

Plano de Comunicação do SNUC

Consolidação do Sistema Nacional de Unidades de
Conservação (SNUC)

Ministério do Meio Ambiente (MMA)
Secretaria de Biodiversidade (SBio)
Departamento de Áreas Protegidas (DAP)

Brasília, 04 de dezembro de 2018.

Departamento de Áreas Protegidas (DAP)

Diretor: João Paulo Sotero de Vasconcelos
Ed. Marie Prendi Cruz, SEPN 505 Norte,
Bloco "B", 70.730-542 – Brasília/DF
Email: dap@mma.gov.br

O documento foi elaborado no âmbito do projeto **Consolidação do Sistema Nacional de Unidades de Conservação (SNUC) – LifeWeb**, apoiado pelo **Ministério Federal do Meio Ambiente, Proteção da Natureza e Segurança Nuclear (BMU) da Alemanha** por meio da **Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH**.

Diretor do Projeto (GIZ): Jens Brüggemann (jens.brueggemann@giz.de)

Autora: Sylvia Montag (s.montag@posteo.de)

Agradecimentos às contribuições de: Betânia Fichino (DAP/SBio/MMA), Fabiana Regina Pirondi dos Santos (GIZ), Jens Brüggemann (GIZ), João Paulo Sotero de Vasconcelos (DAP/SBio/MMA), Marco Antonio Ferreira Bueno (DAP/SBio/MMA), Maurício Boff (GIZ), Rosiane de Jesus Pinto (DAP/SBio/MMA), Steffen Muenzner (GIZ).

Brasília, 04 de dezembro de 2018.

Por ordem do



Ministério Federal
do Ambiente, Proteção da Natureza
e Segurança Nuclear

giz Deutsche Gesellschaft
für Internationale
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

MINISTÉRIO DO
MEIO AMBIENTE



da República Federal da Alemanha

Sumário

1.	Sensibilizar em prol do Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza (SNUC)	4
1.1.	O Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza (SNUC)	4
1.2.	Iniciativas de sensibilização sobre o valor do SNUC.....	4
1.2.1.	Iniciativas de organizações da sociedade civil.....	4
1.2.2.	Um plano de comunicação para o SNUC.....	5
1.3.	Desafios na comunicação em prol do SNUC.....	6
2.	Estratégia de comunicação para o SNUC	7
2.1.	Objetivos de comunicação	7
2.2.	Grupos-Alvos e Parceiros de Comunicação.....	9
2.2.1.	Comunicação Interna	9
2.2.2.	Comunicação Externa.....	10
2.3.	Instrumentos de Comunicação	11
3.	Plano de Ação	12
3.1.	Objetivo Específico 1: Estruturas organizacionais aprimoradas para coordenar atividades de comunicação do SNUC	13
3.1.1.	Ação 1: Fortalecer o Fórum Permanente de Dirigentes do SNUC.....	13
3.1.2.	Ação 2: Promover o Grupo de Trabalho (GT) de Comunicação dentro do DAP.....	14
3.1.3.	Ação 3: Estabelecer uma parceria estratégica com a Coalizão Pró-UCs	15
3.2.	Objetivo Específico 2: O SNUC tem uma visão compartilhada	16
3.2.1.	Ação 4: Desenvolver a Identidade Visual do SNUC em processo participativo	16
3.2.2.	Ação 5: Promover o “Espaço SNUC Brasil” no III Congresso Áreas Protegidas da América Latina e do Caribe (CAPLAC) no Peru, de 17 a 20 de março de 2019	18
3.2.3.	Ação 6: Promover o “Espaço SNUC” no IX Seminário Brasileiro sobre Áreas Protegidas e Inclusão Social (SAPIS) e IV Encontro Latino Americano sobre Áreas Protegidas e Inclusão Social (ELAPIS), de 13 a 16 de novembro de 2019	19
3.2.4.	Ação 7: Estabelecer uma parceria estratégica para aprimorar atividades de sensibilização em escolas	20
3.2.5.	Ação 8: Promover o “Espaço SNUC” no X Congresso Brasileiro de Unidades de Conservação (CBUC), em julho de 2021.....	21
3.3.	Objetivo Específico 3: Ofertas de visitação de Unidades de Conservação ampliadas e divulgadas.....	22
3.3.1.	Ação 9: Divulgar o “App Parques”	22
3.3.2.	Ação 10: Realizar e institucionalizar a campanha “Semana nos Parques”	23
3.4.	Objetivo Específico 4: Valor econômico, benefícios sociais e serviços ecossistêmicos do SNUC divulgados.....	25

3.4.1.	Ação 11: Publicar a Revista SNUC.....	25
3.4.2.	Ação 12: Divulgar a publicação “Quanto vale o verde?”.....	26
3.4.3.	Ação 13: Adaptar e divulgar vídeos sobre valor de UCs e serviços ecossistêmicos.....	27
3.4.4.	Ação 14: Campanha de comemoração de 20 anos do SNUC em 2020.....	29
4.	Fontes de Informação.....	31

1. Sensibilizar em prol do Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza (SNUC)

1.1. O Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza (SNUC)

O Brasil possui a flora e a fauna mais ricas do mundo. Com mais de 20% do número total de espécies sobre a Terra, o Brasil tem a maior biodiversidade do planeta (MMA, 2011). Tal fato rendeu o título de país megadiverso. O Brasil é responsável por 60% da Bacia Amazônica, que representa cerca de 40% das florestas tropicais do mundo (PERES, 2005). Dos 25 *hotspots* mundiais de biodiversidade, dois deles, o Cerrado e a Mata Atlântica, estão no Brasil (MYERS, 2000).

Aproximadamente, 58% do território brasileiro é coberto por florestas, o que representa a segunda maior área de bosques do mundo, atrás apenas da Rússia (SNIF, 2016). As florestas significam garantia de água em quantidade e qualidade, armazenamento de carbono, fornecimento de produtos madeireiros e não-madeireiros, diversidade cultural e beleza cênica.

Para preservar esse patrimônio natural, o Brasil instituiu o Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza (SNUC). Criado pela Lei nº 9.985, de 18 de julho de 2000, o SNUC estabelece critérios e normas para a criação, implantação e gestão de unidades de conservação (UCs) nas três esferas do poder público (federal, estadual e municipal) e pela iniciativa privada, e propõe objetivos e diretrizes para as 12 categorias de UCs existentes, diferenciadas quanto à forma de proteção e aos usos permitidos.

Atualmente, 18% do território continental e 26% do território marinho do Brasil têm garantia por lei de algum tipo de proteção. São 2,5 milhões de quilômetros quadrados, ou sete vezes o tamanho da Alemanha. O SNUC é composto por 2.201 unidades de conservação nos seis biomas presentes no Brasil e na área marinha do país (CNUC/MMA, 07/2018).

Mesmo assim, muitas UCs ainda sofrem ameaças na prática. Repasses financeiros não chegam para executar a gestão necessária. Equipamentos em unidades de conservação, como carros e barcos, são muitas vezes escassos ou antigos. Ainda, há falta de pessoal na gestão de muitas UCs e, quando eles existem, é um desafio oferecer aos profissionais treinamento e capacitação.

Determinante para o sucesso das ações de conservação – e ainda mais quando há desafios, como no caso do SNUC – é o apoio da sociedade. É necessário que as pessoas conheçam as unidades de conservação e compreendam os valores e benefícios gerados por elas. O reconhecimento do valor e da importância das UCs para a sociedade brasileira justifica a inversão de recursos necessários para manter as unidades de conservação e, conseqüentemente, o próprio SNUC.

