



# PRH-BIG

PLANO DE RECURSOS HÍDRICOS DA REGIÃO  
HIDROGRÁFICA DA BAÍA DA ILHA GRANDE

## PCS PLANO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

OUTUBRO - 2018

Rio Mambucaba,  
Parque Mambucaba,  
divisa dos municípios  
Angra dos Reis e Paraty - RJ

Apoio:



Acompanhamento:



Execução:



Realização:





---

## APRESENTAÇÃO

O presente documento consiste no Plano de Comunicação Social, elaborado pela Empresa Profill Engenharia e Ambiente SA para a execução técnica da ELABORAÇÃO DO PLANO DE RECURSOS HÍDRICOS DA REGIÃO HIDROGRÁFICA DA BAÍA DA ILHA GRANDE (PRH-BIG), pertencente à Região Hidrográfica I do Estado do Rio de Janeiro.

O Plano de Comunicação Social está baseado nas diretrizes apresentadas no Plano de Trabalho e Programa de Mobilização Social, em atendimento ao TDR e em consonância com o que foi apresentado no Plano de Trabalho do PRH-BIG.

Outubro de 2018



## Sumário

<b>1. COMUNICAÇÃO INTEGRADA À MOBILIZAÇÃO SOCIAL .....</b>	<b>5</b>
<b>2. OBJETIVOS .....</b>	<b>6</b>
<b>3. ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO .....</b>	<b>7</b>
a. Comunicação Dirigida (contato direto, visitas, correspondências diretas e reuniões) .....	8
b. Comunicação Amplificada (utilização das mídias digitais e da rede de contatos com imprensa local) .....	9
c. Organização das informações do PRH-BIG ( <i>Mailing-list</i> do PCS).....	10
<b>4. INSTRUMENTOS/FERRAMENTAS DE COMUNICAÇÃO .....</b>	<b>11</b>
a. Criação da identidade visual para o PRH-BIG .....	11
b. Peças de Comunicação Diversas .....	12
c. Ferramentas de Comunicação e Mídias Digitais .....	13
d. Criação de <i>Mailing-list</i> do PCS com as informações dos eventos e ações de mobilização durante a elaboração do PRH-BIG .....	16
<b>5. INDICADORES DE AVALIAÇÃO E AJUSTES AO LONGO DO PROCESSO .....</b>	<b>17</b>
<b>APÊNDICES .....</b>	<b>19</b>
Apêndice 1 - Levantamento preliminar dos veículos de imprensa local .....	20
Apêndice 2 - Métricas da <i>Fanpage</i> do CBH-BIG no <i>Facebook</i> .....	23
Apêndice 3 - Ações e peças de comunicação já produzidas.....	30
Apêndice 4 - Processo de elaboração da logomarca e padrões para a identidade visual do PRH-BIG (MIV-PRH-BIG) .....	34



---

## Lista de Figuras

Figura 1.1 - Visão geral do plano de comunicação social - PCS PRH-BIG .....	5
Figura 3.1 - Fluxograma da estratégia de comunicação com os públicos prioritários .....	8
Figura 4.1 - Plano geral de instrumentos de comunicação inicialmente previstos para o PRH-BIG .....	11
Figura 5.1 - Síntese das Ações de Comunicação como Suporte aos Eventos do Programa de Mobilização Social.....	18

## Lista de Quadros

Quadro 4.1 - Especificações das peças de comunicação.....	12
---	----

## Lista de Siglas

**CBH-BIG** - Comitê de Bacia da Região Hidrográfica da Baía da Ilha Grande

**GTA** - Grupo Técnico de Acompanhamento

**Inea** - Instituto Estadual do Ambiente

**KPI** - *Key Performance Indicator*

**MIV** - Manual de Identidade Visual

**PCS** - Plano de Comunicação Social

**PMS** - Programa de Mobilização Social

**PRH-BIG** - Plano de Recursos Hídricos da Região Hidrográfica da Baía da Ilha Grande

**TDR** - Termo de Referência



## 1. COMUNICAÇÃO INTEGRADA À MOBILIZAÇÃO SOCIAL

Comunicar é uma habilidade natural que a humanidade vem aprimorando ao longo de milhares de anos e, sendo assim, mesmo sem a intervenção especializada de profissionais de comunicação, as pessoas continuarão a estabelecer formas de se comunicar, individual ou coletivamente.

No contexto da gestão e do planejamento participativo dos recursos hídricos, o percurso e as estratégias adotadas no âmbito do processo de mobilização social do PRH-BIG serão norteadores das ações do Plano de Comunicação Social (PCS). Uma vez que a comunicação é atividade meio, que potencializa a troca de informações com os públicos-alvo, que realiza a divulgação dos eventos previstos e oferece as informações necessárias à promoção, discussão e ampliação da mobilização no desenvolvimento do PRH-BIG.

A introdução da comunicação especializada em processos como o de elaboração do PRH-BIG se apresenta como uma possibilidade de otimizar as formas de circular as informações estratégicas ao Plano, receber contribuições e divulgar os eventos que serão realizados ao longo desse período. Promovendo, sempre que necessário, o esclarecimento das informações técnicas através da adoção de linguagem acessível (tradução da linguagem técnica e hermética) e recursos visuais nos materiais que serão produzidos. Os instrumentos do Programa de Mobilização Social (PMS) e do Plano de Comunicação Social (PCS), trabalhados de forma coordenada entre si, tendem a aumentar os resultados positivos esperados dos mesmos.

Na Figura 1.1 está apresentado um esquema com os pontos-chave do PCS.



Figura 1.1 - Visão geral do plano de comunicação social - PCS PRH-BIG



---

## 2. OBJETIVOS

Os objetivos do Plano de Comunicação Social do PRH-BIG são os que seguem:

- Instrumentalizar as ações do Programa de Mobilização Social (PMS) com materiais de comunicação;
- Elaborar materiais gráficos com conteúdo informativo e educativo sobre o PRH-BIG;
- Dar visibilidade ao PRH-BIG e às formas de participação social direta no mesmo aos diferentes públicos estabelecidos;
- Estabelecer canais de comunicação para a divulgação das ações e processo de elaboração do PRH-BIG, bem como receber as contribuições dos atores estratégicos e população da RH-I, em geral; e
- Utilizar os instrumentos de comunicação para tornar acessível, em linguagem não técnica, as informações do PRH-BIG.



### 3. ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO

O PCS objetiva privilegiar, incentivar e instrumentalizar os membros do comitê como início de todo o processo de comunicação com as entidades e grupos representados. Como evidenciado pelo PMS, o fundamento dessa estratégia está na noção de formação de redes de comunicação para a cooperação. Para a estruturação de uma rede de cooperação é preciso um núcleo formulador do problema (o comitê), os reprodutores e/ou divulgadores (membros do CBH-BIG) e os facilitadores nas zonas de mobilização, priorizando as instituições, entidades e atores sociais diretamente relacionados e envolvidos com as questões de recursos hídricos e ambientais na RH-I e, ao longo do processo, agregando outros atores que não estejam tão diretamente relacionados ao tema.

Outra estratégia a ser adotada é a abertura de outras frentes de comunicação através da ação da mobilização local, através de abordagens junto ao público local ao longo do processo e da articulação junto às assessorias de comunicação e imprensa dos atores institucionais e organizações estratégicos ao PRH-BIG. Antes dos eventos públicos será realizado reforço dos contatos, em especial das comunidades de difícil acesso e institucionais, e quando forem utilizados materiais impressos nessas abordagens, os mesmos estarão disponíveis com até 10 dias antecedência aos eventos, conforme indicado no PMS.

É importante destacar que a validação das peças de comunicação se dará junto ao Grupo Técnico de Acompanhamento (GTA) do PRH-BIG. As questões administrativas referentes às possíveis necessidades de remanejamento de recursos para viabilizar a construção dos instrumentos de comunicação em meio eletrônico deverão ser debatidas ao seu tempo, durante o processo de construção do PCS, com o Inea.

Na Figura 3.1 está apresentado um fluxograma descrevendo a estratégia de comunicação com os públicos prioritários.



\* Nos âmbitos federal, estadual e municipal, identificados pelas ações do Programa de Mobilização Social  
Obs: Prioritariamente das zonas de mobilização definidas para o Programa de Mobilização Social

Figura 3.1 - Fluxograma da estratégia de comunicação com os públicos prioritários

A implementação das estratégias propostas acontecerá de três formas:

**a. Comunicação Dirigida (contato direto, visitas, correspondências diretas e reuniões)**

Inicialmente, as ações de comunicação dirigida surgem para favorecer o controle do envio de mensagem de acordo com o público a que esta se destina.

Suas ações integram um processo que objetiva transmitir ou conduzir informações para estabelecer comunicação dirigida, limitada, orientada e frequente com determinados números de pessoas, de perfil homogêneo e identificado. Onde cada público identificado, possivelmente, necessite da utilização de ferramentas específicas para que a comunicação se torne efetiva.

Isso possibilita a adoção de instrumentos adequados para o conhecimento do público o qual se pretende atingir, levando informação, credibilidade e confiança, e mais que isso, levar entendimento na forma de comunicar a mensagem/informação como inicialmente pretendido.



---

## b. Comunicação Amplificada (utilização das mídias digitais e da rede de contatos com imprensa local)

Na comunicação do PRH-BIG também se faz necessário amplificar o diálogo além dos públicos diretamente relacionados aos recursos hídricos e, também, pautar na esfera pública, quando possível, as questões relacionadas ao Plano.

Diante do cenário polifônico e da grande dispersão de conteúdos nos dias atuais, o uso de mídias sociais e ambientes digitais (*blogs* e *sites*) são fortes aliados na rápida disseminação e consumo de informações.

Será criado um *Hotsite* especificamente para o PRH-BIG, para promover um ambiente digital onde, rapidamente, as informações relevantes, calendários de eventos, notícias e documentos do PRH-BIG sejam acessadas.

Para que as informações não se percam no ambiente digital, faz-se necessário compreender que essas ferramentas possuem significado e objetivo maiores que apenas fazer amizades, mas, também, servem para criar e divulgar conteúdo. Estudos realizados por teóricos consagrados em redes digitais<sup>1</sup> revelam que apesar da socialização ser o intuito primeiro dos usuários em se vincular em redes de relacionamentos virtuais, o compartilhamento de experiências entre os indivíduos gera um fenômeno de redes de influência, que segue a regra de 3 graus de intensidade/influência. Ou seja, além atender a expectativa primeira de simples relacionar-se, estar e participar ativamente de redes sociais também gera o fenômeno de influenciadores digitais, em maiores e menores escala.

Nesse sentido, sugere-se o uso do perfil da *Fanpage* do CHB-BIG na rede social *Facebook*. Sobretudo, por ser um ambiente já existente, com interação com seus seguidores e, também, por ser a plataforma de mídia social, conhecida pela divulgação e circulação de conteúdos com múltiplas opções de formato, estando entre as duas redes sociais mais acessadas no mundo.

Ressalta-se também a possibilidade de interatividade com os usuários/seguidores em mídias sociais, tornando o seu conteúdo aberto, sem um ponto final, uma vez que qualquer membro da página pode contribuir, opinar, elogiar, em qualquer momento, podendo se configurar em um canal de obtenção, e também, em última instância, em um indicador da percepção do público sobre o processo.

Nesse ambiente é primordial a curadoria de conteúdo, atividade que será desenvolvida

---

<sup>1</sup> CHRISTAKIS, Nicholas A.; FOWLER, James H. **O poder das conexões (*Connected*)**. Campus, 2010.



---

pela equipe de comunicação e mobilização social da Profill, que definirá previamente qual conteúdo pode ser relevante para os públicos do PRH-BIG, considerando as ações e etapas e desenvolvimento do Plano. Esse processo envolve a segmentação e a filtragem de conteúdo, para posterior envio para o público-alvo, que será convidado ao compartilhamento dessas informações às suas redes de contatos.

