. Permite uma melhor interação entre o sistema CBHSF - Agência Peixe Vivo com o público interno e externo da Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco, seja por intermédio de ações diretamente voltadas para a comunidade, seja pela interação com veículos de comunicação que permitirão a divulgação das atividades do CBHSF, favorecendo a interação entre as instituições da Bacia.

O Programa anterior de Comunicação e Relacionamento do CBH São Francisco teve início em 2012 através da contratação de empresa que desenvolveu planejamento e prestação de serviços de consultoria de assessoria de imprensa, comunicação técnica em recursos hídricos e criação e produção editorial de publicações. Envolvendo todos os Estados de sua área de abrangência da Bacia, o comitê

atua na **Gestão Estratégica de Comunicação Integrada, que compreende: Assessoria de Imprensa; Relações Públicas; Publicidade e Propaganda; Marketing; Mobilização Social e Gestão de Relacionamentos.**

Dentre as ações previstas no Programa de Comunicação e Relacionamento do CBHSF implantado a partir de 2012, destacamos: **“Planejamento e implantação de uma campanha publicitária anual com atividades de mobilização social com abrangência em toda a Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco”**, que resultou na campanha **Eu Viro Carranca pra defender o Velho Chico**, nos anos de 2014, 2015 e 2016.

As campanhas, cujo viés foi primordialmente promocional e publicitário, conforme expresso no último edital (ATO CONVOCATÓRIO N° 003/2015) constituíram-se basicamente em produção de material promocional e criação de programas veiculados em rádio, TV e internet, além de execução de eventos comemorativos no dia 3 de junho, Dia Nacional de Mobilização em Defesa do Rio São Francisco. O seu lançamento contou com atividades em toda extensão da Bacia. Foi veiculado em emissoras de rádio e TV, buscando a participação/sensibilização dos diversos públicos envolvidos com as questões do Velho Chico.

As campanhas realizadas em 2014, 2015 e 2016, alcançaram os resultados esperados na mídia no período que antecedeu o Dia Nacional em Defesa do Rio São Francisco e na cobertura e repercussão nos veículos de comunicação de todo o país, contribuindo para o posicionamento do CBHSF como entidade efetivamente preocupada com a problemática que aflige a Bacia do Velho Chico. Considerando a importância da campanha para a consolidação da imagem do CBHSF como instituição que representa legitimamente os interesses da população ribeirinha e de seus segmentos produtivos em prol de políticas sérias e compromissadas com o meio ambiente, com as populações ribeirinhas e com a preservação das águas e ecossistemas do Rio São Francisco, justifica-se a realização da campanha em 2017.

B) Objetivos: Geral e Específicos

B.1) Objetivo Geral

O Plano de Trabalho aqui apresentado, de acordo com o objeto do Termo de Referência do Ato Convocatório n° 039/2015, tem o objetivo geral de realizar o **PLANEJAMENTO E ATUALIZAÇÃO DO PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E RELACIONAMENTO, PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE CONSULTORIA E ASSESSORIA DE IMPRENSA, COMUNICAÇÃO EM RECURSOS HÍDRICOS, CRIAÇÃO E PRODUÇÃO EDITORIAL DE PUBLICAÇÕES E PRODUÇÃO ÁUDIO VISUAL PARA O COMITÊ DA BACIA HIDROGRÁFICA DO RIO SÃO FRANCISCO – CBHSF.**

Para tal, desenvolveremos diversas atividades que incluem serviços de criação e editoração de material impresso, editoração eletrônica, arte finalização, material promocional e produção gráfica das publicações, assim como atividades de planejamento e divulgação de eventos, bem como a programação visual adequada aos mesmos, reportagem, redação, edição, revisão, notas técnicas e relatórios de atividades e de gestão e manutenção de portal informativo (*website*) e todo material informativo de caráter virtual e não virtual, incluindo conteúdos audiovisuais como vídeos, áudios e fotografia.

Os serviços acima citados e previstos nesta proposta técnica permitirão uma melhor comunicação do sistema CBHSF - Agência Peixe Vivo com o público interno e externo à Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco, seja por meio de ações diretamente voltadas para a comunidade, seja pela interação com veículos de comunicação que permitirão a divulgação das atividades do CBHSF, favorecendo a interação entre as instituições da Bacia. A abrangência das atividades atingirá todos os Estados em que compõem a Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco.

B.2) Objetivos Específicos

Este Plano de Trabalho, desenvolvido pela empresa proponente TantoExpresso para o CBHSF, tem os seguintes objetivos específicos:

B.2.1) Planejamento das ações de comunicação integrada e relacionamento

Planejamento de todo o universo de atuação do CBHSF, além de todos os Estados e municípios abrangidos pela área da Bacia do São Francisco, no estabelecimento de canais e ferramentas de informação e comunicação. As ações de comunicação serão detalhadas por um período de 12 meses e o Programa de Comunicação e Relacionamento irá prever e definir ferramentas e processos de atuação, formas de monitoramento e mensuração e ser passível de revisões e adequações no mínimo trimestrais. O plano de ação será desenvolvido e executado em estreita sintonia com a equipe da Agência Peixe Vivo e do CBHSF.

B.2.2) Consultoria, gestão e assessoria técnica de Comunicação e Relacionamento

Planejamento e gestão sobre toda criação e produção de material informativo impresso e virtual que acompanhe as atividades do CBHSF. O serviço inclui gestão estratégica da comunicação, planejamento, assessoria de imprensa, relações públicas, design gráfico, produção de conteúdo audiovisual, mobilização social e gestão de relacionamentos. A TantoExpresso desenvolverá as atividades de planejamento para garantir a perfeita execução do programa de comunicação, além de assessorar o CBHSF e a Agência Peixe Vivo na definição de estratégias, em demandas pontuais que exijam uma tomada de posição e na orientação geral de relacionamentos, comunicação e interação com os diversos públicos. Para isto, faremos a utilização de princípios e técnicas para a promoção de uma causa, ideia ou comportamento social, trabalhando com o fluxo de informação interno e lidando com a comunidade externa ligada ao CBHSF. Nossa atuação será na coordenação do programa, nas reuniões mensais de planejamento e de revisão de estratégias e por demanda, quando acionados pela Contratante. Para tal, propomos: participar das reuniões da Diretoria do CBHSF; participar de todas as reuniões plenárias do CBHSF, além de simpósios, oficinas e outros eventos do Comitê; implantar o Plano de Comunicação e Relacionamento; elaborar e revisar (semestralmente) um mapeamento de públicos; realizar a análise crítica e estratégica deste mapeamento, orientando ações específicas; coordenar estrutura de ouvidoria e interação com os diversos públicos, identificando demandas, processando sugestões e reclamações; elaborar *newsletter*, informativos, murais, etc; planejar e organizar eventos para o Comitê visando objetivos estratégicos de relacionamento com os públicos; coordenar ações de envolvimento e mobilização social; promover pesquisas de opinião pública; identificar potenciais patrocinadores para viabilizar parcerias e convênios; promover a imagem desejada pela instituição; analisar os produtos e ações, com identificação de público-alvo a que se destina a mensagem e definindo a forma ideal de divulgação; avaliar os resultados de pesquisas realizadas pela Agência Peixe Vivo junto aos usuários de recursos hídricos para detectar as suas necessidades e elaborar projetos que visem satisfazê-las; identificar, sistematizar e relacionar o público-alvo e suas necessidades; acompanhar os processos de negociação, incluindo ideias que visem à melhoria da imagem do CBHSF; criar mecanismos e estratégias para monitoramento do ambiente e seus respectivos cenários e monitoramento da percepção da população envolvida direta e indiretamente; identificar ameaças e oportunidades; minimizar as ameaças com aproveitamento das oportunidades; elaborar textos para cerimonial e planejamento dos eventos; produzir textos e materiais institucionais de comunicação bilíngue.

B.2.3) Assessoria de Imprensa

A Tanto Expresso propõe uma ampliação da ligação direta com a mídia, trabalhando com a informação jornalística, tratando da gestão do relacionamento entre a instituição e a imprensa, com controle do fluxo de informações vinculadas na mídia sobre o CBHSF. Para tal, a TantoExpresso irá realizar as seguintes ações: elaborar press-releases, sugerir pauta e press-kits; promover relacionamento formal com os produtores, repórteres e editores da mídia - inclusive de mídias sociais, imprensa local, regional e nacional; acompanhar entrevistas; organizar coletivas; realizar reportagens e cobertura de eventos para as publicações do CBHSF e pautas específicas; produzir matérias jornalísticas com a devida certificação da informação a ser veiculada nos textos informativos de divulgação institucional, definir pauta fotográfica e de ilustrações; editar jornais, revistas, boletins eletrônicos e sites de notícia; produzir material jornalístico para vídeos; preparar textos jornalísticos; organizar o mailing de jornalistas com

abrangência em esfera municipal e de todos os veículos em questão - inclusive mídias sociais; produzir arquivo do material jornalístico; participar na definição de estratégias de comunicação; atender os jornalistas disponibilizando informações e agendando entrevistas com a Diretoria do CBHSF; realizar Media Training dividido em duas etapas: treinamento teórico com todas as fontes reunidas e treinamento prático com grupos de até cinco pessoas; elaboração do manual digital do Media Training, incluindo política de comunicação, ações específicas de crise e hierarquia de porta-vozes institucionais e técnicos.

B.2.4) Design Gráfico e Direção de Arte

A TantoExpresso irá desenvolver toda a criação gráfica e de layouts institucionais, de campanhas e ações específicas, com o objetivo de difundir ideias associadas ao CBHSF, supervisionando as ações, avaliando seus resultados, sua eficácia e seu desempenho; analisar os produtos e ações, descobrir a que público se destina e escolher a forma ideal de divulgação, garantindo assim, o recebimento da mensagem; planejar, organizar e controlar a divulgação de peças de comunicação, determinando os meios e veículos de comunicação a serem utilizados e a melhor forma de atingir o público-alvo; desenvolver editoração eletrônica e artes finais de peças gráficas diversas, abrangendo a criação, diagramação, digitalização de fotos e a arte final das publicações, utilizando software próprio para tanto e realizar revisão ortográfica dos textos e revisão final de todo o trabalho realizado; acompanhar e supervisionar a impressão gráfica.

B.2.5) Produção Audiovisual:

A TantoExpresso irá realizar o planejamento, roteirização e produção de conteúdo audiovisual, para divulgação em meios eletrônicos como site, redes sociais, rádio e TV, além de uso em eventos diversos do CBHSF. Dentre as atribuições destacam-se as seguintes especificidades: elaboração de roteiros; gravação de locução e captação de áudio para entrevistas; edição de áudio para vídeos, spots, programas de rádio e TV; direção de vídeo; captação de vídeo em formato digital Full-HD; edição de vídeo para formatos diversos, tais como documentários, web-pílulas e vídeos educativos e didáticos; produção de ilustrações, infográficos e vinhetas animadas em 2D e 3D; finalização e exportação para formatos diversos para divulgação online, entre eles celular, web e TV.

B.2.6) Comunicação Online

A Tanto Expresso será responsável pela manutenção e atualização de conteúdo para sites e redes sociais do CBHSF e da Agência Peixe Vivo; pela redação de textos e divulgação de informações pela web, além de realizar a integração entre um conteúdo relevante que irá chamar atenção dos leitores e escolher corretamente as palavras chave e as tags que irão compor o texto usando ferramentas de SEO - Searching Engine Optimization. Além disso, a Tanto Expresso vai monitorar e controlar todos os outros canais e redes de comunicação online do CBHSF e da Agência Peixe Vivo, produzindo conteúdo para os sites e redes sociais de ambos. Destacamos aqui algumas atividades específicas da comunicação online: envio de clippings semanais e boletins; planejamento de ações para redes sociais; elaboração relatório mensal de visitas ao site do CBHSF e da Agência Peixe Vivo, acesso ao mailing, menções e crescimento da presença nas redes sociais; elaboração de relatório anual de presença online, com dados sobre redes sociais, site e envio de mailing do CBHSF e da Agência Peixe Vivo; formatação e envio de boletins e clippings; monitoramento das redes sociais, blogs e sites; criação e envios de mensagens de final de ano e outras datas comemorativas; inserção de toda e qualquer documentação referente ao CBHSF e a Agência Peixe Vivo; atualização de ações e projetos do Comitê no site do CBHSF e da Agência Peixe Vivo; relacionamento com blogueiros e jornalistas de áreas afins aos interesses do CBHSF; planejamento, proposição e acompanhamento de produção de aplicativo CBHSF formato de aplicativo para divulgação institucional, voltado para o público da Bacia, bem como a produção de conteúdo e gerenciamento do aplicativo do CBHSF; planejamento e execução de comunicação com utilização de novas mídias.

C) Capacidade e Sistemática de Atendimento

A TantoExpresso propõe como método a divisão do trabalho e das atividades em quatro fases fundamentais: **Conhecimento, Planejamento, Execução e Mensuração de resultados** para a melhoria.

Conhecimento: a fase inicial, denominada Conhecimento, engloba o entendimento da realidade social, dos públicos e das diretrizes do CBHSF e Agência Peixe Vivo.

Planejamento: a partir dessa fase, será possível construir o Planejamento do Programa e das Atividades de Comunicação Social, baseado nos objetivos por público e definição de métodos de mensuração e monitoramento.

Execução: após a aprovação das Diretrizes e do Planejamento, inicia-se a terceira etapa, quando as atividades de comunicação social deverão ser executadas a partir de estratégias participativas orientadas por públicos. Serão fomentados pontos ou grupos locais que funcionem como multiplicadores das mensagens de comunicação, por meio de materiais e produtos de comunicação produzidos no âmbito dessa proposta e ao longo de sua execução.

Mensuração de resultados: a quarta etapa, importante para a definição de mudanças de estratégia e melhorias, é a mensuração de desempenho, feita a partir de indicadores que deverão ser acompanhados e analisados periodicamente, através dos relatórios e análise de resultados.