1.2. Iniciativas de sensibilização sobre o valor do SNUC

1.2.1. Iniciativas de organizações da sociedade civil

Existem diversas iniciativas bem-sucedidas realizadas por organizações da sociedade civil que têm como objetivo aumentar o engajamento e o apoio em favor das UCs. São exemplos:

1. Desde 1997, a Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza organiza o **Congresso Brasileiro de Unidades de Conservação (CBUC)**. Realizada uma vez a cada três anos, o

evento reúne poder público, instituições não governamentais, sociedade civil e gestores de UCs públicas e privadas. O CBUC, reconhecido internacionalmente pelo debate e fortalecimento das áreas protegidas no Brasil, é considerado um dos mais importantes congressos da América Latina sobre a conservação da natureza. Até a nona edição (2018), o evento registrou mais de 10 mil participantes e de 400 palestras. O CBUC é patrocinado e apoiado por parceiros governamentais e não governamentais, ONGs, o setor privado e organizações de cooperação internacional.

2. **Parques do Brasil** é um evento realizado anualmente desde 2012 pelo Instituto Semeia. Os encontros reúnem membros da sociedade civil, do poder público e do setor privado com o objetivo de debater e avançar na conservação de parques e gerar desenvolvimento sustentável e oportunidades econômicas para o Brasil.
3. A campanha **Um Dia no Parque** foi realizada pela primeira vez no dia 22 de julho de 2018. Foi idealizada pela Rede Nacional Pró-UCs em parceria com a Coalizão Pró-UCs. O objetivo da campanha é estimular os brasileiros à visita de UCs para lazer, educação ambiental e conscientização. Para isto, as unidades de conservação oferecem atividades especiais no dia, como caminhadas guiadas, teatro, oficina de reciclados e outras ações educacionais.

As iniciativas são importantes e geram, cada uma a seu modo, impacto em favor da consolidação do SNUC. No entanto, o impacto das iniciativas pode ser multiplicado em abrangência e sustentabilidade caso sejam integradas a uma estratégia maior, acompanhada ou coordenada pelo governo federal. Essas iniciativas contribuem para o alcance das metas nacionais e internacionais de conservação de biodiversidade.

Este plano de comunicação é um convite às organizações da sociedade civil para que se envolvam no planejamento e na execução das atividades apresentadas neste documento.

1.2.2. Um plano de comunicação para o SNUC

Em 2006, o Ministério do Meio Ambiente (MMA) determinou no Plano Estratégico Nacional de Áreas Protegidas (PNAP): “Estabelecer e implementar a estratégia nacional de comunicação, divulgação e sensibilização sobre as unidades de conservação” (MMA, 2006).

Em 2017, a intenção foi confirmada e considerada na Estratégia e Plano de Ação Nacionais para a Biodiversidade (EPANB) como agenda prioritária da Secretaria de Biodiversidade (SBio) do MMA em seu papel de “conservar a biodiversidade nas áreas protegidas. Ação Prevista: Elaboração e implementação do plano de comunicação do SNUC” (MMA, 2017, p. 104, Ação 6).

Portanto, o estabelecimento de comunicação estratégica em prol do SNUC é considerado essencial para o cumprimento das metas internacionalmente acordadas na Convenção sobre Diversidade Biológica (CDB), as chamadas Metas de Aichi:

Objetivo Estratégico A. Tratar das causas fundamentais de perda de biodiversidade fazendo com que preocupações com biodiversidade permeiem governo e sociedade

Meta 1: Até 2020, no mais tardar, as pessoas terão conhecimento dos valores da biodiversidade e das medidas que poderão tomar para conservá-la e utilizá-la de forma sustentável.

Este plano de comunicação para o SNUC responde a tal demanda e define e organiza campanhas e ações específicas para:

1. Sensibilizar a sociedade brasileira e outros setores do governo para a importância e o valor das unidades de conservação por meio de campanhas e outras atividades e ações;
2. Aumentar a visibilidade do SNUC;
3. Aumentar o engajamento da sociedade em prol do SNUC.

Este plano tem como base os achados e as análises de três diagnósticos produzidos em 2008, 2016 e 2017, respectivamente, para identificar necessidades, desafios e objetivos de uma comunicação em prol do SNUC:

1. O primeiro diagnóstico foi elaborado em 2008 pelo Departamento de Educação Ambiental (DEA) do MMA. Serviu como base para a elaboração da Estratégia Nacional de Comunicação e Educação Ambiental no âmbito do SNUC (ENCEA). Este diagnóstico foca as necessidades de comunicação e educação ambiental no nível da unidade de conservação (MMA, 2008);
2. O segundo diagnóstico foi elaborado em 2016 pelo Departamento de Áreas Protegidas (DAP) do MMA. Foi realizado pelo consultor e jornalista João Freire. A análise se restringe às UCs abrangidas pelo Programa Áreas Protegidas na Amazônia – ARPA (FREIRE, 2016);
3. O terceiro diagnóstico foi elaborado em 2017 pelo DAP pelo consultor e especialista em comunicação e marketing Ricardo Daumas. Analisou-se o papel do DAP na coordenação da comunicação em prol do SNUC e na comunicação do SNUC como sistema em grande escala (DAUMAS, 2017).

1.3. Desafios na comunicação em prol do SNUC

Podem ser resumidos os seguintes desafios estruturantes que dificultam a execução de uma comunicação estratégica e contínua em prol do SNUC:

1. A comunicação em favor do SNUC carece de visão e missão comuns ou mesmo uma identidade visual que estimule a união entre todos os parceiros que atuam pelo Sistema. Ao contrário, as instituições e parceiros envolvidos na gestão do SNUC se concentram nos limites da sua instituição e da sua área. Essas ações facilitariam também que o cidadão e as comunidades residentes no entorno de e em UCs se identificassem e se apropriassem do SNUC;
2. Inexistem estruturas e processos bem estabelecidos e ativos no MMA para coordenar atividades e campanhas de comunicação entre os atores envolvidos na gestão de UCs, como órgãos gestores federais, estaduais e municipais, gestores privados, organizações não governamentais (ONGs) e outros parceiros envolvidos em *advocacy* e comunicação em prol do SNUC;
3. O DAP tem a função de coordenar o SNUC em suas diferentes áreas de atuação. Em relação à Comunicação, a capacidade técnica ainda é limitada. É necessário fortalecer a estrutura organizacional para chegar à execução de um plano de comunicação;
4. Ainda não foi estabelecida uma parceria público-privada com objetivo de promover a comunicação do SNUC. Isso poderia multiplicar impactos e dar maior abrangência e sustentabilidade a campanhas de comunicação.

Este plano de comunicação quer contribuir para superar esses desafios.

2. Estratégia de comunicação para o SNUC

2.1. Objetivos de comunicação

O que queremos dizer?

O **objetivo global** da comunicação em prol do SNUC é:

Objetivo global
O SNUC é conhecido, valorizado e apoiado pela sociedade brasileira pela sua importância para o bem-estar da humanidade e para o desenvolvimento sustentável do Brasil.