### **c. Organização das informações do PRH-BIG (*Mailing-list* do PCS)**

Agregar pessoas, representantes de entidades e instituições ao processo é um rico resultado do processo de mobilização e articulação do PRH-BIG. Entretanto, a experiência em outros processos semelhantes evidencia que as informações obtidas nessas situações são, por vezes, subutilizadas, perdidas e não trabalhadas estrategicamente.

Para o PRH-BIG, sugere-se a criação de um *Mailing-list* do PCS, alimentado a partir das informações que o CBH-BIG já possui (listas de contatos de atores e instituições estratégicas aos seus eventos e atividades) e dos eventos que serão realizados durante a elaboração do Plano - conforme calendário estabelecido pela mobilização social (listas de presenças e convidados), além de promover sua atualização ao longo do desenvolvimento do PRH-BIG.



## 4. INSTRUMENTOS/FERRAMENTAS DE COMUNICAÇÃO

As ações de comunicação listadas a seguir visam a comunicação geral do processo e elaboração do PRH-BIG e ao atendimento das demandas e eventos do PMS, conforme prazos estabelecidos pelo mesmo, e acordados com o GTA. O conteúdo e as versões serão definidos ao longo do processo de elaboração do plano, com apresentação e posterior aprovação do *layout* e respectivos conteúdos. Após a realização de cada rodada de eventos públicos serão avaliadas, juntamente à equipe de mobilização social, o desempenho dos instrumentos e ferramentas adotadas, para ajustes, se necessário.

Na Figura 4.1 está apresentado um esquema com os principais instrumentos de comunicação previstos para o PRH-BIG.

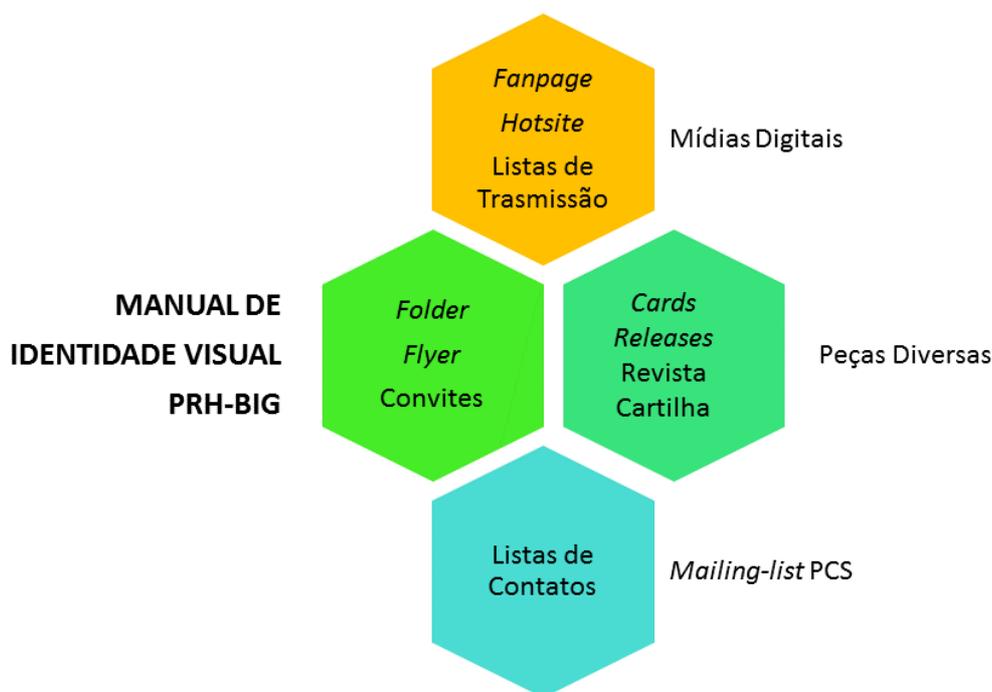


Figura 4.1 - Plano geral de instrumentos de comunicação inicialmente previstos para o PRH-BIG

Para a organização metodológica, sugere-se a divisão dos instrumentos e ferramentas de comunicação em quatro grupos a seguir descritos:

### a. Criação da identidade visual para o PRH-BIG

Consiste na elaboração de diretrizes de padronização visual específicos para o processo de elaboração do PRH-BIG, denominado como Manual de Identidade Visual (MIV). Além do MIV, será realizada a padronização visual do PRH-BIG com a uma Logomarca para o Plano e *layouts* para os documentos e relatórios.

Destaca-se que a confecção de uma Logomarca específica para o PRH-BIG tem como



objetivo atribuir uma identidade própria ao processo, que terá duração de 18 meses, mas que poderá ser utilizada quando das atualizações do Plano.

Esse processo já foi deflagrado, sendo apresentada, discutidas e revisadas as opções com o GTA do PRH-BIG em três reuniões, a saber, 24/04, 24/05 e 21/06. A logomarca escolhida é apresentada no Apêndice 04 deste documento.

#### b. Peças de Comunicação Diversas

É proposta a elaboração de um conjunto de peças de comunicação para a divulgação das atividades, eventos e do próprio processo de realização do PRH-BIG. Estes podem ser em formato eletrônico ou impresso, sempre privilegiando a tradução da informação técnica para uma linguagem mais acessível e ilustrada, sempre que possível. Se necessário, as tipologias de peças de comunicação, formatos e quantidades poderão ser revistas junto ao GTA.

No Quadro 4.1 estão apresentadas as especificações das diferentes peças de comunicação.

Quadro 4.1 - Especificações das peças de comunicação

Peça	Formato	Especificações
Convites	Eletrônicos	Colorido em conformidade com o MIV.
Releases	Eletrônico	Divulgação das Informações produzidas e eventos do PRH-BIG. Divulgação junto à rede de imprensa local e assessorias de comunicação/imprensa das entidades membro do comitê. Tamanho A4, colorido, ilustrado, em conformidade com o MIV e TDR.
Folders	Impressos	Divulgação de Resultados Parciais / Subsídio aos Eventos Públicos Tamanho A4, 4x0 cores, duas dobras, papel reciclato, 120 g. Colorido, ilustrado, em conformidade com o MIV e TDR. Tiragem: 2000 unidades
Flyers	Impressos	Convocação das reuniões e eventos públicos Tamanho A5, 4x0 cores, papel reciclato, 90 g. Colorido, ilustrado, em conformidade com o MIV e TDR. Tiragem: 4000 unidades
Cards e Postagens na Fanpage	Eletrônico	Divulgação de textos relativos ao desenvolvimento do PRH-BIG e convites aos eventos do Plano. Colorido, ilustrados, em conformidade com o MIV e TDR.
Customização da Fanpage do CBH-BIG	Eletrônico	Utilizar as diretrizes do MIV para elaboração de <i>Banners</i> , <i>cover</i> e <i>avatar</i> da <i>Fanpage</i> . Trocando sistematicamente, em virtude das fases de desenvolvimento do Plano e eventos realizados. Tornando-a visualmente dinâmica e atrativa.
Mapa Síntese da RH-I (Mapa 1)	Impressos	Divulgação das principais informações da RH-I, a ser definido no processo de elaboração do PRH para divulgação em locais públicos. Tamanho A1, 4x0 cores, papel glossy, 180 g. Tiragem: 200 unidades
Mapa da APA Tamoios (Mapa 2)	Impressos	Divulgação das principais informações da APA de Tamoios, a ser definido no processo de elaboração do diagnóstico com o recorte específico, para divulgação em locais públicos. Tamanho A1, 4x0 cores, papel glossy, 180 g. Tiragem: 100 unidades
Mapa Síntese da RH-I com moldura (Mapa 3)	Impressos	Divulgação das principais informações da RH-I, a ser definido no processo de elaboração do PRH para divulgação em locais



Peça	Formato	Especificações
		públicos. Mapa moldura em alumínio de mínimo 1,5 cm de largura, fundo em papel cartonado com espessura mínima de 3 mm, frente em vidro transparente com espessura mínimo 3 mm, com fixador para parede resistente. Tiragem: 10 unidades
Mapa da APA Tamoios (Mapa 4)	Impressos	Divulgação das principais informações da RH-I, a ser definido no processo de elaboração do PRH Mapa moldura em alumínio de mínimo 1,5 cm de largura, fundo em papel cartonado com espessura mínima de 3 mm, frente em vidro transparente com espessura mínimo 3 mm, com fixador para parede resistente. Tiragem: 10 unidades
Revista do PRH-BIG	Impressos	Material Institucional com os resultados do Plano - Potenciais Parceiros Institucionais Capa: Tamanho A4 (fechado), 4x4 cores, papel couchê fosco, 150gr. Miolo: Tamanho A4 (fechado), 4x4 cores, papel reciclado, 90 g. Mapas: Tamanho A3, 4x4 cores, papel couchê fosco, 150 g. Dobrado e preso à encadernação. Acabamentos: Dobra e Grampo. Ao todo 50 páginas. Colorido, ilustrado, em conformidade com o MIV e TDR. Tiragem: 1000 unidades
Cartilha do PRH-BIG	Impressos	Material Institucional com os resultados do Plano - Público Geral Tamanho A5 (fechado), 4x4 cores, papel reciclado, 90 g. Acabamentos: Dobra e Grampo. Ao todo 15 páginas. Colorido, ilustrado, em conformidade com o MIV e TDR. Tiragem: 2000 unidades

### c. Ferramentas de Comunicação e Mídias Digitais

- Utilização da rede social do CBH-BIG (*Fanpage*)

Sugere-se a utilização da página institucional do CBH-BIG na rede social *Facebook*, como forma de qualificar a comunicação direta e instantânea com os atores presentes e vinculados ao comitê. Realizar ações orgânicas<sup>2</sup> para alavancar novos seguidores e, prioritariamente, comunicar informações sobre o desenvolvimento do PRH-BIG, reuniões de trabalho e eventos públicos. Sugere-se uma rotina de movimentação da página com postagens regulares, no mínimo mensais e no máximo diárias, que irão variar de acordo com a quantidade e da necessidade de informar e comunicar com os diversos públicos do Plano.

O uso de perfis institucionais na rede social *Facebook* revela a eficácia dessa estratégia

---

<sup>2</sup> Ações Orgânicas: Termo utilizado nas Redes Sociais para determinar as ações, publicações, eventos e postagens realizadas pelos usuários proprietários dos perfis e páginas sem a utilização de ferramentas de impulsionamento, geralmente pagas.



---

quando planejada. No caso do PRH-BIG será adotada a *Fanpage*<sup>3</sup> do CBH-BIG já existente, o primeiro passo consiste na realização de um *briefing*<sup>4</sup> do comportamento da página. Foi realizada uma análise, do período de 01 dezembro de 2017 a 19 de março de 2018 (métrica no Apêndice 2). As informações levantadas indicam:

- **Data de criação do Perfil:** 2016;
- **Endereço:** Facebook.com/cbhbig;
- **Postagens:** Realiza poucas publicações, tendo apenas três no período observado, sendo duas em fevereiro de 2018 e uma em dezembro de 2017. Para estabelecer um padrão, foi necessário, para esse parâmetro, aumentar o tempo de análise. Destaca-se que desde a sua criação, foram realizadas apenas 35 publicações em sua *timeline*<sup>5</sup>, mais da metade delas compreendem o compartilhamento de vídeos ou publicações de outros perfis. Sem um padrão de regularidade, havendo em alguns casos mais de uma postagem por dia e, em outros, intervalo de meses entre postagens;
- **Fãs e seguidores:** Conta com 265 seguidores (início de dezembro de 2017 contava com 211);
- **Interações:** Nota-se maior interação com as publicações com conteúdos próprios do CBH-BIG, a exemplo das informações sobre o processo eleitoral. Os seguidores da página não possuem o hábito de compartilhar as postagens e realizam curtidas<sup>6</sup> nas publicações. O maior número de visualizações numa postagem no período observado indica 23 visualizações, com preferência dos seguidores para publicações com fotos e links na página inicial;
- **Perfil de acessos:** Os seguidores e outros usuários do *Facebook* que acessaram a página do CBH-BIG, usualmente, estão conectados às 15h e

---

<sup>3</sup> *Fanpage*: Termo em inglês que significa página de fãs. Termo usual nas redes sociais para determinar as páginas institucionais ou perfis de celebridades.

