

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



**tanto  
EXPRESSO**  
comunicação e  
mobilização social

**Produto 13 - Ano II - 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 2018*



## **ANO II**

# **Produto: Relatório 13**

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”

Belo Horizonte, 30 de abril de 2018.



# **Anexo I**

## **Plano de Trabalho e Programa de Comunicação e Relacionamento – Ano II**



# Plano de Trabalho e Programa de Comunicação e Relacionamento

## Ano II

**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”**



Em continuidades às ações desempenhadas no primeiro ano de contrato, o Programa de Comunicação e Relacionamento do CBH São Francisco aborda, de maneira detalhada, as ações, prioridades, temas, canais e ferramentas de Comunicação a serem adotados no âmbito da Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco no período de abril de 2018 a março de 2019. Mais uma vez está prevista a execução de um Plano de Mídia espontânea, o qual engloba as iniciativas de comunicação social com especificação de potenciais meios de divulgação do CBH São Francisco.



## Sumário

Apresentação .....	27
Justificativa.....	28
Diretrizes .....	30
Objetivos .....	31
Público Alvo .....	32
Abrangência .....	33
Metodologia.....	37
Metas.....	38
Áreas de Atuação.....	39
Produtos .....	47
Plano de Mídia .....	50
Equipe .....	53
Cronograma .....	60
Mensuração de Resultados .....	61



## Apresentação

O presente Programa de Comunicação e Relacionamento tem como objetivo de dar continuidade e atualizar as atividades que serão desenvolvidas visando o alcance dos objetivos definidos no Plano de Trabalho para o Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco (CBHSF).

O objetivo deste Programa é direcionar as ações de comunicação do CBH São Francisco, assegurando que a comunicação entre o Comitê e seus diversos públicos seja realizada de maneira coordenada e eficiente, correspondendo às mais diversas necessidades de informação dos públicos de interesse. E, ainda, assegurando a oferta e a difusão de informações sobre as ações e a gestão do CBH São Francisco, em escalas nacional, regional e local.

Dando prosseguimento às ações implementadas no primeiro ano de contrato, esta proposta também inclui ações continuadas necessárias ao fortalecimento da marca, a identidade e o papel do Comitê junto aos variados públicos e à sua consolidação como agente e ator estratégico na gestão dessa bacia de vital importância histórica e estratégica para o Brasil.



## Justificativa

O CBH São Francisco é ator estratégico no papel de fomento à integração dos principais atores regionais que atuam na Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco, visando ampliar uma sinergia que favoreça a gestão sustentável dessa Bacia. Tendo como secretaria executiva a Agência Peixe Vivo, o Comitê 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 diversos segmentos sociais que representam.

A Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco é de grande dimensão e alta complexidade, ocupa uma área de aproximadamente 640 mil km<sup>2</sup>, abrange seis Estados (Minas Gerais, Bahia, Goiás, Pernambuco, Sergipe, Alagoas) e o Distrito Federal, englobando 505 municípios com grandes diferenças socioculturais, onde inúmeros organismos tratam o seu desenvolvimento. Assim, dentre os objetivos do CBH São Francisco, destaca-se a função de gerenciar o uso dos recursos hídricos ao longo de toda a Bacia Hidrográfica.

A comunicação integrada bem planejada e devidamente executada é uma ferramenta essencial para se alcançar este propósito, pois possibilita ao Comitê manter uma sistemática comunicação com os diferentes segmentos sociais nele representados (usuários, poder público e sociedade civil dos diferentes estados), colaborando na articulação de tais segmentos, além de dar publicidade a todas as ações do CBHSF. O escopo da proposta está organizado de forma a atender às seguintes premissas da Comunicação Social:

**Transparência:** franqueza sobre decisões e atividades que afetam a sociedade, a economia, e o meio ambiente, e o compromisso de comunicá-las de forma clara, precisa, oportuna, honesta e completa.

**Diálogo:** reflexão conjunta e observação cooperativa da experiência.

**Engajamento das partes interessadas (stakeholders):** qualquer atividade de diálogo promovida entre a organização e um ou mais públicos de relacionamento, com o objetivo de compartilhar e compreender interesses e expectativas mútuos; deve ser respeitoso, inclusivo, participativo, adequado a cada tipo de stakeholders e visando promover o envolvimento e comprometimento entre as partes.



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 CBH São Francisco, 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 Comitê/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.

Por meio da gestão de fluxos de informações, o trabalho aqui proposto abrange 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 dar continuidade ao envolvimento dos 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.

O Programa de Comunicação justifica-se na medida em que é necessário dar continuidade à promoção do fortalecimento institucional, disseminar as ações, difundir conhecimento e dar visibilidade às ações do Comitê, alinhado com as estratégias de gestão do Comitê.



## Diretrizes

Dando prosseguimento às atividades executadas no primeiro ano de contrato e tendo em vista que as iniciativas foram bem sucedidas, continuam sendo diretrizes para o desenvolvimento das ações de comunicação para o CBH São Francisco:

- ✓ Utilizar linguagem clara e acessível em todas as formas de comunicação, bem como metodologias que respeitem as especificidades dos diferentes públicos envolvidos nos processos informativos;
- ✓ Reconhecer e incluir diferentes saberes, culturas, etnias e visões de mundo na elaboração de material de divulgação;
- ✓ Articular com órgãos e instituições públicas e privadas de ensino e pesquisa e demais entidades envolvidas em processos de formação;
- ✓ Utilizar as diversas tecnologias e mídias de comunicação a fim de respeitar a diversidade de condições de acesso dos atores sociais;
- ✓ Promover a comunicação, por meio do acesso democrático dos cidadãos à produção e difusão da informação;
- ✓ Valorizar os aspectos culturais tradicionais e locais e de sabedoria popular;
- ✓ Entre outros.



## Objetivos

### 1. Objetivo geral

Dar continuidade ao Programa de Comunicação implantando em 2017, de modo a assegurar a oferta e a difusão de informações sobre as ações e a gestão do CBH São Francisco, em escalas nacional, regional e local.

### 2. Objetivos Específicos

- ✓ Tornar efetiva a comunicação entre o CBH São Francisco e os diferentes públicos envolvidos;
- ✓ Desenvolver atividades de relacionamento com a mídia (assessoria de imprensa);
- ✓ Aprimorar os processos de comunicação interna do Comitê;
- ✓ Planejar estratégias com vistas a difundir conceitos indutores de práticas positivas;
- ✓ Apoiar o processo de mobilização social;
- ✓ Fortalecer a marca institucional do CBH São Francisco.



## Público Alvo

- ✓ Diretoria e colaboradores do CBH São Francisco;
- ✓ Membros do CBH São Francisco;
- ✓ Membros das Câmaras Consultivas Regionais do Alto, Médio, Submédio e Baixo São Francisco;
- ✓ Membros das Câmaras Técnicas (CTPPP, CTIL, CTOC, CTAI, CTCT);
- ✓ Membros dos Comitês Afluentes do Rio São Francisco;
- ✓ Instituições parceiras;
- ✓ Órgãos do governo federal, governos estaduais e distrital (Minas Gerais, Bahia, Goiás, Pernambuco, Alagoas, Sergipe e Distrito Federal), e dos 505 municípios integrantes da Bacia;
- ✓ Associações, universidades, institutos, empresas e demais entidades de interesse no âmbito da Bacia;
- ✓ Públicos das mídias tradicionais e da web;
- ✓ Formadores de opinião;
- ✓ Sociedade em geral.