O objetivo global é apoiado por quatro **objetivos específicos**, que são:

Objetivos Específicos			
<p style="text-align: center;">1.</p> <p>O MMA/DAP dispõe de estruturas organizacionais aprimoradas para coordenar atividades de comunicação do SNUC com os órgãos gestores federais, estaduais e municipais, as entidades privadas e as organizações não governamentais.</p>	<p style="text-align: center;">2.</p> <p>O SNUC tem uma visão compartilhada (visão, missão e valores) entre os vários gestores do Sistema, com uma identidade visual fácil de ser reconhecida por parceiros e cidadãos. Dessa forma, podem se apropriar e aliar-se para defender o SNUC, reivindicando-o como um bem de todos.</p>	<p style="text-align: center;">3.</p> <p>Os cidadãos brasileiros se sentem conectados com as unidades de conservação. Eles entram em contato com as UCs, interagem e relacionam-se. Além disso, têm acesso a informações sobre serviços de ecoturismo oferecidos pelas comunidades residentes no entorno e em UCs.</p>	<p style="text-align: center;">4.</p> <p>Os cidadãos brasileiros são conscientes do valor econômico e dos benefícios sociais e dos serviços ecossistêmicos que o SNUC gera em prol do desenvolvimento do Brasil e do bem-estar da humanidade.</p>
Eixo 1: Organização e Processos	Eixo 2: Visão Compartilhada do SNUC	Eixo 3: Valor e Benefícios para a Sociedade	

Tabela 1 – Os quatro objetivos específicos da comunicação em prol do SNUC.

O objetivos específicos atuam em **três eixos** diferentes: (1) Organização e Processos; (2) Visão Compartilhada do SNUC; e (3) Valores e Benefícios para a Sociedade. Os objetivos específicos contribuem para o alcance do objetivo global e impactam-se mutuamente entre si.

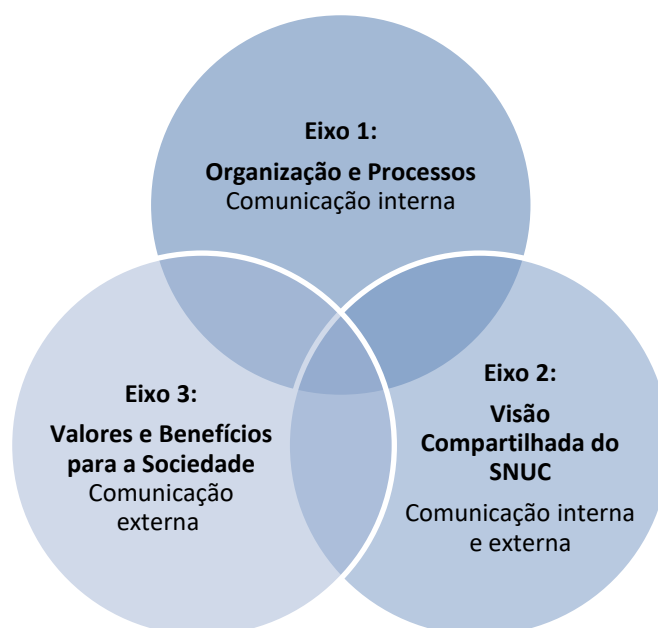


Figura 1 – Os quatro objetivos específicos atuam em três eixos diferentes, contribuem para o alcance do objetivo global e impactam-se mutuamente entre si.

Os objetivos direcionadas à **comunicação interna** referem-se ao relacionamento entre todos os órgãos públicos e organizações da sociedade civil e privadas envolvidos na coordenação e gestão do SNUC.

Os objetivos direcionadas à **comunicação externa**, por outro lado, referem-se predominantemente ao público não envolvido na coordenação e gestão do SNUC.

Detalha-se a seguir a comunicação interna e externa, os grupos-alvos e os parceiros de comunicação envolvidos (ver Capítulo 2.2).

O **objetivo específico 1** é dirigido à **organização e aos processos de comunicação no DAP** em cooperação com parceiros estratégicos e de implementação. O foco está na comunicação interna. O objetivo responde a um dos desafios atuais mencionados anteriormente (ver Capítulo 1.3) e serve como pré-requisito para o futuro sucesso e impacto da comunicação em prol do SNUC.

O **objetivo específico 2** é dirigido para a criação de uma **visão compartilhada do SNUC** e serve tanto para a comunicação interna, quanto para a comunicação externa. Em relação à comunicação interna, o processo de elaborar visão, missão e valores comuns para o SNUC alinhará e fortalecerá a cooperação entre os vários gestores do Sistema. Em relação à comunicação externa, será criada identidade visual que estimule a união entre os parceiros que atuam em favor do SNUC, direcionando esforços para fortalecer o movimento e multiplicar os impactos promovidos por eles. A ação facilita também que o cidadão e as comunidades no entorno de e em UCs conheçam, sejam simpáticas e orgulhem-se do SNUC.

Os **objetivos específicos 3 e 4** dirigem-se à **divulgação de valor e benefícios** que as UCs geram para a população brasileira. As ações, portanto, servem para a comunicação externa. O **objetivo específico 3** enfoca o **aspecto emocional**, que precisa ser ativado para que o ser humano possa

verdadeiramente conectar e relacionar-se, identificar-se e orgulhar-se com uma unidade de conservação. Isto acontece por meio de experiências diretas com a natureza dentro da UC. O **objetivo específico 4** enfatiza o **aspecto intelectual**, mostrando que o conjunto do SNUC tem grande valor para o desenvolvimento do Brasil e o bem-estar da humanidade.

2.2 Grupos-Alvos e Parceiros de Comunicação

Com quem queremos nos comunicar?

Nos últimos anos – e especialmente com as novas mídias sociais –, **grupos-alvos** deixaram de ter o papel de receptores passivos de informação para se converterem em ativos **parceiros de comunicação**, contribuindo ativamente para a divulgação de conteúdo técnico e informativo. No âmbito da gestão de unidades de conservação, também considera-se a necessidade de envolver as populações locais do entorno de e em UCs para que sejam importantes multiplicadoras do valor e dos benefícios das UCs.

Os gráficos a seguir demonstram que o SNUC tem público vasto e heterogêneo. A partir disso, é necessário **priorizar grupos-alvos e parceiros de comunicação para cada ação e campanha planejada** conforme demandas e objetivos (ver Capítulo 3).

2.2.1 Comunicação Interna

A comunicação interna se refere ao relacionamento entre entidades públicas e organizações da sociedade civil e privadas envolvidas na coordenação e na gestão do SNUC. Elas contribuem para a formação de relacionamento ágil e transparente e definição de política comum, com metas e objetivos claros e compartilhados.



Figura 2 – Grupos-alvos e parceiros de comunicação interna em prol do SNUC.

2.2.2 Comunicação Externa

A comunicação externa é predominantemente direcionada ao público não envolvido na coordenação e gestão do SNUC, incluindo o poder público, o setor privado e a sociedade em geral. A comunicação externa está relacionada à imagem do SNUC transmitida a esses públicos, difundindo marca, visão e valores. Há casos em que atores são envolvidos não apenas na comunicação interna, como também na comunicação externa.