<sup>4</sup> *Briefing*: Termo em inglês que indica um conjunto de informações de referência. Termo usual em comunicação para produção de um roteiro orientativo de informações relevantes para trabalhos de criação.

<sup>5</sup> *Timeline*: Termo em inglês que significa linha do tempo. Nas redes sociais indica a ordem cronológica em que as postagens aparecem nos perfis.

<sup>6</sup> Curtidas: Recursos disponível na Rede Social *Facebook* para o usuário interagir com as postagens, atualmente existem seis possibilidades de interação que variam desde “curtir”, “amei” até “triste” e “raiva”.



---

entre 21 e 23h, com maior volume nos dias de domingo, sábado, segunda-feira e sexta-feira;

- **Perfil dos seguidores:** 56% dos seguidores da página se declaram do sexo masculino e 44% do sexo feminino. Em maioria, com idade entre 25 e 54 anos. São quase todos brasileiros e declaram idioma português. Nota-se que esse perfil possui o mesmo padrão entre os fãs, seguidores e pessoas alcançadas pela página.

Baseado nesse cenário anteriormente descrito, utilização - alimentação - interação do perfil, é que serão planejadas as ações nas redes sociais. Inicialmente, será colocada uma nova *cover*<sup>7</sup> e *avatar*<sup>8</sup>, alusivas ao processo do PRH-BIG. A primeira ação, antes da divulgação direta do PRH-BIG, será uma campanha para conquistar novos fãs e seguidores para a página. Contará com a circulação de um *card* (cartão eletrônico) para compartilhamento nos perfis pessoais dos atuais fãs e seguidores, e, também, será enviado aos membros do CBH-BIG, para compartilhamento em seus contatos.

- Criar um *Hotsite* específico para o PRH-BIG

Oferecer um instrumento virtual de acessibilidade ao andamento dos trabalhos relativos ao PRH-BIG e disponibilizar as cópias das apresentações realizadas e dos documentos produzidos, após validação. Será criada uma página própria com manutenção a cargo da Profill.

Sugestão de Mapa/Estrutura para o *Hotsite*:

- Abertura/home: O que é o PRH-BIG;
  - Notícias;
  - Calendário de Eventos;
  - Documentos do PRH-BIG;
  - Fale Conosco.
- Listas de transmissão de mensagens via telefone celular

Utilizar a ferramenta de listas de transmissão de mensagens através de telefone celular para a confirmações em eventos e, também, notícias rápidas sobre o processo. Serão utilizadas as listas de contatos existentes no CBH-BIG e informações das novas listas geradas com as informações do processo de elaboração do PRH-BIG.

---

<sup>7</sup> *Cover*: Termo em inglês que significa foto de capa.

<sup>8</sup> *Avatar*: Imagem pictórica, podendo ser uma foto, de identificação do perfil ou página.



- Ambiente para contribuições via *Web*

Para o recebimento de contribuições durante o processo, via *Web*, serão divulgados e utilizados os seguintes canais: e-mail específico para o PRH-BIG; formulário eletrônico no *Hotsite*, para pequenas contribuições; e comunicação direta via *Fanpage*.

#### **d. Criação de *Mailing-list* do PCS com as informações dos eventos e ações de mobilização durante a elaboração do PRH-BIG**

Para auxiliar na divulgação dos eventos e reuniões, e para organizar um *Mailing-list* do PCS contendo as informações dos atores que participaram do processo do PRH-BIG, além dos levantamentos de dados primários, serão utilizadas as listas de presenças e convidados dos eventos e reuniões referentes ao Plano.

A principal fonte de entrada para o *Mailing-list* do PCS serão as listas de contatos serão os convidados e listas de presença dos eventos e reuniões ao longo do Plano, este devem solicitar algumas informações de contatos, tais como: (a) nome completo; (b) instituição ao qual pertence ou representa; (c) cargo ou função; (d) indicação se é membro do CBH-BIG; (e) telefone; (f) endereço; (g) e-mail; (h) perfil nas redes sociais; e (i) como soube da realização deste evento, no caso das reuniões públicas ou reuniões abertas.

A consolidação dessas informações gerará as seguintes listas de contatos:

- Lista de contatos (*Mailing-list*) de participantes dos eventos do PRH-BIG;
- Lista de contatos (*Mailing-list*) dos veículos de comunicação na RH-I, primeira versão está apresentada no Apêndice 1; e
- Lista de contatos (*Mailing-list*) das assessorias de comunicação e imprensa institucionais e da organização da sociedade civil junto aos membros do CBH-BIG.



## 5. INDICADORES DE AVALIAÇÃO E AJUSTES AO LONGO DO PROCESSO

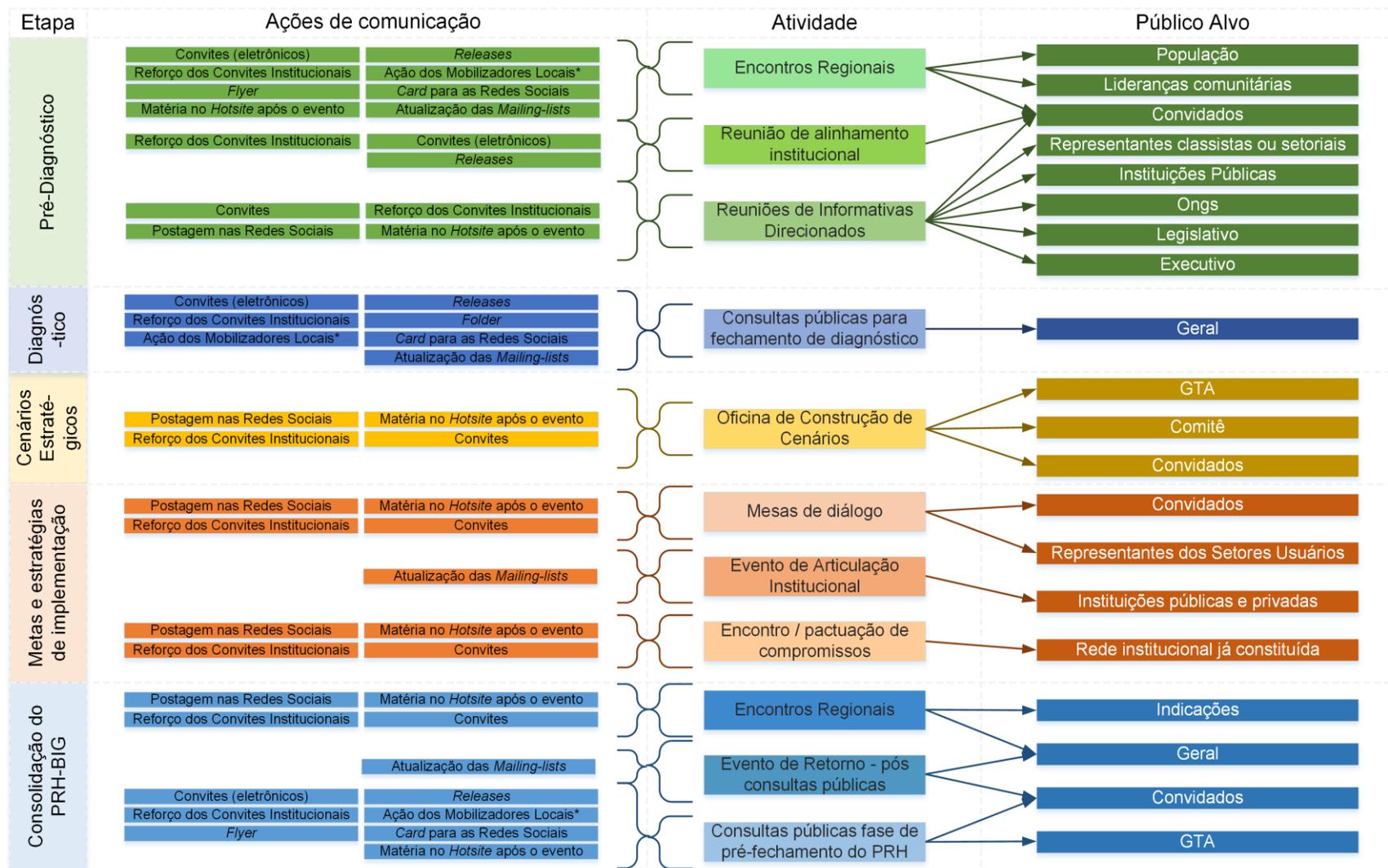
Os processos de comunicação diretamente associados à temática ambiental, sua gestão e planejamento, sobretudo no caso dos Recursos Hídricos, onde a participação representativa é extremamente consolidada, possui uma dinâmica extremamente particular e difícil de quantificar, em termos de resultados diretos. No caso do PRH-BIG existe uma estrutura gerencial participativa com diferentes atores intervenientes, a saber: o Grupo Técnico de Acompanhamento (GTA), o Inea, o CBH-BIG, a direção do comitê e a empresa Profill, conforme sugerido no PMS.

Para estabelecer parâmetros avaliativos, alguns indicadores podem ser sugeridos, de certo caráter qualitativo, para aferir a utilização das estratégias de comunicação para auxiliar na mobilização e ampliação do conhecimento sobre o PRH-BIG e suas ações. São elas:

- Quantidade de materiais produzidos e distribuídos na Região Hidrográfica;
- Listas de presenças dos eventos e reuniões, públicas e setoriais;
- Quantidade de retornos recebidos e confirmações aos convites realizados aos eventos e reuniões;
- Aumento dos seguidores, visualizações, curtidas e compartilhamentos das postagens na *Fanpage* do CHB-BIG;
- Análise dos acessos, alcance e publicações na *Fanpage*;
- Número de acessos ao Hotsite e downloads de arquivos;
- Realização de pesquisas qualitativas com os atores estratégicos ao longo do desenvolvimento do PRH-BIG, sobretudo, após as rodadas de eventos públicos.

Para tanto, é importante dizer que o trabalho conjunto com a equipe e dinâmica de mobilização social é fundamental para observar os pontos positivos e a serem ajustados ao longo do processo de desenvolvimento do PRH-BIG.

Na Figura 5.1 está apresentado um resumo das ações de comunicação, e suas relações com as atividades de mobilização social.



\*no convite às Zonas de Mobilização com maior dificuldade de acesso

Obs: Agenda realizada conforme as atividades e eventos programados pelo Programa de Mobilização Social, sujeita às adequações que porventura sejam realizadas no PMS.

Figura 5.1 - Síntese das Ações de Comunicação como Suporte aos Eventos do Programa de Mobilização Social



---

## APÊNDICES



## Apêndice 1 - Levantamento preliminar dos veículos de imprensa local



Inicialmente foi realizado um levantamento através de dados secundários (pesquisa na web e contatos telefônicos) dos veículos de imprensa local. É necessário dizer que o processo de comunicação em planejamento e gestão ambiental é extremamente dinâmico, aberto e continuado, e que as listas e banco de dados serão atualizados periodicamente. Inclusive com o refinamento e busca, ativa e direta - *in loco*, quando necessário.

Destaca-se que foi realizada uma validação desse levantamento com os membros do GTA e CBH-BIG, durante a Oficina de Resgate do "Potencial Mobilizador" do Comitê e Pré-desenho das atividades do Programa de Mobilização Social (PMS), realizada em 09 de janeiro de 2018, com a participação dos técnicos da Profill. Essa validação consistiu no reconhecimento e conhecimento dos meios levantados.

É importante ressaltar que o olhar ou opinião sobre os veículos e meios de comunicação locais são de caráter pessoal e servem como um indicativo das formas como esses membros/participantes os veem (imprensa local). A estratégia de comunicação proposta utilizará diferentes frentes para se relacionar e comunicar com os diferentes públicos do processo de elaboração do PRH-BIG, nesse contexto, os veículos de imprensa local são um segmento a ser trabalhado e estimulado a compreender e pautar os assuntos relevantes ao PRH-BIG. A seguir está apresentado um quadro com o resultado do levantamento e oficina.