## Abrangência

Este Programa de Comunicação engloba ações que contemplam os 505 municípios pertencentes à Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco, distribuídos pelos estados de Minas Gerais, Bahia, Goiás, Pernambuco, Alagoas, Sergipe, além do Distrito Federal. Aproximadamente 16 milhões de pessoas habitam a Bacia, havendo uma maior concentração demográfica no região do Alto São Francisco. Estima-se que a população urbana representa mais de 75% deste total.





No geral, as ações abrangem todos os municípios. Apesar disso, em se tratando de repercussão de mídia, isto não será possível na totalidade dos municípios, uma vez que alguns deles não dispõem de veículos de Comunicação impressa, por exemplo. Ainda assim, estas populações serão buscadas através das mídias sociais e recursos de web.

Abaixo os municípios integrantes da Bacia do Rio São Francisco, por estado:

Distrito Federal	Goiás		
Brasília	Cristalina	Formosa	Cabeceiras

Bahia				
Abaré	Casa Nova	Ipupiara	Mortugaba	Santa Rita de Cássia
América Dourada	Catolândia	Irecê	Mulungu do Morro	Santana
Angical	Caturama	Itaguaçu da Bahia	Muquém de São Francisco	São Desidério
Baianópolis	Central	Iuiú	Novo Horizonte	São Félix do Coribe
Barra	Chorrochó	Jaborandi	Oliveira dos Brejinhos	São Gabriel
Barra do Mendes	Cocos	Jacaraci	Ourolândia	Seabra
Barreiras	Coribe	Jacobina	Palmas de Monte Alto	Sebastião Laranjeiras
Barro Alto	Correntina	Jaguarari	Paramirim	Sento Sé
Bom Jesus da Lapa	Cotegipe	Jeremoabo	Paratinga	Serra do Ramalho
Boninal	Cristópolis	João Dourado	Paulo Afonso	Serra Dourada
Bonito	Curaçá	Juazeiro	Pedro Alexandre	Sítio do Mato
Boquira	Érico Cardoso	Jussara	Piatã	Sobradinho Uauá
Botuporã	Feira da Mata	Lapão	Pilão Arcado	Souto Soares
Brejolândia	Formosa do Rio Preto	Luís Eduardo Magalhães	Pindaí	Tabocas do Brejo Velho
Brotas de Macaúbas	Gentio do Ouro	Macaúbas	Presidente Dutra	Tanque Novo
Buritirama	Glória	Macururé	Remanso	Uibaí
Caetité	Guanambi	Malhada	Riachão das Neves	Umburanas
Cafarnaum	Ibipeba	Mansidão	Riacho de Santana	Urandi
Campo Alegre de Lourdes	Ibipitanga	Matina	Rio de Contas	Várzea Nova
Campo Formoso	Ibitiara	Miguel Calmon	Rio do Pires	Wanderley
Canápolis Canarana	Ibititá	Mirangaba	Rodelas	Xique-Xique
Candiba	Ibotirama	Morpará	Santa Brígida	
Carinhanha	Igaporã	Morro do Chapéu	Santa Maria da Vitória	

Minas Gerais				
Abaeté	Congonhas	Itacarambi	Montes Claros	Riacho dos Machados
Araçá	Congonhas do Norte	Itaguara	Morada Nova de Minas	Ribeirão das Neves
Arapuá	Conselheiro Lafaiete	Itapecerica	Morro da Garça	Rio Acima
Araújos	Contagem	Itatiaiuçu	Natalândia	Rio Manso
Arcos	Coração de Jesus	Itaúna	Nova Lima	Rio Paranaíba
Arinos	Cordisburgo	Itaverava	Nova Porteirinha	Sabará
Augusto de Lima	Corinto	Jaboticatubas	Nova Serrana	Santa Fé de Minas
Baldim	Córrego Danta	Jaíba	Nova União	Santa Luzia
Bambuí	Córrego Fundo	Janaúba	Oliveira	Santa Rosa da Serra
Belo Horizonte	Cristiano Ottoni	Januária	Onça de Pitangui	Santana de Pirapama
Belo Vale	Crucilândia	Japaraíba	Ouro Branco	Santana do Riacho
Betim	Curvelo	Japonvar	Ouro Preto	Santo Antônio do Monte
Biquinhas	Datas	Jeceaba	Pai Pedro	Santo Hipólito
Bocaiúva	Desterro de Entre Rios	Jequitaiá	Paineiras	São Brás do Suaçuí
Bom Despacho	Diamantina	Jequitibá	Pains	São Francisco
Bonfim	Divinópolis	João Pinheiro	Papagaios	São Francisco de Paula
Bonfinópolis de Minas	Dom Bosco	Joaquim Felício	Pará de Minas	São Gonçalo do Abaeté
Bonito de Minas	Dores do Indaiá	Juatuba	Paracatu	São Gonçalo do Pará
Brasilândia de Minas	Doresópolis	Juramento	Paraopeba	São Gotardo
Brasília de Minas	Engenheiro Navarro	Juvenília Lagamar	Passa Tempo	São João da Lagoa
Brumadinho	Entre Rios de Minas	Lagoa da Prata	Patis	São João da Ponte
Buenópolis	Esmeraldas	Lagoa dos Patos	Patos de Minas	São João das Missões
Buritiz	Espinosa	Lagoa Dourada	Pedra do Indaiá	São João do Pacuí
Buritizeiro	Estrela do Indaiá	Lagoa Formosa	Pedras de Maria da Cruz	São Joaquim de Bicas
Cabeceira Grande	Felixlândia	Lagoa Grande	Pedro Leopoldo	São José da Lapa
Cachoeira da Prata	Florestal	Lagoa Santa	Pequi	São José da Varginha
Caetanópolis	Formiga	Lassance	Perdigão	São Romão
Caeté	Formoso	Leandro Ferreira	Piedade dos Gerais	São Roque de Minas
Campo Azul	Fortuna de Minas	Lontra	Pimenta	São Sebastião do Oeste
Campos Altos	Francisco Dumont	Luislândia Luz	Pintópolis	Sarzedo
Capim Branco	Francisco Sá	Mamonas	Piracema	Serra da Saudade
Capitão Enéas	Funilândia	Manga	Pirapora	Serranópolis de Minas
Capitólio	Gameleiras	Maravilhas	Pitangui	Sete Lagoas
Carmo da Mata	Glaucilândia	Mário Campos	Piumhi	Tapiraí
Carmo do Cajuru	Gouveia	Martinho Campos	Pompéu	Taquaraçu de Minas
Carmo do Paranaíba	Guaraciama	Mateus Leme	Ponto Chique	Tiros
Carmópolis de Minas	Guarda-Mor	Matias Cardoso	Porteirinha	Três Marias
Casa Grande	Ibiaí	Mato Verde	Pratinha	Ubaí
Catuti	Ibiracatu	Matozinhos	Presidente Juscelino	Unaí
Cedro do Abaeté	Ibirité	Matutina Medeiro	Presidente Kubitschek	Uruana de Minas
Chapada Gaúcha	Icaraí de Minas	Mirabela	Presidente Olegário	Uruçuaia
Claro dos Poções	Igarapé	Miravânia	Prudente de Moraes	Vargem Bonita
Cláudio	Igaratinga	Moeda	Quartel Geral	Varjão de Minas
Conceição do Mato Dentro	Iguatama	Moema	Queluzito	Várzea da Palma
Conceição do Pará	Inhaúma	Monjolos	Raposos	Varzelândia
Cônego Marinho	Inimutaba	Montalvânia	Resende Costa	Vazante
Confins	Itabirito	Monte Azul	Riachinho	Verdelândia
				Vespasiano

