

PLANO DE TRABALHO

Esta etapa final visa a sistematização, organização, hierarquização e a responsabilidade das ações definidas neste estudo. O planejamento, como a própria comunicação, não é estático. Deve ser revisitado, revisto e reavaliado periodicamente a fim de entender se as ações ainda correspondem às necessidades do colegiado, a mensuração dos resultados e a atualização de dados.

| 2021 | | | | | | |
|--|----------------------|----------------------------|--|--------------------------------|-----------------------------------|---|
| Comunicação Interna | | | | | | |
| Ação (O que?) | Público alvo (quem?) | Prazo (quando?) | Desenvolvimento (como?) | Mídia ou local da ação (onde?) | Responsável (por quem?) | Métricas |
| Padronizar material de apresentação, comunicados, ofícios, notas e demais peças de comunicação do Comitê. | Membros | Primeiro trimestre de 2021 | Criar um layout padrão que contribua com a comunicação e deixe as peças atrativas. A linguagem e as cores do Comitê, usando a identidade visual para identificar plenárias, câmaras técnicas e reuniões de grupo de trabalho. Acrescentar o maior número de informações de forma objetiva que possam subsidiar a participação do membro naquela instância e até mesmo sugestão de leituras | Não se aplica | Comunicação | Aprovação dos modelos. |
| Manual do Membro | Membros | Até abril de 2021 | Produzir um manual digital com informações básicas para subsidiar e qualificar a participação dos membros no colegiado. Objetivo e curto o manual poderá ter links (regimento interno, íntegra de leis, vídeos didáticos, etc) e ilustrações. Aprovado, deverá ser enviado à todos os novos membros do colegiado e incentivada sua consulta. | Site e e-mail | Secretaria Executiva | Aprovação e envio para os membros. |
| Evento de capacitação | Membros | Iniciar preparativos em | Produzir um seminário online de capacitação na semana mundial da água, fazendo conexões com o tema, ressaltando a participação | Plataforma oline | Secretaria executiva e diretoria. | Mobilização interna e realização do evento. |

| | | | | | | |
|--|-----------------------------|---|---|---------------------------------------|--------------------------------|---|
| | | fevereiro para realizar na última semana de março. Avaliar e promover um segundo com tema específico no último quadrimestre do ano. | efetiva do membro para os avanços na agenda. Dar nome e criar layout para o seminário. Convidar especialistas considerados referências, para dar peso ao evento. No máximo três palestras de até 20 minutos. Abrir para debate e troca de experiências. | | | |
| Visita técnica | Membros | Junho a Novembro (verificar condições sanitárias – Pandemia) | Promover uma visita técnica a uma empresa, organização ou iniciativa que desenvolva projetos relacionados aos recursos hídricos com o objetivo de inspirar, ensinar e mostrar ao membro a importância de efetivar ações e que um bom trabalho no colegiado pode/deve resultar e projetos sólidos na bacia. Ressaltar que não se trata de uma fiscalização e sim de uma experiência. | <i>In loco</i> | Secretaria executiva | A realização da visita técnica com o maior número de membros possíveis. |
| Mensagens e-mail e WhatsApp | Membros | Contínuo por demanda | Enviar aos membros informações úteis sobre o colegiado, o sistema, eventos, capacitações, seminários, legislação e recursos hídricos em geral, de forma objetiva e atrativa, no máximo duas vezes por semana (evitar spam e saturação). | E-mail e WhatsApp | Comunicação | Envio a todos os membros quando houver demanda. |
| Institucional | | | | | | |
| Ação (O que?) | Público alvo (quem?) | Prazo (quando?) | Desenvolvimento (como?) | Mídia ou local da ação (onde?) | Responsável (por quem?) | Métricas |
| Estabelecer missão, visão e valores | Membros | Primeiro trimestre de 2021 | Pode-se propor, como ponto de partida, o conteúdo sugerido pelo Plano, enviando junto com os materiais da reunião. | Não se aplica | Plenário | Conteúdo estruturado e aprovado. |

