

PLANO DE COMUNICAÇÃO
DO COMITÊ DE
BACIA HIDROGRÁFICA
RIO DOIS RIOS 2025-2026



RIO DOIS RIOS
COMITÊ DA BACIA HIDROGRÁFICA

1. INTRODUÇÃO



O Comitê de Bacia Hidrográfica Rio Dois Rios (CBH-R2R) desempenha um papel crucial na gestão sustentável dos recursos hídricos na Região Hidrográfica VII do estado do Rio de Janeiro. Este plano de comunicação para o biênio 2025-2026 foi desenvolvido com base na avaliação crítica do plano anterior (2023-2024), nas considerações da diretoria e nas melhores práticas de comunicação institucional.

O CBH-R2R iniciou a execução de seu Plano de Bacia em 2022, com previsão de duração de 15 anos. Este documento de comunicação visa apoiar a implementação desse plano maior, fortalecendo a visibilidade do Comitê e promovendo a participação ativa da sociedade na gestão dos recursos hídricos.



2. OBJETIVOS DO PLANO



2.1. OBJETIVO GERAL:

- Desenvolver e promover a imagem do CBH-R2R, tornando suas ações mais visíveis e consolidando-o como referência na gestão de recursos hídricos em sua área de atuação.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Fortalecer o posicionamento institucional do CBH-R2R, aumentando sua visibilidade na região.
- Conscientizar a sociedade sobre a importância da preservação dos recursos hídricos e da gestão participativa.
- Envolver a comunidade e instituições locais em ações concretas de preservação e participação no Comitê.
- Ampliar a presença digital do Comitê através da reformulação do site e da produção de conteúdo multimídia.
- Promover a circulação transparente de informações sobre as atividades e projetos do Comitê.
- Estimular o interesse de instituições da região para participar ativamente no Comitê.

3. PÚBLICO ALVO



3.1. OBJETIVO GERAL:

- Diretoria e membros do CBH-R2R.
- Equipe da secretaria-executiva do CBH-R2R.
- Representantes em outros organismos do sistema de gestão de recursos hídricos.
- Outros Comitês de Bacias Hidrográficas.
- Instituições ligadas à gestão de recursos hídricos.

3.2. PÚBLICO EXTERNO:

- População dos municípios da Região Hidrográfica VII – Rio Dois Rios.
- Empresários e usuários de água.
- Produtores rurais.
- Estudantes e instituições de ensino.
- ONGs ambientais.
- Poder público local e estadual.

4. DIAGNÓSTICO E PROGNÓSTICO



4.1. DIAGNÓSTICO:

ANÁLISE DOS CANAIS DE COMUNICAÇÃO ATUAIS:

A) SITE INSTITUCIONAL:

- Pontos fortes: Centraliza informações importantes sobre o Comitê.
- Pontos fracos: Design desatualizado, navegação pouco intuitiva.
- Sugestões: Reformulação completa, tornando-o mais moderno e interativo.

B) REDES SOCIAIS (FACEBOOK, INSTAGRAM E YOUTUBE):

- Pontos fortes: Permitem interação direta com o público.
- Pontos fracos: Baixo engajamento, postagens irregulares.
- Sugestões: Aumentar frequência e qualidade das postagens, criar conteúdo mais envolvente.

C) REVISTA ANUAL, BOLETIM DIGITAL E INFORMATIVO TRIMESTRAL:

- Pontos fortes: Fornecem informações detalhadas sobre as atividades do Comitê.
- Pontos fracos: Formato pouco atrativo.
- Sugestões: Ampliar a distribuição, tornar o design mais atraente e incluir conteúdo multimídia.

D) EVENTOS PRESENCIAIS:

- Pontos fortes: Permitem contato direto com a comunidade.
- Pontos fracos: Alcance limitado geograficamente.
- Sugestões: Realização itinerante na Bacia.

E) EVENTOS VIRTUAIS

- Pontos fortes: Alcance amplo.
- Pontos Fracos: Pouca interação social.
- Sugestões: Alternar realizações de eventos virtuais com os presenciais.