Destacamos aqui algumas etapas e aspectos do trabalho:

Briefing: promoção de reuniões da nossa equipe com a Diretoria, técnicos e coordenadores do CBHSF para levantamento de históricos, dados e informações para desenvolvimento do Plano de Trabalho, Programa e Plano Executivo de Comunicação e Relacionamento;

Planejamento de ações: distribuição de briefing e tarefas para as equipes de trabalho específicas, debates e desenvolvimento do Planejamento, análise e avaliação, revisões e apresentação ao CBHSF para aprovação;

Mapeamento dos stakeholders, atores sociais e mídia: levantamento dos atores atuantes na Bacia do Rio São Francisco e as inter-relações existentes entre eles, elaboração de desenho da rede social e análise dos principais eixos de articulações. Mapeamento dos principais e mais efetivos meios de comunicação existentes na Bacia, levantamento de programações, audiências;

Visitas técnicas para produção de conteúdo e mobilização social: trata-se do momento em que realizaremos os levantamentos de dados, produção de conteúdo fotográfico e videográfico, contatos com stakeholders e público de interesse com formalização de parcerias locais, distribuição de materiais informativos de divulgação;

Criação e produção de Material: criação e produção de textos e projetos gráficos. Todo o material será apresentado para aprovação pelo CBHSF com o intermédio da Diretoria de Integração da Agência Peixe Vivo;

Especificações de atendimento, instalações, infraestrutura e materiais

A TantoExpresso está localizada na Raja Gabaglia, 2680 - Conjunto 703 - Bairro Estoril - Belo Horizonte – MG, ocupando um andar onde são realizados os serviços de escritório, como planejamento, criação e reuniões. A sede da TantoExpresso é de fácil acesso e garante pronto atendimento às instituições Agência Peixe Vivo e CBH São Francisco sempre que necessário, tanto para reuniões de briefing, de produção com fornecedores, quanto espaço para reunião com mobilizadores.

No quesito técnico de comunicação, a TantoExpresso é equipada com workstations para trabalhos gráficos e ilhas de edição baseadas na Plataforma Macintosh / Apple, incluindo softwares de editoração eletrônica, edição de vídeo e fotografia. Possui câmeras profissionais de vídeo e fotografia Full-HD, lentes e equipamento de captação de áudio.

Para realização do trabalho a TantoExpresso se responsabiliza por visitas e deslocamentos pelas regiões gerenciadas pelas 4 CCR, sendo Alto, Médio, Submédio e Baixo São Francisco, ressaltando as visitas técnicas e de mobilização por áreas de influência das quatro cidades onde serão realizados os eventos.

Os serviços serão prestados nas instalações da TantoExpresso e nas instalações da Agência Peixe Vivo e do CBHSF (sede e escritórios regionais). A TantoExpresso terá acesso a documentação constante do acervo técnico da Agência Peixe Vivo e CBHSF, necessária ao perfeito cumprimento de suas tarefas. Os profissionais da equipe chave estarão disponíveis para participar de reuniões, previamente agendadas, para discussão de temas relativos ao escopo deste trabalho e para cobrir as atividades dos membros da Diretoria Colegiada do CBHSF (DIREC) e dos membros do CBHSF, quando estes estiverem cumprindo pautas da DIREC.

As despesas com transporte, hospedagem e alimentação, que se fizerem necessárias por força do desempenho dos serviços, correrão por conta da TantoExpresso. Os custos de todos os serviços de gráfica, impressão e envio dos produtos previstos serão de responsabilidade da TantoExpresso.

Todas as ações de comunicação social, relações públicas e jornalismo serão previamente submetidas à aprovação de um representante do CBHSF, indicado por sua Diretoria e da Agência Peixe Vivo, cabendo à TantoExpresso promover as revisões e adequações solicitadas.

D) Estratégia, Metodologia e Ações de Comunicação

As atividades de comunicação social aqui apresentadas devem ser entendidas como o conjunto de processos e instrumentos de comunicação social voltados para otimizar as relações entre os públicos do CBHSF, tendo como objetivos divulgar, propagar, formar, projetar e aprimorar ideias, projetos, produtos ou serviços do Comitê e dar apoio à constante mobilização social.

Na prática, consiste na condução de relacionamentos sócio-comunicativos entre o Comitê e seus públicos, através da gestão de fluxos de informação entre formadores de opinião e geradores de atitudes, que devem estar focados no planejamento por públicos e alinhados com a estratégia global de atuação do CBHSF e Agência Peixe Vivo. O Programa de Comunicação Social não deve, portanto, se limitar a disseminar e divulgar informações, mas sim desenvolver ações que mobilizem os públicos de maneira participativa, respeitando suas características individuais e adotando uma abordagem e linguagens específicas, para que o resultado da comunicação seja o mais efetivo possível. Mais do que simples trabalho de divulgação ou propaganda, os processos de comunicação devem envolver o conhecimento da realidade social, com foco em objetivos propostos por público de relacionamento, métodos participativos e mobilizadores.

A estratégia do Plano de Comunicação aqui apresentado pela TantoExpresso, baseia-se no conceito de inter-relação entre os processos de comunicação e mobilização social. Para melhor compreensão da estratégia aqui apresentada ressaltamos algumas bases conceituais que norteiam os trabalhos da TantoExpresso:

Comunicação: “Comunicação é um processo de troca de mensagens entre duas ou mais pessoas, ou entre dois sistemas. A comunicação orienta os comportamentos das pessoas nas suas relações, em qualquer ambiente. (...) A comunicação foi o canal pelo qual os padrões de vida de sua cultura foram-lhes transmitidos, pelo qual aprendeu a ser membro de sua sociedade – de sua família, de seu grupo de amigos, de sua vizinhança, de sua nação. Os modos de pensamento e de ação, suas crenças e valores, seus hábitos e tabus.” (BORDENAVE, 1982)

Mobilização: “Mobilizar é convocar vontades para atuar na busca de um propósito comum, sob uma interpretação e um sentido também compartilhados... Toda mobilização é mobilização para alguma coisa, para alcançar um objetivo pré-definido, um propósito comum, por isso é um ato de razão. Pressupõe uma convicção coletiva da relevância, um sentido de público, daquilo que convém a todos. Para que ela seja útil a uma sociedade ela tem que estar orientada para a construção de um projeto de futuro. Se o seu propósito é passageiro, converte-se em um evento, uma campanha e não em um processo de mobilização. A mobilização requer uma dedicação contínua e produz resultados cotidianamente.” (TORO E WERNECK, 1996)

Educação: “A educação abrange processos formativos que se desenvolvem na vida familiar, na convivência humana, no trabalho, nas instituições de ensino e pesquisa, nos movimentos sociais e organizações da sociedade civil e nas manifestações culturais.” (BRASIL, 1996)

Educação Ambiental: “É o processo de formação social orientado para o desenvolvimento de uma consciência crítica sobre a problemática ambiental. Prevê o desenvolvimento de atitudes que levem à preservação e ao controle ambiental, e de habilidades e instrumentos tecnológicos necessários à solução dos problemas ambientais. A Educação Ambiental é um processo dinâmico, permanente e participativo, e as pessoas envolvidas são agentes de transformação social, que devem participar tanto do diagnóstico dos problemas, quanto da busca de soluções. É dividida em dois grandes grupos: Educação Ambiental Formal e Educação Ambiental Informal. O primeiro grupo é a Educação Ambiental ministrada em instituições de ensino, e o segundo envolve todos os segmentos da população, por exemplo, associações de bairro e de trabalhadores, grupos de mulheres, políticos, empresários, profissionais liberais.” (MAZZINI, 2008)

Educomunicação: “Processo de comunicação com intencionalidade educacional expressa e que envolve a democratização da produção e de gestão da informação nos meios de comunicação em seus diversos formatos, ou na comunicação presencial. Educomunicação pode ser definida, também, nas práticas educativas que visam levar à apropriação democrática e autônoma de produtos de comunicação, por meio dos quais os participantes passam a exercer seu direito de produzir informação e comunicação.” (TASSARA, 2008).

Nossa proposta pretende envolver de forma participativa os principais agentes sociais de toda a área de abrangência da Bacia do São Francisco nas ações sócio-comunicativas promovendo, na prática, o processo de engajamento social. A essência do trabalho do CBH São Francisco está na integração de esforços pela recuperação da Bacia do Rio São Francisco gerada a partir da participação do poder público, da sociedade civil e dos usuários. Todos os trabalhos aqui propostos visam o envolvimento e sensibilização de todos os atores. A comunicação partirá da premissa de que os três segmentos devem estar sempre envolvidos de maneira direta e/ou indireta.

As atividades de comunicação do CBH São Francisco e Agência Peixe Vivo propostas pela TantoExpresso serão desenvolvidas tendo em vista as diversidades socioeconômica, de públicos, de temáticas e de problemas. Pretendem promover o acesso a informações qualificadas, bem como promover as práticas e os conceitos de gestão participativa e descentralizada adotada pelo CBHSF, divulgando o conceito de gestão de recursos hídricos por bacia hidrográfica, envolvendo os municípios e promovendo a integração com as políticas públicas municipais. Ainda, pretende-se sensibilizar a sociedade para a importância da preservação, conservação e recuperação da Bacia do Rio São Francisco, mostrando caminhos para as ações individuais e coletivas que possam contribuir para a revitalização da Bacia.

Além disso, serão adotadas metodologias e técnicas participativas, de maneira a criar ambiente favorável ao envolvimento e à participação efetiva dos públicos. Serão utilizadas de maneira criteriosa, em função dos perfis dos diferentes públicos e contextos, as mais avançadas e variadas ferramentas de comunicação social: recursos audiovisuais, tecnológicos, imagéticos, sonoros, midiáticos e digitais. Essas ferramentas potencializarão os resultados da comunicação e permitirão seu prolongamento no tempo através de registro e documentação. Os produtos de comunicação resultantes poderão ser utilizados posteriormente como material informativo e educativo por mobilizadores, comunicadores e

educadores, gerando um efeito multiplicador do trabalho de educação e de mobilização empreendido nas atividades.

Para que os objetivos do programa de comunicação a ser elaborado sejam atendidos e que de fato haja um processo de valorização dos trabalhos desenvolvidos pelo CBHSF e pela Agência Peixe Vivo, é essencial avaliar junto ao Comitê e à Agência se previamente será necessário desenvolver um trabalho de sensibilização das pessoas, de mobilização social e de fortalecimento da imagem do Comitê como agente responsável pela gestão das águas na Bacia. Para obter os melhores resultados das ações, é importante que as partes interessadas conheçam a importância do Programa de Comunicação e Relacionamento da Bacia Hidrográfica do São Francisco.

No que tange à divulgação do Comitê e à difusão de conhecimentos e informações junto aos 505 municípios da Bacia, serão realizadas visitas e distribuídos materiais de comunicação produzidos no âmbito dessa proposta e adaptados, quando for o caso, às especificidades e diversidades dessas populações, baseando-se em metodologias participativas consagradas. A linguagem, o conteúdo, a forma e o local de abordagem das pessoas também serão adequados ao cotidiano e à realidade de vida da população da Bacia do Rio São Francisco.

Do ponto de vista educativo e técnico, essa abordagem baseada na realidade das populações locais, facilitará o envolvimento das pessoas às propostas do Comitê para a Bacia quebrando resistências a mudanças de comportamento e à adoção de novas práticas mais sustentáveis. Ressalta-se também a importância do nivelamento da equipe contratada com o Comitê e a Agência para o melhor alinhamento do plano de trabalho com os princípios destas instituições. É fundamental a realização de reunião inicial dessas equipes, antes da elaboração do Plano de Trabalho Detalhado.

E) Escopo de trabalho com detalhamento de Materiais e Ações de Comunicação:

Como materiais e ações de comunicação deste Plano de Trabalho, desenvolvido pela empresa proponente TantoExpresso para o CBHSF, destacam-se os seguintes itens:

E.1) Plano de Trabalho

O plano de trabalho aqui apresentado, define de forma macro as estratégias gerais de comunicação, que serão especificadas no plano de comunicação e relacionamento

E.2) Programa de comunicação e relacionamento

Será realizada a avaliação e aprimoramento do Plano de Comunicação do CBHSF implementado a partir de 2012, contendo a descrição de todas as etapas e serviços a serem desenvolvidos durante os doze meses de vigência do contrato. O programa de Comunicação e Relacionamento é uma etapa fundamental do trabalho. É neste plano que serão definidas, de forma estratégica e alinhada com as diretrizes do CBHSF, as ações e ferramentas de comunicação e relacionamento com seus diversos públicos. A partir do levantamento e análise de dados socioeconômicos sobre a Bacia do São Francisco será estabelecida a metodologia de trabalho, bem como as macro ações de comunicação que serão detalhadas no plano executivo. O planejamento, estratégias e táticas de trabalho, serão desenvolvidos através de: reuniões de briefing com representantes e técnicos da CBHSF e Agência Peixe Vivo; levantamento de dados e informações; elaboração de diretrizes e plano de trabalho; aprovação de diretrizes e plano de trabalho com representantes e técnicos da CBHSF e Agência Peixe Vivo. Será produzido relatório contendo amplo programa com macro e micro ações de comunicação e relacionamento, ações prioritárias, temas, canais e ferramentas de comunicação a serem adotados anualmente. Nesta etapa serão detalhadas as ações e ferramentas de comunicação e relacionamento com os públicos do CBHSF. Também serão apresentados os cronogramas físico e financeiro para implementação das ações. Devido às características da comunicação, é um processo natural que este documento sofra revisões e atualizações constantes, a fim de se adaptar às demandas e realidades dos diversos públicos da Bacia e de interesse do CBHSF. O programa e plano executivo de comunicação e relacionamento será desenvolvido através de: mapeamento dos stakeholders e das redes sociais estabelecidas; levantamento e análise de dados e informações; levantamento dos meios de comunicação existentes em todos os municípios da Bacia do Rio São Francisco; estabelecimento de contatos com os meios de comunicação e parcerias; desenvolvimento do programa de comunicação e

relacionamento, incluindo manuais de práticas e procedimentos, roteiros, briefing e releases estruturantes dos temas a serem abordados; elaboração do plano executivo de comunicação e relacionamento, com estratégias e táticas de operacionalização dimensionadas pelo seu cronograma físico-financeiro incluindo ainda o levantamento e análise de mídia detalhado, contendo ações a serem implementadas, produtos, serviços, cronogramas e metodologia a ser aplicada, bem como sistema de indicadores de processo e desempenho para acompanhamento e monitoramento de status e resultados; Reuniões para aprovação do programa e plano executivo de comunicação e relacionamento com representantes e técnicos do CBHSF e Agência Peixe Vivo.