| | | | | | | |
|---|-----------------|----------------------------|--|---------------------------------|----------------------------|---|
| Estabelecer quem vai acompanhar e aprovar as ações de comunicação. | Membros | Primeiro trimestre de 2021 | É necessário saber quem vai aprovar as ações de comunicação. Para as imediatas e/ou contínuas, o ideal é dar autonomia à Comunicação do Comitê: notícias, postagens em redes sociais, etc. e, o membro, grupo ou instância designada fazer o acompanhamento geral, devido ao timing. Em geral, é bom definir qual instância irá trabalhar as ações do documento. (GAP, subgrupo de comunicação, diretoria, etc.) | Não se aplica | GAP, Diretoria ou Plenário | Ter a definição dos caminhos para se efetivar as ações imediatas, continuadas, grandes projetos, etc. |
| Mapeamento da mídia | Imprensa | Primeiro trimestre | Identificar e rastrear mídia e jornalistas de veículos locais ou regionais que cubram a região. | Não se aplica | Comunicação | Estruturar um mailing de imprensa. |
| Atualização Periódica do site | Sociedade geral | Primeiro Trimestre de 2021 | Novo conteúdo no mínimo a cada 15 dias, com o seguinte critério de noticiabilidade: CBH-BIG (projetos, ações, comunicados importantes, etc. Obs.: reuniões não são pautas, mas os frutos dos encontros, sim); recursos hídricos na RH-I (ações, campanhas, problema, e outras questões importantes que se relacionem com o colegiado); meio ambiente e sustentabilidade na RH-I; informações sobre entes do sistema de gestão de recursos hídricos; efemérides (datas comemorativas, dia de profissionais da área, aniversário dos municípios da RH, problemas factuais, etc). Todo conteúdo do site deverá ser postado nas redes sociais, criando tráfego para a plataforma. | Site e redes sociais | Comunicação | Site atualizado com conteúdo atrativo. Aumento do tráfego. |
| Atualização das redes sociais | Sociedade geral | Primeiro trimestre de 2021 | Atualizar capa, foto de perfil e criar avatar ou marca d'água para padronizar as publicações no Facebook. Mesma coisa para o Instagram e WhatsApp. Seguir os critérios de noticiabilidade para a produção de no mínimo dois conteúdos semanais no Facebook e Instagram. Seguir técnicas e padrões da comunicação para as postagens (horário de pico da página, tamanho de texto, link, imagem, etc.) O WhatsApp será utilizado por demanda. | Facebook, WhatsApp e Instagram. | Comunicação | Aumento de seguidores e de interação nas redes. |

| | | | | | | |
|--|---------------------------------|--|--|--|--|---|
| Newsletter | Sociedade geral | Primeiro Quadrimestre de 2021 | Produzir três newsletters por ano do Comitê. Apresentar em no máximo duas páginas as ações e projetos desenvolvidos. Definir nome e layout para a publicação. Pode-se usar links para o site do Comitê ou até outros que se façam necessários. | e-mail e site. | Comunicação e membros/instância responsável pelo acompanhamento. | Envio para o mailing do Comitê. |
| Vídeo institucional | Sociedade em geral | Primeiro semestre de 2021 | Contratar empresa para a produção de uma animação (2D) de dois minutos que explique o que é o Colegiado e o que ele faz. | Site, e-mail, redes sociais, publicações diversas. | Comunicação e membros/instância responsável pelo acompanhamento. | Aprovação e publicação do vídeo que poderá se usado também em eventos realizados pelo Comitê. |
| Palestra online | Sociedade em Geral | Abril (para a semana do meio ambiente) | Produzir um seminário online/webinar na semana do meio ambiente, para debater o tema com ênfase na região hidrográfica. Convidar membros e especialistas para palestrar. Criar nome, identidade visual a partir do logo do CBH, mobilizar o público a partir da segunda quinzena de maio. | Plataforma online | Comunicação, GAP e diretoria. | Mobilização e realizar o evento |
| Ambientação da sede | Sociedade em geral | Maio a outubro | Viabilizar a ambientação com as cores e mensagens do comitê em sua sede e locais de reuniões. Verificar a autorização para adesivação de paredes, colocação de quadros (já viabilizados), missão, visão e valores, informações uteis e frases inspiradoras. | Sede | GAP e Secretaria Executiva. | Inauguração da “nova casa” em outubro, no aniversário do Comitê. |
| Boletim Digital | Sociedade em geral | Segundo semestre | Produzir e enviar boletim digital do Comitê, com participação e entrevista a membros (dar capilaridade) e matérias objetivas e atrativas. | Site, e-mail, WhatsApp e redes sociais. | Comunicação e Diretoria | Produção e envio do boletim. |
| Encontro com as prefeituras da RH-I | Prefeitos e gestores municipais | Junho a outubro (realizar em outubro). | Promover um encontro com as gestões municipais para apresentar o PRH-BIG, as ações previstas para cada município. Uma reunião/evento, com o objetivo de estreitar os laços com as administrações municipais, ouvir os anseios dos gestores e tornar a participação desses atores mais efetiva. O ideal é apresentar projetos e/ou ações que as prefeituras podem fazer parte e contribuir de alguma forma. | Sede ou local preparado para tal | Diretoria e comunicação | Realização da reunião com pauta e objetivos definidos. |