4. DIAGNÓSTICO E PROGNÓSTICO



4.2. PROGNÓSTICO:

PROJEÇÃO PARA OS CANAIS DE COMUNICAÇÃO:

A) CURTO PRAZO (6 MESES):

- Lançamento de vídeos institucionais.
- Criação de canal no Spotify (Podcasts).
- Aumento da frequência de postagens nas redes sociais.
- Início da produção de podcasts e vídeos institucionais.

B) MÉDIO PRAZO (1 ANO):

- Reformulação do site institucional.
- Consolidação da presença digital do Comitê.
- Aumento do engajamento nas redes sociais.
- Estabelecimento de parcerias com mídia local para maior visibilidade.

C) LONGO PRAZO (2 ANOS):

- Reconhecimento do CBH-R2R como referência em comunicação sobre recursos hídricos.
- Ampliação significativa do alcance e engajamento do público.
- Integração efetiva entre comunicação online e offline.

5. ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO



5.1. CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO

A) VÍDEOS INSTITUCIONAIS E SOBRE PROJETOS:

- Produção de 6 vídeos por ano (1 a cada 2 meses) com a utilização do banco de imagens contratado com fotos e filmagens de drone da região.
- Temas propostos: apresentação do Comitê, projetos em andamento, depoimentos de membros e beneficiários.
- Duração: 3-5 minutos para vídeos completos, 30-60 segundos para versões para redes sociais.

B) PODCASTS:

- Produção de 12 episódios por ano (1 por mês).
- Temas propostos: gestão de recursos hídricos, sustentabilidade, projetos do Comitê.
- Formato: entrevistas com especialistas e membros da comunidade.
- Duração: 20-30 minutos por episódio.

C) SPOTS E PROGRAMAS DE RÁDIO:

- Produção de 24 spots por ano (2 por mês).
- Duração: 30-60 segundos cada.
- Veiculação em rádios locais (mídia espontânea, e no site do Comitê).

5. ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO



5.2. REFORMULAÇÃO DO SITE

A) NOVA ESTRUTURA DO SITE:

- Página inicial com destaques para projetos, notícias e chamadas para ação.
- Seção "Sobre o Comitê" com informações institucionais.
- Área de Projetos com descrições detalhadas e resultados.
- Biblioteca de mídia com vídeos, podcasts e galeria de fotos.
- Geoportal com dados técnicos e mapas interativos.
- Área de transparência com documentos e relatórios.
- Formulário de contato e inscrição para newsletter.

B) FUNCIONALIDADES:

- Design responsivo para acesso via dispositivos móveis.
- Integração com redes sociais.
- Sistema de busca eficiente.

5. ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO



5.3. REDES SOCIAIS E CONTEÚDO MULTIMÍDIA

A) FACEBOOK E INSTAGRAM:

- Postagens semanais com conteúdo informativo e educativo.
- Uso de stories para cobertura de eventos e informações rápidas.
- Criação de eventos para ações do Comitê.

B) YOUTUBE:

- Canal dedicado para vídeos institucionais e educativos.
- Playlists organizadas por temas e projetos.

C) SPOTIFY (E/OU DEMAIS ALTERNATIVAS DE STREAMING DE MÚSICA):

- Perfil institucional para networking profissional.
- Compartilhamento de conteúdo técnico e oportunidades de participação.

D) WHATSAPP:

- Lista de transmissão para comunicados rápidos e lembretes de eventos.

6. ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO



6.1. PRÉ-COBERTURA DE EVENTOS:

- Criação de peças gráficas para divulgação.
- Envio de press releases para imprensa local.
- Publicação de informações no site e redes sociais.
- Envio de convites personalizados por e-mail e WhatsApp.

6.2. COBERTURA DE EVENTOS:

- Transmissão ao vivo nas redes sociais.
- Produção de conteúdo em tempo real (fotos, vídeos curtos).
- Entrevistas com participantes e organizadores.
- Coleta de feedbacks e depoimentos.

6.3. PÓS-COBERTURA DE EVENTOS:

- Produção de relatório com principais resultados.
- Criação de galeria de fotos no site.
- Edição e publicação de vídeo-resumo do evento.