#### Listagem simplificada dos jornais de abrangência na área do CBH-BIG

JORNAIS	NOME
	Paraty Online
Folha do Litoral Costa Verde	
Diário do Vale	
Vai Paraty	
A Cidade de Angra	
Angra News	
O Eco da Ilha Grande	
Tribuna Livre	
Angra Online	
Plantão Angra	
Sul Fluminense - Angra	
Maré	
G1 Costa Verde	



Listagem simplificada dos perfis de informação no Facebook que citam estar localizados na área do  
CBH-BIG

PERFIL DE INFORMAÇÃO NO FACEBOOK*	NOME
	TV Rio Sul
	Jornal de Magaratiba
	Mangaratiba Notícias e Opinião
	Mangaratiba Online
	Mangaratina News
	Mangaratiba Notícias
	Costa Verde News - Portal de Notícias
	Notícias de Paraty
	Jornal O Farol de Paraty
	Jornal Rio Sul Mix
	Jornal Litoral de Angra
	Mangaratiba em Pauta
	Plantão de Mangaratiba
	Folha do Litoral Costa Verde
Prefeitura de Paraty	

Obs: Critérios de seleção: mais de 500 curtidas ou seguidores e localização indicada em pelo menos um dos municípios da Região Hidrográfica.

Listagem simplificada rádios localizadas na área do CBH-BIG

MUNICÍPIO	NOME
Angra dos Reis	Rádio Costa Azul FM 93.1
	Rádio Positiva 95.1 FM
	Rádio Rota do Sol 87.9 FM
	Nova Angra On
	Radio Mambucaba
	Web Rádio Itanema
Paraty	Rádio Mania 88.9 FM
	Rádio Nova Onda FM 87.9
Mangaratiba	Rádio Muriqui
	Rádio Comunitária Vida e Paz

Obs: Critérios de seleção: localização em um dos municípios da Região Hidrográfica.



## Apêndice 2 - Métricas da *Fanpage* do CBH-BIG no *Facebook*



Para a definição de como será a estratégia de postagens, estímulos de interação e posterior avaliação de resultados/alcance na *Fanpage* do CBH-BIG no *Facebook*, foi realizado um levantamento através das ferramentas de dados quantitativos do próprio *Facebook*, chamadas métricas, de um trimestre da *Fanpage* (01 de dezembro de 2017 a 19 de março de 2018) para determinar um cenário inicial, ou seja, o ponto de referência com o qual se realizará os comparativos das ações a serem implementadas.

Diante desse cenário inicial é possível estabelecer as formas que se pretender utilizar a rede social para o estímulo organizacional e aumento da visibilidade da própria *Fanpage*. De maneira geral existem duas formas de obtenção de visibilidade, fãs e curtidas: orgânicas - que os próprios usuários descobrem ou são sugeridos por sua rede de contatos ou interesses; e pagas, quando há o uso do impulsionamento através de pagamento ao *Facebook* para incremento de alguns parâmetros (mais curtidas, mais visualizações, aparecer com maior frequência para determinado público etc.).

Nesse contexto, é importante a definição e o planejamento de:

- Meta: Ação específica para o alcance do objetivo conceitual (aumentar a visibilidade da *Fanpage*);
- Métrica: Referência quantitativa de cada ação (ex.: o crescimento no número de fãs e curtidas);
- KPI (*Key Performance Indicator*): KPIs ou indicadores-chave de performance se referem ao valor tangível a atingindo, ao desempenho esperado (ex.: atingir 50% de crescimento de fãs na *Fanpage* ao final de um período de 12 meses).

Nos quadros e figuras a seguir estão apresentadas algumas informações levantadas do instrumento de análise da *Fanpage*, sua análise foi apresentada no corpo deste documento, no Capítulo 4, item c: Ferramentas de comunicação e mídias digitais.

#### Cenário inicial - *Fanpage* CBH-BIG

<b>Data de criação do Perfil</b>	2016
<b>Endereço</b>	Facebook.com/cbhbig
<b>Postagens</b>	Realiza poucas publicações, tendo apenas três no período observado, sendo duas em fevereiro de 2018 e uma em dezembro de 2017. Para estabelecer um padrão, foi necessário, para esse parâmetro, aumentar o tempo de análise. Destaca-se que desde a sua criação, foram realizadas apenas 35 publicações em sua timeline, mais da metade delas compreendem o compartilhamento de vídeos ou publicações de outros perfis. Sem um padrão de regularidade, havendo em alguns casos mais de uma postagem por dia e, em outros, intervalo de meses entre postagens.
<b>Fãs e seguidores</b>	Conta com 265 seguidores (início de dezembro de 2017 contava com



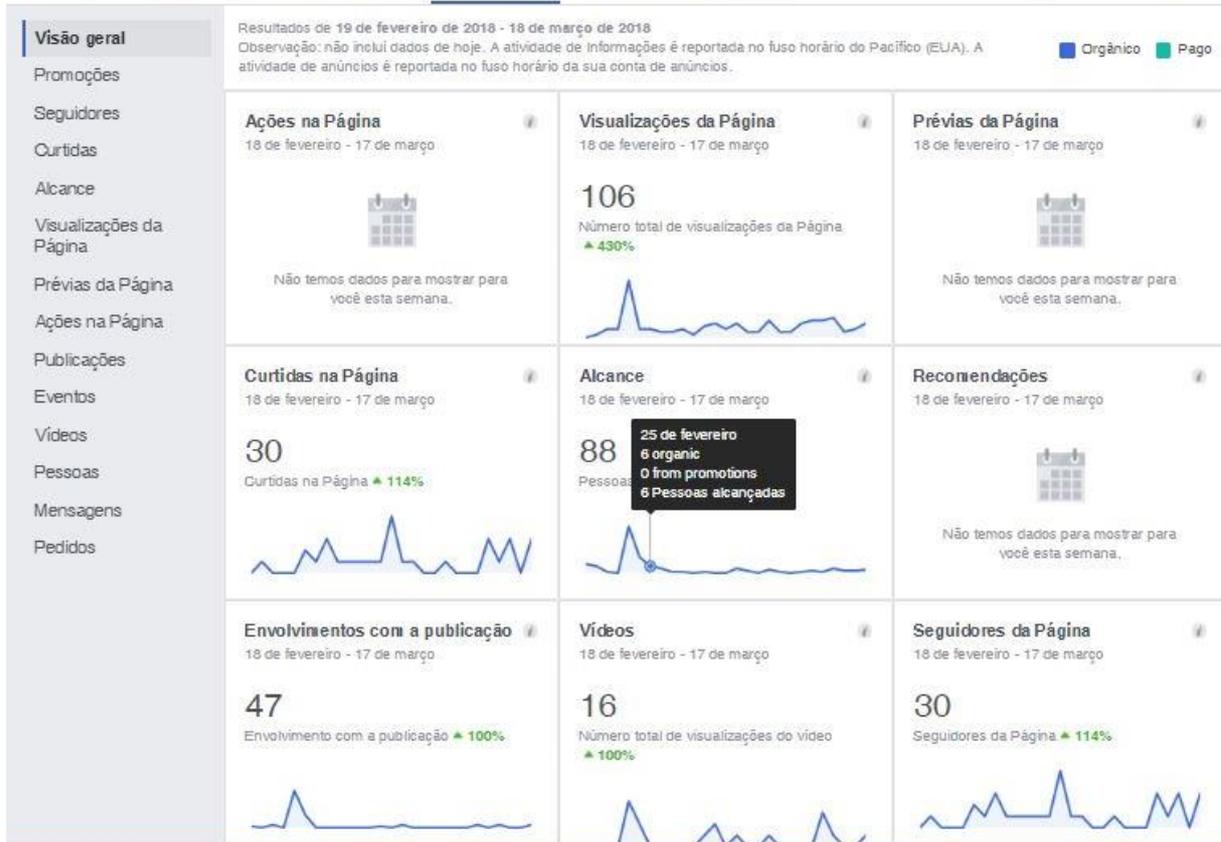
	211)
<b>Interações</b>	Nota-se maior interação com as publicações com conteúdos próprios do CBH-BIG, a exemplo das informações sobre o processo eleitoral. Os seguidores da página não possuem o hábito de compartilhar as postagens e realizam curtidas nas publicações. O maior número de visualizações numa postagem no período observado indica 23 visualizações, com preferência dos seguidores para publicações com fotos e links na página inicial.
<b>Perfil de acessos</b>	Os seguidores e outros usuários do <i>Facebook</i> que acessaram a página do CBH-BIG, usualmente, estão conectados às 15h e entre 21 e 23h, com maior volume nos dias de domingo, sábado, segunda-feira e sexta-feira.
<b>Perfil dos seguidores</b>	56% dos seguidores da página se declaram do sexo masculino e 44% do sexo feminino. Em maioria, com idade entre 25 e 54 anos. São quase todos brasileiros e declaram idioma português. Nota-se que esse perfil possui o mesmo padrão entre os fãs, seguidores e pessoas alcançadas pela página.

Suas 5 publicações mais recentes >

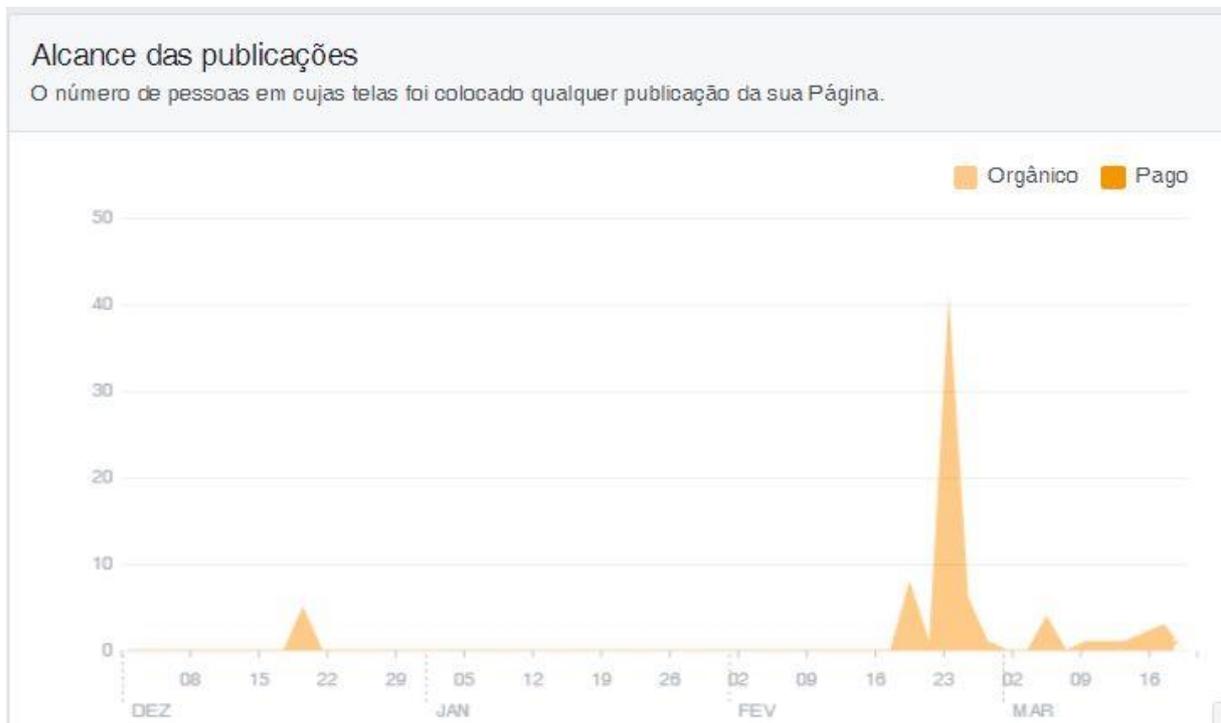
Alcance: orgânico/pago   Cliques em publicações   Reações, comentários e compartilhamentos