Pernambuco				
Afogados da Ingazeira	Carnaíba	Ipupi	Pesqueira	Serrita
Afrânio	Carnaubeira da Penha	Itacuruba	Petrolândia	Sertânia
Águas Belas	Cedro	Itaíba	Petrolina	Solidão
Alagoinha	Custódia	Itapetim	Quixabá	Tabira
Araripina	Dormentes	Jatobá	Salgueiro	Tacaratu
Arcoverde	Exu	Lagoa Grande	Saloá	Terra Nova
Belém de São Francisco	Flores	Manari	Santa Cruz	Trindade
Betânia Bodocó	Floresta	Mirandiba	Santa Cruz da Baixa Verde	Triunfo
Bom Conselho	Granito	Moreilândia	Santa Filomena	Tupanatinga
Brejinho	Iati	Orocó	Santa Maria da Boa Vista	Tuparetama
Buíque	Ibimirim	Ouricuri	Santa Terezinha	Venturosa
Cabrobó	Iguaraci	Paranatama	São José do Belmonte	Verdejante
Caetés	Inajá	Parnamirim	São José do Egito	
Calumbi	Ingazeira	Pedra	Serra Talhada	

Alagoas				
Água Branca	Delmiro Gouveia	Jaramataia	Olho d'Água Grande	Poço das Trincheiras
Arapiraca	Dois Riachos	Junqueiro	Olivença	Porto Real do Colégio
Batalha	Estrela de Alagoas	Lagoa da Canoa	Ouro Branco	Santana do Ipanema
Belo Monte	Feira Grande	Limoeiro de Anadia	Palestina	São Brás
Cacimbinhas	Feliz Deserto	Major Isidoro Maravilha	Palmeira dos Índios	São José da Tapera
Campo Grande	Girau do Ponciano	Mata Grande	Pão de Açúcar	São Sebastião
Canapi	Igaci	Minador do Negrão	Pariconha	Senador Rui Palmeira
Carneiros	Igreja Nova	Monteirópolis	Penedo	Teotônio Vilela
Coruripe	Inhapi	Olho d'Água das Flores	Piaçabuçu	
Craíbas	Jacaré dos Homens	Olho d'Água do Casado	Piranhas	

Sergipe				
Amparo de São Francisco	Cedro de São João	Japaratus	Nossa Senhora da Glória	Propriá
Aquidabã	Feira Nova	Japoatã	Nossa Senhora de Lourdes	Santana do São Francisco
Brejo Grande	Gararu	Malhada dos Bois	Pacatuba	São Francisco
Canhoba	Gracho Cardoso	Monte Alegre de Sergipe	Pirambu	Telha
Canindé de São Francisco	Ilha das Flores	Muribeca	Poço Redondo	
Capela	Itabi	Neópolis	Porto da Folha	



## Metodologia

O trabalho continuará abrangendo toda a rede de atores da Bacia, otimizando as relações do Comitê e Agência Peixe Vivo com os públicos envolvidos, por meio da gestão de fluxos de informações.

A já conhecida diversidade socioeconômica, de públicos, de temáticas e de problemas ao longo da Bacia demanda que as atividades desenvolvidas continuem sendo adaptadas a cada contexto, de maneira a se obter resultados mais eficientes e positivos, por meio da adoção de metodologias e técnicas participativas, ampliando o ambiente favorável ao envolvimento e à participação efetiva dos públicos.

A comunicação e o relacionamento promovidos na Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco prosseguirão de modo participativo, provocando e convocando toda a população a engajar-se à gestão das águas. Para tanto, nesse processo continuamente serão adotadas metodologias que valorizem os sujeitos, os saberes tradicionais e a diversidade cultural e política.

Continuarão sendo utilizadas as mais avançadas e variadas ferramentas de comunicação social: recursos audiovisuais, tecnológicos, imagéticos, sonoros, midiáticos e digitais. Conforme observado no primeiro ano do contrato, essas ferramentas potencializam os resultados da comunicação e permitem seu prolongamento no tempo através do registro e documentação. Os produtos de comunicação resultantes podem 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.

## Metas

OBJETIVOS	ESTRATÉGIA
Implantar um Programa de Comunicação que assegure a oferta e a difusão de informações sobre as ações e a gestão do CBH São Francisco, em escalas nacional, regional e local.	Mapear os segmentos identificados como público alvo e mantê-los informados sobre a atuação do CBH São Francisco
Tornar efetiva a comunicação entre o CBH São Francisco e os diferentes públicos envolvidos.	Implantar e aprimorar instrumentos e canais de comunicação, desenvolver conteúdos próprios para manter os stakeholders informados sobre as ações do CBH São Francisco
Desenvolver atividades de relacionamento com a mídia (assessoria de imprensa);	Estabelecer e intensificar o relacionamento com os veículos de comunicação e seus agentes, visando mídia espontânea para divulgação das informações do Comitê.  Trabalhar para que o CBH São Francisco consolide-se como fonte referência para a imprensa.  Buscar continuamente mídia espontânea através de sugestões de pauta, envio de releases relacionados com a atuação do Comitê e geração de conteúdo próprio.
Aprimorar os processos de comunicação interna do Comitê;	Buscar continuamente ferramentas e estratégias que facilitem a transferência de informação para o público interno do Comitê, seja aprimorando os canais de comunicação existentes, seja criando novas opções.
Planejar estratégias com vistas a difundir conceitos indutores de práticas positivas	Identificar potenciais patrocinadores e firmar parcerias para a realização de eventos e campanhas voltados para o público da Bacia, abordando as realidades locais.
Apoiar o processo de mobilização social;	Desenvolver campanhas e atividades de sensibilização e conscientização junto às comunidades da Bacia. Criar materiais informativos em apoio às atividades da equipe de mobilização social.
Fortalecer a marca institucional do CBH São Francisco	Promover continuamente a marca institucional do CBH São Francisco através de geração constante de conteúdo próprio, publicações impressas (Boletim e Revista), além do site e mídias sociais.



## Áreas de Atuação

Para o alcance dos objetivos propostos neste Programa de Comunicação, as seguintes áreas serão trabalhadas conforme descrito a seguir:

### 1 e 2.

#### **Plano de Trabalho Detalhado e Programa de Comunicação e Relacionamento**

### **3. Atualização do Portal do CBH São Francisco**

Atualização do portal para aprimoramento da nova arquitetura de informação e design implementada. Realizar as alterações necessárias no site do Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco, visando torná-lo ainda mais dinâmico e atrativo para os usuários, facilitando também a navegação e a busca de informações. Pretende-se que o portal continue sendo o grande agregador de conteúdo multimídia sobre as atividades do CBHSF.

### **4. Atualização de notícias no Portal e Gerenciamento de Redes Sociais**

Atualização constante de conteúdo, com inserção de notícias e documentos no portal do CBHSF e da Agência Peixe Vivo. Criação de banners e vinhetas gráficas para informações factuais; além da apuração, redação e aprovação de ilustrações e infográficos a serem inseridos nos sites e redes sociais de maneira contínua.