| | | | | | | |
|---|--------------------|---------------------|--|--|-------------|--|
| Produzir e enviar releases | Imprensa | contínuo | Produzir e enviar releases para a mídia mapeada com matérias, propondo pautas, testemunhas secundárias, os estudos e outros conteúdos que podem resultar em mídia espontânea | Não se aplica | Comunicação | Número de matérias publicadas e/ou citações. |
| Produção de vídeo/foto de fim de ano | Sociedade em geral | Novembro e dezembro | Produzir um vídeo com fotos e relato das ações de 2021 do Comitê para divulgação em suas plataformas. | Site, redes sociais, WhatsApp, e-mail. | Comunicação | Vídeo aprovado e enviado/publicado. |

Conscientização para Usos Rurais

| O que? | Etapa? | Quando? | Como? | Quem? | Por quem? | Métrica? |
|--|---|--------------------|---|--|-----------------|---|
| Inclusão/apoio do Comitê no O TSS | Possibilidade e interesse | Fevereiro e Março | Reunião apresentar a proposta, saber das possibilidades, entender as demandas existentes e como Comitê poderá fazer parte do Observatório. | Membro representante e lideranças do OTSS. | Diretoria e GAP | Avaliar possibilidade e alinhar as formas e áreas de contribuição do Comitê. |
| | Levantar as possibilidades e melhores arranjos administrativos, logísticos, legais e financeiros. | Março | Levantar junto a secretaria executiva os melhores arranjos e possibilidades dentro do que foi levantado na reunião de alinhamento. | Secretaria executiva | Diretoria | Definir os melhores arranjos de apoio ao OTSS dentro das possibilidades legais, administrativas e logísticas. |
| | Aprovação da proposta em Plenária | Plenária de 15/04. | Apresentar a proposta e a viabilidade aos membros e aprovar o apoio/inclusão | Membros | Diretoria e GAP | Aprovação Plenária |
| | Consolidar apoio/inclusão | Mai a Junho | Reunir com a direção do observatório para apresentar o apoio possível alinhado internamente a aprovado pela plenária. | OTSS | Diretoria e GAP | Aprovar o apoio/inclusão no OTSS |
| | Aprovar o apoio/inclusão ao OTSS | Plenária 12/08 | Aprovar a participação ou apoio do Comitê ao OTSS. Mostrar como será, em quais áreas e como os membros podem participar da iniciativa. Aprovar resolução se necessário. Dirimir todas as dúvidas. | Membros | Diretoria e GAP | Aprovação Plenária. |

| | | | | | | |
|--|------------------------|--------------------|--|------|--|--|
| | Iniciar apoio/parceria | Setembro a outubro | Iniciar apoio/participação com objetivos e formas definidas. | OTSS | Comunicação, Secretaria Executiva e instâncias envolvidas, | Atender os pontos acordados entre as partes. |
|--|------------------------|--------------------|--|------|--|--|

Obs.1: como o apoio depende de outra instituição o cronograma poderá ser alterado de acordo com a necessidade.