Publicado	Publicação	Tipo	Direcionamento	Alcance <sup>i</sup>	Envolvimento	Promover
23/2/2018 18:00	Reunião Ordinária para escolha da n			66	25 8	<a href="#">Impulsionar publicação</a>
19/2/2018 21:32	<a href="https://www.facebook.com/ForumM">https://www.facebook.com/ForumM</a>			30	0 0	<a href="#">Impulsionar publicação</a>
18/12/2017 07:12	<a href="https://www.facebook.com/AguasCI">https://www.facebook.com/AguasCI</a>			51	2 2	<a href="#">Impulsionar publicação</a>
26/10/2017 08:54	Comitê de Bacia Hidrográfica da Ba			132	0 1	<a href="#">Impulsionar publicação</a>
26/10/2017 08:54	Comitê de Bacia Hidrográfica da Ba			251	4 2	<a href="#">Impulsionar publicação</a>

Informações da *Fanpage* CBH-BIG: período 01/12/2017 a 19/03/2018



Dados das publicações

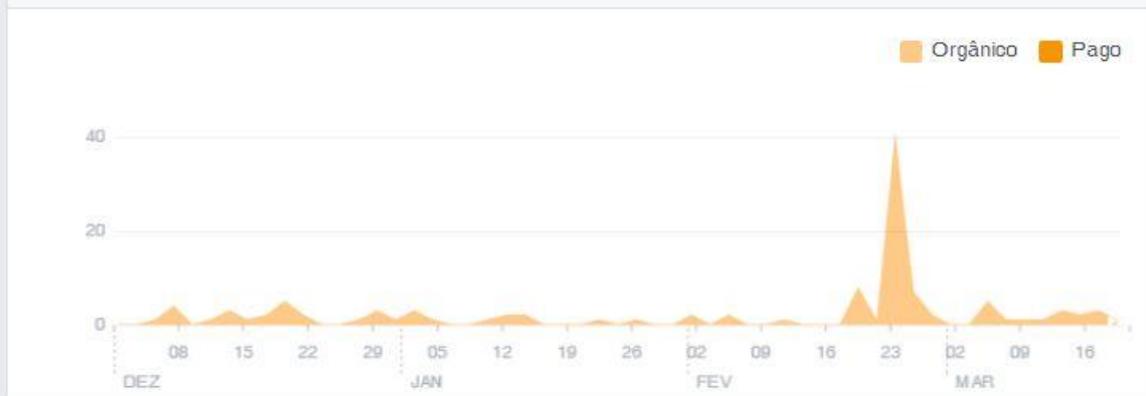


Alcance das publicações



### Alcance total

O número de pessoas em cujas telas foi colocado qualquer conteúdo da sua Página ou sobre ela.



Alcance total

### Curtidas, comentários e compartilhamentos

Essas ações ajudarão você a alcançar mais pessoas.



Envolvimento das últimas publicações



Perfil de gênero e idade - fãs da página



Perfil de gênero e idade - seguidores da página



Perfil de gênero e idade - pessoas alcançadas pela página



### Principais publicações de Páginas que você acompanha

O sucesso de diferentes tipos de publicação com base em alcance médio e envolvimento.

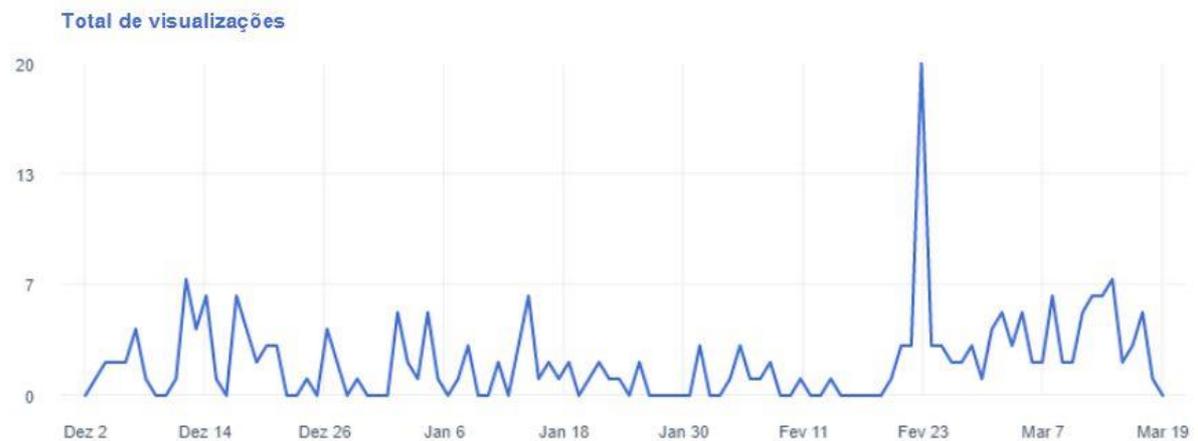
Mostrar todas as publicações ▾

Alcance Cliques em publicações Reações, comentários e compartilhamentos

Tipo	Alcance médio	Envolvimento médio
Foto	66	25,8
Link	30	0,0

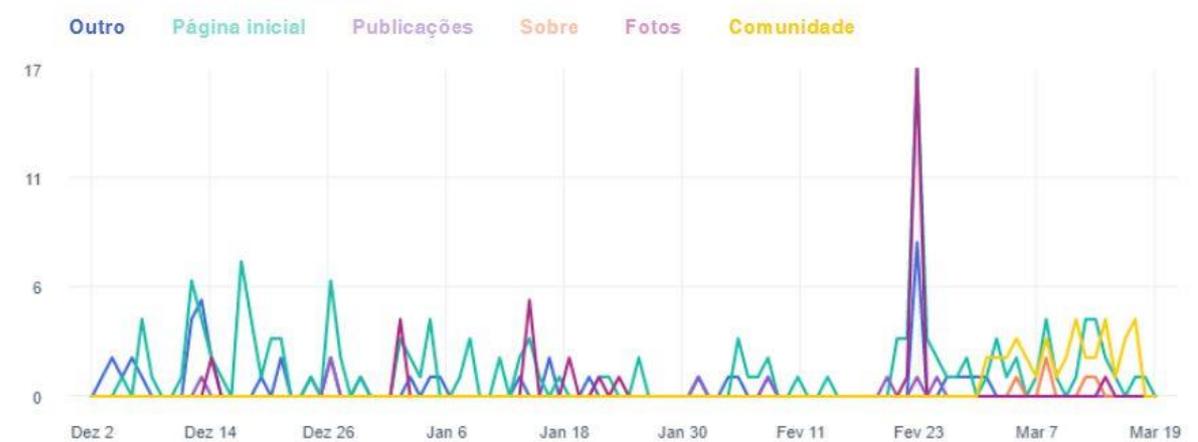
### Preferências na página

#### Total de visualizações Por seção



### Total de visualizações

#### Total de visualizações Por seção



### Total de visualizações por seção



### Apêndice 3 - Ações e peças de comunicação já produzidas



A equipe responsável pela comunicação do PRH-BIG encontra-se mobilizada e já realiza atividades no escopo deste PCS, como o primeiro levantamento dos veículos de imprensa locais para a divulgação do evento de lançamento do PRH-BIG, realizado no dia 21 de novembro de 2017, no município de Paraty - RJ.

Para o referido evento foram confeccionados um convite (versão virtual e 100 impressos) e, também um *release*, apresentados a seguir.

**CONVITE**

**Plano de Recursos Hídricos da Região Hidrográfica da Baía da Ilha Grande (PRH-BIG)**

O Comitê de Bacia da Região Hidrográfica da Baía da Ilha Grande, juntamente com o Instituto Estadual do Ambiente (Inea), convidam para o evento de lançamento do processo de elaboração do Plano de Recursos Hídricos da Região Hidrográfica da Baía da Ilha Grande (PRH-BIG).

**Data: 21/11/2017**  
**Horário: 13 horas**  
**Local: Casa da Cultura de Paraty (RJ)**

Execução: Acompanhamento: Realização: Apoio:

Convite para o evento de lançamento do processo de elaboração do PRH-BIG

# PRESS RELAESE

## Plano de Recursos Hídricos da Região Hidrográfica da Baía da Ilha Grande (PRH-BIG)

### CONTATOS:

Secretaria Executiva do  
Comitê de Bacia da Região  
Hidrográfica Baía de Ilha  
Grande - CBH BIG

E-mail: [cbhbig@gmail.com](mailto:cbhbig@gmail.com)

Inea (21) 2334-9658

Secretária Executiva: Tatiane  
Araújo

[Facebook.com/cbhbig](https://www.facebook.com/cbhbig)

PROFILL Engenharia e  
Ambiente

Tel.: (51) 3211-3944

E-mail:  
[sidnei.agra@profill.com.br](mailto:sidnei.agra@profill.com.br)

## CBH-BIG INICIA PLANO DE RECURSOS HÍDRICOS DA BAÍA DA ILHA GRANDE

Paraty – RJ • 08/11/2017 •

O Comitê de Bacia da Região Hidrográfica da Baía da Ilha Grande (CBH-BIG) convida para o lançamento do processo de elaboração do Plano de Recursos Hídricos da Região Hidrográfica da Baía da Ilha Grande (PRH-BIG).

O evento acontecerá no dia 21 de novembro, às 13h, na Casa da Cultura, à rua Dona Geralda, 157, no Centro Histórico do município de Paraty.

O Plano de Recursos Hídricos da Região Hidrográfica da Baía da Ilha Grande (PRH-BIG) é uma realização da Secretaria de Estado do Ambiente (SEA) do Rio de Janeiro e do Inea, em conjunto com o CBH-BIG e com o apoio da Transpetro. A execução técnica do PRH-BIG está a cargo da Profill Engenharia e Ambiente, empresa contratada, por licitação, pelo período de 18 meses.

O evento contará com a presença da subsecretária de Articulação Institucional (Subai) da SEA, Eliane Barbosa, representando o secretário interino de Estado do Ambiente, Antônio da Hora; do prefeito de Paraty, Carlos José Gama Miranda; do superintendente regional do INEA na Baía da Ilha Grande (Supbig), Nestor Prado, e do presidente do CBH-BIG, Tiago Menezes. A participação dos membros do Comitê de Bacia também está confirmada, pois o evento funcionará, ainda, como uma reunião extraordinária do órgão.

O processo de elaboração do PRH-BIG é aberto à população, e todos os moradores da bacia podem contribuir. A cada dois meses, o CBH-BIG promove reuniões abertas ao público. Elas acontecem em sistema de rodízio, pelos municípios da bacia.

Execução:



Acompanhamento:



Realização:



Apoio:



# PRESS RELEASE

## Plano de Recursos Hídricos da Região Hidrográfica da Baía da Ilha Grande (PRH-BIG)

### A Região Hidrográfica da Baía da Ilha Grande (CBH-BIG)

A Região Hidrográfica da Baía da Ilha Grande (RH-I) localiza-se no litoral sul do Estado do Rio de Janeiro, ocupando uma área de 1,8 mil km<sup>2</sup> na sua porção continental, abrangendo, ainda, na sua porção insular, diversas ilhas e ilhotas.

As principais bacias hidrográficas que integram a RH-I são: as bacias contribuintes à Baía de Paraty, Bacia do Rio Mambucaba, bacias contribuintes à Enseada do Bracuí, Bacia do Bracuí, bacias contribuintes à Baía da Ribeira, bacias da Ilha Grande e Bacia do Rio Conceição de Jacareí.

A RH-I se destaca por suas praias, ilhas, flora e fauna exuberantes, que fazem do turismo sua principal atividade econômica. Angra dos Reis é reconhecida como excelente local para a prática de mergulho e, assim como Paraty, conta com serviços sofisticados de hotelaria e gastronomia, além de possuir roteiros históricos, culturais e ecoturísticos.

A região está inserida na área de atuação do Comitê da Bacia Hidrográfica da Baía da Ilha Grande, que abrange integralmente os municípios de Angra dos Reis e Paraty, além de uma porção do território de Magaratiba. Instalado na sede da Superintendência Regional Baía da Ilha Grande (Supbig), o órgão colegiado debate questões referentes à gestão das águas.