**Central de Conteúdo:** Consolidar a já disponibilizada Central de Conteúdo, indo além da redação nas notícias, incluindo vídeos, podcasts, fotos e apresentações, por exemplo. Dar prosseguimento à utilização dos recursos disponíveis para armazenamento e compartilhamento de conteúdo em ambiente virtual, através de plataformas como ISSU, Youtube, Soundcloud e Flickr, ampliando a interatividade e produção de conteúdo multimídia. Para a disponibilização dos arquivos também será avaliado o desenvolvimento de um aplicativo.

**Gerenciamento de redes sociais:** Atualização de conteúdo (notas, fotos, vídeos) nas redes sociais do CBH São Francisco, objetivando engajamento e visibilidade. Continuarão a ser feitas postagens de notas, vídeos e fotos, tais como a “Imagem do Dia”, no qual será destacada uma imagem do acervo existente da Bacia, no âmbito do Instagram, por exemplo. Propõe-se também a inserção de frases do dia, com aspas de frases ditas por atores relevantes da área nos eventos do CBH São Francisco. As postagens seguirão abrangendo a cobertura dos eventos de



modo geral. Além disso, as redes sociais são espaço para divulgação de notícias mais leves, menções a eventos e datas comemorativas, recebimento de mensagens dos interessados na causa da gestão dos recursos hídricos. É uma opção que comprovadamente proporciona proximidade com o público, ampliação do alcance e comunicação com a sociedade. Além de difundir informação, tem o intuito de chamar a atenção para o portal e, conseqüentemente, gerar fluxo de acessos no mesmo. Continuamente é realizado diagnóstico de imagem para identificação do posicionamento digital do Comitê e o controle de uma reputação positiva junto aos públicos de interesse.

## **5. Mapeamento e análise de mídia e stakeholders;**

Geração de um novo relatório com a atualização do mapeamento de mídia e demais públicos de interesse do CBHSF realizado no primeiro ano de contrato. Tal mapeamento reúne instituições atuantes na Bacia do Rio São Francisco, contatos regionalizados de veículos de comunicação, sites, blogueiros, jornais impressos locais, revistas segmentadas, entre outros, para divulgação dos conteúdos produzidos para imprensa e sociedade em geral.

## **6. Mailing e Banco de Dados de Mídia e Stakeholders**

Também será feita a atualização do banco de dados consolidado em 2017 com informações sobre jornalistas e mídia on e off-line, além dos stakeholders e público que acompanham o setor de atuação do CBH São Francisco. Inicialmente foram identificados cerca 5.000 contatos que de maneira contínua serão incrementados e atualizados através do Mailing do CBH São Francisco. O banco de dados será disponibilizado em formato digital, possibilitando a fácil consulta e filtragem dos dados.

## **7. Assessoria de Imprensa, Relacionamento e Relações Públicas**

### **Assessoria de Imprensa**

Ação permanente de assessoria, com auxílio aos membros da Diretoria do Comitê para atendimento à imprensa, intermediação de entrevistas, sugestão de pautas, e o monitoramento das notícias veiculadas para produzir respostas, quando necessário, tal como realizado no primeiro ano de contrato.

Prosseguimento das iniciativas de organização de coletivas de imprensa para esclarecimentos de assuntos específicos de grande relevância no âmbito de atuação do Comitê, envolvendo sugestão de pauta, convite à imprensa, elaboração de press-kits, preparação dos porta-vozes, cobertura das entrevistas, além da organização do local físico da entrevista coletiva.



Permanente produção de conteúdo jornalístico abrangendo os assuntos de interesse do CBH São Francisco, bem como a cobertura dos eventos. Sucessivamente serão enviados releases para imprensa geral e regionalizada. Também será dado prosseguimento no envio de sugestões de pauta para imprensa visando à cobertura dos eventos e geração de mídia espontânea em meios de comunicação impresso, rádio, tv, web. Estão previstas reuniões de pauta rotineiras.

Continuam sendo temas de cobertura e geração de pauta:

- ✓ Atuação do Comitê
- ✓ Atuação das Câmaras Consultivas Regionais
- ✓ Cobrança pelo uso da água
- ✓ A Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco
- ✓ Assuntos temporais
- ✓ Reuniões Plenárias
- ✓ Reuniões de Câmaras Técnicas
- ✓ Dias de Campo
- ✓ Crise hídrica, transposição, nível de reservatórios, entre outros.

#### **Relacionamento e Relações Públicas**

Continuidade do relacionamento com potenciais parceiros por meio de reuniões com prefeitos, secretários de meio ambiente/cultura/educação, presidentes das Câmaras Municipais, representantes locais de Usuários, Sociedade Civil e Poder Público e outros órgãos governamentais instalados na cidade ou na sua região, ONGs, Polícia Militar, Ambiental, Ministério Público, entidades ambientais, diretoras e professoras de escolas públicas, entre outros, para apresentação das iniciativas do Comitê, a exemplo dos projetos hidroambientais, com o objetivo de obter adesão e colaboração.

Gestão permanente de relacionamento com todos os públicos, trabalhando com o fluxo de informação interno e lidando com a comunidade externa ligada ao CBH São Francisco, com a identificação de potenciais patrocinadores para viabilizar parcerias.

Ampliação da realização de visitas técnicas visando divulgação do Comitê e resultando em produção de conteúdo multimídia, para produção de conteúdo para publicações impressas, site e redes sociais, além de material institucional. E, ainda, para divulgação institucional, mobilização social e fomento às parcerias locais.



### **Comunicação internacional**

Desenvolvimento de material institucional bilíngue, com o intuito de apoiar o CBH São Francisco nas ações de articulação internacional. Dada a crescente participação do Comitê em eventos, ações e iniciativas em outros países, serão preparados e enviados conteúdos para entidades internacionais parceiras. Além de outras ações de comunicação que se fizerem necessárias para colaborar com o intercâmbio do Comitê com outros países.

## **8. Direção de Arte e Design Gráfico**

Continuidade na criação gráfica e de layouts para peças on e off-line com temática institucional, de campanhas, eventos e ações específicas, com o objetivo de difundir ideias associadas ao CBH São Francisco; além da análise de demandas e produtos de acordo com o público alvo. Assim como no primeiro ano de contrato, as atividades de Direção de Arte possibilitarão a ampliação da difusão da comunicação do Comitê, bem como o próprio fortalecimento da marca.

## **9. Proposta Gráfica: criação de identidades institucionais**

Promover o aprimoramento da identidade institucional do CBHSF, visando o constante fortalecimento da marca através da produção de materiais padrão e disposição de especificações de critérios para reprodução da identidade. A proposta segue sendo a integração e a padronização da imagem de todos os canais de comunicação utilizados pelo CBH São Francisco, tais como portal, Boletim Eletrônico, Jornal mensal, Revistas, redes sociais e materiais gráficos para Eventos, Plenárias, entre outros.

A atenção à atualização do conceito gráfico e identidade visual institucional do CBHSF deve-se à busca de uma imagem mais integrada para todo o Comitê.

## **10. Clipping**

Prosseguimento no acompanhamento das matérias veiculadas sobre o CBH São Francisco, do seu setor de atuação, dos stakeholders e das principais discussões ambientais, econômicas e políticas; por meio de serviço de empresa especializada em clipping de veículos de mídia.

O clipping continuará sendo disponibilizado em área específica do site do CBHSF e redes sociais, além de ser enviado quinzenalmente no Boletim Eletrônico.