Obs.2: caso não haja viabilidade/interesse, outra estratégia será traçada pela comunicação dentro dos recursos operacionais e financeiros disponíveis.

Educação e Comunicação

| Ação (O que?) | Público alvo (quem?) | Prazo (quando?) | Desenvolvimento (como?) | Mídia ou local da ação (onde?) | Responsável (por quem?) | Métricas |
|--|------------------------------|---------------------------|---|--------------------------------|-------------------------|-------------------------|
| Apoio e fomento a campanha “Não jogue seu óleo do ralo” | Escolas e sociedade em geral | Primeiro semestre de 2021 | Verificar com a iniciativa o andamento do projeto e como o Comitê pode apoiá-los dentro do recurso financeiro e operacional disponível. Depende ainda, falando-se da aplicação em escolas, da normalização do calendário escolar. | Não se aplica | GAP e Comunicação | Consolidação do apoio. |
| Criar uma cartilha de educação e recursos hídricos | Escolas | Segundo semestre de 2021 | Realizar uma reunião com a direção pedagógica ou secretaria de educação dos municípios para conhecer o conteúdo relacionado a recursos hídricos aplicado nos anos iniciais; Dentro desse conteúdo, produzir uma cartilha e uma apresentação para aula, ilustrada, exemplificada pelos rios da bacia, curta, didática e objetiva para os anos iniciais. Pode contratar essa elaboração; Apresentar o conteúdo às secretarias de educação e verificar a viabilidade da impressão; Lançar a cartilha com nome em um evento em março de 2022, na semana mundial da água. | Cartilha digital; | Comunicação e GAP | Lançamento da cartilha. |

Uso Racional da Água

| Ação (O que?) | Público alvo (quem?) | Prazo (quando?) | Desenvolvimento (como?) | Mídia ou local da ação (onde?) | Responsável (por quem?) | Métricas |
|--|----------------------|---------------------------------|---|--|-----------------------------------|---|
| Levantamento de informações sobre as minas de água de da RH – I | Instituições | Primeiro semestre de 2021 | Levantar a quantidade de minas d'água, a potabilidade e as formas de preservá-las. Levantar também fontes de informações acerca do abastecimento na RH-I: reservatórios, condições de abastecimento e demais informações úteis. | Não se aplica | Comunicação | Consolidação do levantamento. |
| Campanha “Mapa da Mina” | Sociedade em geral | Segundo semestre de 2021 | Informar sobre as minas de abastecimento da RH-I, ressaltando a importância, formas de uso e dicas de preservação. | E-mails, cards de WhatsApp e redes sociais | Comunicação | Envio das informações |
| 2022 | | | | | | |
| Comunicação Interna | | | | | | |
| Ação (O que?) | Público alvo (quem?) | Prazo (quando?) | Desenvolvimento (como?) | Mídia ou local da ação (onde?) | Responsável (por quem?) | Métricas |
| Eventos de integração da nova composição plenária | Membros | Após a posse | Realizar um evento de boas-vindas e integração dos novos membros. Unir em um dia de realização acolhimento e capacitação. O ideal seria um evento presencial, em local atrativo, mas tudo será desenvolvido dentro das possibilidades financeiras e operacionais. Apresentar o colegiado, o que é, o que faz, a importância da participação do membros, uma apresentação dos membros com o objetivo de integrar, capacitar e inspirar o membro. Fazer um cadastro e fotos para as ações de comunicação interna (profissão, data de nascimento, idade, filhos, etc). | Local reservado para a ação ou online. | Diretoria e Comunicação | Realização do evento. |
| Evento de capacitação | Membros | Realizar ao menos dois em 2022. | Produzir um seminário online de capacitação na semana mundial da água, fazendo conexões com o tema, ressaltando a participação efetiva do membro para os avanços na agenda. Dar nome e criar layout para o seminário. Convidar especialistas considerados | Plataforma online ou presencial. | Secretaria executiva e diretoria. | Mobilização interna e realização do evento. |