### O que é um Plano de Bacia?

A gestão das águas é tão importante para a manutenção dos recursos naturais que é regrada por um conjunto leis, normas e dispositivos. No Rio de Janeiro, de acordo com a Lei Estadual nº 3.239/1999, que estabelece o Sistema Estadual de Gerenciamento de Recursos Hídricos, a gestão das águas é uma obrigação do Estado e dos comitês de bacia. Em conjunto, as duas partes são responsáveis por garantir o uso continuado, racional e múltiplo desses recursos.

Previsto em lei, o Plano de Recursos Hídricos é um instrumento que define como as águas da bacia deverão ser usadas para garantir o desenvolvimento da região a longo prazo. Durante a elaboração do PRH-BIG, o comitê desempenha um papel fundamental no acompanhamento e validação dos trabalhos técnicos realizados, na articulação política, no chamamento e na participação da sociedade na gestão das águas. Também é o Comitê de Bacia que aprova o Plano depois de concluído.

### Por que é importante planejar o futuro da água?

Uma vez estabelecidos os usos desejados para as águas da bacia, também é definida a qualidade que a água precisa ter para garantir esses usos. Isto impõe à sociedade local algumas responsabilidades, como a delimitação de zonas de uso restrito, regras para o uso das águas e parâmetros para o licenciamento ambiental.

Execução:



Acompanhamento:



Realização:



Apoio:





## Apêndice 4 - Processo de elaboração da logomarca e padrões para a identidade visual do PRH-BIG (MIV-PRH-BIG)



---

No tocante à confecção do MIV do PRH-BIG, esta atividade já foi realizada e aprovada junto ao Inea, seu resultado está apresentado a seguir. O MIV é resultado de um elaborado trabalho conceitual e técnico, que busca expressar através dos elementos visuais, conceitos e elementos que tornam a RH-I e o processo de elaboração PRH-BIG singulares.

Foram consideradas e respeitadas as diretrizes dos Manuais de Identidade Visual do Inea e Transpetro, bem como, as mais atuais tendências de comunicação visual e designer.

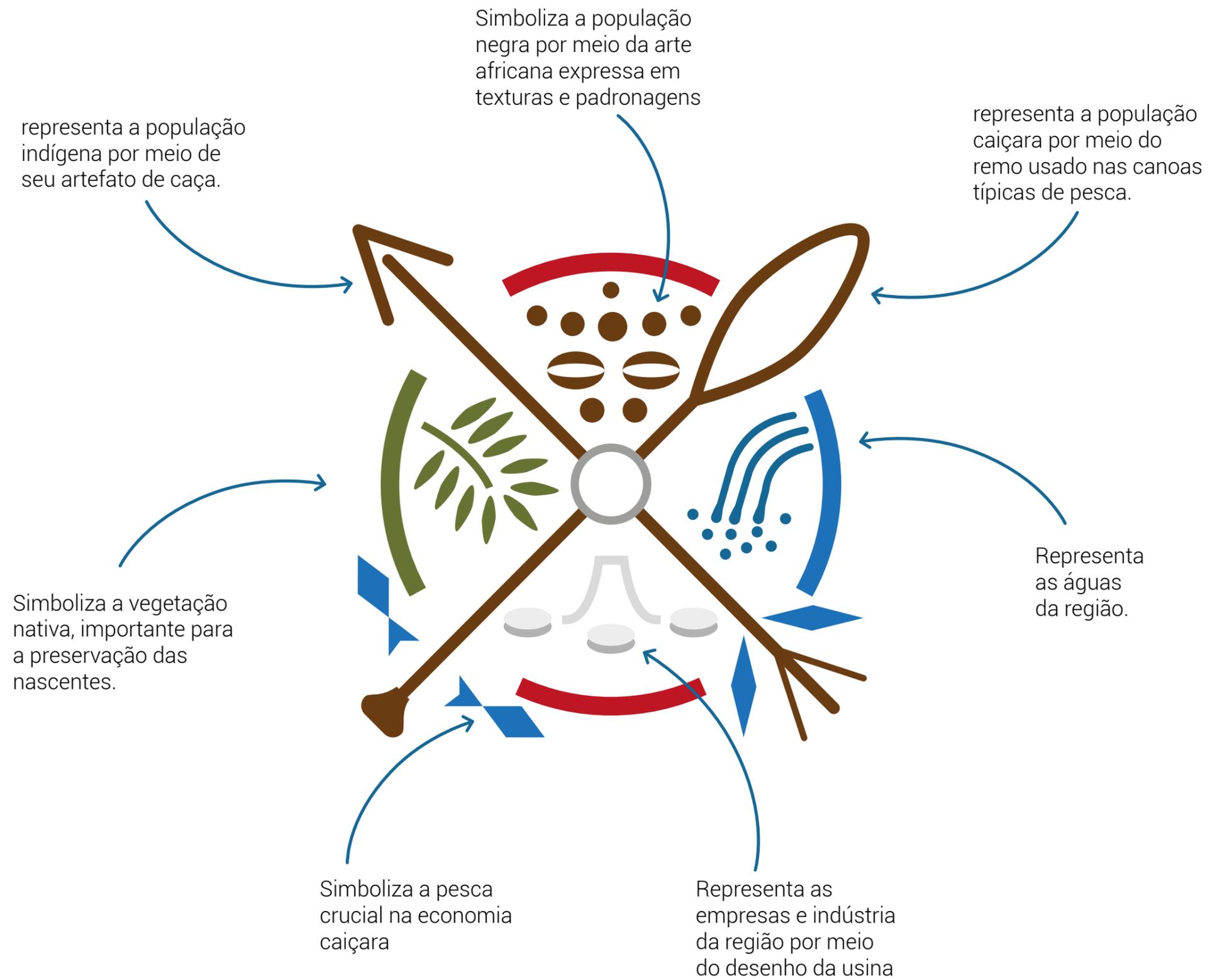
O MIV é composto pela construção da identidade visual para o PRH-BIG (logomarca e demais diretrizes imagéticas), simbologia, escolha de *fonts* (tipos de letras), a apresentação da Logomarca principal, uma paleta cromática, as variações cromáticas (aplicações no positivo e negativo), variações monocromáticas, assinaturas e variações, e, também, diretrizes técnicas para uso, como definições de redução máxima permitida para o uso da logomarca e sua malha construtiva.

Também são apresentadas sugestões ilustrativas de aplicações em publicações, relatórios e apresentações digitais para monitores e projeções.

CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE VISUAL DO

PRH-BIG

# SIMBOLOGIA



# ROBOTO\*

BLACK	<b>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890</b>
BOLD	<b>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890</b>
MEDIUM	<b>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890</b>
REGULAR	<b>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890</b>
THIN	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

**PRH  
BIG**

PLANO DE RECURSOS  
HÍDRICOS DA REGIÃO  
HIDROGRÁFICA DA  
BAÍA DA ILHA GRANDE

Tipografia sem serifa, grotesca, com ondulação no desenho de alguns caracteres. Utilização em caixa alta para o logotipo. Também usada como alfabeto institucional em caixa alta e baixa nas aplicações. A variação de peso dentro da mesma família pode ser usada para criar hierarquia, bem como mudança de tamanho e postura. Em textos longos recomenda-se o uso do peso "thin" no corpo 11pt e entrelinha 14pt no mínimo.

MARCA PRINCIPAL



# PRH-BIG

PLANO DE RECURSOS HÍDRICOS DA REGIÃO  
HIDROGRÁFICA DA BAÍA DA ILHA GRANDE

# PALETA CROMÁTICA

C 85%; M 50%; Y 0%; K 0%  
R 29; G 113; B 184  
#1D71B8



C 40%; M 70%; Y 100%; K 50%  
R 104; G 60; B 17  
#683C11



C 0%; M 80%; Y 95%; K 0%  
R 233; G 78; B 27  
#E94E1B



C 62%; M 39%; Y 100%; K 30%  
R 96; G 107; B 36  
#606B24



# PRH-BIG

PLANO DE RECURSOS HÍDRICOS DA REGIÃO  
HIDROGRÁFICA DA BAÍA DA ILHA GRANDE

# VARIAÇÕES CROMÁTICAS - APLICAÇÃO EM FUNDOS COLORIDOS

## FUNDOS ESCUROS

Usar todo o logo em branco quando o logo for aplicado em fundos escuros de qualquer cor da marca ou outras cores.



## FUNDOS CLAROS

Usar cor azul presente na paleta de cores quando aplicada sobre fundos coloridos claros ou qualquer uma das cores da logo reduzidas mais de 60% de opacidade.



## VARIAÇÕES MONOCROMÁTICAS

PRETO E BRANCO  
Usar uma única cor em sua opacidade máxima e tom em 100% preto para fundos claros ou branco e logo em branco sobre fundos escuros ou preto



# PRH-BIG

PLANO DE RECURSOS HÍDRICOS DA REGIÃO  
HIDROGRÁFICA DA BAÍA DA ILHA GRANDE



# PRH-BIG

PLANO DE RECURSOS HÍDRICOS DA REGIÃO  
HIDROGRÁFICA DA BAÍA DA ILHA GRANDE



# PRH-BIG

PLANO DE RECURSOS HÍDRICOS DA REGIÃO  
HIDROGRÁFICA DA BAÍA DA ILHA GRANDE

# ASSINATURAS - VARIAÇÕES

ASSINATURA  
HORIZONTAL



PLANO DE RECURSOS HÍDRICOS DA REGIÃO  
HIDROGRÁFICA DA BAÍA DA ILHA GRANDE



ASSINATURA  
VERTICAL



PLANO DE RECURSOS  
HÍDRICOS DA REGIÃO  
HIDROGRÁFICA DA  
BAÍA DA ILHA GRANDE

ASSINATURA  
PRINCIPAL



PLANO DE RECURSOS HÍDRICOS DA REGIÃO  
HIDROGRÁFICA DA BAÍA DA ILHA GRANDE

APENAS  
SÍMBOLO



ASSINATURA  
ALL TYPE



PLANO DE RECURSOS  
HÍDRICOS DA REGIÃO  
HIDROGRÁFICA DA  
BAÍA DA ILHA GRANDE

# ASSINATURAS - VARIAÇÃO CROMÁTICA

Seguem as mesmas regras da marca principal para aplicações em fundos coloridos.



# ASSINATURAS - VARIAÇÃO MONOCROMÁTICA

Seguem as mesmas regras da marca principal para aplicações em fundos coloridos.