## 11. Plano Setorial de Comunicação

Elaboração de Plano Setorial de Comunicação com a finalidade de subsidiar as ações do CBH São Francisco para os diversos setores nele representados. O Plano tende a ser um referencial para o compartilhamento de informações referentes às formas organizacionais e procedimentos adotados pelo Comitê. Além disso, tem a intenção de aproximar as ações, práticas e contribuições do CBH para a sociedade, o poder público e usuários de água estimulando o conhecimento das competências e responsabilidades das instituições que compõem e realizam a gestão das águas na Bacia do São Francisco.

Este produto é resultado de uma demanda do CBH São Francisco observada durante o primeiro ano de contrato. Em 2017 foi desenvolvido o Plano de Prevenção de Crises, o qual o Plano Setorial de Comunicação veio substituir por serem semelhantes no que se refere ao formato e ao objetivo de aprimorar a comunicação do Comitê com seus diversos públicos.

## 12. Manuais Institucionais

Criação de texto e layout de manuais institucionais em formato de cartilha, abordando as 4 CCRs - Câmaras Consultivas Regionais

### **Cartilha: CCR Alto**

Criação de texto e layout de cartilha abordando a CCR Alto, sua composição, membros, características físicas, geográficas, fauna, flora, população, cultura local e sua relevância no âmbito da Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco.

### **Cartilha: CCR Médio**

Criação de texto e layout de cartilha abordando a CCR Médio, sua composição, membros, características físicas, geográficas, fauna, flora, população, cultura local e sua relevância no âmbito da Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco.

### **Cartilha: CCR Sub-Médio**

Criação de texto e layout de cartilha abordando a CCR Sub-Médio, sua composição, membros, características físicas, geográficas, fauna, flora, população, cultura local e sua relevância no âmbito da Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco.

### **Cartilha: CCR Baixo**



Criação de texto e layout de cartilha abordando a CCR Baixo, sua composição, membros, características físicas, geográficas, fauna, flora, população, cultura local e sua relevância no âmbito da Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco.

### **13. Media Training**

Realização de oficinas de Media Training visando o treinamento dos principais porta-vozes do CBHSF. A atividade tem a finalidade de 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.

### **14. Oficina de Comunicação**

Planejamento e realização de oficina de capacitação sobre os processos de comunicação social para a diretoria colegiada, coordenadores das câmaras consultivas regionais, bem como das câmaras técnicas do CBHSF, no intuito de melhorar a percepção dos benefícios e da relevância de uma comunicação eficaz.

### **15. Boletim Informativo Eletrônico**

Prosseguimento da publicação quinzenal do Boletim Eletrônico, em formato web, com layout atualizado em 2017, enviado por email, com notícias de eventos e outras novidades de interesse do público alvo, tais como agenda de reuniões, dia de campo, cobertura de eventos e acontecimentos diversos, com o objetivo de informar os interessados e gerar acessos no site. Cada boletim eletrônico contempla em média 08 matérias jornalísticas com fotos de alta qualidade, além do clipping quinzenal.

### **16. Jornal Impresso**

Prosseguimento da publicação mensal do Jornal Impresso cujo projeto gráfico foi atualizado em 2017, totalizando 12 edições de oito páginas, contendo notícias sobre a atuação do CBH São Francisco, o qual tem sido distribuído entre os escritórios do CBH São Francisco e enviado via Correios para o público do Comitê. Trata-se de uma importante ferramenta de compartilhamento de informações entre o CBHSF e seus públicos de relacionamento.



## 17. Revista CBHSF - Semestral

Prosseguimento da publicação semestral, totalizando 02 edições da revista do CBH São Francisco, com no máximo 60 páginas e que conta com novo projeto gráfico desenvolvido em 2017. A proposta é dar continuidade à abordagem das principais notícias e acontecimentos do Comitê, além de divulgar cultura, gastronomia, turismo e natureza, traçar perfis de pessoas notórias da Bacia Hidrográfica do São Francisco.

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

Continuidade da 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, para abastecimento do site, além de fornecimento de conteúdos audiovisuais para imprensa e demais interessados. 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.

**Vídeos/Programas para Web e TV:** 24 vídeos durante um ano com duração de aproximadamente 5 minutos, em formato profissional de vídeo Full HD.

**Áudio/Programas para Web e Rádio:** 24 produções durante um ano com duração de aproximadamente 5 minutos, em formato profissional.

**Fotografias:** produção de acervo fotográfico em pontos diversos da Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco, sendo 1.000 fotos em alta resolução.

## 19. Campanha Eu Viro Carranca

Planejamento, produção e execução da Campanha “Eu Viro Carranca para Defender o Velho Chico” 2018. A campanha envolverá ações em duas câmaras consultivas regionais, englobando atuação de mobilizadores locais; produção de vídeo, spots e mídia de divulgação; criação e impressão de materiais gráficos; produção de conteúdo; divulgação em site e redes sociais; além da assessoria de imprensa exclusiva.

### Ações nas CCRs:

Ação de Mobilização composta por montagem de espaço lúdico-pedagógico composto por mobiliários interativos e equipe de monitores e mobilizadores para distribuição de materiais e equipe de produção de



conteúdo com produção de notícias, fotografias e gravação de mensagens da campanha. Sendo quarto dias de atividades em Aracaju (Baixo São Francisco) e três dias em uma localidade no Alto São Francisco. Além de terem a função de atrair público e apresentar o Comitê, esse espaço e estruturas seriam a base para realização de atividades propostas e organizadas por parceiros locais.

#### **Mobilizador Local:**

As ações serão coordenadas por um mobilizador local que irá realizar uma pré-produção e mobilização junto a parceiros locais (prefeitura, Polícia Militar, Corpo de Bombeiros, secretarias de Educação e Meio Ambiente), além de realizar a divulgação local em escolas, mídia local e instituições diversas. Também está prevista a atuação de apoio ao coordenador da CCR local.

#### **Produção de vídeo de divulgação, spot e mídia:**

Serão produzidos vídeo de divulgação para web e spots de rádio/carro de som para cada uma das localidades. Além da compra de mídia rádio e carro de som.

#### **Criação e impressão de materiais gráficos:**

Serão criados e produzidos materiais gráficos, os quais sejam: Folder, Cartaz, Boné, Camisa, Adesivo e Máscara de Carranca em papel.

#### **Produção de Conteúdo, divulgação em site e redes sociais e assessoria de imprensa especial:**

Todas as atividades serão registradas por equipe de produção de conteúdo e notícias para portal do CBHSF e redes sociais. Com ampla atuação da assessoria de imprensa pretende-se ampliar o alcance da campanha através da mídia espontânea.

## **20. Relatórios Mensais**

Elaboração de Relatório Mensal o qual abordará as atividades desenvolvidas no período e os principais resultados alcançados, conforme execução prevista no cronograma constante neste Programa de Comunicação.

## **21. Relatório Anual**

Elaboração de Relatório Anual com o objetivo de consolidar todas as ações desenvolvidas pela assessoria de comunicação ao longo do período de doze meses, incluindo resultados e análises em relação às atividades.