E.3) Reformulação do Portal do CBHSF

O portal do CBHSF www.cbhsaofrancisco.org.br será reformulado pela TantoExpresso. Atualização do portal baseado em novo planejamento, arquitetura de informação e design. A proposta para o site e redes sociais abrange não só a manutenção e a atualização de conteúdo do site, mas o estabelecimento de um novo canal de comunicação entre o Comitê e sociedade, incluindo as CCRs, membros do comitê compostos pela sociedade civil organizada, usuários de água e poder público. Um ambiente interativo e de mão dupla, possibilitando prover informações em múltiplos formatos, acessível a toda sociedade, com uma abordagem colaborativa e corporativa, tornando-o um portal de conteúdo e relacionamento dos agentes e públicos interessados nas atividades do CBHSF, com o desenvolvimento de um sistema eficiente para publicação do conteúdo multimídia (notícias, vídeos, fotografias, mural, agenda, entre outros). Pretende-se que o site seja o grande agregador de conteúdos sobre as atividades do CBHSF. Agregado às principais redes sociais, pretendemos somar e fortalecer redes de relacionamento já existentes na Bacia. Seria uma grande rede de conteúdo, com possibilidade de criação de grupos de interesse e discussão, compartilhamento de informações, ferramentas de interatividade entre usuários. Nossa proposta é que o site, abastecido com conteúdo relevante, em conjunto com ações marcantes de assessoria de imprensa, relações públicas, marketing e comunicação se torne a principal fonte de informação e ferramenta de mobilização e divulgação das ações do CBHSF. O site será preparado levando em consideração estratégias de Search Engine Optimization (ações on page) durante a execução do projeto, para que seja melhor qualificado pelos principais buscadores da web. Será utilizado o Google Analytics (Ferramenta de Métricas em web-seites) para que seja possível mensurar o comportamento dos públicos de interesse e seu tráfego entre site CBHSF e páginas / perfis / canais das redes sociais. Tais ações são de extrema relevância para realinhamento do canal de comunicação com as nuances de comportamento dos públicos no meio digital.

E.4) Atualização de notícias no site e Gerenciamento de redes sociais

Será realizada a atualização constante de notícias e documentos no Portal do CBHSF e da Agência Peixe Vivo, bem como o gerenciamento e produção constante de conteúdos para as Redes Sociais do CBHSF e Agência Peixe Vivo. O diagnóstico de imagem é o primeiro passo para a compreensão do posicionamento digital da CBHSF e o controle de uma reputação positiva junto aos públicos de interesse. Nessa etapa deverão ser analisadas: as menções ao CBHSF; os assuntos afins nas diversas mídias sociais; o perfil das pessoas que postam comentários e o conteúdo relacionado que tem sido postado nesses ambientes (como fotos, vídeos, apresentações, etc.), para que sejam definidos os stakeholders - públicos que se relacionam com a marca - dentro do ambiente digital. Nessa fase será feito o mapeamento de perfis, que poderão também ser úteis ao item "Produção de Mailing de Mídias Sociais". Após esse momento inicial de diagnóstico e implementação de perfis oficiais, a análise e a mensuração nas redes deverá ser realizada numa base diária. Será desenvolvida linguagem específica que caracterizará o discurso do CBHSF nas redes sociais, bem como ações passivas (retorno de questionamentos, dúvidas, sugestões, solicitações) e ativas, no que diz respeito ao desenvolvimento de conteúdo relevante para os públicos de interesse. A presença nas redes também exige uma atualização constante de conteúdos, que serão gerados com as notas, fotos e vídeos (também previstos na nossa proposta), assim como assuntos relacionados e que sejam de interesse do Comitê, mas que tenham um atrativo com o público. Como atrair as pessoas? Essa é uma pergunta que deverá ser respondida no planejamento. Serão mapeados veículos de comunicação online relevantes para a assessoria de imprensa do CBHSF, bem como jornalistas e colunistas (on e offline) que desenvolvem notas, publicações e matérias sobre assuntos que cercam o CBHSF. Esse público mapeado será trabalhado também nas mídias sociais como uma persona crítica e será convidado a receber a newsletter (por e-

mail) do CBHSF já explicada anteriormente. Na etapa de “Diagnóstico” esse mapeamento online será melhor detalhado.

Central de Conteúdo: Acreditamos que o conteúdo é um item importante para o estabelecimento do diálogo entre uma instituição/marca com o seu público. E a sua qualidade pode levar ao engajamento, fazendo com que as mensagens sejam repassadas de uma marca ou entidade para uma pessoa, de uma pessoa para um grupo e assim por diante. Durante a execução do trabalho, serão mapeados parceiros, instituições, veículos de comunicação on e offline, bem como jornalistas e colunistas, blogueiros, que desenvolvem notas, publicações e matérias sobre assuntos na área de meio ambiente, recursos hídricos e ações no Rio São Francisco. Destinado a esse público mapeado, será disponibilizado no site do CBHSF, um espaço específico que será um banco de conteúdo com os materiais produzidos, entre eles: vídeos, áudios, fotos e textos de release. Esse material estará disponível para download por rádios, TVs comunitárias, escolas e instituições parceiras. Tal prática favorece a criação de vínculos com os veículos locais, na medida em que garante material de qualidade, de uso gratuito, para a divulgação e reverberação das mensagens e objetivos da comunicação. Além do espaço no site, a TantoExpresso irá planejar para o CBHSF um formato de aplicativo de divulgação institucional, voltado para o público da Bacia e também acompanhar sua execução.

E.5) Mapeamento e análise de stakeholders (públicos) e mídia

Será produzido relatório com a atualização do mapeamento de dos públicos de interesse do CBHSF realizado entre 2012 e 2016. Será produzido um novo banco de dados atualizado contendo o mailing do público-alvo. Será realizado levantamento das instituições atuantes na Bacia do Rio São Francisco e as inter-relações existentes entre elas, elaboração de desenho da rede social e análise dos principais eixos de articulações para que se atinja estrategicamente e taticamente o maior número de instituições representativas dos stakeholders gerais que atuam na Bacia–Mapeamento dos principais e mais efetivos meios de comunicação existentes na Bacia do Rio São Francisco, levantamento de programações, audiências e outras informações, estabelecimento de parcerias e elaboração das veiculações de mídia co-participativa. Nossa proposta é estabelecer parcerias com os meios de comunicação no sentido de envolvê-los no programa de comunicação e relacionamento do CBHSF na forma de apoio institucional, sem custos de mídia. Nessas e em outras emissoras, tanto de TV, quanto de rádio, especialmente as públicas e comunitárias, buscaremos uma forma de mídia cooperada, de utilidade pública, sem necessidade de compra de mídia. Dessa forma, propomos o envolvimento de todas no sentido de potencializar o alcance de suas mensagens, diante da importância da campanha para a sua região de influência.

E.6) Mailings e Banco de Dados de Mídia e Stakeholders

Será realizada a elaboração e atualização permanente de um banco de dados com informações sobre jornalistas e mídia on e off-line, além dos stakeholders e público de que acompanham o setor de atuação do CBHSF. Será realizada a elaboração e atualização permanente de um banco de dados digital, possibilitando a fácil consulta e filtragem dos dados.

E.7) Assessoria de Imprensa, Relacionamento e Relações Públicas

Será realizada ação permanente de assessoria de imprensa e assessoramento aos membros da diretoria do CBHSF e aos representantes designados pela diretoria. A proposta de Assessoria de Imprensa contempla a definição de estratégias, em conjunto com a equipe da instituição, o relacionamento e atendimento à imprensa e o monitoramento das notícias veiculadas para produzir respostas, quando necessário, e enviar sugestões de pautas. Estas e outras ações estarão no Plano de Mídia, que deverá estabelecer as diretrizes e ações de relacionamento com a imprensa.

O mapeamento de stakeholders ou partes interessadas é fundamental para o desenvolvimento das estratégias de relacionamento com os públicos de uma instituição, de forma a garantir que haja um bom fluxo de informações, o que reduz a quantidade de ruídos na comunicação e favorece um relacionamento institucional alinhado com as diretrizes organizacionais. Nesta etapa será realizado o mapeamento de todos os públicos de interesse do CBHSF em toda sua área de abrangência. Também será realizada uma análise qualitativa dos stakeholders, classificando-os de acordo com metodologias aceitas pelo mercado.

Coletivas de imprensa: Dentro da Assessoria de Imprensa ressaltamos as coletivas de imprensa. As coletivas de imprensa geralmente são organizadas para se tratar de um assunto de relevância tanto para a instituição quanto para a sociedade. Quando houver eventos desta natureza a equipe irá agir proativamente de forma a definir os jornalistas que participarão do evento, enviar convites (online e presencial), definição de pauta, elaboração de materiais de apoio, apresentações, press-kits, releases, avisos de pauta, mensagens-chave, preparação dos porta-vozes, acompanhamento das entrevistas, organização do espaço da coletiva e a organização da infraestrutura, quando necessário.

Ações Não Mídia e Marketing Social

Em consonância com o Ato Convocatório e Termo de Referência 039/2016, Contrato de Gestão Nº 14/ANA/2010, Plano de Comunicação e Plano de Trabalho constantes nesta Proposta Técnica consideramos apenas ações de comunicação Não Mídia, ou seja, aquelas não implicam a compra de mídia, espaço publicitário e/ou tempo em veículos de comunicação para a transmissão das mensagens. No entanto, a divulgação na mídia convencional não pode ser relegada a planos inferiores, mesmo que por outros meios e mecanismos. Por termos adotado uma proposta que consideramos mais compatível com a verba sugerida para o desenvolvimento do Programa de Comunicação e Relacionamento, que gerassem espontaneamente motes, matérias, notícias e conteúdos para as mais diversas fontes de comunicação que estarão multiplicando as nossas mensagens. Nossa proposta é estabelecer parcerias com os meios de comunicação no sentido de envolvê-los no programa de comunicação e relacionamento da CBHSF na forma de apoio institucional, sem custos de mídia. Nessas e em outras emissoras, tanto de TV, quanto de rádio, especialmente as públicas e comunitárias, buscaremos uma forma de mídia cooperada, de utilidade pública, sem necessidade de compra de mídia. Desta forma, propomos o envolvimento de todas no sentido de potencializar o alcance de suas mensagens, diante da importância da campanha para a sua região de influência. A TantoExpresso se responsabilizará pela atuação em Marketing Social, propondo princípios e técnicas para a promoção de uma causa, ideia ou comportamento social que possam sensibilizar e conscientizar a população em relação a práticas ambientalmente corretas, que possam contribuir para a melhoria da qualidade e quantidade das águas e, conseqüentemente, da saúde e qualidade de vida da população. São atribuições da TantoExpresso: promover a imagem do CBH São Francisco e Agência Peixe Vivo; identificar e definir os públicos e as melhores estratégias para alcançá-los e mobilizá-los; identificar e sistematizar as necessidades do público-alvo com o objetivo de realizar mudanças propostas; realizar estudos e análises a fim de conceber formas de melhor atingir o público-alvo, com base na pesquisa de percepção; identificar ameaças e oportunidades; reverter as ameaças e aproveitar as oportunidades. A partir do início das ações planejadas para o Programa de Comunicação do CBHSF, será feito o mapeamento de possíveis parceiros institucionais.

Visitas técnicas: A TantoExpresso planejará e executará visitas técnicas visando divulgação do CBHSF com a realização de **produção de conteúdo, divulgação institucional, mobilização social e fomento às parcerias institucionais locais**. Trata-se do momento em que realizaremos a produção de conteúdos (gravações de vídeo, entrevistas, produção fotográfica e notícias sobre a Bacia, personagens e suas localidades) para a produção de conteúdo audiovisual educativo e informativo. Para a produção desse conteúdo próprio, a TantoExpresso propõe um trabalho de campo, composto por visitas técnicas em suas quatro regiões fisiográficas (alto, médio, submédio e baixo) em localidades estratégicas da Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco. Será montada uma equipe multidisciplinar composta por profissionais de mobilização social, fotografia, vídeo e jornalismo que, além da produção de conteúdo, também farão levantamentos de dados, formalização de parcerias locais, distribuição de materiais informativos de divulgação. Ressaltamos alguns objetivos dessas visitas técnicas: produção de vídeo, áudio e fotografia, para formação de banco de imagens para utilização em edições de matérias e conteúdos; identificação e mapeamento dos públicos de interesse para atualização de "mailing list", auxiliando assim as ações futuras de relacionamento e comunicação; identificação, contatos pessoais e estabelecimento de parcerias com os meios de comunicação locais, jornalistas e formadores de opinião com a finalidade de repasse de informações, materiais gráficos e conteúdos audiovisuais para compartilhamento na web; estabelecimento de reuniões com poder público, entidades parceiras, ONGs, escolas, universidades, entre outros, para apresentação do CBHSF com o objetivo de obter adesão e colaboração participativa em suas ações de comunicação e divulgação; Esse tipo de ação tem um forte

poder de mobilização, com sensibilização dos atores sociais, envolvendo as comunidades e gerando mídia espontânea, tanto a nível municipal, regional, estadual e nacional. Nossa proposta para planejamento se baseia em algumas premissas básicas: a abrangência das visitas técnicas em localidades estratégicas e em consonância com a agenda de eventos e ações do CBHSF; o público-alvo será o público interno e externo do Comitê, imprensa e sociedade em geral; Uso intensivo dos recursos de comunicação online, intensificando com maior ênfase na geração de conteúdos relevantes, ações de assessoria de imprensa, visando, mídia espontânea e produção de notícias. Estabelecimento de parcerias institucionais nas formas de apoios ou participação institucional com poder público, veículos de comunicação, entidades não governamentais, universidades, empresas e outros. Através dessa estratégia de captação de parcerias, pretendemos: fortalecer a mídia e multiplicar o seu alcance às diversas esferas do público-alvo; promover o envolvimento, a união e a interação dos atores sociais focados na causa da defesa do São Francisco; Os conteúdos terão cunho jornalístico e também didático-pedagógico abordando temas específicos sobre a Bacia do Rio São Francisco, sua cultura, população, geografia, história, política de recursos hídricos, atuação do Comitê e Agência de Bacia Hidrográfica, problemas ambientais e suas respectivas soluções, entre outros temas a serem discutidos e definidos em conjunto com a direção do CBHSF e Agência Peixe Vivo.