PLANO DE RECURSOS HÍDRICOS DA REGIÃO  
HIDROGRÁFICA DA BAÍA DA ILHA GRANDE



PLANO DE RECURSOS HÍDRICOS DA REGIÃO  
HIDROGRÁFICA DA BAÍA DA ILHA GRANDE



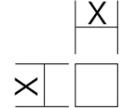
PLANO DE RECURSOS  
HÍDRICOS DA REGIÃO  
HIDROGRÁFICA DA  
BAÍA DA ILHA GRANDE



PLANO DE RECURSOS  
HÍDRICOS DA REGIÃO  
HIDROGRÁFICA DA  
BAÍA DA ILHA GRANDE

# MALHA CONSTRUTIVA

# BIG



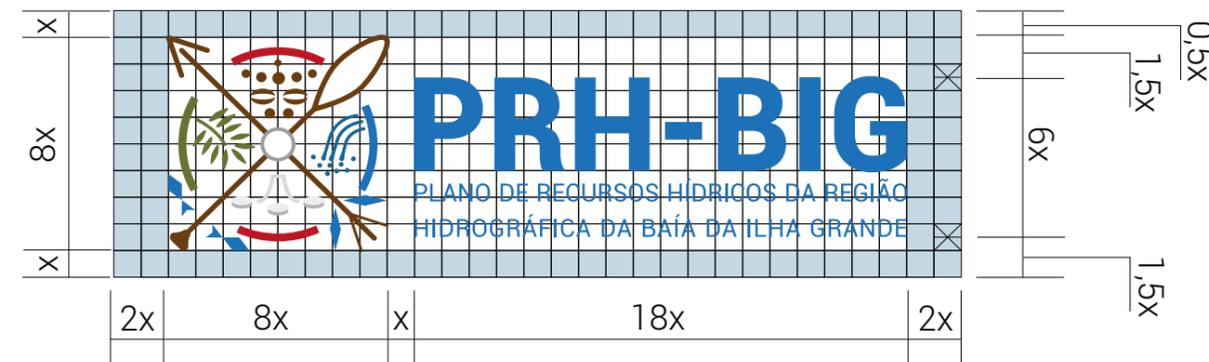
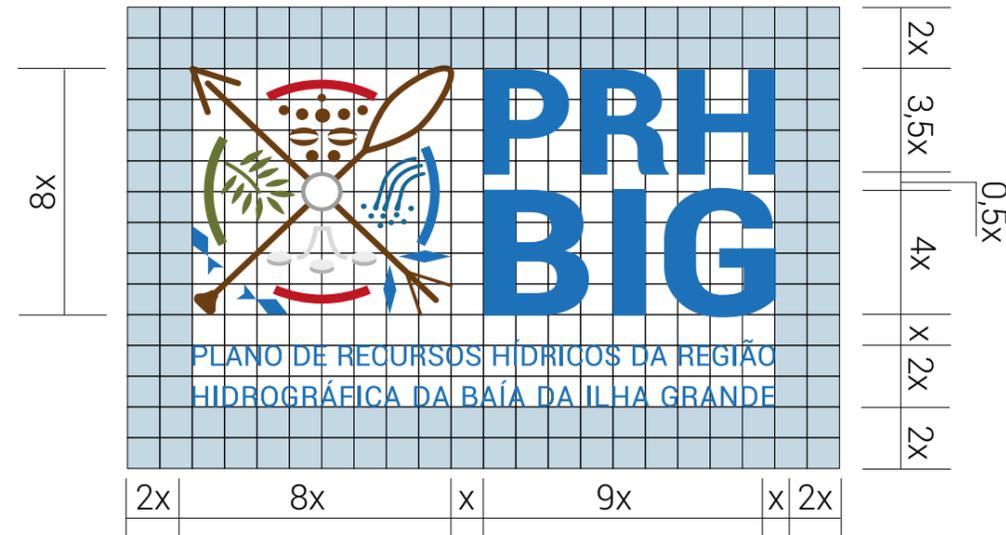
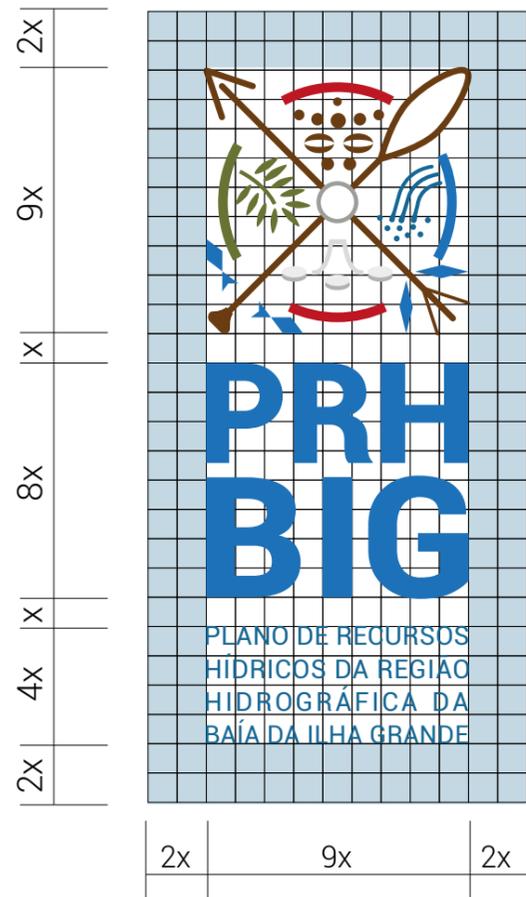
## PROPORÇÕES

Para estabelecer as proporções entre os elementos da marca utilizou-se a largura do carácter "I" em caixa alta da tipografia **ROBOTO BLACK**



## ÁREA DE NÃO INTERFERÊNCIA

Quando o logo estiver acompanhado de outros, os mesmos deverão ficar a uma distância mínima de 2 unidades de x



# REDUÇÃO MÁXIMA

A marca pode ser reduzida até as medidas máximas apresentadas nesta página, para que a legibilidade não seja comprometida



APLICAÇÕES DA

MARCA

# DOCUMENTOS



Caro Sr. Silva

Aceaquis eicimpo sandaer iaerum ipis adi ilibus am rae sunt. Os dunt es ea qui doluptin eossint.

Tet ommodi ant. Amus, te con nonem sequae pa et as ea simi, conse-quo excepuda derorei citemquid mollibus quam dolor aliquo ipsapel luptasp ernatia velibus rerum vent landa volo odis as qui rescit es sequis alibusaped quuntecatur? Ovite simetur suntur adiandusam, que im aut ut verchil laturer umquati vernam re explaboraere velenderiam, sum, sequatium ad quiscia in-velest ex eaque sundi nossunt, con con reste es duntibeaqui ressim doluptu riatem volore nonsequos aut dolorerem diore veraecepta sit remquae vid ea- tur? Qui ra dolorepe landel idusciat everia soluptas dolupid magna nosa dolut exereru ptatio. Eventibeaque estorum nemporro molendae eos aut la dis ali- tas que doloris am laborion nimus ut vid quate illatquis nonest quuntotatum qui intius maio il iur maio. Ferorerovid que volenitat veliassi a consequa none intor simus.

Optate nonsequ idelliti commos di doluptur re lat modi offictest, aut et qui rem que voloria viditat viti asit adis ius essitia perruptae lanis dolupta spi- del elibusae et volecernatur mod mint.

Ratempo ssequo et untus a qui desequestiam as as eum endis aut eum ipicium remporrovida illitiamet liquis et acerit la vit etus escia quias debitat iorrovid moditam, si dolest, sam dit aut quiditi dollecte simperovit dolore peferepre nis es quae audignis aut poresse nis everrume dus ande pere illiquas et et explibus dolupta quia si secerem utem utecusam qui odita cusdaepura audae. Aliquistrum, quid quatem in conet alisquodi ullectem faccati bearum quo berro ipictia tempelecae conestoria quatiat eatibus ciunti aboreritas es doluptate doluptamusam fuga. Olecab id mini doluptatus etum quia plan- ditibus, quamet ant et poruptas ellam int iur aut unt fugit, sum voloremque nonem aut laboratur, audam sit et aut alit accabo. Liae. Nequat autat autem quodit, arumquam, veniae. Optiore puditatur aut latiant plaborr ovitiatecto te dem ditatio. Is sinulpa inullitatur sit est mod ut quo cus rernamus expliqui volorpost invenda ndaectestio. Et re volendunt.

Itat dolum dolores torende rferuntur mil ium sit, officiumqui tem eu- ment delectul luptatur minctorrore netur audaes esenemquibus doluptur? Sed maximin totaecti nectaqu ibusciis at. Am eumquid que delectis et quaecto quiam, sam ducilia seque nem venimus mos et restrum as velis.

Atenciosamente

Sra. Karina Agra  
Coordenadora de comunicação  
profil@profil.com.br  
www.profil.com.br



Profill Engenharia e Ambiente Ltda. – Avenida Iguassu, 451/601  
– Petrópolis – Porto Alegre/RS – (51) 3211-3944

Caro Sr. Silva

Aceaquis eicimpo sandaer iaerum ipis adi ilibus am rae sunt. Os dunt es ea qui doluptin eossint.

Tet ommodi ant. Amus, te con nonem sequae pa et as ea simi, conse-quo excepuda derorei citemquid mollibus quam dolor aliquo ipsapel luptasp ernatia velibus rerum vent landa volo odis as qui rescit es sequis alibusaped quuntecatur? Ovite simetur suntur adiandusam, que im aut ut verchil laturer umquati vernam re explaboraere velenderiam, sum, sequatium ad quiscia in-velest ex eaque sundi nossunt, con con reste es duntibeaqui ressim doluptu riatem volore nonsequos aut dolorerem diore veraecepta sit remquae vid ea- tur? Qui ra dolorepe landel idusciat everia soluptas dolupid magna nosa dolut exereru ptatio. Eventibeaque estorum nemporro molendae eos aut la dis ali- tas que doloris am laborion nimus ut vid quate illatquis nonest quuntotatum qui intius maio il iur maio. Ferorerovid que volenitat veliassi a consequa none intor simus.

Optate nonsequ idelliti commos di doluptur re lat modi offictest, aut et qui rem que voloria viditat viti asit adis ius essitia perruptae lanis dolupta spi- del elibusae et volecernatur mod mint.

Ratempo ssequo et untus a qui desequestiam as as eum endis aut eum ipicium remporrovida illitiamet liquis et acerit la vit etus escia quias debitat iorrovid moditam, si dolest, sam dit aut quiditi dollecte simperovit dolore peferepre nis es quae audignis aut poresse nis everrume dus ande pere illiquas et et explibus dolupta quia si secerem utem utecusam qui odita cusdaepura audae. Aliquistrum, quid quatem in conet alisquodi ullectem faccati bearum quo berro ipictia tempelecae conestoria quatiat eatibus ciunti aboreritas es doluptate doluptamusam fuga. Olecab id mini doluptatus etum quia plan- ditibus, quamet ant et poruptas ellam int iur aut unt fugit, sum voloremque nonem aut laboratur, audam sit et aut alit accabo. Liae. Nequat autat autem quodit, arumquam, veniae. Optiore puditatur aut latiant plaborr ovitiatecto te dem ditatio. Is sinulpa inullitatur sit est mod ut quo cus rernamus expliqui volorpost invenda ndaectestio. Et re volendunt.

Itat dolum dolores torende rferuntur mil ium sit, officiumqui tem eu- ment delectul luptatur minctorrore netur audaes esenemquibus doluptur? Sed maximin totaecti nectaqu ibusciis at. Am eumquid que delectis et quaecto quiam, sam ducilia seque nem venimus mos et restrum as velis.

Atenciosamente

Sra. Karina Agra  
Coordenadora de comunicação  
profil@profil.com.br  
www.profil.com.br



Caro Sr. Silva

Aceaquis eicimpo sandaer iaerum ipis adi ilibus am rae sunt. Os dunt es ea qui doluptin eossint.

Tet ommodi ant. Amus, te con nonem sequae pa et as ea simi, conse-ernatia velibus rerum vent landa volo odis as qui rescit es sequis alibusaped quuntecatur? Ovite simetur suntur adiandusam, que im aut ut verchil laturer umquati vernam re explaboraere velenderiam, sum, sequatium ad quiscia in-velest ex eaque sundi nossunt, con con reste es duntibeaqui ressim doluptu riatem volore nonsequos aut dolorerem diore veraecepta sit remquae vid ea- tur? Qui ra dolorepe landel idusciat everia soluptas dolupid magna nosa dolut exereru ptatio. Eventibeaque estorum nemporro molendae eos aut la dis ali- tas que doloris am laborion nimus ut vid quate illatquis nonest quuntotatum qui intius maio il iur maio. Ferorerovid que volenitat veliassi a consequa none intor simus.

Optate nonsequ idelliti commos di doluptur re lat modi offictest, aut et qui rem que voloria viditat viti asit adis ius essitia perruptae lanis dolupta spi- del elibusae et volecernatur mod mint.

Ratempo ssequo et untus a qui desequestiam as as eum endis aut eum ipicium remporrovida illitiamet liquis et acerit la vit etus escia quias debitat iorrovid moditam, si dolest, sam dit aut quiditi dollecte simperovit dolore peferepre nis es quae audignis aut poresse nis everrume dus ande pere illiquas et et explibus dolupta quia si secerem utem utecusam qui odita cusdaepura audae. Aliquistrum, quid quatem in conet alisquodi ullectem faccati bearum quo berro ipictia tempelecae conestoria quatiat eatibus ciunti aboreritas es doluptate doluptamusam fuga. Olecab id mini doluptatus etum quia plan- ditibus, quamet ant et poruptas ellam int iur aut unt fugit, sum voloremque nonem aut laboratur, audam sit et aut alit accabo. Liae. Nequat autat autem quodit, arumquam, veniae. Optiore puditatur aut latiant plaborr ovitiatecto te dem ditatio. Is sinulpa inullitatur sit est mod ut quo cus rernamus expliqui volorpost invenda ndaectestio. Et re volendunt.