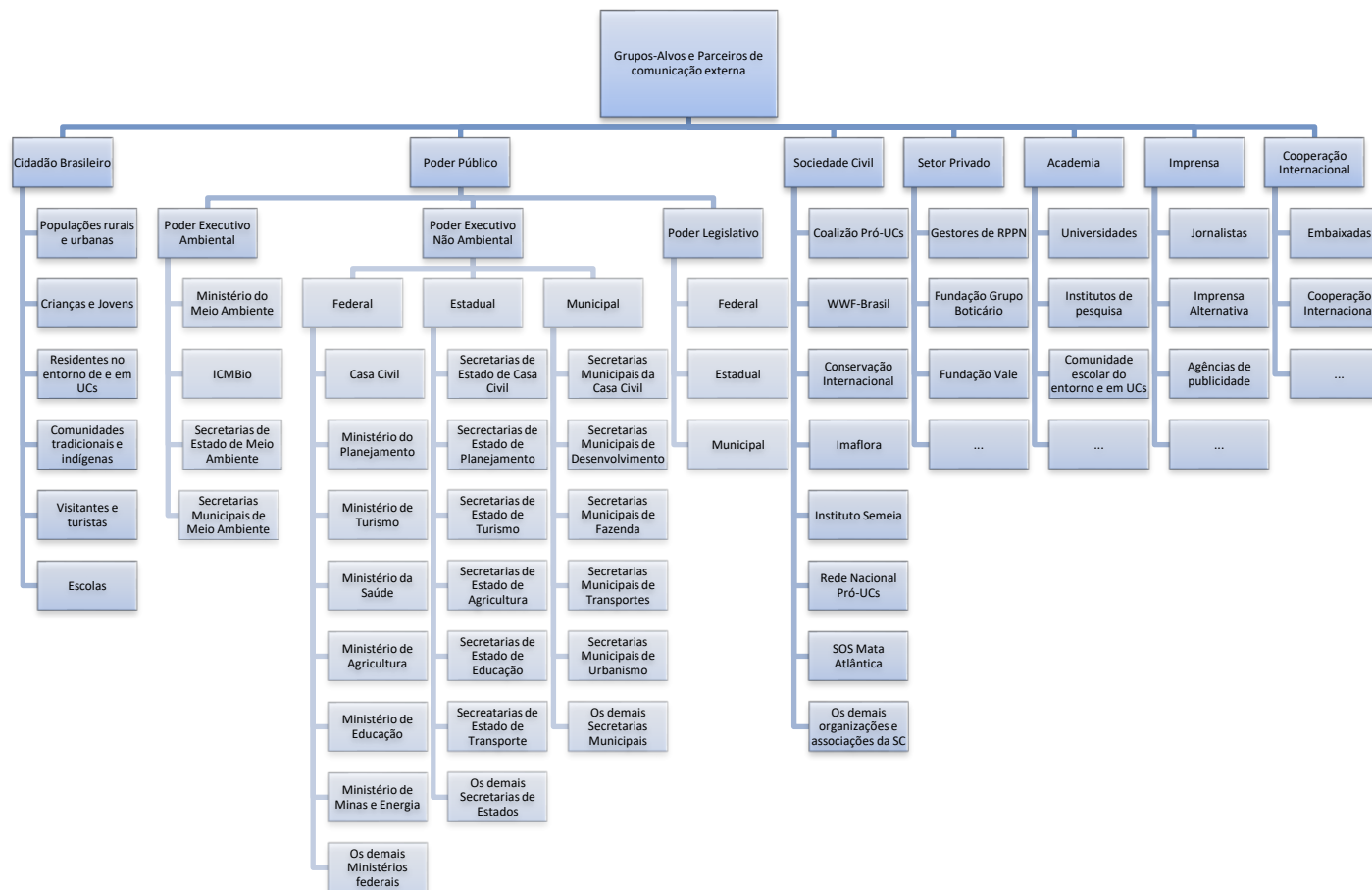


Figura 3 – Grupos-alvos e parceiros de comunicação externa em prol do SNUC.

2.3 Instrumentos de Comunicação

Como queremos comunicar?

Dependendo do grupo-alvo e do parceiro de comunicação, existem instrumentos de comunicação diferentes para divulgar mensagens e informações relevantes. Este plano de comunicação sugere instrumentos que podem ser usados em diferentes níveis de comunicação: imprensa e mídia e relações públicas (comunicação externa) e comunicação interna.

A lista a seguir oferece uma visão geral dos instrumentos existentes. O objetivo é usar os instrumentos de uma maneira equilibrada e conforme a ação ou campanha. Vale salientar que as mídias sociais são canais dinâmicos de disseminação de mensagens e devem ser consideradas para engajar sobretudo um público amplo de interessados no SNUC.

Imprensa e mídia	<i>Press release</i> (Comunicado de imprensa)
	Coletiva de imprensa
	Entrevistas
	<i>Press Trips</i>
	Ações com Influenciadores
	<i>Media Training</i>
Relações públicas	Site
	Mídias sociais
	Publicações impressas
	Apresentações em PowerPoint
	Fotos / filmes
	Eventos
	Reuniões Técnicas
	Brindes
Comunicação interna	Reuniões
	Eventos
	Biosfera (MMA)
	Fórum Permanente de Dirigentes do SNUC

Tabela 2 - Instrumentos de Comunicação.

3. Plano de Ação

Este plano de ação é um documento vivo e deve ser atualizado, pelo menos, uma vez por ano. As ações listadas na tabela 3 serão explicadas detalhadamente nas próximas páginas.

Data da última atualização: Novembro de 2018.

Ação (explicações nas páginas seguintes)	Início	Fim	RH MMA ¹	Custos ²	Importância ³
Objetivo Específico 1: Estruturas organizacionais aprimoradas para coordenar					
Ação 1: Fortalecer o Fórum Permanente de Dirigentes do SNUC	07/2018	Ação contínua	•	sem	•••
Ação 2: Promover o Grupo de Trabalho (GT) de Comunicação dentro do DAP	11/2018	Ação contínua	•	sem	•••
Ação 3: Estabelecer uma parceria estratégica com a Coalizão Pró-UCs	11/2018	01/2019	•	sem	••
Objetivo Específico 2: O SNUC tem uma visão compartilhada					
Ação 4: Desenvolver a Identidade Visual do SNUC em processo participativo	12/2018	10/2020	•••	•••	•••
Ação 5: Promover o “Espaço SNUC Brasil” no III Congresso Áreas Protegidas da América Latina e do Caribe (CAPLAC) no Peru, 17-20 de março de 2019	12/2018	04/2019	••	••	•
Ação 6: Promover o “Espaço SNUC” no IX Seminário Brasileiro sobre Áreas Protegidas e Inclusão Social (SAPIS) e IV Encontro Latino Americano sobre Áreas Protegidas e Inclusão Social (ELAPIS), 13-16 de novembro de 2019	06/2019	12/2019	••	•	••
Ação 7: Estabelecer uma parceria estratégica para aprimorar atividades de sensibilização em escolas	06/2019	Ação Contínua	•	sem	•
Ação 8: Promover o “Espaço SNUC” no X Congresso Brasileiro de Unidades de Conservação (CBUC), em julho de 2021	03/2020	09/2020	••	•	•
Objetivo Específico 3: Ofertas de visitação de Unidades de Conservação ampliadas e divulgadas					
Ação 9: Divulgar o “App Parques”	12/2018	10/2019	•	sem	••
Ação 10: Realizar e institucionalizar a campanha “Semana nos Parques”	12/2018	10/2019	••	••	•••

¹ Recursos Humanos do MMA a investir para cumprir objetivo, medidos em horas de funcionários: • < 20 horas por mês | •• = 20 h - 90 h por mês | ••• > 90 horas por mês

² Custos: • < BRL 50.000 \$ | •• = BRL 50.000 \$ - 500.000 \$ | ••• > 500.000 \$

³ Importancia estratégica para alcançar os objetivos de comunicação: • = importante | •• = muito importante | ••• = extremamente importante

Objetivo Específico 4: Valor econômico, benefícios sociais e serviços ecossistêmicos do SNUC divulgados					
Ação 11: Publicar a Revista SNUC	04/2018	06/2019	•	•	••
Ação 12 : Divulgar a publicação “Quanto vale o verde?”	12/2018	05/2019	•	sem	•
Ação 13: Adaptar e divulgar vídeos sobre valor das UCs e dos serviços ecossistêmicos	04/2019	10/2020	••	••	••
Ação 14: Campanha de comemoração de 20 anos do SNUC em 2020	12/2018	10/2020	•••	•••	•••

Tabela 3 - Planilha de Ações de Comunicação em prol do SNUC 2018 - 2021

3.1 Objetivo Específico 1: Estruturas organizacionais aprimoradas para coordenar atividades de comunicação do SNUC

Veja a descrição dos objetivos específicos na página 8.