| | | | | | | |
|--|--|--|---|---------------------------------------|----------------------------------|---|
| | | | referências, para dar peso ao evento. No máximo três palestras de até 20 minutos. Abrir para debate e troca de experiências. Escolher datas e temas oportunos. | | | |
| Visita técnica | Membros | Realizar ao menos mais uma visita técnica em 2022. | Promover uma visita técnica a uma empresa, organização ou iniciativa que desenvolva projetos relacionados aos recursos hídricos com o objetivo de inspirar, ensinar e mostrar ao membro a importância de efetivar ações e que um bom trabalho no colegiado pode/deve resultar e projetos sólidos na bacia. Ressaltar que não se trata de uma fiscalização e sim de uma experiência. | <i>In loco</i> | Secretaria executiva e diretoria | A realização da visita técnica com o maior número de membros possíveis. |
| Mobilização | Membros | Segundo semestre de 2022 | Conhecer uma comunidade onde são desenvolvidos os trabalhos do OTSS na bacia. Ou alguma comunidade da RH-I que necessita de avanços em saneamento com objetivo de fazer com que o membro entenda a importância e a urgência do trabalho do colegiado. Aliar a visita a uma campanha social com doações, aproveitando datas comemorativas (ex.: dia das crianças). | <i>In loco</i> | Secretaria executiva e Diretoria | Realização da visita e da campanha social. |
| Aplicar as ações contínuas de 2021. | Membros | 2022 | Adequar as necessidades do novo ano. | Não se aplica | Comunicação | Readequação e aplicação. |
| Institucional | | | | | | |
| Ação (O que?) | Público alvo (quem?) | Prazo (quando?) | Desenvolvimento (como?) | Mídia ou local da ação (onde?) | Responsável (por quem?) | Métricas |
| Palestras/Seminários de capacitação | Sociedade em geral | 2022 | Realizar ao menos mais dois eventos voltados a sociedade em datas e com temas oportunos. | Plataformas digitais. | Diretoria e Comunicação | Mobilização e realização dos eventos. |
| Encontro com usuários de água RH-I | Empresas com iniciativas em prol dos recursos hídricos | Segundo quadrimestre de 2022 | Promover um encontro com empresas que tenham setores de sustentabilidade e desenvolvam ou pretendem desenvolver e apoiar ações em recursos hídricos. Apresentar projetos e mostrar que a aplicação de conceitos de sustentabilidade no ambiente organizacional agregam muito as marcas e produtos. | Sede ou local preparado para tal | Diretoria e comunicação | Realização da reunião com pauta e objetivos definidos. |

| | | | | | | |
|--|------------------------------|--------------------------|---|--|--|---|
| Seguir com as ações de 2021 e seus desdobramentos | Sociedade em geral | 2022 | Continuar a produzir e melhorar continuamente as ações (redes sociais, site, e-mail, newsletter, boletim digital, etc.), e até mesmo descontinuar aquelas que não foram consideradas efetivas ou satisfatórias. | Vários | Comunicação, GAP e Diretoria. | Avanços e efetivações das ações. |
| Conscientização para Usos Rurais | | | | | | |
| Ação (O que?) | Público alvo (quem?) | Prazo (quando?) | Desenvolvimento (como?) | Mídia ou local da ação (onde?) | Responsável (por quem?) | Métricas |
| Seguir e atualizar apoio participação no OTSS | Membros e OTSS | 2022 | Avaliar as primeiras ações ou o início das ações com a inclusão ou apoio à iniciativa. | Não se aplica. | Comunicação e Diretoria. | Manter alinhamento e metas atualizadas. |
| Educação e Comunicação | | | | | | |
| Ação (O que?) | Público alvo (quem?) | Prazo (quando?) | Desenvolvimento (como?) | Mídia ou local da ação (onde?) | Responsável (por quem?) | Métricas |
| Lançamento do material didático sobre a água | Escolas e sociedade em geral | Março | Fazer um evento na semana mundial da água para lançar o material didático sobre as águas para os anos iniciais. | Plataforma online, e-mail, site e redes sociais. | Comunicação, GAP, diretoria e professores participantes. | Mobilização e evento de lançamento. |
| Visita guiada com estudantes | Escolas | Segundo semestre de 2022 | Viabilizar uma visita guiada de estudantes a uma iniciativa exemplar de recursos hídricos ou a mananciais, promovendo um dia diferente de aprendizado. | <i>In loco</i> | Comunicação, GAP, Diretoria do Comitê e da escola. | Realização da visita. |
| Uso Racional da Água | | | | | | |
| Ação (O que?) | Público alvo (quem?) | Prazo (quando?) | Desenvolvimento (como?) | Mídia ou local da ação (onde?) | Responsável (por quem?) | Métricas |