## Produtos

Produto	Especificação	Quantidade	Tiragem	Prazo de entrega
1. Plano de Trabalho Detalhado	Plano contendo a descrição de todas as etapas e serviços a serem desenvolvidos pela Contratada	1		Abril
2. Programa de Comunicação e Relacionamento e Plano de Mídia (gratuito)	Programa contendo detalhamento das ações, prioridades, temas, canais e ferramentas de comunicação a serem adotados. O Plano de Mídia (gratuito) contará com as etapas e ações de comunicação. Também descreverá as ações, produtos, serviços, cronogramas e metodologia	1		Abril
3. Atualização do Portal do CBH São Francisco	Atualização constante de arquitetura de informação do Portal e aprimoramento das ferramentas nele contida . Criação de banners e vinhetas gráficas para informações factuais a serem inseridas nos sites e redes sociais.	1		Julho Novembro Março
4. Atualização de notícias no site e gerenciamento de redes sociais	Atualização constante de conteúdo, com inserção de notícias e documentos no portal do CBHSF e da Agência Peixe Vivo. Atualização de conteúdo (notas, fotos, vídeos) nas redes sociais do CBH São Francisco, objetivando engajamento e visibilidade.	-		Abril/ Constante
5. Mapeamento e análise de stakeholders	Relatório com a atualização do mapeamento de mídia e demais públicos de interesse do CBHSF	1		Setembro Março
6. Mailing e banco de dados	Consolidação de mailing com contatos regionalizados de veículos de comunicação, sites, blogueiros, jornais impressos locais, revistas segmentadas, entre outros. O banco de dados será disponibilizado em formato digital.	1		Setembro Março
7. Assessoria de imprensa, relacionamento e relações públicas	Produção de releases, sugestões de pauta, atendimento à imprensa, agendamento de entrevistas, relacionamento com potenciais parceiros, cobertura de eventos.	-		Abril/ Constante

8. Direção de arte e design gráfico	Criação gráfica e de layouts para peças on e off-line com temática institucional, de campanhas e ações específicas	-		Abril/ Constante
9. Proposta Gráfica: Criação de identidades institucionais do CBHSF	Criação de identidades institucionais para eventos, plenárias, entre outros, visando a integração e a padronização da imagem de todos os canais de comunicação utilizados pelo CBH São Francisco, tais como portal, Boletim Eletrônico, Jornal mensal, Revistas, redes sociais e materiais gráficos.	1		Junho Novembro
10. Clipping	Monitoramento de mídia para acompanhamento das matérias veiculadas sobre o CBH São Francisco e relacionadas. Disponibilização em área específica do site do CBHSF e redes sociais, além de ser enviado quinzenalmente no Boletim Eletônico.	24 edições		Abril/ Constante
11. Plano Setorial de Comunicação	Elaboração de Plano Setorial de Comunicação com a finalidade de subsidiar as ações do CBH São Francisco para os diversos setores nele representados. Formato impresso.	01 edição		Maio
12. Manuais Institucionais	Criação de texto e layout de 4 cartilhas, uma para cada CCR (Alto, Médio, Submédio e Baixo), abordando sua composição, membros, características físicas, geográficas, fauna, flora, população, cultura local e sua relevância no âmbito da Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco.	04 edições		Setembro
13. Media Training	Realização de oficinas de Media Training visando o treinamento dos principais porta-vozes do CBHSF. Carga horária mínima de 08 horas.	01 edição		Novembro
14. Oficina de Comunicação	Planejamento e realização de oficina de capacitação no intuito de melhorar a percepção dos benefícios e da relevância de uma comunicação eficaz. Carga horária mínima de 08 horas, com 35 participantes.	01 edição		Novembro
15. Boletim Informativo Eletrônico	Elaboração de newsletter com pelo menos oito notícias de eventos e outras novidades de interesse do público alvo, tais como agenda de reuniões, dia de campo, cobertura de eventos e acontecimentos diversos. Publicação quinzenal, formato web, enviada por email,	24 edições		Abril a março

16. Jornal Impresso (Mensal)	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.	12 edições	5.000 unidades	Abril a março
17. Revista (semestral)	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.	02 edições	5.000 unidades por semestre	Março e outubro
18. Produção de conteúdo áudio, vídeo e fotografia.	Vídeos/Programas para Web e TV: duração de aproximadamente 5 minutos, em formato profissional de vídeo Full HD, captação de áudio profissional, direção edição e vinhetas gráficas.  Áudio/Programas para Web e Rádio: durante um ano com duração de aproximadamente 5 minutos, em formato profissional.  Fotografias: produção de acervo fotográfico em pontos diversos da Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco, sendo 1.000 (mil) fotos em alta resolução	24 vídeos  24 produções de áudio  1000 fotos		Abril a março
19. Campanha “Eu Viro Carranca para Defender o Velho Chico”	Planejamento, produção e execução da Campanha “Eu Viro Carranca para Defender o Velho Chico” 2018. A campanha envolverá ações em duas câmaras consultivas regionais, englobando atuação de mobilizadores locais; produção de vídeo, spots e mídia de divulgação; criação e impressão de materiais gráficos; produção de conteúdo; divulgação em site e redes sociais; além da assessoria de imprensa exclusiva.			Abril a junho
20. Relatórios mensais	Produção de relatórios mensais com as atividades executadas no período	12		Abril a março.
21. Relatório anual	Produção de relatório consolidado com as atividades executadas no período de um ano.	01		Março



## Plano de Mídia

### Ações Não Mídia e Marketing Social

Por não haver verba direcionada à contratação de mídia, tais como TV, rádio, anúncios em jornais e revistas, backbus, será dada continuidade às 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.

### Estratégia

- ✓ Estabelecer e intensificar parcerias com os meios de comunicação para apoio institucional, sem custos de mídia;
- ✓ Ampliar a utilização de rádios locais, comunitárias, entre outras como difusoras de conteúdo como mídia cooperada, de utilidade pública;
- ✓ Fortalecer parcerias para veiculações de mídia co-participativa;
- ✓ Intensificar a utilização das mídias On line para alcançar os públicos (internet e mídias sociais);
- ✓ Executar novas visitas técnicas visando divulgação do CBH São Francisco com a produção de conteúdo, divulgação institucional, mobilização social e fomento às parcerias institucionais locais;
- ✓ Ampliar a 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.

### Meio rádio

Produção de novos programas de rádio a serem disponibilizados no Soundcloud, com o intuito de divulgar informações acerca das ações do Comitê. Os programas continuarão com a periodicidade quinzenal, sendo pautados pelos acontecimentos mais relevantes do CBH São Francisco no período ou outro destaque que se considere relevante.

Será intensificado o relacionamento com os municípios pertencentes à Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco, com a finalidade de fornecer conteúdo para rádio comunitárias sobre o Comitê e suas ações, possibilitando uma maior divulgação dos conteúdos. A informação da disponibilização dos programas será repassada para



## Meio web

### Ações na Fanpage

Continuidade na busca por postagens de conteúdo atrativo e sempre que possível, interativo. O objetivo é fortalecer-se como uma página informativa, mas ao mesmo tempo leve e fácil de ser compartilhada. Continuar trabalhando a média de dois posts diários na página, alternando os temas descritos abaixo. Também trabalhar com postagens instantâneas de evento, quando o mesmo disponibilizar internet para acesso à rede social.

Temas principais:

- ✓ Datas comemorativas relacionadas às águas e ao meio ambiente;
- ✓ Divulgação da agenda de eventos CBH São Francisco e parceiros;
- ✓ Coberturas linkadas ao site;
- ✓ Álbuns fotográficos de cobertura;
- ✓ Criação de eventos no facebook considerados relevantes para serem divulgados para todo público.
- ✓ Divulgar conteúdo de parceiros;
- ✓ Matérias interessantes sobre água e meio ambiente de outros veículos.