3.1.1. Ação 1: Fortalecer o Fórum Permanente de Dirigentes do SNUC

Descrição	O Fórum Permanente de Dirigentes do SNUC é uma plataforma de diálogo do SNUC e foi criado em julho de 2018 com reunião durante o IX CBUC. Em segunda reunião no dia 21 de setembro de 2018, foi deliberada e aprovada uma Carta de Intenções, assinada pelos representantes dos 19 estados brasileiros presentes no evento. A carta conta com a tarefa “Comunicação com a Sociedade”.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Incentivar o diálogo entre o MMA e os estados brasileiros em relação ao SNUC; • Promover a troca de experiências e alinhar e fortalecer a gestão do SNUC; • Alinhar e acordar as demandas e atividades em relação à Comunicação do SNUC.
Grupo-Alvo	Órgãos Gestores do SNUC nos níveis federais e estaduais
Parceiros de Execução	SBio/MMA
Responsável	DAP/MMA
Instrumentos	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniões; • Eventos.
Monitoramento	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniões por ano; • Número e instituições dos representantes presentes nas reuniões; • Resultados das reuniões/atas de reunião.
Fontes de Financiamento	Não é necessário

Início da Ação 07/2018

Fim da Ação Ação contínua

Tarefa	Responsável	Participante	Prazo	Realizado
1. Convidar para o próximo encontro do Fórum em 04/2019;	DAP	SBio	02/2019	
2. Elaborar a pauta, incluindo as seguintes ações em relação à Comunicação: <ul style="list-style-type: none"> • Apresentar este plano de comunicação; • Apresentar o processo participativo para a elaboração da Identidade Visual do SNUC (ação 4); • Convidar para participar no Espaço SNUC Brasil no CAPLAC em 03/2019 (ação 5) e no IX SAPIS e IV ELAPIS em 11/2019 (ação 6); • Apresentar o “App Parques” (ação 9); • Apresentar a campanha “Semana nos Parques” (ação 10); • Apresentar a ideia e formar um grupo de trabalho para adaptar os vídeos sobre valor das UCs e dos serviços ecossistêmicos à realidade dos estados e municípios (ação 13). 	DAP	SBio	02/2019	
3. Avaliar a possibilidade de reconhecer formalmente o Fórum por meio de instrumento normativo do MMA, como por exemplo, uma portaria;	DAP	SBio	02/2019	
4. Viabilizar, pelo menos, um encontro anual presencial do Fórum.	DAP	Órgãos Gestores	Ação contínua	

3.1.2. Ação 2: Promover o Grupo de Trabalho (GT) de Comunicação dentro do DAP

Descrição No DAP, foi criado um GT de comunicação do SNUC. Este GT deve ser estabelecido e fortalecido nas estruturas organizacionais.

Objetivos

- Alinhar objetivos de comunicação no DAP, considerando os diferentes projetos de cooperação internacional;
- Criar processos de comunicação;
- Internalizar uma cultura de comunicação em prol do SNUC;
- Atualizar o plano de comunicação do SNUC;
- Promover internamente um ciclo de discussões sobre comunicação.

Grupo-Alvo DAP e os seus projetos da cooperação internacional

Parceiros de Execução ASCOM/MMA, SBio/MMA, outros departamentos do MMA, parceiros da cooperação internacional.

Responsável	GT composto por três analistas ambientais do MMA e liderado pelo diretor do DAP.
Instrumentos	Reuniões
Monitoramento	<ul style="list-style-type: none"> • Número de reuniões por ano; • Resultados das reuniões / atas de reunião.
Fontes de Financiamento	Não é necessário
Início da Ação	11/2018
Fim da Ação	Ação contínua

Tarefa	Responsável	Participante	Prazo	Realizado
1. Nomear analistas, definir papéis e objetivos do GT;	Diretor DAP	GT	12/2018	
2. Combinar uma rotina de trabalho, processos e tópicos priorizados;	GT	Diretor DAP, DAP	12/2018	
3. Executar reuniões periódicas, elaborar atas de reunião dos resultados, relatar ao DAP.	GT	Diretor DAP, DAP	Contínuo	

3.1.3. Ação 3: Estabelecer uma parceria estratégica com a Coalizão Pró-UCs

Descrição	<p>Existem organizações não governamentais brasileiras, dedicadas à conservação da natureza, que mostram grande competência e sucesso na área de comunicação, sensibilizando a sociedade em relação ao valor de UCs.</p> <p>Foi formado em novembro de 2017 uma parceria entre DAP/MMA, GIZ e WWF-Brasil para unir os esforços na execução de uma campanha de <i>advocacy</i> para criação do Mosaico de Unidades de Conservação do Boqueirão da Onça. Foi criado um Núcleo de Trabalho Estratégico (NTE) para coordenar as atividades. Essa iniciativa foi bem-sucedida e serve agora como boa prática para a implementação de futuras ações de comunicação em prol do SNUC.</p>
Objetivos	Unir e multiplicar esforços entre ONG e MMA e outros órgãos ambientais na comunicação em favor do SNUC.
Grupo-Alvo	-
Parceiros de Execução	Coalizão Pró-UCs
Responsável	DAP/MMA
Instrumentos	Reuniões
Monitoramento	<ul style="list-style-type: none"> • Ajuda Memória assinada confirmando a parceria; • Plano de Trabalho elaborado.

Fontes de Financiamento Não é necessário

Início da Ação 11/2018

Fim da Ação 01/2019

Tarefa	Responsável	Participante	Prazo	Realizado
1. Encontrar sobreposições de agendas na comunicação em prol do SNUC;	DAP, WWF	GIZ	12/2018	
2. Definir ações prioritários;	DAP, WWF	GIZ	12/2018	
3. Assinar Ajuda Memória;	DAP, WWF	GIZ	12/2018	
4. Elaborar Plano de Trabalho.	DAP, WWF	GIZ	01/2019	

3.2. Objetivo Específico 2: O SNUC tem uma visão compartilhada

Veja a descrição dos objetivos específicos na página 8.