6.4. ASSESSORIA DE IMPRENSA:

- Manutenção de mailing list atualizado de jornalistas e veículos de comunicação.
- Produção e envio de press releases.
- Agendamento de entrevistas e coletivas de imprensa.
- Intermediação entre CBH -R2R e Imprensa.

6.5. CLIPPING E MONITORAMENTO DE MÍDIA:

- Monitoramento das menções ao Comitê na mídia.
- Produção de relatório mensal de clipping.
- Análise qualitativa das menções e sugestões de ações.

6.6. PRODUÇÃO DE CONTEÚDO EDITORIAL:

- Transmissão ao vivo nas redes sociais.
- Produção de conteúdo em tempo real (fotos, vídeos curtos).
- Entrevistas com participantes e organizadores.
- Coleta de feedbacks e depoimentos.

7. CRONOGRAMA - ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO

PRODUTO	ATIVIDADES	META		RESPONSÁVEL	2025												2026											
		2025	2026		Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
2-ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO																												
2.5-Clipping e Monitoramento de Mídia	Monitoramento das menções ao CBH-R2R na mídia	X	X	AGEVAP	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Relatório anual de clipping	X	X	Contratação externa													X	X	X							X	X	X
	Análise Qualitativa das menções e sugestões de ações	X	X	Contratação externa													X	X	X							X	X	X
2.6-Produção de Conteúdo editorial	Criação e Divulgação do Boletim Digital	X	X	AGEVAP			X	X	X	X									X	X	X	X						
	Criação e Divulgação do Informativo trimestrais	X	X	AGEVAP			X	X		X	X		X	X		X	X		X		X	X			X	X		X
	Criação e Divulgação da Revista Quatro Águas	X	X	AGEVAP										X	X	X									X	X	X	
	Artigos Técnicos para publicações especializadas (sob demanda)	X	X	AGEVAP																								
2.7-Atualização do Banco de Imagens	Incorporação de novas imagens	X	X	Contratação externa	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2.8-Gerenciamento das redes sociais	Produção de conteúdo, postagens e monitoramento	X	X	AGEVAP	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
3-MONITORAMENTO DE RESULTADOS DE COMUNICAÇÃO																												
3.1-relatórios de monitoramento das atividades de comunicação	Produção anual de relatório analítico sobre eficácia das atividades de comunicação desenvolvidas	X	X	Contratação externa												X	X	X	X						X	X	X	X

14. PREVISÃO ORÇAMENTÁRIA



PRODUTO	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
Plano de Trabalho	01	R\$ 3.870,00	R\$ 3.870,00
Vídeo	06	R\$ 7.320,00	R\$ 43.920,00
Podcast	12	R\$ 2.500,00	R\$ 30.000,00
Spot	24	R\$ 925,50	R\$ 22.212,00
Reformulação do Site	01	R\$ 6.250,00	R\$ 6.250,00
			R\$ 106.252,00

*Valores estimados com base no contrato vigente e reajustados baseados no IPCA.

9. AVALIAÇÃO E MONITORAMENTO



9.1. INDICADORES DE DESEMPENHO:

- Número de seguidores e engajamento nas redes sociais.
- Tráfego e tempo de permanência no site.
- Número de downloads de materiais e inscrições na newsletter.
- Menções positivas na mídia.
- Participação em eventos do Comitê.

9.2. FERRAMENTAS DE ANÁLISE:

- Google Analytics para métricas do site.
- Relatórios nativos das redes sociais.

9.3. RELATÓRIOS:

- Produção de relatórios trimestrais de desempenho.
- Reunião semestral de avaliação com a diretoria do Comitê.

10. CONSIDERAÇÕES FINAIS



Este plano de comunicação foi desenvolvido para atender às necessidades específicas do CBH-R2R, levando em consideração seu contexto atual e objetivos futuros. A implementação bem-sucedida deste plano dependerá do engajamento de todos os membros do Comitê e da flexibilidade para ajustes conforme necessário.

Recomenda-se uma revisão anual deste plano, com ajustes baseados nos resultados obtidos e nas mudanças no cenário de atuação do Comitê. A expectativa é que, com a aplicação eficaz destas estratégias, o CBH-R2R consolide sua posição como referência em gestão participativa de recursos hídricos, ampliando seu alcance e impacto positivo na região.