E.8) Direção de Arte e Design Gráfico

Será realizada ação permanente de criação de layouts para peças on e off-line. Criação gráfica e de layouts institucionais, de campanhas e ações específicas, com o objetivo de difundir ideias associadas ao CBHSF, supervisionando as ações, avaliando seus resultados, sua eficácia e seu desempenho; analisar os produtos e ações, descobrir a que público se destina e escolher a forma ideal de divulgação, garantindo assim, o recebimento da mensagem; planejar, organizar e controlar a divulgação de peças de comunicação, determinando os meios e veículos de comunicação a serem utilizados e a melhor forma de atingir o público-alvo; desenvolver editoração eletrônica e artes finais de peças gráficas diversas, abrangendo a criação, diagramação, digitalização de fotos e a arte final das publicações, utilizando software próprio para tanto e realizar revisão ortográfica dos textos e revisão final de todo o trabalho realizado; acompanhar e supervisionar a impressão gráfica.

E.9) Proposta gráfica: Atualização de Identidade Visual Institucional

A Identidade Corporativa ou Identidade Empresarial pode ser definida como o conjunto de atributos que torna uma empresa ou instituição especial e diferenciada. Esses atributos são classificados de essenciais e acidentais. Os primeiros são os atributos que se referem ao propósito da empresa, a missão e aos valores; os atributos acidentais contribuem para a descrição da empresa, mas não definem a sua essência. A identidade corporativa se traduz e se manifesta de várias maneiras: na marca gráfica da empresa, nas suas comunicações (interna e externa), no seu ambiente de produção ou atendimento, no tratamento que dá ao cliente, nas apresentações de seus profissionais, no seu material impresso, no seu nome, no seu portfólio de produtos etc. Todas essas manifestações contribuem para a construção da imagem corporativa. Todas as instituições públicas ou privadas, evoluem em sua missão, e seus valores. Com o Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco não pode ser diferente. Com o amadurecimento do Comitê como entidade que busca o bem pra a sociedade e para o Rio São Francisco, sua identidade também precisa evoluir e se atualizar, sempre levando em conta uma evolução gradual que evidencie os valores do Comitê.

A atualização do conceito gráfico e identidade visual institucional do CBHSF busca uma imagem mais integrada para todo o Comitê tendo em vista que a Bacia do Rio São Francisco tem muitas faces. É mineira e nordestina ao mesmo tempo. É do cerrado, da caatinga, do sertão e do litoral. Buscamos uma atualização com o aumento da paleta de cores, utilização de tons mais vibrantes, mais moderna e atual, com utilização de elementos do Rio como o peixe e o pescador, sempre com a intenção de uma aproximação com a visualidade popular que permeia toda a característica da cultura do Rio. Essa mescla da linguagem moderna com elementos do popular resulta em uma identidade acessível e de relação de identificação imediata não somente dos principais atores do Comitê, mas de toda sociedade.

A TantoExpresso desenvolverá nova identidade visual com a criação de layouts das seguintes peças gráficas promovendo a atualização de Comunicação Institucional.

- Papel Timbrado A4 e A3;
- Blocos;
- Cartão de visita;
- Envelopes;
- Etiqueta CD/DVD;
- Etiquetas;
- Pasta em papel;
- Pasta plástica;
- Crachá;
- Uniforme/Camisa;
- Modelo de Power Point;
- Assinatura de email;
- E-mail padrão;
- Plotagem para frota;
- Brindes - agenda, caneta e chaveiro;
- Placas aéreas de intervenção;
- Placa de identificação;
- Site;
- Peças de Comunicação On-Line e Redes Sociais como Facebook, Instagram, entre outros;
- Boletim Informativo Eletrônico;
- Jornal Impresso Mensal;
- Revista Semestral;
- Conteúdos Audiovisuais;
- Banners;
- Convites;
- Anúncios;
- entre outras peças a serem definidas em consonância com o CBHSF e Agência Peixe Vivo

E.10) Clipping

Através de serviço de empresa especializada em clipping, será realizado o monitoramento diário de todas as matérias sobre o cliente na mídia veiculadas em toda a Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco. O clipping será disponibilizado em área específica do site do CBHSF e Redes Sociais.

E.11) Plano de Prevenção de Crises

Levando em consideração a realidade das mídias sociais da atualidade e a velocidade com que as notícias se espalham, consideramos de extrema importância o mapeamento de como agir e remediar situações de crise a partir do ambiente digital e/ou aquelas geradas nesse tipo de ambiente. O monitoramento é crucial para se detectar qualquer indício de crise e as respostas no ambiente digital devem ser rápidas e extremamente assertivas. Não há tempo, nem espaço para o erro. As soluções no que diz respeito ao digital vão desde a divulgação de releases oficiais à publicação de pronunciamentos oficiais que poderão ser difundidos nas redes. Essa é uma tendência mundial, que pode ser observada em diversos casos de situações de crise no mundo. A TantoExpresso desenvolverá programas estruturados de prevenção e administração de crises com montagem de cenários, simulações e produção de manual de 20 páginas no formato impresso e digital.

E.12) Manual de Políticas e Procedimentos

A TantoExpresso desenvolverá a apuração, redação e edição de manual de políticas e procedimentos voltados para o público interno. Manual de 20 páginas em formato impresso e digital.

E.13) Media Training

Serão realizadas oficinas de Media Training visando o treinamento dos principais porta-vozes do CBHSF. Será utilizada metodologia específica com a finalidade de atender os seguintes objetivos: trabalhar informações sobre a mídia; provocar reflexões sobre argumentos e as possíveis interpretações; sensibilizar para os cuidados e focos de atenção; treinar a fala, a postura, e as formas de responder à imprensa. A TantoExpresso realizará o Planejamento e execução, com carga horária mínima de 08 (oito) horas, para a Diretoria Colegiada do CBHSF e Diretoria Executiva da Agência Peixe Vivo. Participação de até 15 pessoas.

E.14) Oficina de Comunicação

Planejamento e realização de oficina de capacitação sobre os processos de comunicação social para a diretoria colegiada do CBHSF e coordenadores das câmaras técnicas do CBHSF, com carga horária mínima de 08 (oito) horas. Participação de até 35 pessoas.

E.15) Boletim Informativo Eletrônico - Quinzenal

O boletim eletrônico será encaminhado em forma de newsletter ao mailing de interesse do CBHSF semanalmente, contendo as ações desenvolvidas pelo CBHSF durante o período. Será desenvolvido um sistema automatizado de newsletter com o design atualizado com a nova identidade visual corporativa proposta. Cada boletim eletrônico conterá no mínimo 08 matérias jornalísticas com fotos de alta qualidade. Periodicidade quinzenal.

E.16) Jornal Impresso - Mensal

Esta é uma ferramenta de compartilhamento de informações entre a instituição e os seus públicos de relacionamento. É importante que esta ferramenta seja pautada pelas demandas de informação destes públicos a fim de aumentar o fluxo de informação sobre o CBHSF e entre seus stakeholders. Será elaborado, diagramado, impresso e distribuído jornal mensal de acordo com as seguintes especificações: Número total de até 02 lâminas, com frente e verso. 08 páginas. Formato: 25 x 30 cm (fechado) e 50 x 30 cm (aberto). Tipo de material: impresso em off-set alta-alvura 120g e em arquivo digital. 5.000 (cinco mil) exemplares em cada tiragem. Periodicidade mensal, sendo 11 edições, iniciando a partir do segundo mês do contrato. Obs.: A distribuição será feita via Correios para os públicos de interesse do CBHSF. Cada escritório do CBHSF receberá 200 exemplares da Revista.

E.17) Revista CBHSF - Semestral

A revista de periodicidade semestral, aprofunda as principais notícias e acontecimentos do Comitê, divulga cultura, gastronomia, turismo e natureza, traça perfis de pessoas notórias da Bacia Hidrográfica do São Francisco. A TantoExpresso irá elaborar, diagramar, imprimir e distribuir revista do CBHSF, 02 (duas) edições em 12 meses, com 5.000 (cinco mil) exemplares em cada tiragem com as seguintes especificações: Número total de até 60 páginas. Cor Policromia. Formato: 25 x 30 cm (fechado) e 50 x 30 cm (aberto). Finalização para acabamento com Grampo. Tipo de material: off-set alta-alvura 120g e arquivo digital. A distribuição será feita via Correios para os públicos de interesse do CBHSF. Cada escritório do CBHSF receberá 200 exemplares da Revista.

E.18) Produção de Conteúdo informativo em áudio, vídeo e fotografia

Para abastecimento do site, além de fornecimento de conteúdos audiovisuais para imprensa e demais interessados, a TantoExpresso propõe a produção de notícias e reportagens, cobertura de reuniões e demais conteúdos informativos, além de conteúdos relevantes sobre a Bacia do Rio São Francisco, sua história, cultura, características, problemas, soluções, histórico de ações de mobilização, gestão de recursos hídricos, ações dos principais atores em busca da revitalização da Bacia e outros temas variados a definir dentro do planejamento. Este conteúdo em múltiplos formatos, textos, vídeo, áudio, fotografia, alimentará ferramenta na internet, será utilizado nas notícias para o site, disponibilizado para as redes sociais, exibição nas reuniões e eventos. Também será disponibilizado, através de uma central de conteúdo e aplicativo na web, para veículos de comunicação como rádios e canais de TV, escolas, municípios, comitês de bacia estaduais, instituições da Bacia que tiverem interesse. Tais serviços abordam a necessidade de prover informação em vários formatos, a produção de conteúdo e reportagens para publicações impressas e digitais; o fornecimento de conteúdo para a mídia em geral, inclusive para veículos de mídia televisiva, rádios, portais e mídias sociais; e a intensiva utilização da

web nos processos de comunicação do CBHSF. Para tal, a TantoExpresso realizará o Roteiro e Produção de conteúdos quinzenais informativo em áudio, vídeo e fotografias, com intuito de divulgar o CBHSF e suas diversas atividades, com textos educativos, entrevistas, animação, entre outros. Tais conteúdos terão as seguintes especificações:

Vídeos/Programas para Web e TV: 24 vídeos durante um ano com duração de aproximadamente 5 minutos, em formato profissional de vídeo Full HD, captação de áudio profissional, direção edição e vinhetas gráficas. Especificação técnica: Tipo do arquivo: MOV / Compressor de Imagem: H.264 (taxa mínima: 4000 Kbps, taxa desejável: 6000 Kbps) / Dimensões da Imagem: 1920 x 1080 pixels (largura x altura) / Aspecto do Pixel: Square / Aspecto de Imagem: 16:9, preservando a Safe Area 4:3 / Áudio: nos canais 1 (L) e 2(R) mixados. Cópia dos canais 1 e 2 nos canais 3 e 4 / Ordem do Campo: Campo Superior (Upper Field) / Quadros por segundo: 29,97 fps ou 30fps (para animação) / Áudio Embutido: Sem compressão ou 256kbps (mínimo).

Áudio/Programas para Web e Rádio: 24 produções durante um ano com duração de aproximadamente 5 minutos, em formato profissional. Especificação técnica: Os programas devem estar em conformidade com a Portaria do Ministério das Comunicações N° 354 de 12 de julho de 2012 que determina a intensidade subjetiva do áudio (Loudness) em -23LKFS com variação máxima de ± 2 LKFS.

Fotografias: produção de acervo fotográfico em pontos diversos da Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco, sendo 1.000 (mil) fotos em alta resolução. As fotos serão de propriedade do CBHSF e da Agência Peixe Vivo. Especificação técnica: O equipamento usado deve ser com câmeras DSLR, com lentes cambiáveis de alta performance. Jogo mínimo de lentes sendo uma prime, zoom e grande angular. Os arquivos deverão ser disponibilizados em formato digital JPG para arquivos em baixa e os mesmos em Raw para publicações. O direito autoral das imagens deve prever a livre utilização pelo CBHSF, Agência Peixe Vivo e TantoExpresso em seu arquivo permanente em qualquer mídia por tempo indeterminado, desde que a utilização seja no âmbito da divulgação do Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco.

E.19) Relatórios Mensais

O objetivo do relatório mensal é permitir a avaliação da conduta e ações desenvolvidas pela assessoria de comunicação ao longo de períodos sequenciais de trinta dias;

E.20) Relatório Anual

O objetivo do relatório anual é consolidar todas as ações e atividades desenvolvidas pela assessoria de comunicação ao longo do período de doze meses.

