



PLANO DE COMUNICAÇÃO

FRENTES INTERNAS

Frentes de ação	Direcionamento	Público-alvo
Identidade Visual	Criação de design gráfico coeso e manual da marca para padronização de material visual	Público-geral
Site	Desenvolvimento de site mais funcional e interativo, que reúna todas as informações e materiais feitos pelo I e II, área de notícias e cadastro de mailing.	Público-geral, stakeholders, órgãos do governo
Livro do projeto I e II	Tradução para inglês do livro I	Stakeholders
	Criação livro II inglês/português no final do projeto	
Relatórios (a cada 3 meses)	Newsletter com atualizações do projeto	Comitê Gestor e Comitê Consultivo
	Resumo informativo para parceiros executivos	PNUMA e MCTI
Material Gráfico	Criação de apresentações, folders, banners para eventos, elevadores MCTI, feira de ciência e infográficos para CITInova em números	Público-geral, stakeholders
Vídeos	Criação de roteiro para vídeos institucionais para divulgação do projeto e contratação de imagens	Público-geral, stakeholders
Mídias	Postagens nas redes sociais (instagram, facebook, youtube e linkedin)	Público-geral
	Criação de notícias e releases para canais online do CITInova, MCTI, PNUD	Público-geral
	Divulgação do projeto e ações nas mídias locais dos territórios (jornal, tv, rádio) com release e foto/vídeo (press kit?), entrevista e notícias	Imprensa e moradores locais
Territórios	Comunicação interna para atualizações/relatórios	Coordenadoras metropolitanas
	Comunicação interna para alinhamento/relatórios	Consultorias contratadas
	Contratação de profissional e direcionamento para cobertura foto/vídeo das ações	Profissionais contratados
	Contratação p/ criação de cartilhas para divulgação dos resultados dos planos das consultorias	Público-geral, stakeholders

CONSULTORIAS

Componentes	Comunicação Consultorias	Comunicação Equipe do Projeto
Módulos Metropolitanos (1.1, 1.4, 1.7)	<ul style="list-style-type: none"> Interface e conteúdo dos Módulos. Material de mídia do guia de uso. (a definir qual material e formato) 	<ul style="list-style-type: none"> Sob revisão da equipe Compilado de resultados das atividades.
Planos Metropolitanos (1.2.2, 1.2.3, 1.2.4, 1.5.2, 1.5.3, 1.5.5, 1.8.2, 1.8.4)	<ul style="list-style-type: none"> Os planos e resumos executivos serão entregues com diagramação simples em formato ABNT considerando os critérios da identidade visual do projeto. Materiais de comunicação (convites, apresentações etc.) para condução das atividades de engajamento e cocriação considerando os critérios da identidade visual do projeto. 	<ul style="list-style-type: none"> Diagramação em forma de livreto, será contratado a posteriori caso se queira.
Planos de Baixa Emissão (1.2.5, 1.5.4, 1.8.3)	<ul style="list-style-type: none"> Os planos e resumos executivos serão entregues com diagramação simples em formato ABNT considerando os critérios da identidade visual do projeto. Materiais de comunicação (convites, apresentações etc.) para condução das atividades de engajamento e cocriação considerando os critérios da identidade visual do projeto. 	<ul style="list-style-type: none"> Diagramação em forma de livreto, será contratado a posteriori caso se queira. Compilado de resultados das atividades.
Governança Metropolitana (1.3, 1.6, 1.9)	<ul style="list-style-type: none"> Materiais de comunicação (convites, apresentações etc.) para condução das atividades de engajamento e cocriação considerando os critérios da identidade visual do projeto. 	<ul style="list-style-type: none"> Compilado de resultados das atividades.
Pilotos de Baixa Emissão (2.1, 2.3, 2.4)	<ul style="list-style-type: none"> Registro vídeo/foto qualidade profissional (incluir imagens aéreas antes/depois) das experiências dos produtos desenvolvidos, com periodicidade a ser definida. Estabelecer fluxo de troca de comunicação com a Equipe para definir datas-marcos. Materiais de comunicação de acordo com a necessidade para condução das atividades de engajamento e cocriação considerando os critérios da identidade visual do projeto. 	<ul style="list-style-type: none"> Registro vídeo/foto/entrevista nas datas-marcos, além da Consultoria. Comunicação com mídia externa (TV, jornal, site) para cobertura. Compilado de resultados das atividades. Diagramação em forma de livreto, será contratado a posteriori caso se queira.

Componentes	Comunicação Consultorias	Comunicação Equipe do Projeto
Piloto Agrofloresta Belém (2.2) Piloto Laboratório Hídrico (2.5.3, 2.5.4) Piloto Monitoramento Avifauna (2.5.5) Piloto Turismo Base Comunitária (2.5.6)	<ul style="list-style-type: none"> Registro vídeo/foto qualidade profissional (incluir imagens aéreas antes/depois) das experiências dos produtos desenvolvidos, com periodicidade a ser definida. Estabelecer fluxo de troca de comunicação com a Equipe para definir datas-marcos. Materiais de comunicação de acordo com a necessidade para condução das atividades de engajamento e cocriação considerando os critérios da identidade visual do projeto. 	<ul style="list-style-type: none"> Registro vídeo/foto/entrevista nas datas-marcos, além da Consultoria. Comunicação com mídia externa (TV, jornal, site) para cobertura. Compilado de resultados das atividades. Diagramação em forma de livreto, será contratado a posteriori caso se queira.
Fortalecimento de Mecanismos Nacionais (3.1)	<ul style="list-style-type: none"> Materiais de comunicação (convites, apresentações etc.) para condução das atividades de engajamento e cocriação considerando os critérios da identidade visual do projeto. Promover congresso, seminário, oficina? 	<ul style="list-style-type: none"> Compilado de resultados das atividades.
Guia Eletrônico de Acesso à Financiamento (3.2.2)	<ul style="list-style-type: none"> Interface e conteúdo do Guia. Material de mídia do guia de uso. (a definir qual material e formato) 	<ul style="list-style-type: none"> Sob revisão da equipe Compilado de resultados das atividades.
Capacitação e Assessoria Técnica para Acesso à Financiamento (3.2.3, 3.2.5)	<ul style="list-style-type: none"> Materiais de comunicação de acordo com a necessidade para condução das atividades de engajamento e cocriação considerando os critérios da identidade visual do projeto. Oficinas precisam ser registradas com foto/vídeo em alta resolução. 	<ul style="list-style-type: none"> Compilado de resultados das atividades.
Programa de Pagamento por Serviços Ambientais (3.3)	<ul style="list-style-type: none"> Os planos e resumos executivos serão entregues com diagramação simples em formato ABNT considerando os critérios da identidade visual do projeto. Materiais de comunicação (convites, apresentações etc.) para condução das atividades de engajamento e cocriação considerando os critérios da identidade visual do projeto. Oficinas precisam ser registradas com foto/vídeo em alta resolução. 	<ul style="list-style-type: none"> Diagramação em forma de livreto, será contratado a posteriori caso se queira. Compilado de resultados das atividades.
Atividades UrbanShift (3.2.6, 4.3.4)	<ul style="list-style-type: none"> Material de comunicação de responsabilidade do UrbanShift/WRI 	

Componentes	Comunicação Consultorias	Comunicação Equipe do Projeto
<p>Sistema Nacional (4.1)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Interface e conteúdo dos Módulos. • Material de mídia do guia de uso. (a definir qual material e formato) • Oficinas precisam ser registradas com foto/vídeo em alta resolução. • Relatórios 	<ul style="list-style-type: none"> • Sob revisão da equipe • Compilado de resultados das atividades.
<p>Sistematização de Lições Aprendidas, Boas Práticas e Experiências (4.2)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Não se aplica 	
<p>Capacitações para Planejamento Urbano Sustentável (4.3.1, 4.3.2, 4.3.3)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Materiais de comunicação de acordo com a necessidade para condução das atividades de engajamento e cocriação considerando os critérios da identidade visual do projeto. • Oficinas precisam ser registradas com foto/vídeo em alta resolução. 	<ul style="list-style-type: none"> • Compilado de resultados das atividades.

DIRETRIZES

O Plano de Comunicação deve definir os objetivos específicos de comunicação alinhados com as metas do projeto, como:

- Promover a compreensão do que é uma [ex: gestão integrada de unidades de conservação e áreas verdes urbanas] e seus benefícios;
- Garantir o engajamento contínuo e eficaz das partes interessadas;
- Facilitar o diálogo entre os diferentes atores envolvidos (setores público e privado/ academia/ terceiro setor/ sociedade civil, a variar).
- Sensibilizar o público sobre a importância da [ex: preservação das áreas verdes e unidades de conservação];
- Identificar o público-alvo do projeto, entre stakeholders regionais, órgãos governamentais municipais, estadual e federal, órgãos reguladores, acadêmicos e especialistas, mídia local e grupos da sociedade civil.
- Diferenciar a linha de comunicação para cada grupo, levando em consideração seu nível de interesse e influência na atividade;
- Conduzir as reuniões e oficinas e manter o engajamento com stakeholders locais.
- Documentar e reportar em relatórios técnicos avaliações da participação e engajamento dos stakeholders no desenvolvimento das atividades.
- Realizar o registro audiovisual (foto e vídeo) de alta qualidade, incluindo imagens de drone quando necessário, para documentar as etapas de desenvolvimento de execução, como oficinas, reuniões, ações públicas e o que for de interesse, estabelecendo uma periodicidade da entrega dos arquivos via nuvem.
- Criar materiais de comunicação de acordo com a necessidade de divulgação, utilizando a identidade visual do CITInova como apoio ao material gráfico, na criação de convites para workshops/eventos/reuniões impressos ou digital e apresentações explicativas aos stakeholders. As peças devem ser submetidas à revisão pela Equipe do Projeto.
- O Plano de Comunicação deve definir um cronograma detalhado das atividades de comunicação, alinhado com as etapas do projeto e acompanhando o desenvolvimento do projeto, sendo ajustado conforme atualizações.
- Estabelecer um calendário com a frequência das reuniões periódicas que deverão ser agendadas entre a CONTRATADA e a Equipe do Projeto para definir cronograma das atividades, entrega de relatórios técnicos, progresso

- dos registros audiovisuais, peças gráficas e atividades de engajamento.
- Preparar e divulgar apropriadamente os eventos presenciais e online necessários, como reuniões, workshops, seminários e rodas de diálogo envolvendo os stakeholders. Os canais digitais do CITInova, como site do projeto, redes sociais e e-mails, poderão ser utilizados mediante alinhamento com a Assessora de Comunicação da Equipe do Projeto.
 - Durante as atividades, colher informações como lista de presença, com número de pessoas e organizações presentes e avaliar a qualidade nas interações entre os participantes, considerando o plano de integração de gênero.
 - Os relatórios técnicos devem conter atualizações do desenvolvimento do projeto, revisão e validação da solução, resumos das oficinas - incluindo a abordagem de gênero - feedbacks dos participantes e sugestões de melhorias com base nas interações com a Equipe do Projeto.
 - A divulgação das atividades deste projeto em mídia externa como jornal, rádio e televisão será de responsabilidade da Equipe do Projeto em alinhamento com a consultoria.
 - É necessário comunicar à Equipe do Projeto em casos de evento ou contato midiático, para que haja a presença de um membro da Equipe do Projeto.

PARA OS PLANOS (1.2.5, 1.5.4, 1.8.3)

E PROGRAMA DE PAGAMENTO POR SERVIÇOS AMBIENTAIS (3.3):

- O produto final do [ex:plano metropolitano integrado] deverá ser desenvolvido conforme os seguintes padrões: a diagramação deve seguir as normas da ABNT, incluindo estrutura do documento, formatação de referências e detalhes técnicos; a formatação deve estar alinhada à identidade visual do CITInova II, utilizando logotipos, cores e tipografia do projeto; o plano final deve ser entregue em formato digital (PDF) e, se necessário, impresso.

PARA OS MÓDULOS (1.1, 1.4, 1.7) E GUIA ELETRÔNICO (3.2.2):

- Os módulos metropolitanos deverão ser desenvolvidos com foco tanto na interface quanto no conteúdo, garantindo que atendam às necessidades das regiões contempladas. Além disso, será necessário criar um material de mídia para o Guia de Uso, com o formato dessa mídia ainda a ser definido em conjunto com a Equipe do Projeto. As opções de mídia incluem a possibilidade de ser em PDF e/ou vídeo, a depender do que for mais adequado para a comunicação e engajamento com os usuários finais.

INDICADORES

 Resultado condizente com o esperado.

 Entrega satisfatória com ressalvas.

 Baixa entrega ou qualidade não-satisfatória

Critérios de avaliação do sucesso do plano de comunicação, quando aplicável:

Elaboração do Plano de Comunicação: Cronograma detalhado das atividades de comunicação e definição de público-alvo para cada atividade.	
Prazo de entrega: Monitoramento dos prazos estabelecidos para entrega de documentos e materiais de comunicação ao longo do desenvolvimento do projeto.	
Qualidade da comunicação entre consultoria e Equipe do Projeto: aderência às reuniões, escuta ativa entre as trocas de expectativas, respostas, atendimento às necessidades/pedidos, resiliência à adaptações, etc.	
Conformidade técnica e visual: Avaliação da aderência às normas ABNT e identidade visual do projeto nos planos e resumos executivos.	
Qualidade dos materiais de comunicação: Avaliação da aderência à identidade visual e clareza dos materiais de apoio produzidos para articulação.	
Efetividade dos métodos de comunicação para divulgação das atividades como reuniões, oficinas, ações públicas, seminários, etc.	
Efetividade das atividades de engajamento: Avaliação de participação e envolvimento nas atividades com stakeholders locais. Número de participantes e organizações presentes e qualidade nas interações.	
Qualidade do material audiovisual: Avaliação da qualidade dos vídeos e fotos entregues, com base nos padrões de resolução e estética definidos.	
Qualidade dos Relatórios: Clareza e objetividade dos relatórios técnicos entregues.	
Participação nas Oficinas de Capacitação: Número de gestores públicos/técnicos capacitados.	
Aderência da cocriação: Número de soluções sustentáveis integradas apresentadas.	
Engajamento nas Oficinas de Cocriação: Nível de interação e cocriação entre os participantes durante as atividades.	
Eficácia do modelo de governança: Avaliação da participação e colaboração dos municípios e stakeholders regionais nas atividades de articulação. Municípios e gestores presentes e qualidade nas interações.	
Qualidade e clareza da interface e conteúdo dos módulos/guia eletrônico: Avaliação da usabilidade, acessibilidade e navegação intuitiva do módulo/guia eletrônico.	
Efetividade do material de mídia: Avaliação qualitativa do Guia de Uso com base no feedback da Equipe do Projeto.	



CITinova