### Ações no Instagram

Rede Social com perfil mais pessoal, portanto, permite uma linguagem poética de conteúdo. Além das imagens que chama a atenção dos usuários, serão postadas continuamente imagens do dia ou da semana, com foto do acervo da Tanto Expresso abordando a Bacia; valorizando o meio ambiente, a preservação e o conhecimento.

Também serão estimuladas novas campanhas, para que o público mande sua própria foto no Rio das São Francisco, instigando a interação com a página e podendo ser utilizando como repost no perfil do Comitê através do uso de hashtags.

Acrescenta-se a continuidade das iniciativas de atividades interativas via redes sociais, as quais podem ser planejadas no sentido de bucar envolver o público pertencente à Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco.



## Marketing Social

### Visitas técnicas

Realização de novas visitas técnicas visando a divulgação do CBH São Francisco, com a produção de conteúdo multimídia, divulgação institucional, mobilização social e fomento às parcerias institucionais locais. O conteúdo gerado tem englobado gravações de vídeo, entrevistas, produção fotográfica e notícias sobre a Bacia, personagens e suas localidades, com o intuito de gerar conteúdo audiovisual educativo e informativo, ação que será realizada contunamente.

A proposta segue sendo a realização de trabalhos de campo nas quatro regiões fisiográficas (Alto, Médio, Submédio e Baixo), em localidades estratégicas da Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco. Tal trabalho tem demandado uma equipe multidisciplinar composta por profissionais de mobilização social, fotografia, vídeo e jornalismo que, além da produção de conteúdo, também continuarão a ser feitos levantamentos de dados, formalização de parcerias locais e distribuição de materiais informativos.

O contato pessoal será continuidade uma vez que contribui para a identificação local dos públicos de interesse para atualização de “mailing list”, auxiliando assim as ações futuras de relacionamento e comunicação. Além da busca por novas parcerias com os meios de comunicação locais, jornalistas e formadores de opinião com a finalidade de repasse de informações para divulgação.

Espera-se que esse tipo de ação siga gerando mídia espontânea, dada a característica forte de mobilização, com sensibilização dos atores sociais, envolvendo as comunidades, tanto a nível municipal, regional, estadual e nacional.



## Equipe

A equipe necessária para a continuidade dos serviços descritos neste Programa de Comunicação é formada por profissionais que possuem experiência 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.

Os profissionais estão distribuídos por cidades estratégicas das quatro Câmaras Consultivas Regionais (Alto, Médio, Submédio e Baixo São Francisco), possibilitando uma maior sinergia e contato com os stakeholders, veículos de comunicação locais, membros do Comitê, bem como Diretoria, Diretoria Colegiada, Câmaras Técnicas e membros das CCRs. Isso contribui progressivamente para um maior entendimento da realidade local e da grande diversidade ambiental e cultural da Bacia, além de facilitar a viabilização de visitas técnicas para produção de conteúdo e mobilização social.

- ✓ **Minas Gerais:** devido às pautas e CCR Alto São Francisco e Agência Peixe Vivo; onde atua a maior parte da equipe, totalizando 14 profissionais, entre coordenadores de áreas, jornalistas, designers e produtores de audiovisual.
- ✓ **Distrito Federal:** devido às pautas governamentais, onde atuam dois jornalistas.
- ✓ **Bahia:** devido às pautas e CCR Médio São Francisco, com três jornalista atuantes.
- ✓ **Pernambuco:** devido às pautas e CCR do Sub-Médio São Francisco, contando com dois jornalistas.
- ✓ **Alagoas:** devido às pautas e CCR Baixo Rio São Francisco e Presidência do Comitê, onde haverá três jornalistas em atuação;
- ✓ **Sergipe:** devido às pautas e CCR Baixo Rio São Francisco, onde haverá três jornalistas em atuação;
- ✓ E ainda profissionais em: Manaus, Tocantins, Florianópolis e Paraíba.

Um dos jornalistas segue à disposição do presidente do CBH São Francisco. Além disso, um profissional atua no escritório regional de Maceió/AL. E, ainda, outro 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.



A composição da equipe, por áreas, é a seguinte:

**Paulo Campos Vilela. Função: Coordenador Geral.**

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. Atua há 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.

**Natália Fernandes Nogueira Lara. Função: Coordenadora do Programa de Comunicação**

Graduada em Comunicação Integrada com habilitação em Jornalismo pela PUC Minas em 2006, especialista em Gestão da Comunicação Estratégica pelo IEC PUC Minas e MBA em Gerenciamento de Projetos pela Fundação Getúlio Vargas. 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.

**Karla Monteiro Pimenta. Função: Editora Chefe.**

Jornalista, graduada pela PUC Minas 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.

**Mariana Salazar Martins. Função: 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 informativo.

**Pedro Campos Vilela. Função: Gerente de Conteúdo e Redes Sociais**

Profissional formado em Design Gráfico (1999) pela Escola de Design - UEMG e pós-graduado em Arte e Contemporaneidade pela UEMG-Guinard. 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. Experiência de cerca de 20 anos em comunicação, publicidade e design com especialidade na Comunicação Digital, Produção Audiovisual, e Gerenciamento de conteúdo online. Experiência específica, de cerca de 13 anos em projetos de comunicação voltado para atividades de meio ambiente e/ou recursos hídricos.

**Rodrigo Rezende de Angelis. Função: Diretor de Arte e Design Gráfico.**

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. Atualmente atua como sócio-diretor na TantoExpresso Comunicação como coordenador de comunicação, designer gráfico, produção e gestão de conteúdo on-line e produtor audiovisual.

**Luiza Baggio Guimarães. Jornalista, Alto São Francisco (Belo Horizonte/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 oito 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.

**Ohana Padilha, Web-Writer, Jornalista e Web-Publisher**

Ohana Padilha. Bacharel em Gestão de Comunicação Integrada com habilitação em Publicidade e Propaganda pela Puc Minas (2013) e pós - graduanda em História da Arte também pela Puc Minas. Tem experiência em produção de conteúdo jornalístico para diversas plataformas, manutenção de sites e redes sociais, campanhas institucionais e apoio no atendimento à imprensa. Atua também como fotógrafa.

**Andreia Vitória. Jornalista, Médio São Francisco (Salvador/BA).**

Jornalista pós-graduada em Gestão Estratégica da Comunicação e com MBA em Marketing. Experiência em comunicação integrada, assessoria de comunicação e imprensa em instituições públicas, privadas e do terceiro setor, apuração e edição de textos para publicações impressas, como livros, a exemplo de o Mundo em Transformação (Ed.

Autêntica) e cartilhas . Foi consultora do Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura (IICA) no âmbito do Programa Semear, atuou na comunicação do Instituto Baleia Jubarte, Instituto Cabruca e Observatório do Código Florestal, entre outras entidades de cunho socioambiental.



Atualmente, é coordenadora regional voluntária do Desafio Natureza nas Cidades, em Salvador, e escreve para publicações do Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco.