3.2.1. Ação 4: Desenvolver a Identidade Visual do SNUC em processo participativo

Descrição	O DAP lançará uma campanha para criar a identidade visual do SNUC. A base da campanha será um processo amplo de discussão institucional junto com os órgãos gestores de unidades de conservação nos níveis federal, estadual, municipal, nas esferas pública e privada, e junto com a sociedade civil. Esta ação pode ser inspirada no processo do desenvolvimento da marca <i>Nationale Naturlandschaften</i> (Paisagens Naturais Nacionais, em português), da Alemanha.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none">• Aumentar o grau de reconhecimento do SNUC;• Suscitar a identificação do cidadão e das comunidades residentes no entorno de e em UCs;• Definir visão, missão e valores comuns para o SNUC;• Incentivar e incrementar o diálogo, a cooperação e o trabalho em rede entre os órgãos gestores do SNUC, as secretarias estaduais e municipais de meio ambiente, os gestores privados, ONGs e os demais sujeitos que promovem ações de comunicação em e sobre UCs.
Grupo-Alvo	<ul style="list-style-type: none">• Comunicação Interna: MMA, órgãos gestores nas três esferas administrativas públicas, gestores privados, ONGs, outras entidades envolvidas na gestão de UCs;• Comunicação Externa: cidadão brasileiro, poder público, sociedade civil, setor privado, academia, imprensa, cooperação internacional.
Parceiros de Execução	WWF-Brasil/Coalizão Pró-UCs, Fórum Permanente de Dirigentes do SNUC, ASCOM/MMA, GIZ, KfW
Responsável	DAP/MMA
Instrumentos	<ul style="list-style-type: none">• Comunicação Interna: Reuniões, Eventos, Fórum Permanente

de Dirigentes do SNUC;

- Comunicação Externa: Press release, Coletiva de Imprensa, Site, Mídias Sociais, Publicações impressas, Eventos, Brindes.

Monitoramento

- Número de Reuniões;
- Número e nomes das instituições que participaram das reuniões;
- Número de participantes;
- Relatórios dos resultados;
- Citação do processo em veículos de comunicação;
- Procura de jornalistas para a elaboração de matérias sobre o tema.

Fontes de Financiamento

Orçamento MMA, Cooperação Internacional (previsão: prorrogação da cooperação técnica SNUC-LifeWeb, cooperação financeira SNUC-LifeWeb)

Início da Ação

12/2018

Fim da Ação

10/2020

Tarefa	Responsável	Participante	Prazo	Realizado
1. Estabelecer uma parceria estratégica com a Coalizão Pró-UCs (ação 3);	DAP	Coalizão Pró-UCs	12/2018	
2. Elaborar uma sugestão de um processo participativo para o desenvolvimento de Identidade Visual;	DAP, Coalizão Pró-UCs	GIZ	02/2019	
3. Apresentar a sugestão no Fórum Permanente de Dirigentes (ação 1);	DAP	OEMAs, Coalizão Pró-UCs, ASCOM, GIZ	04/2019	
4. Estabelecer um Núcleo de Trabalho Estratégico (NTE). Sobre NTE, ver página 15;	DAP	OEMAs, Coalizão Pró-UCs, ASCOM, GIZ	04/2019	
5. Viagem técnica para Alemanha para conhecer o histórico da marca Nationale Naturlandschaften (Paisagens Naturais Nacionais, em português);	GIZ	NTE	06/2019	
6. Contratar uma agência de publicidade (AP);	DAP	NTE, KfW, GIZ	08/2019	
7. Evento <i>kick-off</i> no IX SAPIS e IV ELAPIS (ação 6) com Workshop com os órgãos gestores para elaborar visões, missões, valores e mensagens;	NTE, AP	Órgãos Gestores de todas as esferas, GIZ	11/2019	
8. Elaborar e acordar esboços de Identidade Visual;	AP	NTE	02/2020	
9. Evento em Brasília “ <i>mid-term</i> ” para apresentar os resultados e esboços;	NTE, AP	Órgãos Gestores de todas esferas, GIZ, KfW	03/2020	
10. Revisar e finalizar a Identidade Visual;	AP	NTE	05/2020	
11. Produzir produtos de comunicação com nova identidade visual;	AP	NTE, KfW	06/2020	
12. Apresentar e divulgar nova Identidade Visual por ocasião do 20º aniversário do SNUC (ação 14);	NTE, AP	Órgãos Gestores de todas esferas, GIZ, KfW	07/2020	

13. Monitorar o alcance e o impacto da campanha.	NTE, AP	-	10/2020
--	---------	---	---------

3.2.2. Ação 5: Promover o “Espaço SNUC Brasil” no III Congresso Áreas Protegidas da América Latina e do Caribe (CAPLAC) no Peru, de 17 a 20 de março de 2019

Descrição	<p>O III Congresso de Áreas Protegidas da América Latina e do Caribe é um evento internacional, que ocorre cada 10 anos. Em março de 2019, será realizado no Peru sob o slogan "Bem-estar e soluções naturais para o desenvolvimento sustentável". O MMA e o ICMBio participarão do evento com o stand “Espaço SNUC Brasil”.</p> <p>O “Espaço SNUC” foi apresentado pela primeira vez no IX CBUC (2018). Os departamentos do MMA e o ICMBio estiveram reunidos no congresso neste stand sob a imagem do SNUC.</p>
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Apresentar o SNUC internacionalmente a um público especializado; • Unir os atores de diferentes órgãos públicos e parceiros que participarão do CAPLAC sob a visão compartilhada do SNUC; • Conectar-se com outros atores envolvidos ou interessados no SNUC.
Grupo-Alvo	Público internacional especializado em políticas públicas e na gestão de áreas protegidas
Parceiros de Execução	Departamentos do MMA, Fórum Permanente de Dirigentes do SNUC, GIZ
Responsável	DAP/MMA
Instrumentos	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniões Técnicas; • <i>Press release</i>; • Mídias Sociais; • Apresentações PowerPoint; • Fotos e Filmes; • Brindes.
Monitoramento	<ul style="list-style-type: none"> • Número de parceiros que promovem apresentações no stand; • Número de visitantes que buscam informações no stand.
Fontes de Financiamento	Orçamento MMA, Cooperação Internacional (previsão: prorrogação da cooperação técnica SNUC-LifeWeb)
Início da Ação	12/2018
Fim da Ação	04/2019

Tarefa	Responsável	Participante	Prazo	Realizado
1. Reunião Técnica de preparação;	DAP	GIZ	12/2018	
2. Inscrições;	DAP	GIZ	12/2018	

3.	Preparação de materiais e produtos de comunicação, entre outros: <ul style="list-style-type: none"> • App Parques (ação 9); • Revista SNUC (ação 11); • Publicação “Quanto vale o verde?” (ação 12); 	DAP	GIZ	02/2019
4.	Participação no evento;	DAP	GIZ	03/2019
5.	Monitorar o impacto do evento.	DAP	-	04/2019

3.2.3. Ação 6: Promover o “Espaço SNUC” no IX Seminário Brasileiro sobre Áreas Protegidas e Inclusão Social (SAPIS) e IV Encontro Latino Americano sobre Áreas Protegidas e Inclusão Social (ELAPIS), de 13 a 16 de novembro de 2019

Descrição	<p>Desde 2005, a Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) realiza o SAPIS de forma bienal e, desde 2013, simultaneamente o ELAPIS. A intenção dos seminários é promover um fórum que viabilize uma discussão sobre estratégias, práticas e políticas voltadas para o estabelecimento de áreas protegidas e sua relação com a temática social. As atividades do DAP para promover o SNUC no evento serão:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apresentar o “Espaço SNUC” com participação do MMA e dos Órgãos Gestores do SNUC; • Realizar o evento “kick-off” para a elaboração da Identidade Visual (ver ação 4)
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Apresentar o SNUC a um público especializado; • Unir os atores de diferentes órgãos públicos e parceiros que participarão do IX SAPIS e IV ELAPIS sob a visão compartilhada do SNUC; • Conectar-se com outros atores envolvidos ou interessados no SNUC.
Grupo-Alvo	Público especializado em políticas públicas e na gestão de áreas protegidas
Parceiros de Execução	Departamentos do MMA, Fórum Permanente de Dirigentes do SNUC, GIZ
Responsável	DAP/MMA
Instrumentos	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniões Técnicas; • <i>Press release</i>; • Mídias Sociais; • Apresentações PowerPoint; • Fotos e Filmes; • Brindes.
Monitoramento	<ul style="list-style-type: none"> • Número de parceiros que promovem apresentações no stand; • Número de visitantes que buscam informações no stand.
Fonte de Financiamento	Orçamento MMA, Cooperação Internacional (previsão: prorrogação

da cooperação técnica SNUC-LifeWeb)