Nossa proposta, com as ferramentas de comunicação aqui apresentadas, é criar um ambiente de diálogo, informação e compartilhamento com o objetivo de fortalecer a imagem do Comitê de Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco, como ator no processo de gestão compartilhada das águas, revitalização da Bacia Hidrográfica e de articulador junto aos demais órgãos e agentes. O diálogo transforma, influencia e multiplica opiniões, mas a tecnologia não é tudo, por trás dela existem pessoas, que em meio às tantas informações, têm potencial para utilizarem conteúdo de qualidade associado à marca e imagem do Rio São Francisco.

G) Composição e Alocação de Equipe Chave e de Apoio

A TantoExpresso disponibilizará equipe que será distribuída por cidades estratégicas das quatro CCRs (Alto, Médio, Submédio e Baixo São Francisco), possibilitando uma maior sinergia e contato com os stakeholders, veículos de comunicação, membros do CBHSF locais, bem como Diretoria, Diretoria Colegiada, Câmaras Técnicas e Membros das CCRs. A distribuição desses profissionais por CCR possibilitará um maior entendimento da realidade local e da grande diversidade ambiental e cultural da Bacia e facilitará a realização das visitas técnicas para produção de conteúdo e mobilização social. As cidades estratégicas escolhidas como base operacional foram: **Belo Horizonte / MG**, devido às pautas e CCR **Alto São Francisco** e Agência Peixe Vivo; **Brasília / DF**, devido às pautas governamentais; **Salvador / BA** devido as pautas e CCR **Médio São Francisco**; **Petrolina / PE**, devido às pautas e CCR do **Sub-Médio São Francisco**; **Macéio / AL**, devido às pautas e CCR **Baixo Rio São Francisco** e Presidência.

Atendendo às especificações e requisitos mínimos solicitados no **Ato Convocatório e Termo de Referência 039/2016, Contrato de Gestão N° 14/ANA/2010**, a TantoExpresso disponibilizará uma equipe necessária a execução das ações e materiais propostas.

Coordenação Geral

Paulo Campos Vilela: Designer Gráfico formado em 1999 pela Escola de Design - UEMG. Sócio proprietário da Tanto Design Ltda empresa atuante no mercado de comunicação, publicitário e empresarial nacional. Exerce diversas funções em direção com ênfase em liderança de equipes multidisciplinares. Atuação de cerca de 20 anos em direção de vídeo e criação; produção de vídeo e conteúdo on-line; publicidade, design, promoção de eventos. Atuação específica de 13 anos na área de comunicação, educação e mobilização social em projetos voltados para meio ambiente, cultura e responsabilidade social. Detentor de vários prêmios em festivais de cinema nacionais e internacionais por trabalhos autorais, na área de vídeo arte e de documentários ambientais como por exemplo Fluxus Festival Internacional Cinema na Internet e BANFF 9ª Mostra Internacional de Filmes de Montanha, Grand Prix de Webdesign no 6º Festival do Anuário do Clube de Criação publicitário de Minas Gerais e mais recentemente o Melhor exemplo em educação ambiental no 6º prêmio Hugo Werneck. Em publicidade dirigiu mais de 150 comerciais de televisão. Na área ambiental e de mobilização, atuou como coordenador, líder de equipe, diretor de vídeo e gestor de conteúdo atendendo clientes e projetos como: Governo de Minas / SEMAD, IEF, Projeto Manuelzão, Programa Semeando Senar Minas, CBH Rio das Velhas, AGB Peixe Vivo, Circuito Cultural Praça da Liberdade, Museu das Minas e do Metal, Memorial Minas Gerais Vale, CBH São Francisco, Festival de Gastronomia de Araxá, FID – Fórum Internacional de Dança. A base de trabalho deste profissional será Belo Horizonte (MG), CCR Alto São Francisco.

Jornalismo:

Natália Nogueira Lara – Comunicação Estratégica, Elaboração e Análise do Programa de Comunicação

Profissional graduada em Comunicação Integrada com habilitação em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (2006), pós-graduada em Gestão da Comunicação Estratégica pelo IEC PUC Minas (2008) e MBA Executivo em Gerenciamento de Projetos pela Fundação Getúlio Vargas (2014). Com cerca de 10 anos de atuação em Assessoria de Comunicação, presta serviços Comunicação Estratégica abrangendo elaboração, execução e controle de planos de comunicação; assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia; articulação institucional e posicionamento estratégico; além da coordenação de produção de materiais informativos (revistas, boletins, folders, entre outros) com foco no alinhamento mercadológico de cada empresa ou projeto. Principais clientes e projetos atendidos: Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco, Junho/2016 até a Presente data, Coordenadora Editorial Publicações CBH Rio São Francisco 2016; Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio das Velhas, Setembro/2014 até a agosto de 2016, Coordenação, Assessoria de Comunicação e Imprensa e Relacionamento Institucional; Conselho Regional de Medicina Veterinária do Estado de Minas Gerais, Julho/2013 até a presente data, Assessoria de Comunicação e Imprensa e Relacionamento Institucional; Óxidos do Brasil, (Março/2011 até a presente data), Assessoria de

Comunicação e Imprensa e Relacionamento Institucional; Projeto Seleção Guzerá, Maio a Agosto de 2013, Assessoria de Comunicação e Imprensa e Relacionamento Institucional; Agropec Consultoria, Pesquisa e Extensão, Agosto/2012 a outubro/2013, Coordenação, Assessoria de Comunicação e Imprensa e Relacionamento Institucional; Projeto Sou Agro, Setembro/2011 a junho/2012, Gestora de Redes Sociais e Web e Relacionamento Institucional; XVI Encontro Nacional de Educação Sanitária e Comunicação, Dezembro/2010 a junho/2011, Organização do evento, Assessoria de Comunicação e Imprensa, e Relacionamento Institucional; Encontros Regionais de Fiscalização de Agrotóxicos e Seminário Nacional – ENFISA, Março a maio/2011, Cobertura jornalística dos três Encontros Regionais e do Seminário Nacional; Workshop Barreiras Não-Tarifárias no Comércio Internacional de Produtos Vegetais, Fevereiro a abril/2011, Organização do evento, Assessoria de Comunicação e Imprensa, e Relacionamento Institucional; Projeto Inovação Tecnológica para Defesa Agropecuária – CNPq, Junho/2009 a abril/2011, Assessoria de Comunicação e Imprensa e Relacionamento Institucional; Instituto Mineiro de Agropecuária - IMA, Maio/2007 a fevereiro/2009, Assessoria de Comunicação e Imprensa; Instituto Mineiro de Agropecuária – IMA, Setembro/2005 a dezembro/2006, Assessoria de Imprensa (Estagiária); Programa Campo & Criação - TV Horizonte, Março a dezembro/2004, Produção do noticiário agrícola diário (Estagiária). A base de trabalho deste profissional será Belo Horizonte (MG), CCR Alto São Francisco.

Karla Monteiro Pimenta – Editora Chefe:

Jornalista, graduada pela PUC - MG, em 1993. Com 23 anos de experiência em redação jornalística, produção de reportagens e coordenação editorial em veículos de comunicação impressa e on-line, trabalhou nas revistas Veja, Superinteressante e Trip e nos jornais Folha de SP e O Globo. Tem dois livros publicados, Karmatopia e Sob Pressão. Atualmente trabalha na biografia do jornalista Samuel Wainer para a Companhia das Letras. Principais clientes e projetos atendidos: JORNAL O GLOBO, 2007/2012, Repórter especial, responsável pelas reportagens de capa da revista de domingo do Jornal O Globo; TPM (TRIP PARA MULHERES), 2005/2006, Redatora-Chefe, Responsável pela pauta, coordenação de reportagem e edição de textos da revista. A TPM é especializada no público feminino, classes A e B e se dirige à mulheres entre 20 e 35 anos; SUPERINTERESSANTE, 2004/2005, editora da revista Aventuras na História, parte do grupo SuperInteressante, responsável pela edição de textos da revista Aventuras na História, especializada em História do Mundo e História do Brasil. E pela edição dos livros de duas coleções lançadas pela revista: Os 10 Maiores, que traz perfis de personalidades históricas, e Grandes Guerras, apanhado das principais guerras que assolaram o mundo; NOTÍCIA E OPINIÃO, 2002 a 2003, repórter especial, responsável pelas reportagens especiais de diversas áreas, de política a comportamento. FOLHA DE SÃO PAULO, 2001, repórter especial do caderno Cotidiano da Folha de São Paulo, responsável pelas reportagens especiais publicadas na primeira página da edição de domingo do caderno Cotidiano, que cobre a cidade de São Paulo; VEJA; repórter, 1997 a 2001, responsável pela criação da sessão de notas políticas e econômicas que até hoje ocupa as primeiras páginas da Veja, Fazia também reportagens nas áreas de saúde e comportamento, educação, moda. Dentro do grupo Veja, foi repórter também da Veja Rio. PRÊMIOS: Prêmio de melhor reportagem do ano – 2008 – Jornal o Globo; Prêmio Abril de Jornalismo, categoria reportagem - 2006 - Editora Abril - pela revista Veja; Prêmio de Reportagem sobre Biodiversidade da Mata Atlântica - 2000 - Conservation International e Fundação SOS Mata Atlântica - pelo jornal Folha de São Paulo; Prêmio Abril de Jornalismo, categoria comportamento – 1997 – Editora Abril – pela revista A&D. A base de trabalho deste profissional será Belo Horizonte (MG), CCR Alto São Francisco.

Mariana Salazar Martins - Assessoria de Imprensa e Relações Públicas:

Profissional graduada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pelo Centro Universitário de Belo Horizonte-UNI-BH (2001) e pós-graduada em Comunicação e Gestão Empresarial pelo IEC PUC Minas (2003). Com cerca de 15 anos de atuação em Assessoria de Comunicação, presta serviços de assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia; articulação institucional e posicionamento estratégico; além da coordenação de produção de materiais informativos (revistas, boletins, folders, entre outros) com foco no alinhamento mercadológico de cada empresa ou projeto. Principais trabalhos e projetos realizados: Assembleia Legislativa de Minas Gerais, Junho/2016 até a presente data, Coordenação, Assessoria de Comunicação e Imprensa e Relacionamento Institucional; Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco, Junho/2016 até a presente data, Revisão de texto das Publicações CBH Rio São Francisco 2016; FAPEMIG – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais,

Outubro/2015 até Junho/2016, Roteiro Videográfico, Redação, Jornalismo e Assessoria de Imprensa; Assembleia Legislativa de Minas Gerais, Junho/2016 até a presente data, Coordenação, Assessoria de Comunicação e Imprensa e Relacionamento Institucional; Festival Internacional de Cultura e Gastronomia de Araxá, Janeiro/2012 até Outubro/2016, Comunicação Social; Comunicação On-line, Marketing Digital, Jornalismo, Relações Públicas e Assessoria de Imprensa para a 5ª, 6ª, 7ª, 8ª, 9ª Edições do Festival Internacional de Cultura e Gastronomia de Araxá. Instituto Cultural Amilcar Martins, Janeiro/2010 até Junho/2013, Assessoria de Comunicação e Imprensa e Relacionamento Institucional; Appen Butler Hill – Austrália, Janeiro/2012 até Junho/2013, Analista de Linguagem; Google - Brasil, Julho a Out/2011, Analista de Linguagem; Mercadológica Soluções em Pesquisa, Comunicação e Marketing, Agosto a Setembro/2010, Moderação de grupo focal e análise de pesquisa qualitativa durante campanha eleitoral de 2010 nos Estados de Minas Gerais, Tocantins e Goiás; Butler Hill Group, Julho/2009 a Agosto/2010, Analista de Linguagem; Secretaria de Estado de Planejamento e Gestão de Minas Gerais, Setembro/2004 a Dezembro/2008, Coordenação, Assessoria de Comunicação e Imprensa e Relacionamento Institucional. Conselheira do Conselho Estadual de Defesa dos Direitos da Criança e do Adolescente e do Conselho Estadual de Defesa dos Direitos dos Portadores de Deficiência. Representante da SEPLAG no Comitê da Reserva da Biosfera da Mata Atlântica; Instituto de Educação Continuada - PUC Minas, Maio/2002 a Junho/2004, Assessoria de Comunicação e Imprensa e Relacionamento Institucional. A base de trabalho deste profissional será Belo Horizonte (MG), CCR Alto São Francisco.

Luiza Baggio Guimarães – Jornalista / Alto São Francisco (Belo Horizonte BH / MG): Jornalista formada em Comunicação Social pelo Centro Universitário de Belo Horizonte – UNIBH (2007), com pós-graduação em Gestão Estratégica da Comunicação (2008). Experiência profissional de 8 anos nas áreas de Comunicação Interna e Externa, Assessoria de Imprensa, Eventos e Editora em empresas de segmentos diversos. Vivência na implantação e organização de setor de Assessoria de Comunicação abrangendo metodologia de trabalho, relatórios de acompanhamento, controle de pauta, planejamento de comunicação anual, fortalecendo a imagem da instituição. Responsável pela elaboração de Plano de Comunicação Anual, conduzindo o cumprimento de todas as metas no prazo previsto. Atualização e utilização de tendências de publicação de matérias em mídias sociais e conhecimento avançado das ferramentas de SEO, HTML, Google Analytics e Adwords. Principais trabalhos e projetos realizados: AGB Peixe Vivo / CBH Rio das Velhas, 08/2015 até 03/2017; Jornalista e Assessor de Imprensa; Agropec, Pesquisa, Extensão e Consultoria, 04/2014 até o presente momento, Jornalista e Assessor de Imprensa; CBHSF – Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco, 06/2016 até 08/2016, Jornalista, Escritora e Organizadora de texto, para o livro Ações e Projetos CBHSF; Revista Leite Integral / Agripoint, 08/2014 a 8/2015, Editora Assistente e Jornalista; Instituto Mineiro de Agropecuária, 02/2009 a 03/2015, Assessor de Imprensa, Jornalista e Assessor de Comunicação Social; Fiat Powertrain Technologies, 06/2008 a 12/2008, Jornalista e Analista de Comunicação Interna. A base de trabalho deste profissional será Belo Horizonte (BH), CCR Alto São Francisco.