**Juciana Tenório Cavalcante. Jornalista, Submédio São Francisco (Petrolina/PE).**

Graduada em Comunicação Social - Habilitação em Jornalismo e Multimeios pela Universidade do Estado da Bahia (UNEB) - 2010, com MBA em Jornalismo Digital pela Faculdade Internacional de Curitiba (Facinter) 2012. Experiência há 8 anos com redação e edição, assessoria de comunicação e imprensa, produção e gerenciamento de conteúdo para redes sociais e fotojornalismo.

**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), com pós-graduação em Gestão de Comunicação e Marketing Institucional pela Univesidade Castelo Branco (2007) Experiência de cerca de 15 anos em jornalismo, assessoria de comunicação e assessorial de imprensa.

**Vitor Coelho Batista da Luz. Jornalista, Baixo São Francisco (Maceió/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 8 anos em jornalismo, assessoria de comunicação e assessorial de imprensa.

**Iara Vidal. Jornalista, Brasília/DF.**

Iara Vidal é jornalista graduada pelo UniCeub (1996) e com mais de 20 anos de carreira. Tem experiência em redação, assessoria de imprensa, gerenciamento de crises e produção de conteúdo. Atuou com atendimento à imprensa no Palácio do Planalto (2014), chefiou a equipe na Assessoria de Comunicação da Secretaria de Segurança Pública do Distrito Federal (2012), coordenou a equipe da Assessoria de Comunicação do Ministério da Justiça (2013) e produziu produtos informativos para clientes como WWF Brasil e Ministério da Educação, entre outros. Atuou em gerenciamento de crises para a Ambev e Camargo Corrêa.

**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. Além da 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.

#### **Márcio Barbalho. Direção de Arte e Design Gráfico.**

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.

#### **Clermont Cintra de Oliveira. Ilustração, Design Gráfico e Publicidade**

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 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.

#### **Maurilo Andreas Gomes da Silveira. Comunicação, Publicidade, Propaganda e Marketing**

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. 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 e CEMIG.

#### **Gabriel de Souza Moraes. Web-Master e Full Stack Developer**

Profissional formado em Análise de Sistemas pela faculdade Estácio, Belo Horizonte, em 2012. Possui mais de 10 anos de experiência desenvolvendo aplicações web multiplataforma em diversificados ambientes de programação, linguagens e sistemas operacionais.

#### **Bianca Aun. Fotografia**

Formada 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.

#### **Leonardo Soares Lopes. Produção de Vídeo**

Profissional formado em Comunicação Social, com habilitação em Relações Públicas (2002). Após um período de estudo de inglês fora do Brasil, iniciou seu trabalho no mercado audiovisual em 2006, fundando a Voodoo Filmes e trabalhando como Cinegrafista, Editor e Diretor de Vídeo. Em 2007 passou a fazer parte da YesSports empresa especializada em produção de vídeo e assessoria de imprensa esportiva. Em 2010 ingressou na MTV Minas, permanecendo por dois anos e trabalhando também como freelancer para a Band Minas, TantoExpresso Comunicação e outros clientes. Em 2012, passou a dedicar-se a sua própria produtora, a OX Vídeos.

#### **Karla Danitza. Assistente Administrativo e Operações**

KARLA DANITZA é graduada em Gestão de Organizações do Terceiro Setor pela Universidade do Estado de Minas Gerais por meio da Faculdade de Políticas Públicas (UEMG/FAPP). Desde 2004 atua como produtora executiva para projetos ligados à arte e à cultura. Entre projetos de música, dança, teatro, literatura, artes visuais e cinema, realizou três edições para o FID - Fórum Internacional da Dança (MG), circulou pelo país, através do Palco Giratório/SESC Nacional, com a Mimulus Cia de Dança (MG) e realizou a Mostra dos 100 anos do cinema em Minas para o MIS - Museu da Imagem e do Som de Belo Horizonte (MG). Em educação e inovação social atuou em projetos para a Oficina de Imagens (MG), em parceria com o UNICEF - "Selo UNICEF Município Aprovado". Para a Tanto Design em projeto de educação ambiental, Meta 2014/SMED - Secretaria de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável do Governo de Minas. Em Lisboa para o CDI-Portugal atuou nos projetos Apps For Good 2016/2017 e Jovem Empreendedor (Programa BIPZIP - Câmara de Lisboa). Faz parte do Conselho Diretor da Sucesu Minas, entidade representativa do TI e Minas Gerais, sendo Diretora na VP de Sustentabilidade da instituição.



## Cronograma

Abaixo segue o cronograma das atividades a serem realizadas no período de março de 2018 a março de 2019.

ITEM DO ESCOPO	ATIVIDADES	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	JAN	FEV	MAR
		PRODUTOS - MESES											
		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
1	Plano de Trabalho Detalhado												
2	Programa de comunicação e relacionamento												
3	Atualização do Portal do CBHSF												
4	Atualização de notícias no site e Gerenciamento de redes sociais												
5	Mapeamento e análise de stakeholders (públicos) e mídia												
6	Mailings e Banco de Dados de Mídia e Stakeholders												
7	Assessoria de imprensa, Relacionamento e Relações Públicas												
8	Direção de Arte e Design Gráfico												
9	Proposta gráfica: Criação de identidades institucionais do CBHSF - Eventos, Plenárias, entre outros												
10	Clipping												
11	Plano Setorial de Comunicação												
12	Manuais Institucionais												
13	Media Training												
14	Oficinas de Comunicação												
15	Boletim Informativo Eletrônico - Quinzenal												
16	Jornal Impresso - Mensal												
17	Revista CBHSF - Semestral												
18	Produção de Conteúdo informativo em áudio, vídeo e fotografia												
19	Campanha eu Viro Carranca para defender o Velho Chico												
20	Relatório Mensal												
21	Relatório Anual												
PLANEJAMENTO DE DESEMBOLSO POR PRODUTO		PRODUTOS - MESES											
		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
		10%	20%	7%	7%	7%	7%	7%	7%	7%	7%	7%	7%

## Mensuração de Resultados

Os resultados e as atividades executadas serão apresentados mensalmente via relatório, com dados de monitoramento de mídia, mensuração de resultados nas redes sociais e gestão e controle do Plano de Trabalho.

Medidas	Indicador	Instrumento de Controle	Segmento
Avaliação quantitativa e qualitativa da exposição do CBH São Francisco.	Volume de notícias veiculadas nas mídias tradicionais e nas novas mídias (sites, blogs e redes sociais), bem como os enfoques do noticiário.	Clipagem mensal de notícias e relatório de monitoramento das redes sociais.	Públicos das mídias tradicionais e das novas mídias.
Avaliação do impacto dos produtos editoriais (boletim, jornal impresso, revista) junto ao público alvo	Tiragens, audiências, interações, demandas, comentários, críticas, contribuições, sugestões.	Verificação de circulação, frequência e destinação, bem como da efetividade do conteúdo e assimilação das informações.	Destinatários dos produtos editoriais
Avaliação sobre o interesse e o entendimento das pessoas a respeito do CBH São Francisco	Número de acessos ao site e número de acessos e retornos nas redes sociais.	Relatório estatístico de controle de visita ao site e postagens nas redes sociais	Público externo
Avaliação sobre o grau de envolvimento da população e dos formadores de opinião nas questões referentes à Bacia.	Número de respostas às enquetes temáticas que serão disponibilizadas no site e nas redes sociais.	Enquetes temáticas veiculadas no site versus o número de respostas.	Público externo



**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](mailto:contato@tantoexpresso.com.br) - [www.tantoexpresso.com.br](http://www.tantoexpresso.com.br)