Início da Ação 06/2019

Fim da Ação 12/2019

Tarefa	Responsável	Participante	Prazo	Realizado
1. Reunião Técnica de preparação;	DAP	GIZ	06/2019	
2. Inscrições;	DAP	GIZ	07/2019	
3. Planejamento do evento “kick-off” para a elaboração da Identidade Visual (ação 4);	NTE, AP	Órgãos Gestores de todas esferas, GIZ	08/2019	
6. Preparação de materiais e produtos de comunicação, entre outros: <ul style="list-style-type: none"> • App Parques (ação 9); • Revista SNUC (ação 11); • Publicação “Quanto vale o verde?” (ação 12); 	DAP	GIZ	10/2019	
4. Participação no evento;	DAP	-	11/2019	
5. Monitorar o impacto do evento.	DAP	-	12/2019	

3.2.4. Ação 7: Estabelecer uma parceria estratégica para aprimorar atividades de sensibilização em escolas

Descrição	Crianças e jovens são estratégicos quando o assunto é sensibilizar a sociedade brasileira em prol do SNUC. Desde 2003, o Ministério da Educação (MEC) implementa, em conjunto com o MMA, a Conferência Nacional Infantojuvenil pelo Meio Ambiente (CNIJMA). Uma parceria estratégica com o DAP seria de grande valor para somar esforços pela sensibilização em favor do SNUC.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Trabalhar em parceria com o MEC no papel de sensibilizar crianças e jovens em relação ao valor do SNUC para o bem-estar da humanidade; • Desenvolver programas nacionais para a sensibilização de crianças e jovens em prol do SNUC; • Institucionalizar atividades de sensibilização nas escolas.
Grupo-Alvo	Crianças, jovens, escolas, organizações de Educação Ambiental
Parceiros de Execução	Secretaria de Articulação Institucional e Cidadania Ambiental (SAIC/MMA), DEA/MMA, MEC
Responsável	DAP/MMA
Instrumentos	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniões • Eventos
Monitoramento	<ul style="list-style-type: none"> • Número de reuniões com Secretaria de Articulação Institucional e Cidadania Ambiental (SAIC), DEA/MMA, MEC; • Ajuda memória sobre uma ação ou campanha em conjunto.

Financiamento	Não é necessário
Início da Ação	06/2019
Fim da Ação	Ação contínua

Tarefa	Responsável	Participante	Prazo	Realizado
1. Estabelecer contato com a Secretaria de Articulação Institucional e Cidadania Ambiental (SAIC), com objetivo de unir esforços em conjunto com o MEC	DAP	-	06/2019	
2. Definir as demais tarefas	DAP, a definir	A definir	A definir	

3.2.5. Ação 8: Promover o “Espaço SNUC” no X Congresso Brasileiro de Unidades de Conservação (CBUC), em julho de 2021

Descrição	Realizada uma vez a cada três anos, o CBUC reúne poder público, instituições não governamentais, sociedade civil e gestores de UCs públicas e privadas para dialogar e debater as áreas protegidas no Brasil. Está previsto montar o “Espaço SNUC” com a participação do MMA, ICMBio e de órgãos gestores estaduais do SNUC no evento. Além disso, deve ser realizado encontro do Fórum de Dirigentes do SNUC.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Apresentar o SNUC a um público especializado; • Unir os atores de diferentes órgãos públicos e parceiros que participarão do X CBUC sob visão compartilhada do SNUC; • Conectar-se com outros atores envolvidos ou interessados no SNUC.
Grupo-Alvo	Público especializado em áreas protegidas
Parceiros de Execução	Departamentos do MMA, Fórum Permanente de Dirigentes do SNUC, GIZ
Responsável	DAP/MMA
Instrumentos	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniões Técnicas; • <i>Press release</i>; • Mídias Sociais; • Apresentações PowerPoint; • Fotos e Filmes; • Brindes.
Monitoramento	<ul style="list-style-type: none"> • Número de parceiros que promovem apresentações no stand; • Número de visitantes que buscam informações no stand.
Fontes de Financiamento	MMA, Cooperação Internacional (previsão: prorrogação da

cooperação técnica SNUC-LifeWeb)

Início da Ação 03/2020

Fim da Ação 09/2020

Tarefa	Responsável	Participante	Prazo	Realizado
1. Reunião Técnica de preparação;	DAP	GIZ	03/2020	
2. Inscrições;	DAP	GIZ	03/2020	
3. Preparação de materiais e produtos de comunicação;	DAP	GIZ	05/2020	
4. Convidar para e preparar a reunião do Fórum Permanente de Dirigentes do SNUC;	DAP	SBio	05/2020	
5. Participação no evento;	DAP	GIZ	07/2020	
6. Monitorar o impacto do evento.	DAP	-	09/2020	

3.3. Objetivo Específico 3: Ofertas de visitação de Unidades de Conservação ampliadas e divulgadas

Veja a descrição dos objetivos específicos na página 8.

3.3.1. Ação 9: Divulgar o “App Parques”

Descrição	Foi desenvolvido o aplicativo “App Parques”, que tem o objetivo de apresentar dados sobre as unidades de conservação, condições e ofertas de visitação oferecida pela UC e outras informações. O aplicativo tem como funções: mapa das UCs que compõem o SNUC, navegação de rota para chegar às UCs, informações gerais sobre as UCs, ofertas de visitação e educação ambiental, informações turísticas, como alojamento, transporte e alimentação.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none">• Aumentar o alcance do aplicativo;• Aumentar o grau de conhecimento do SNUC;• Estimular o uso público sustentável;• Promover impactos socioeconômicos por meio de visitação;• Suscitar a identificação do cidadão e das comunidades residentes no entorno de e em UCs.
Grupo-Alvo	O cidadão brasileiro em geral, em específico os turistas e as comunidades residentes no entorno de e em UCs
Parceiros de Execução	ASCOM/MMA, Fórum Permanente de Dirigentes do SNUC, Coalizão Pró-UCs
Responsável	DAP/MMA
Instrumentos	<ul style="list-style-type: none">• <i>Press release</i>;• Site;• Mídias Sociais;• Eventos.

Monitoramento	<ul style="list-style-type: none"> • Número de downloads do aplicativo; • Citação dos aplicativo em veículos de comunicação.
Fonte de Financiamento	Não é necessário
Início da Ação	01/2019
Fim da Ação	10/2019

Tarefa	Responsável	Participante	Prazo	Realizado
1. Elaborar <i>press release</i> e encaminhar com ASCOM para as mídias;	DAP	ASCOM	01/2019	
2. Elaborar um texto para o site do MMA para divulgar com as mídias sociais do MMA;	DAP	ASCOM	01/2019	
3. Encaminhar o <i>press release</i> e os links aos “Parceiros de Execução” com pedido de divulgar a informação e o aplicativo;	DAP	Parceiros de Execução	01/2019	
4. Apresentar e divulgar no CAPLAC, em 03/2019;	DAP	-	03/2019	
5. Apresentar no próximo encontro do Fórum Permanente de Dirigentes do SNUC;	DAP	Fórum	04/2019	
6. Apresentar e divulgar no IX SAPIs e IV ELAPIS, em 11/2019;	DAP	-	11/2019	
7. Apresentar e divulgar nos eventos da “Semana nos Parques” 2019 (ação 10);	DAP, Coalizão Pró-UCs	Os envolvidos na “Semana nos Parques”	07/2019	
8. Monitorar o alcance do App Parques.	DAP	-	10/2019	

3.3.2. Ação 10: Realizar e institucionalizar a campanha “Semana nos Parques”

Descrição Realizar e institucionalizar a campanha “Semana nos Parques”, que a partir de 2019 ocorrerá anualmente no mês de julho, por ocasião da criação do SNUC no dia 18 de julho de 2000.