Rejane Ayres – Jornalista / Médio São Francisco (Salvador/BA): Profissional graduado em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pelo Unicentro Newton Paiva em 2002. Experiência de cerca 15 anos em jornalismo, radialismo, assessoria de comunicação e assessoria de imprensa. Principais projetos e trabalhos: 2017 - Audiodescrição/doc Weapon Is My Mouth (BR/UK), Loc programetes Pet Media (RJ), Spot show Roberta Campos – Caixa Cultural Salvador, Produção de mídia e conteúdo – Estúdio T/SSA, Audiodescrição – Projetos Audiovisuais TV & Cinema/Estúdio T/SSA; 2016 - Audiodescrição – filme Quilombo _ Maré Áudio Criativo, Spots – La Table Produtora de Som, Produção e Imprensa MG /Sammliz/Natura Musical, Spots – Estúdio Casa Antiga; 2015 - Audiodescrição – filme Tormenta (2015), Redatora _ Fórum das Águas – Inhotim, Reportagem Aérea - CBN (BH) Rádio Globo (BH) BHFm, Festival Piauí Globonews de Jornalismo/Danthe Alighieri/SP; 2014 - Festival Piauí de Jornalismo _ 15/16 nov/Danthe Alighieri/SP, Reportagem Aérea - CBN (BH) Rádio Globo (BH) BHFm, Apresentação Claro Rock _ maio a novembro 2014, Apresentação Palco Coreto _ Conexão 2014, Redatora _ Expedição Nadando com o Theo pelo Rio das Velhas, Apresentação #ClaroExperiências, Produção conteúdo / locução para apps _ Espiral Curadoria Digital; 2013 - Reportagem Aérea - CBN (BH) Rádio Globo (BH) BHFm, Apresentação #ClaroExperiências, Cobertura/gerenciamento redes – Olimpíada do Conhecimento – FIEMG, Redatora _ Expedição Nadando com o Theo pelo Rio das Velhas, Projeto de Educação Ambiental _ Secretaria de Meio Ambiente, Programa Minuto Verde –

assinatura/VHs, Spot campanha Novo Hospital Oncomed, Redatora _ Portal O Tempo – matérias especiais; 2012 - Agosto _ Apresentação Circuito de Cafeterias, Julho - Apresentação Palco NET – 10ª Savassi Festival, O Tempo - Matérias Especiais _ Tablet, Cria Cultura / Assessoria Casa de shows Granfinos, Apoio à Imprensa / Festival Natura Musical - 2012, 15ª Mostra de Cinema de Tiradentes / TV Mostra, Estúdio Giffoni - Programa Fala Sério – Programa Minuto Verde; 2011 - Programa Luluzinha Esporte Clube - Rádio 98 FM; 2007 a 2011 - Apresentadora Rede Oi FM - Oi FM; 2008 _ Oi FM: Oi FM Pop Festival (Vitória), Red Bull Air Race – Rio de Janeiro (2008), São Paulo Moto Festival – Interlagos (2008), Convidada – UNI BH: “Entrevistando quem entrevista” – 07/04/08, Convidada - Izabella Hendrix: “Jornalismo em rádio” - 19/05/08, Convidada - Newton Paiva: “Cobertura jornalismo cultural” - 07/10/08, Apresentação Festival OutroRock – BH – julho 2008; 2007 - Cobertura do Festival BoomBahia – Salvador, Equipe de apoio – Rede Oi FM; 2005/2006 - Programa A Hora do Rock - Webradio Pelo Mundo - 2005/2006, Rádio Feira – apresentação - 2005 a 2008; 2004/2005 - Rede Minas de Televisão _ Alto Falante, produção JM1, produção Brasil das Gerais; 2003/2004 - Press Comunicação Empresarial / Ver Comunicação; 1997/ 1999 - 1ª Mostra de Imagem em Movimento - Cine Humberto Mauro – 11 a 16/11/97, Versão Brasileira Vídeo & Multimídia - 21/08/98 a 02/99. A base de trabalho deste profissional será Salvador (BA), CCR Médio São Francisco.

Geovani de Siqueira Filho – Jornalista / Submédio São Francisco (Petrolina/PE)

Jornalista formado em Comunicação Social pela Universidade Estadual da Paraíba (2000), com especialização em Ensino da Comunicação pela Universidade do Estado da Bahia (2005). Tem atuação em instituições de ensino superior onde lecionou disciplinas de Teoria da Comunicação, Crítica da Mídia e Reportagem, no curso de Jornalismo na Universidade do Estado da Bahia (Uneb) e as disciplinas de Teoria da Comunicação, Comunicação Comparada, Comunicação Institucional e Mídia, no curso de Publicidade e Propaganda da Faculdade São Francisco de Juazeiro (FASJ). Neste último foi coordenador de curso e dos projetos de Implantação de uma rádio e de um núcleo de assessoria de comunicação. Atualmente é mestrando em Comunicação pela Universidade. Atualmente trabalha na redação do Jornal Gazzeta do São Francisco. Principais trabalhos e projetos realizados: Faculdade São Francisco de Juazeiro - Projeto de Assessoria de Comunicação, 01/2015 até 06/2015, Orientação de equipes de estudantes dentro da turma de Comunicação Institucional para a construção de um projeto de assessoria de comunicação para organizações que trabalham com a temática da responsabilidade socioambiental. Consultoria de Comunicação e Assessoria de Imprensa; Faculdade São Francisco de Juazeiro, 10/2005 até 06/2015, Professor e coordenador; Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas de Petrolina, 07/2014 até 07/2014, Professor da disciplina de Assessoria de Comunicação Sindical no curso de pós-graduação Assessoria de Comunicação e Novas Tecnologias da Informação; Universidade Estadual da Bahia, 06/2006 até 06/2008, Professor; Gazzeta do São Francisco, 01/2004 até presente data, Jornalista e Assessoria de Imprensa; Enfoque Comunicação, 01/2003 até 06/2004, Jornalista e Assessor de Imprensa; Sindicato dos Trabalhadores do Comércio de Petrolina - Jornal do Comerciante, Agosto/2001 até Outubro/2001, Produção de texto, Criação de identidade visual, produção jornalística e assessoria de imprensa, Redator, jornalista, produtor de áudio e Assessoria de Imprensa; A base de trabalho deste profissional será Petrolina (PE), CCR Submédio São Francisco.

Delane Barros dos Santos – Jornalista / Baixo São Francisco (Maceió/AL)

Profissional graduado em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo em pela Universidade Federal de Alagoas – UFAL (2002), Pós-Graduado em Gestão de Comunicação e Marketing Institucional pela Univesidade Castelo Branco (2007) Experiência de cerca de 15 anos em jornalismo, assessoria de comunicação e assessoria de imprensa. Principais trabalhos e projetos realizados: Câmara Municipal de Maceió, Diretor de Imprensa, 2001 a 2004; Instituto do Meio Ambiente, Assessor de Imprensa, 2004 a 2005; Conselho Regional de Economia, Assessor de Imprensa, 2004; O Jornal, Repórter e editor-adjunto de política, 2005; Jornal Primeira Edição, Repórter, 2005; Jornal Tribuna de Alagoas, Repórter, 2005 a 2007; Secretaria Municipal de Educação de Maceió (Semed), Apoio administrativo (efetivo), Desde 2005; Universidade Estadual de Ciências da Saúde (Uncisal), Assessor de Comunicação, 2007; Assembleia Legislativa de Alagoas, Assessor de Comunicação, janeiro de 2007 até dezembro de 2014; Câmara Municipal de Maceió, Assessor de Imprensa do vereador Ricardo Barbosa, dezembro de 2010 até novembro de 2012; Yayá Comunicação, Assessor de Imprensa do Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco, maio de 2013 até fevereiro de 2017. A base de trabalho deste profissional será Maceió (AL), CCR Baixo São Francisco.

Vitor Coelho Batista da Luz – Jornalista / Baixo São Francisco (Macéio/AL): Profissional graduado em Comunicação Social com habilitação Jornalismo em pela Universidade Federal de Alagoas – UFAL (2010), Pós-Graduado em Assessoria de Comunicação e Marketing pelo Centro Universitário CESMAC (2012) e graduando em Psicologia no Centro Universitário Tiradentes – Unit, com formação em 2018. Experiência de cerca 6 anos em jornalismo, assessoria de comunicação e assessorial de imprensa. Principais trabalhos e projetos realizados: Centro Universitário Tiradentes - Unit, 06/2014 até presente data, Jornalista e Assessor de imprensa; Associação Brasileira de Recursos Humanos – ABRH AL, 06/2013 até presente data, Jornalista, Assessor de Imprensa e Diretor de Comunicação; Revista Due, 02/2011 até presente data, Jornalista e Assessor de Imprensa; Atma Saúde e Bem-Estar, 06/2014 até 02/2016, Assessor de Imprensa; Faculdade Maurício de Nassau, 08/2012 até 07/2014, Jornalista e Assessor de Imprensa. A base de trabalho deste profissional será Maceió (AL), CCR Baixo São Francisco.

Hélio Ferreira Junior – Jornalista Brasília/DF

Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo pela Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Belo Horizonte (Fafi-BH) no primeiro semestre de 1997 e pós-graduando em Gestão da Comunicação nas Organizações, pelo UniCeub, em Brasília (DF). Atuação há 20 anos na produção e edição de reportagens, com passagem pela Rádio Itatiaia, em Belo Horizonte, como editor do Jornal da Itatiaia entre outubro de 1996 a janeiro de 2000. Repórter de editoria de Política do jornal O TEMPO, tanto em Belo Horizonte quanto em Brasília, como correspondente da sucursal, período em que esteve responsável pela cobertura diária do Congresso Nacional, Palácio do Planalto, Supremo Tribunal Federal, ministérios e autarquias. Como assessor de imprensa, passou pela Máquina da Notícia entre o final de 2009 e o início de 2010, período em que esteve responsável pelo atendimento da empresa Mastercard. Entre 2010 e o primeiro semestre de 2012, foi repórter do Caderno Brasília, suplemento do jornal Hoje em Dia, onde assumiu a produção das reportagens de capa do referido caderno. Entre 2012 e 2014, atuou na assessoria de imprensa do Sebrae Nacional como coordenador-adjunto da assessoria e coordenador do núcleo de comunicação interna da empresa. Em 2015, assumiu a coordenação de pauta da Agência Brasília (agência de notícias do Governo de Brasília), passando, em seguida, a compor a equipe da editoria de Política e Brasil do jornal Correio Braziliense, onde está até a presente data na cobertura dos acontecimentos no Congresso Nacional, Supremo Tribunal Federal e Palácio do Planalto. Principais trabalhos e projetos realizados: Correio Braziliense, De Out/2015 até a presente data, Repórter da editoria de Política e Brasil; Governo de Brasília, De Jan/2015 a Set/2015, Coordenador de pauta e editor; Sebrae Nacional, De Nov/2012 a Out/2014, Assessor, coordenador-adjunto da assessoria de imprensa e coordenador da comunicação interna; Jornal Hoje em Dia, De Mar/2010 a Abril/2012, Repórter; Jornal O TEMPO, De Ago/2003 a Out/2009, Repórter em BH e Brasília. Jornalista e Assessor de Imprensa em Brasília (DF) para pautas governamentais.

Produção de Áudio

Luciano Alvarenga Mafra – Jornalista, Produtor e Editor de Áudio: Profissional graduado em Comunicação Social com ênfase em Jornalismo no Centro Universitário Newton Paiva (2004). Especialização em Áudio pelo Instituto de Áudio-Vídeo e Engenharia de Áudio, pela Universidade Bituca. Experiência de 12 anos em veículos de mídia, como jornalista e radialista, produtor artístico, assessor de imprensa e produtor audiovisual e também nas áreas específicas, como produção de textos; criação e produção de jingle e spot de rádio; criação e produção de vídeo de divulgação; produção jornalística de matérias, releases, assessoria de imprensa, relações públicas e contatos com veículos de comunicação; criação, manutenção e atualização de site com matérias de rádio e textos jornalísticos para diário de bordo e reportagens. Produção de Spots de Rádio; Produção de conteúdos de divulgação, matérias e reportagens jornalísticas através de Centrais de Notícias; gerenciamento de conteúdo de sites, redes sociais e fornecimento de materiais para veículos de comunicação. Principais trabalhos realizados na área: Expedição Nadando com o Theo pelo Rio das Velhas, em 2013, para o Governo de Minas/ SEMAD/ Tanto Design Ltda; Festival Internacional de Cultura e Gastronomia de Araxá, em 2012, para a Fundação Cultural ACIA; Expedição Navegando com o Theo pelo Velho Chico, em 2010, para o Governo de Minas/ IEF/ Tanto Design Ltda; Comunicação CBH Velhas 2014/2016. Outros trabalhos anteriores: Bros. Comunicação e Design Ltda, De 2007 até 2009, Jornalista e Assessor de Imprensa; Rádio Show FM e Correio AM, De 2007 até 2008, Produtor Artístico e Assessor de Imprensa; Cia Elas Por Elas, De 2005 até 2006, Jornalista e Assessor de Imprensa; Supernova Comunicação, De 2004 até

2005, Jornalista e Assessor de Imprensa; ADEMG, De 2002 até 2003, Cargos ocupados: Jornalista e Assessor de Imprensa; Energia 97 FM, De 2000 até 2001, Editor Programa Rave 97; Paradox Music, De 2000 até 2001, Produtor artístico. A base de trabalho deste profissional será Belo Horizonte (MG), CCR Alto São Francisco.