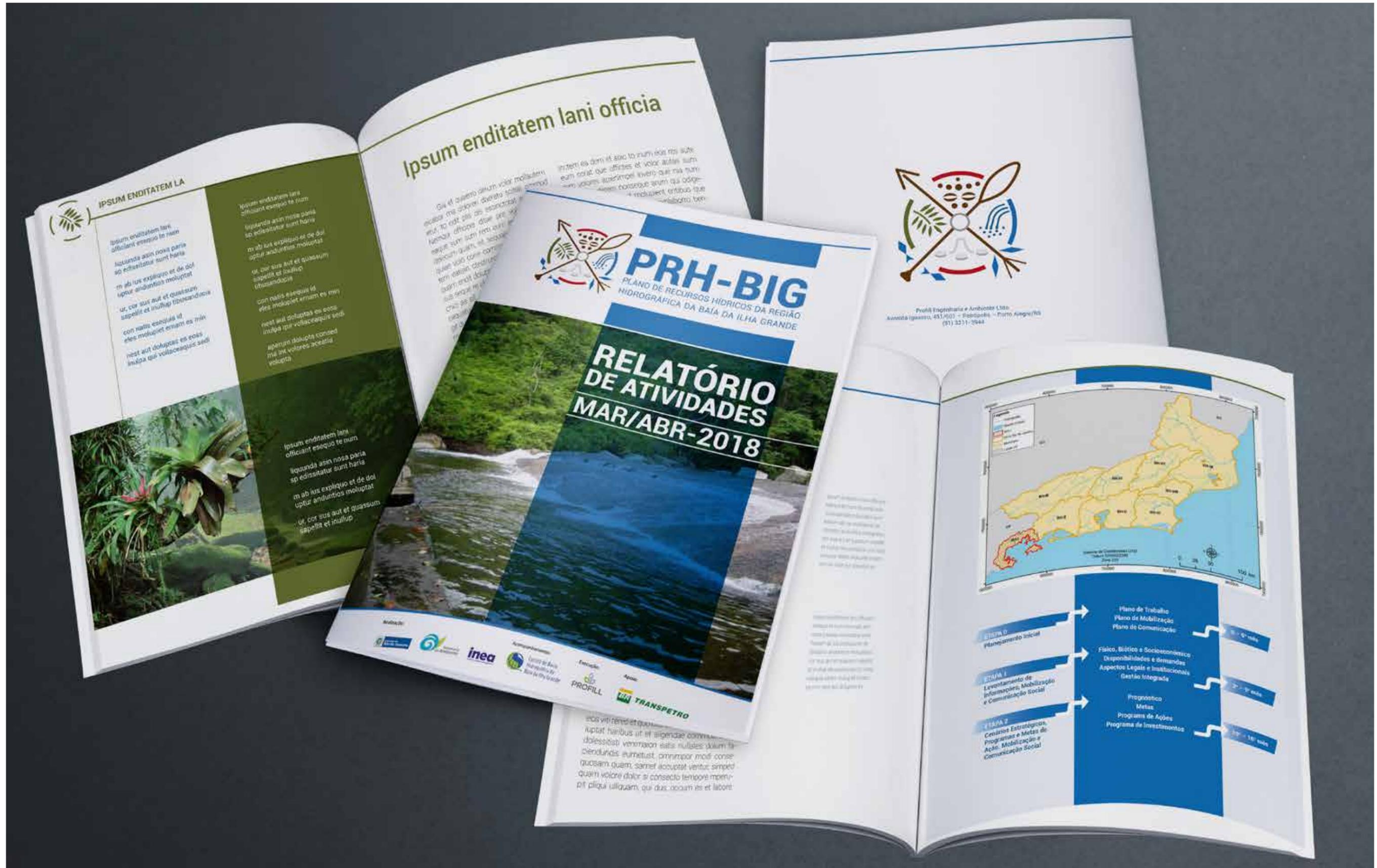
Itat dolum dolores torende rferuntur mil ium sit, officiumqui tem eu- ment delectul luptatur minctorrore netur audaes esenemquibus doluptur? Sed maximin totaecti nectaqu ibusciis at. Am eumquid que delectis et quaecto quiam, sam ducilia seque nem venimus mos et restrum as velis.

Atenciosamente

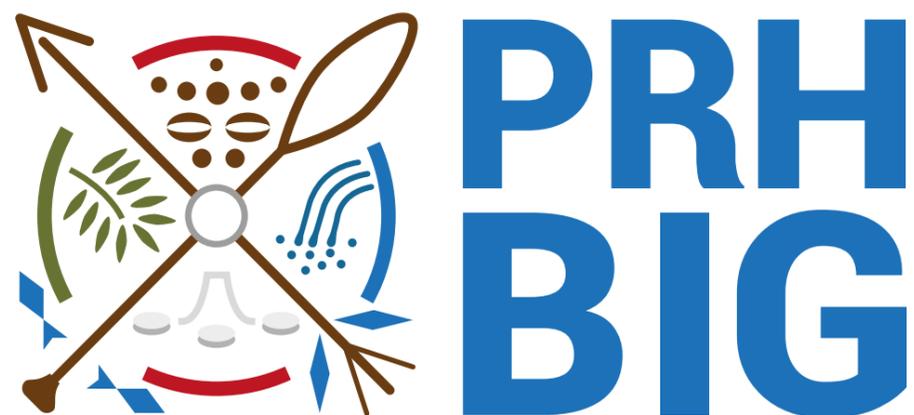
Sra. Karina Agra  
Coordenadora de comunicação  
profil@profil.com.br  
www.profil.com.br



# PUBLICAÇÕES



# APRESENTAÇÕES DIGITAIS - MONITOR E PROJEÇÃO



# PRH BIG

PLANO DE RECURSOS HÍDRICOS DA REGIÃO  
HIDROGRÁFICA DA BAÍA DA ILHA GRANDE

CBH BIG  
Reunião Plenária Extraordinária  
Evento de Lançamento  
do PRH-BIG

21/11/2017 • Paraty / RJ

Plano de Trabalho



Realização:



Acompanhamento:



Execução:



Apoio:



MOBILIZAÇÃO SOCIAL  
(Cronograma Preliminar)



CONCEITOS E DIRETRIZES  
PARA O PRH-BIG



PRÓXIMOS PASSOS





# APRESENTAÇÕES DIGITAIS - MONITOR E PROJEÇÃO

## O QUE É UM PLANO DE RECURSOS HÍDRICOS?

Um Plano de Recursos Hídricos é um acordo social de base técnica para a gestão dos recursos hídricos de uma bacia hidrográfica!

Modificado por Paulo Paim do ENCOB (1999), Ribeirão Preto/SP

**PRH-BIG**  
PLANO DE RECURSOS HÍDRICOS DA REGIÃO HIDROGRÁFICA DA BAIJA DA ILHA GRANDE

Realização:

Acompanhamento:

Execução:

Apoio:

## OBJETIVOS DA APRESENTAÇÃO

- Aprovação do Plano de Trabalho
- Campo de Reconhecimento Fisiográfico
- Definição da UHPs
- Planos de Mobilização e Comunicação
- Análise da Base de Dados - RBD
- Relatório de Caracterização Física e Biótica da Bacia - RD-01

**PRH-BIG**  
PLANO DE RECURSOS HÍDRICOS DA REGIÃO HIDROGRÁFICA DA BAIJA DA ILHA GRANDE

Realização:

Acompanhamento:

Execução:

Apoio:

## OBJETIVOS DA APRESENTAÇÃO

- Apresentação da PROFILL Engenharia e Ambiente Ltda e da Equipe de trabalho
- Arranjo institucional para a Elaboração do Plano
- Conceitos e diretrizes gerais para o Plano
- Plano de Trabalho
- Cronograma preliminar da Mobilização e Participação Social
- Próximos passos

**PRH-BIG**  
PLANO DE RECURSOS HÍDRICOS DA REGIÃO HIDROGRÁFICA DA BAIJA DA ILHA GRANDE

Realização:

Acompanhamento:

Execução:

Apoio:

## ETAPAS DE ELABORAÇÃO DO PRH-BIG

- ETAPA 0  
Planejamento Inicial
- ETAPA 1  
Levantamento de informações, Mobilização e Comunicação Social
- ETAPA 2  
Cenários Estratégicos, Programas e Metas de Ação. Mobilização e Comunicação Social

- Plano de Trabalho  
Plano de Mobilização  
Plano de Comunicação
- Físico, Biótico e Socioeconômico  
Disponibilidades e demandas  
Aspectos Legais e Institucionais  
Gestão Integrada
- Prognóstico  
Metas  
Programa de Ações  
Programa de Investimentos

- 0 – 5º mês
- 2º – 9º mês
- 10º – 18º mês

**PRH-BIG**  
PLANO DE RECURSOS HÍDRICOS DA REGIÃO HIDROGRÁFICA DA BAIJA DA ILHA GRANDE

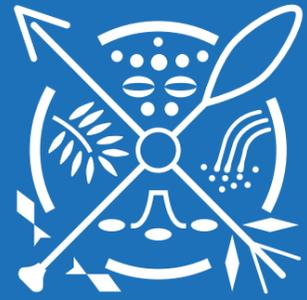
Realização:

Acompanhamento:

Execução:

Apoio:

# APRESENTAÇÕES DIGITAIS - MONITOR E PROJEÇÃO



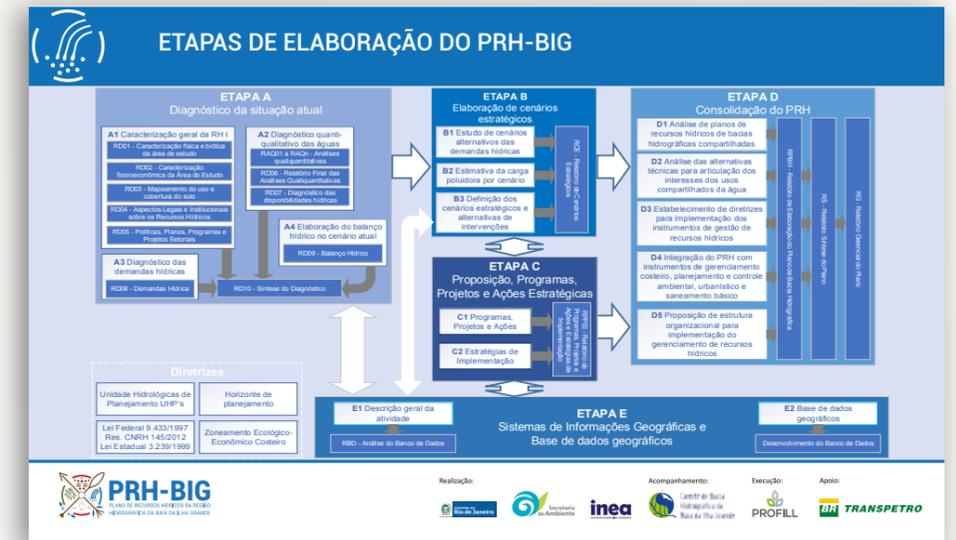
# PRH BIG

PLANO DE RECURSOS  
HÍDRICOS DA REGIÃO  
HIDROGRÁFICA DA  
BAÍA DA ILHA GRANDE

# MUITO OBRIGADO!

Profill Engenharia e Ambiente Ltda.  
Avenida Iguassu, 451/601 – Petrópolis – Porto Alegre/RS  
(51) 3211-3944

profill@profill.com.br  
carlos@profill.com.br  
sidnei.agra@profill.com.br  
www.profill.com.br



Realização:



Acompanhamento:



Execução:



Apoio:

