

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.