Direção de Arte e Design Gráfico

Rodrigo Rezende de Angelis: Profissional formado em Design Gráfico (1999) pela Escola de Design/UEMG. Experiência de cerca de 20 anos em *comunicação*; design gráfico; publicidade; direção de arte e direção de criação; direção e produção de vídeo; conteúdo on-line; promoção de eventos. Experiência específica, de cerca de 13 anos em **projetos de comunicação voltado para atividades de meio ambiente, recursos hídricos, cultura e responsabilidade social**. Trabalhou como diretor de arte e criação nas agências DP Angelis e Bros Comunicação e Design. Foi sócio proprietário do Catado de Ideias Multi-Espaço, espaço destinado à realização de eventos empresariais e culturais. Atualmente atua como sócio-diretor na TantoExpresso Comunicação como coordenador de comunicação, designer gráfico, produção e gestão de conteúdo on-line e produtor audiovisual. Na TantoExpresso destacam-se os projetos de comunicação integrada e mobilização nas áreas de meio ambiente, recursos hídricos responsabilidade social e cultura, inclusive com o reconhecimento de “Melhor Exemplo em Educação Ambiental pelo Prêmio Hugo Werneck de Sustentabilidade & Amor à Natureza 2015” da Revista Ecológico, uma das mais importantes publicações jornalísticas especializada em meio ambiente e sustentabilidade do Brasil, para o Projeto Expedição Nadando com o Theo pelo Rio das Velhas. Áreas de atuação: Comunicação, Publicidade, Propaganda, Design Gráfico, Promoção, Marketing, Comunicação Interna, Endomarketing e Produção de Eventos, Direção de Criação e Coordenação de equipe de criação, incluindo diretores de arte, designers gráficos e de produto, redatores e fotógrafos; Planejamento e criação de campanhas comunicação, publicitárias, e promocionais; Elaboração orçamentária e de propostas comerciais; Criação peças gráficas, eletrônicas e de comunicação on-line; Direção criativa de trabalhos de empresas terceirizadas como Produtoras de Vídeo, Áudio e Web; Orçamento, Produção Gráfica, acompanhamento de produção e impressão;. Na comunicação de forma geral desenvolveu projetos para os seguintes clientes: Loterias da Caixa; Grupo Telemar - Telemar, Velox, Contax; Ponto Frio; Castrol, Grupo AmBev: Lipton, Guaraná Antarctica, Cervejaria Skol e Cervejaria Brahma; Postos Esso; Sadia; RDM - Rio Doce Mangânes; Cria Cultura; Diários Associados MG; Votorantim Metais; Kimberly Clark; Globo Minas; Gillette; Procter & Gamble; Livrarias Leitura; Água de Cheiro; Telemig Celular; NetiMóveis; Pizzarella; Grupo VDL; IETEC; Temperos Pirata; Plastubos; Restaurante Redentor; Prefeitura de Araxá; Colchobel; Campanhas Políticas para Prefeitura de Araxá e Prefeitura de Patos de Minas. Premiado como Prata na Categoria Outdoor no Anuário do Clube de Criação de Minas Gerais de 1999 para a campanha IPTU 1999 para a Prefeitura de Araxá e Bros Comunicação. Na área específica de Comunicação e Mobilização Social, destaca-se os seguintes clientes atendidos: Governo de Minas / SEMAD, IEF, Projeto Manuelzão, Programa Semeando Senar Minas, FAEMG, CBH Rio das Velhas, AGB Peixe Vivo, CBH Rio São Francisco; Na área de produção audiovisual e conteúdo on-line teve como principais clientes; Circuito Cultural Praça da Liberdade, Museu das Minas e do Metal, Memorial Minas Gerais Vale, Festival de Gastronomia de Araxá, FID – Fórum Internacional de Dança. A base de trabalho deste profissional será Belo Horizonte (MG), CCR Alto São Francisco.

Direção de Arte e Design Gráfico

Márcio Barbalho: Profissional formado em Design Gráfico em 2001 pela Escola de Design – UEMG. Atua como designer há 22 anos em criação de peças publicitárias, criação de marcas e identidades visuais, e ilustrações em parcerias com agências de comunicação e designers. Trabalhou em agências de publicidade e design como RC comunicação, Torchetti Design, Lápis Raro, New Design, Tom Comunicação, ProBrasil, Domínio Público, Jbis, 3Bits. Clientes como Embraer, Fiat, Vale, Petrobras, Pepsico, Sebrae, Itambé, CNH, Copasa, Sicoob, Vivo, Renova energia, Grupo Bel, PBH, Governo de Minas, TIM entre outras. Premiações: Bienal de design de São Paulo ano 2003 – Categoria Merchandise; Bienal de design de São Paulo ano 2007 – Categoria Embalagem

Ilustração, Design Gráfico e Publicidade

Clermont Cintra de Oliveira: Profissional formado em Publicidade e Propaganda pela UFMG em 2000 e Design Gráfico em 2001 pela Escola de Design – UEMG. Pós-graduado em Ilustração Criativa em 2003 pela EINA – Universidade Autônoma de Barcelona. Trabalhou em agências de publicidade e design como Agência Dez, Lápis Raro e New Design. Atua como autônomo há 12 anos em criação de peças publicitárias, criação de marcas e identidades visuais, e ilustrações em parcerias com agências de comunicação e designers. Clientes como Embraer, Fiat, Vale, Petrobras, Pepsico, Sebrae, Itambé, CNH, Copasa, Sicoob, Vivo, Renova energia, Grupo Bel, PBH entre outras.

Comunicação, Publicidade, Propaganda e Marketing

Maurilo Andreas Gomes da Silveira: Profissional graduado em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda formado em 1993 pela Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG e pós-graduado em Gestão de Negócios, Mercados e Projetos Interativos pelo i-Group. Experiência de mais de 20 anos em redação publicitária, direção de criação on e offline, planejamento de comunicação, marketing e mídia. Já recebeu vários prêmios e trabalhou em grandes agências mineiras, atendendo clientes de grande porte como o Governo de Minas Gerais – Secretaria de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável e Secretaria de Saúde. Também trabalhou com a Fundação ZooBotânica e com grandes empresas como Usiminas, Itambé, Banco BMG, CEMIG e muitas outras. Principais trabalhos e projetos realizados: Casablanca Comunicação, Diretor de Criação, julho 2012 / Agosto 2015; Tom Comunicação, Redator Sênior, julho 2009 / julho 2012; Domínio Público, Redator Sênior, junho 2007 / junho 2009; Tom Comunicação, Redator Sênior, abril 2005 / maio 2007; Domínio Público, Redator Sênior, junho 2004 / março 2005; Lápis Raro Comunicação, Redator Sênior, dezembro 2002 / maio 2004; Bros. Comunicação e Design, Diretor de Criação / planejamento, julho 2000 / novembro 2002; Solution Marketing e Comunicação, Redator Sênior, janeiro 1998 / junho 2000; Alcântara Comunicação, Redator Pleno, janeiro 1996 / dezembro 1997; ABC Propaganda, Redator Pleno, março 1995 / dezembro 1995; Promídia Comunicação e Marketing, Redator Junior, dezembro 1993 / fevereiro 1995. A base de trabalho deste profissional será Belo Horizonte (MG), CCR Alto São Francisco. Principais trabalhos e projetos desenvolvidos:

Comunicação Digital: Gerente de Conteúdo e Redes Sociais

Pedro Campos Vilela: Profissional formado em Design Gráfico (1999) pela Escola de Design/UEMG e pós-graduado em Arte e Contemporaneidade pela UEMG / Guinard. Experiência de cerca de 20 anos em *comunicação*; manutenção de sites e gerenciamento de conteúdo on-line para sites e redes sociais; direção e produção audiovisual; design gráfico; Experiência específica, de cerca de 13 anos em **projetos de comunicação voltados para atividades de meio ambiente e/ou recursos hídricos**. Sócio proprietário da Tanto Design Ltda, no cargo de coordenador de conteúdo on-line, diretor de vídeo e webmaster com atuação no mercado publicitário e empresarial nacional em diversas funções, experiência em liderança de equipes multidisciplinares na produção de conteúdo online. Atuação em comunicação, publicidade e design com especialidade na Comunicação Digital, Produção Audiovisual, e Gerenciamento de conteúdo on-line. Atuação específica na área de comunicação, educação e mobilização social em projetos voltados a meio ambiente, cultura e responsabilidade social. Na área ambiental e de mobilização, atuou como coordenador, líder de equipe, webmaster e gestor de conteúdo online, diretor de vídeo, atendendo clientes e projetos como: Governo de Minas / SEMAD, IEF, Projeto Manuelzão, Programa Semeando Senar Minas, CBH Rio das Velhas, AGB Peixe Vivo, Circuito Cultural Praça da Liberdade, Museu das Minas e do Metal, Memorial Minas Gerais Vale, CBH São Francisco, Festival de Gastronomia de Araxá, FID – Fórum Internacional de Dança. Agraciado com vários prêmios destacando Grand Prix de WebDesign no 6º Festival do anuário do Clube de Criação Publicitário de Minas Gerais, Fluxus Festival Internacional Cinema na Internet e BANFF 9ª Mostra Internacional de Filmes de Montanha, e mais recentemente o Melhor Exemplo em Educação ambiental no 6º prêmio Hugo Werneck com o projeto Nadando com Theo pelo Rios das Velhas no cargo de coordenador geral, gerente de conteúdo online e diretor de vídeo. A base de trabalho deste profissional será Belo Horizonte (MG), CCR Alto São Francisco.

Comunicação Digital: Web-Writer e Web-Master

Herbert Rafael da Silva e Freitas: Profissional formado em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) em 2000 e mestre pelo Media Center of Art and Design (Mecad) de Barcelona/ESP em 2005. Experiência de cerca de 20 anos com redação para web; design de interface; manutenção, atualização, redação, produção e gerenciamento de conteúdo para sites e redes sociais. Principais projetos e trabalhos: Ex NIHil Multimídia, 1999 até 2001, Designer de interfaces e web-writer para projetos interativos em CD-ROM e web; Solution Comunicação LTDA, De 2001 até 2003, Designer de interfaces e web-writer para projetos web; Lápis Raro Agência de Comunicação Ltda, De 2003 até 2004, Designer de interfaces e webwriter para projetos web; eMascaró Crossmedia, De 2005 até 2005, Designer de interfaces e desenvolvedor web para projetos web; De 2006 até 2006; Lápis Raro Agência de Comunicação Ltda, Designer de interfaces e webwriter para projetos web; 3bits Estúdio Criativo, De 2007 até o momento, Diretor de criação, Designer de interfaces e webwriter para projetos web e interação física; Comunicação Netimóveis, Out/2015 até presente data, Diretor de criação, web-writer e designer de interface, Criação, redação e gestão de toda a comunicação digital do cliente, produzindo produtos como site, redes sociais e estratégia de venda online; Amigos do Parque Nacional da Tijuca, Fev/2016 até presente data, Diretor de criação, web-writer e designer de interface, Criação de produtos digitais (site, redes sociais e ferramenta de doação) para a associação; Portal Coca-Cola Brasil, Jun/2014 até Setembro/2016, Diretor de criação, web-writer e designer de interface, Criação de interface e experiência do usuário para o portal corporativo para a empresa; Comunicação EPO Soluções Inovadoras, Jan/2014 até Dezembro/2016, EPO Engenharia, Planejamento e Obras, Diretor de criação, web-writer e designer de interface, Criação, redação e gestão de toda a comunicação digital do cliente, produzindo produtos como site, redes sociais e estratégia de venda online; Festival Internacional de Cultura e Gastronomia de Araxá, Jan/2012 até Outubro/2016, Fundação Cultural Acia, Web-master, Webtwitter, Gerente de Comunicação On-line, Criação, redação e gestão de toda a comunicação digital do cliente, produzindo produtos como site e redes sociais. A base de trabalho deste profissional será Belo Horizonte (MG), CCR Alto São Francisco.

Comunicação Digital: Web-Master

Lucas Baeta Alves Rosa: Profissional formado em Design Gráfico (2005) pela Universidade FUMEC e pós-graduado em Gestão de Negócios pelo Ibmec Business School (2006). Experiência de cerca de 12 anos em manutenção, atualização, redação, produção e gerenciamento de conteúdo para sites e redes sociais. Atua como Designer Gráfico e Web-Master, além de fazer gerenciamento de rede sociais, planejando e mensurando resultados de campanhas on line. Experiência de mais de dez anos em trabalhos como consultor de mídia digital, web-designer e web-master: entre 07/2009 e 12/2012 para Sofia Comunicação; Diretor de operações e design para Catfit – Site de compras coletivas entre 01/2011 e 07/2011; Diretor de planejamento e marketing para AMADi - Associação Mineira das Agências Digitais entre 10/2006 e 12/2010; Professor mídias digitais para Unipac - Universidade Presidente Antônio Carlos entre 03/2007 e 10/2008; Professor e Responsável técnico por treinamento e orientação profissional para Universidade Fumec entre 06/2002 e 06/2003. Diversos trabalhos executados como prestador de serviços na área de criação de site e customização de redes sociais; manutenção e atualização de site com conteúdos diários de divulgação de projetos gerados através de Centrais de Notícias; gerenciamento de conteúdo nas redes sociais, consultoria de comunicação on-line; criação de site em tecnologia "responsive"; manutenção, gerenciamento e atualização de site e redes sociais; criação de sistema para reservas on-line para Expedição Nadando com o Theo pelo Rio das Velhas, para a Governo de Minas – Semad – Tanto Design Ano de 2013; Sofia Comunicação, ano de 2009; Festival Internacional de Cultura e Gastronomia de Araxá, ano de 2012; Expedição Navegando com o Theo pelo Velho Chico, Governo de Minas – IEF – Tanto Design, ano de 2010; Fórum Internacional de Dança – FID – 2010, Comunicação 2014/2016 CBH Rio das Velhas. A base de trabalho deste profissional será Belo Horizonte (MG), CCR Alto São Francisco.

Fotografia:

Bianca Aun: Bianca Aun formou-se em Comunicação Social, especializando-se em Publicidade e Propaganda. Começou a trabalhar como fotógrafa em 1996. Fundou junto ao fotógrafo Miguel Aun, o estúdio M A Produções Fotográficas em 1998. Atua principalmente na cobertura de eventos culturais, como shows, teatro e artes plásticas, além de still em cinema e fotos para publicidade. Suas fotos foram publicadas em diversos jornais e revistas e ilustraram livros e outras publicações. Principais Projetos e trabalhos: CBH Rio São Francisco e AGB Peixe Vivo, Publicações Editoriais CBH Rio São Francisco, Junho/2016 até Dez/2016, Fotógrafa e Curadoria Fotográfica para 5 Publicações Editoriais; CBH Rio das Velhas / AGB Peixe Vivo, Comunicação CBH Rio das Velhas, Agosto/2014 até Agosto/2016, Fotógrafa, edição e tratamento de imagem; Governo de Minas / SEMAD / Tanto Design Ltda, Expedição Nadando com o Theo pelo Rio das Velhas, Março/2013 até Novembro/2013, Fotografia, edição e tratamento de imagem; Fundação Cultural ACIA, Festival Internacional de Cultura e Gastronomia de Araxá, Jan/2012 até Dezembro/2012, Fotografia, edição e tratamento de imagem; EXPOSIÇÕES/MOSTRAS: - "Aparecidas" Projeção Fotográfica Individual durante a Virada Cultural de Belo Horizonte 2014 - 08/2014 -Exposição Coletiva: II Mostra Mineira de Fotografia Durante o I Festival Foto em Pauta Centro Cultural Yves Alves - Tiradentes MG - 02/2011 -Exposição de integrantes da oficina "A Fotografia P&B- Centro Cultural Casa Guignard - Ouro Preto MG - 07/1998; Trabalhos em CINEMA: Still nos longa-metragens: "A Cidade Onde Envelheço", "O Segredo dos Diamantes", "Horizontes Mínimos", "Mão na Luva", "Moscou", "Arquitetura do Corpo", "Morada", "Pequenas Histórias", "Fronteira", "5 Frações de Uma Quase História", "O Diário da Tati", "Sonhos e Desejos", "Batismo de Sangue", "Depois Daquele Baile" e "Veias e Vinhos"; Trabalhos em TV: Still para os programas da Rede Globo: "A Segunda Dama", "Tapas e Beijios", "Malhação", "Amor e Sexo" -2014 Fotografias para programa "Dom&Juan e a Sua História" TV Alterosa- 2009 a 2012 Fotografias para a série "Amálgama Brasil" para canal Brasil e TV Brasil - 2008

Produção de Vídeo:

Leonardo Soares Lopes: Profissional formado em Comunicação Social, com habilitação em Relações Públicas (2002). Após um período de estudo de inglês fora do Brasil, inicia seu trabalho no mercado áudio visual em 2006, fundando a Voodoo Filmes e trabalhando como Cinegrafista, Editor e Diretor de Vídeo. Em 2007 passa a fazer parte da YesSports empresa especializada em produção de vídeo e assessoria de imprensa esportiva. Em 2010 ingressa na MTV Minas, permanecendo por 2 anos e trabalhando também como freelancer para a Band Minas, TantoExpresso Comunicação e outros clientes. Em 2012, passa-se dedicar a sua própria produtora a OX Vídeos. Principais Trabalhos e projetos: Yes Sports, Direção de fotografia, edição e produção, 2008 a 2010; MTV Minas, Direção de fotografia e edição, 2010 a 2012; Band Minas, Reporter cinematográfico, 2012; Ox Vídeos, Diretor, 2012 a atualmente; Semad - Governo de Minas - TantoExpresso, Expedição Navegando com o Theo pelo Velho Chico. Abril/2010 até Dezembro/2010, Cinegrafista, Editor de vídeos e relacionamento com imprensa, Produção de vídeos para site e redes sociais; Produção de Releases Eletrônicos em vídeo; Relacionamento e assessoria de imprensa; Philips Brasil no Rock In Rio, Outubro/2011, Direção, Direção de fotografia e edição; Governo de Minas / SEMAD / Tanto Expresso, Expedição Nadando com o Theo pelo Rio das Velhas, Março/2013 até Novembro/2013, Cinegrafista e Edição de Vídeo, Produção de vídeos para site e redes sociais; Produção de Releases Eletrônicos em vídeo; Relacionamento e assessoria de imprensa; Memorial Minas Gerais Vale e TantoExpresso, Conteúdo On-line Memorial Minas Gerais Vale, Janeiro/2013 até Janeiro/2014, Cinegrafista e Editor de vídeo, Registro e Edição de vídeo para produção de conteúdo áudio-visual sobre atividades culturais da instituição; Red Bull Brasil, Conquista da Pedra riscada, Setembro/2016, Diretor de fotografia, Direção de fotografia e imagens aéreas; Trade Comunicação, TV Mostra (Festival de Cinema de Tiradentes), Jan/2016, Diretor de fotografia; FAPEMIG e TantoExpresso, Produção de Vídeos - Programa INOVAMINAS FAPEMIG, Outubro/2015 até Junho/2016; Cinegrafista e Editor de Vídeo, Gravação de cenas e edição de 8 vídeos institucionais de 3 minutos; Fundação Cultural ACIA e TantoExpresso, Festival Internacional de Cultura e Gastronomia de Araxá, Janeiro/2012 até Outubro/2016, Cinegrafista e Editor de Vídeo, Registro e Edição de vídeo para produção de conteúdo áudio-visual para a 5ª, 6ª, 7ª, 8ª, 9ª Edições do Festival Internacional de Cultura e Gastronomia de Araxá; Trabalhos em TV - Programa Moto TV veiculado pela TV Bandeirantes em Rede Nacional e produzido pela Yes Sports no ano de 2008, Transmissão ao vivo das etapas do Campeonato mundial de motocross no Brasil nos anos de 2009 e 2010, Edição do Programa Trilha MTV produzido pela MTV Minas nos anos de 2010 a 2012, Direção de Fotografia e edição dos quadros de humor do 98 Futebol Clube no Programa Golasô da Band Minas no ano de 2012.

Assistente Administrativo e Operações:

Marcelo Silveira: Técnico em Administrador de Empresas e Gerente de Projetos há mais de 10 anos, atualmente estudante do curso de Processos Gerenciais. Principais trabalhos executados na área: Organização e Planejamento de Reuniões, Plenárias, Eventos, Mobilização Social e Plenárias Indígenas, nos anos de 2011 a 2013 para o Comitê de Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco - CBHSF, responsável pela logística e pelo gerenciamento dos transfers, aéreos, hospedagem e alimentação para os participantes. Atua como coordenador de mobilização, produtor local dos eventos, responsável pela alimentação, estrutura física, sonorização, filmagens, áudios e fotos. Confecção de relatórios, atas e de gravações. Responsável pela organização de encontros e reuniões, pelo acompanhamento, treinamento e coordenação de 16 mobilizadores para o processo eleitoral/2013 do Comitê de Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco – CBHSF/2013; Gerente operacional do Projeto Expedição Nadando com o Theo pelo Rio das Velhas para a Governo de Minas – Semad – Tanto Design/ 2013; Atuando como Produtor Executivo do Projeto de Comunicação CBH Rio das Velhas 2014/2016 e Projetos Editoriais CBHSF em 2016. Principais trabalhos:

2013 - Atual: Tanto Design Ltda, Produtor Executivo e de logística; 2011-2013 – 4 Pontos Turismo Ltda, Executivo de Contas, Captação de clientes; manutenção de clientes; acompanhamento nos serviços direcionados aos clientes; elaboração de eventos de clientes; acompanhamento dos eventos e em eventos; fechamento financeiro dos eventos; 2008-2009 – Panificadora Andrade Ltda, Gerente de Vendas, Captação de clientes, acompanhamento dos vendedores; criação de metas; acompanhamento dos resultados; 2000-2003 – Irmandade do hospital de Nossa Senhora das Dores, Gerente de Vendas, Melhoria nas vendas, acompanhamento dos vendedores; criação de metas; acompanhamento dos resultados; 1996-1999 – Distribuidora de Bebidas Vale Verde Ltda, Gerente Administrativo/comercial, Acompanhar os resultados da empresa; acompanhar supervisores e vendedores; criação e acompanhamento de metas; 1995-1996 – Poncal Atacadistas Ltda, Operador de Computador, Gerenciamento do sistema de informática; 1991-1996 – Secretaria de Estado da Fazenda - AF, Administrativo, treinamento de funcionários; instalação do sistema de informática; ministrar cursos e treinamentos para os funcionários da Secretaria; 1988-1991 – Minas Caixa, Digitador, Digitação e impressão de documentos.

Considerações Finais

A TantoExpresso disponibilizará 01(um) jornalista que estará à disposição do presidente do Comitê de Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco. A TantoExpresso manterá em período integral um jornalista no escritório regional de Maceió/AL e outro jornalista na sede da Agência Peixe Vivo, em Belo Horizonte/MG. Os trabalhos de escritório serão realizados nas instalações da contratada e da contratante (sede - Belo Horizonte e escritórios regionais - Maceió/AL, Petrolina/PE, Bom Jesus da Lapa/BA, além de Brasília/DF), conforme as exigências para o desenvolvimento dos serviços, e em toda a Bacia.

É importante ressaltar, conforme currículos e atestados de capacidade técnica à seguir, a experiência da equipe de trabalho apresentada neste Plano de Trabalho, em projetos de comunicação integrada, mobilização social e educação ambiental, especialmente na área de recursos hídricos e bacias hidrográficas. Além dos sócios-diretores, a maior parte da equipe de profissionais selecionados apresenta vasta experiência inclusive em projetos desenvolvidos na bacia do Rio São Francisco e em um dos seus mais importantes afluentes, o Rio das Velhas, atuando diretamente com seus principais atores entre Poder Público, Usuários de Água e Sociedade Civil Organizada.

A TantoExpresso acredita que essa experiência específica é um diferencial importantíssimo e um fator determinante para a realização de um trabalho de excelência em Comunicação Integrada, planejamento e atualização do programa de comunicação e relacionamento, prestação de serviços de consultoria e assessoria de imprensa, comunicação em recursos hídricos, criação e produção editorial de publicações e produção audiovisual para o Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco – CBHSF e Agência Peixe Vivo.



G) Produtos, cronograma de execução e percentual de pagamento

| ITEM DO ESCOPO | ATIVIDADES | PRODUTOS - MESES | | | | | | | | | | | |
|----------------|--|------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| | | 01 | 02 | 03 | 04 | 05 | 06 | 07 | 08 | 09 | 10 | 11 | 12 |
| E.1 | Plano de Trabalho Detalhado | | | | | | | | | | | | |
| E.2 | Programa de comunicação e relacionamento | | | | | | | | | | | | |
| E.3 | Reformulação do Portal do CBHSF | | | | | | | | | | | | |
| E.4 | Atualização de notícias no site e Gerenciamento de redes sociais | | | | | | | | | | | | |
| E.5 | Mapeamento e análise de stakeholders (públicos) e mídia | | | | | | | | | | | | |
| E.6 | Mailings e Banco de Dados de Mídia e Stakeholders | | | | | | | | | | | | |
| E.7 | Assessoria de Imprensa, Relacionamento e Relações Públicas | | | | | | | | | | | | |
| E.8 | Direção de Arte e Design Gráfico | | | | | | | | | | | | |
| E.9 | Proposta gráfica: Atualização de Comunicação Institucional CBHSF | | | | | | | | | | | | |
| E.10 | Clipping | | | | | | | | | | | | |
| E.11 | Plano de Prevenção de Crises | | | | | | | | | | | | |
| E.12 | Manual de Políticas e Procedimentos | | | | | | | | | | | | |
| E.13 | Media Training | | | | | | | | | | | | |
| E.14 | Oficinas de Comunicação | | | | | | | | | | | | |
| E.15 | Boletim Informativo Eletrônico - Quinzenal | | | | | | | | | | | | |
| E.16 | Jornal Impresso - Mensal | | | | | | | | | | | | |
| E.17 | Revista CBHSF - Semestral | | | | | | | | | | | | |
| E.18 | Produção de Conteúdo informativo em áudio, vídeo e fotografia | | | | | | | | | | | | |
| E.19 | Relatório Mensal | | | | | | | | | | | | |
| E.20 | Relatório Anual | | | | | | | | | | | | |

| PLANEJAMENTO DE DESEMBOLSO POR PRODUTO | PRODUTOS - MESES | | | | | | | | | | | |
|--|------------------|-----|-----|----|-----|-----|-----|----|-----|-----|----|-----|
| | 01 | 02 | 03 | 04 | 05 | 06 | 07 | 08 | 09 | 10 | 11 | 12 |
| | 5% | 10% | 10% | 5% | 10% | 10% | 10% | 5% | 10% | 10% | 5% | 10% |

Belo Horizonte, 12 de Abril de 2017

Paulo Campos Vilela
 Tanto Design Ltda - ME - CNPJ: 05.107.390/0001-17
 Av.Raja Gabaglia, 2680 – conj: 703 – Estoril
 Belo Horizonte – MG - Cep: 30494-170
 (31) 3515 2337 - contato@tantoexpresso.com.br



Razão Social: Tanto Design Ltda | **CNPJ:** 05.107.390/0001-17
Av. Raja Gabaglia, 2680 - Conjunto 703 - Bairro Estoril - Belo Horizonte - MG - 30494-170
(31) 3515 2337 - contato@tantoexpresso.com.br - www.tantoexpresso.com.br