| | | | | | | |
|---|---|------|---|-----------|--|-------------------------|
| Apoiar as pesquisas do edital do CBH-BIG e a partir delas, elaborar campanha de uso racional de água no turismo de massa e de base comunitária | Estabelecimento de turismo de massa e cooperativas de turismo de base comunitária estabelecidos no edital e turistas. | 2022 | A linha 5.2.2 orienta a realização do fomento ao uso racional de água no turismo com o objetivo de incentivar o turismo sustentável na rede de massa e de base comunitária. Divulgar os resultados dos programas desenvolvidos pelos pesquisadores selecionados pelo edital; Elaborar uma campanha com nome e layout incentivando as ações propostas nos estabelecimentos onde os programas forem implementados, segundo o edital; Aproveitar e, dentro da campanha, incentivar o uso racional por parte do turista (não trocar a toalha diariamente, lixo na rede de esgoto, etc); Divulgar e buscar parcerias para a impressão da cartilha do roteiro dos rios do turismo de base comunitária; Buscar parcerias na mídia para a divulgação da campanha; e Buscar divulgação na mídia espontânea. | Diversos. | Comunicação, GAP, Diretoria, Pesquisadores, organizações e estabelecimentos parceiros. | Efetivação da campanha. |
|---|---|------|---|-----------|--|-------------------------|

Obs.: A campanha depende do resultado das pesquisas do edital com previsão de lançamento em 2021 e, por isso, o cronograma pode sofrer alterações e deve ser adaptado de acordo com o resultado das pesquisas/programas.

2023

Uso Racional da Água

| Ação (O que?) | Público alvo (quem?) | Prazo (quando?) | Desenvolvimento (como?) | Mídia ou local da ação (onde?) | Responsável (por quem?) | Métricas |
|---|--|-----------------|--|--------------------------------|--|-----------------------|
| Consolidar e expandir a campanha de uso racional de água | Rede hoteleira em geral e turismo de base comunitária. | 2023 | Expandir a campanha em toda RH-I através das associações da rede hoteleira e a mídia local a fim de implementar as ações fruto das pesquisas no maior número de estabelecimentos possíveis, unindo estabelecimentos, secretarias estadual e municipais de turismo, organizações, mídia e empresas parceiras. | Diversos. | Comunicação, GAP, Diretoria, Pesquisadores, organizações e estabelecimentos parceiros. | Expansão da campanha. |

| | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|
| | | | Obs.: Propor futuramente políticas públicas (leis) nas câmaras municipais e/ou Alerj para a regulamentação e obrigatoriedade das ações nos estabelecimentos a médio prazo. | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|

Outros eixos da Comunicação

Por ser a Comunicação uma Ciência Social aplicada que sofre mudanças constantemente devido as mudanças das tecnologias e da própria sociedade, recomenda-se, neste ano, rever as ações dando continuidade àquelas que são efetivas e necessárias, fazendo as adaptações necessárias e incluindo novas ações que também se fazem necessárias, sempre dentro do escopo do PRH-BIG e das possibilidade dos recursos financeiros e operacionais.