Esta ação pode ser inspirada do “*The European Day of Parks*”, que foi lançado pela primeira vez em 1999 pela Federação Europarc e que, desde então, acontece anualmente envolvendo parques em toda Europa (www.europarc.org/nature/european-day-of-parks/2018).

Objetivos

- Aumentar o grau de conhecimento do SNUC;
- Suscitar a identificação do cidadão e das comunidades residentes no entorno de e em UCs;
- Estimular o uso público sustentável;
- Estimular a disseminação de saberes locais, resgatar e valorizar os conhecimentos tradicionais e outras práticas produtivas sustentáveis existentes no entorno de e em UCs;
- Promover impactos socioeconômicos por meio de visitação;

- Incentivar e incrementar o diálogo, a cooperação e o trabalho em rede entre os órgãos gestores do SNUC, as secretarias estaduais e municipais de meio ambiente, os gestores privados, ONG e os demais sujeitos que promovem ações de comunicação em e sobre UCs.

Grupo-Alvo O cidadão brasileiro, comunidades residentes no entorno de e em UCs, Escolas

Parceiros de Execução DAP/MMA, ASCOM/MMA, SAIC/MMA, DEA/MMA, MEC, Fórum Permanente de Dirigentes do SNUC, WWF-Brasil/Coalizão Pró-UCs, Escolas, Fundação Roberto Marinho

Responsável DAP/MMA

- Instrumentos**
- Coletiva de Imprensa
 - *Press Trips*
 - Ações com Influenciadores
 - Site
 - Mídias Sociais
 - Filmes
 - Eventos
 - Brindes
 - Reuniões
 - Fórum Permanente de Dirigente do SNUC

- Monitoramento**
- Número de UCs participando;
 - Número de instituições e parceiros envolvidos;
 - Número de eventos realizados;
 - Número de visitantes nos eventos;
 - Citação dos eventos em veículos de comunicação;
 - Procura de jornalistas para a elaboração de matérias sobre o tema.

Fonte de Financiamento Orçamento MMA, Orçamento OEMAs e outros Órgãos Gestores, Orçamento Coalizão Pró-UCs, Cooperação Internacional (previsão: prorrogação da cooperação técnica SNUC-LifeWeb)

Início da Ação 12/2018

Fim da Ação 10/2019

Tarefa	Responsável	Participante	Prazo	Realizado
1. Estabelecer uma parceria estratégica com a Coalizão Pró-UCs (Ação 3);	DAP	Coalizão Pró-UCs, GIZ	12/2018	
2. Estabelecer um Núcleo de Trabalho Estratégico (NTE). Sobre NTE, ver página 15;	DAP, Coalizão Pró-UCs	GIZ, ASCOM	12/2018	
3. Elaborar uma mapa de atores e um plano de trabalho para a realização da campanha;	Coalizão Pró-UCs	NTE, ASCOM	01/2019	
4. Elaborar um roteiro e um manual para os parques com orientações sobre a campanha	Coalizão Pró-UCs	NTE	03/2019	

	e ideias para atividades a serem oferecidas pelos parques. Exemplo: www.euoparc.org/wp-content/uploads/2018/03/EDoP-2018-Guidelines-for-Parks.pdf ;			
5.	Desenvolver um site para os parques possam se registrar. Exemplo: www.euoparc.org/nature/european-day-of-parks/2018/register/ ;	Coalizão Pró-UCs	NTE	03/2019
6.	Desenvolver produtos de comunicação padronizados que os parques possam baixar e usar para promover as atividades localmente. Exemplo: www.euoparc.org/nature/european-day-of-parks/ ;	Coalizão Pró-UCs	NTE	03/2019
7.	Apresentar a campanha no Fórum Permanente de Dirigentes (ação 1);	NTE	Fórum Permanente de Dirigentes, ASCOM	04/2019
8.	Realizar call com os gestores de UCs do SNUC;	Coalizão Pró-UCs	NTE	05/2019
9.	Elaborar e divulgar campanha de comunicação nacionalmente de acordo com os instrumentos de comunicação escolhidos;	Coalizão Pró-UCs	NTE, ASCOM	06/2019
10.	Realizar a Semana nos Parques 2019;	Gestores das UCs do SNUC	Coalizão Pró-UCs	07/2019
11.	Monitoramento do alcance e dos impactos da Semana nos Parques 2019;	Os gestores das UCs do SNUC, Coalizão Pró-UCs	NTE	08/2019
12.	Elaborar um roteiro que conta com boas práticas, lições aprendidas e processos que possam ser repetidos em 2020;	Coalizão Pró-UCs	NTE	10/2019
13.	Avaliar a possibilidade de reconhecer formalmente o evento por meio de instrumento normativo do MMA, como em uma portaria;	DAP	SBio, ASCOM	10/2019
14.	Planejar a realização da Semana nos Parques, em 2020, considerando a campanha de 20 anos do SNUC (ação 14).	NTE	GIZ, ASCOM	10/2019

3.4. Objetivo Específico 4: Valor econômico, benefícios sociais e serviços ecossistêmicos do SNUC divulgados

Veja a descrição dos objetivos específicos na página 8.

3.4.1. Ação 11: Publicar a Revista SNUC

Descrição

Elaborada pelo DAP, a Revista SNUC traz informações sobre o cenário atual e gestão do SNUC e apresenta um portfólio de projetos do DAP em favor do Sistema.

Objetivos

Apresentar o SNUC e o DAP – e seu portfólio como coordenador do SNUC

Grupo-Alvo	Poder público em geral nas esferas federal, estadual e municipal, iniciativa privada, ONGs e organizações da cooperação internacional, o cidadão brasileiro
Parceiros de Execução	ASCOM/MMA, GIZ
Instrumentos	<ul style="list-style-type: none"> • Site • Mídias Sociais • Publicações impressas
Responsável	DAP/MMA
Monitoramento	<ul style="list-style-type: none"> • Número de downloads do arquivo; • Número dos compartilhamentos em mídias sociais; • Tiragem da revista impressa.
Fontes de Financiamento	Orçamento MMA, Cooperação Internacional (previsão: prorrogação da cooperação técnica SNUC-LifeWeb)
Início da Ação	04/2018
Fim da Ação	06/2019

Tarefa	Responsável	Participante	Prazo	Realizado
1. Finalizar a Revista SNUC;	DAP	GIZ	12/2018	
2. Imprimir a revista;	GIZ	DAP	01/2019	
3. Encaminhar a versão digital junto com um texto informativo para ASCOM;	DAP	ASCOM	01/2018	
4. Divulgar no site e nas mídias sociais do MMA e com os outros ministérios, a presidência e o congresso nacional;	ASCOM	DAP	12/2018	
5. Encaminhar ao Fórum Permanente de Dirigentes do SNUC e às ONGs da Coalizão Pró-UCs;	DAP	ASCOM	12/2018	
6. Divulgar a revista impressa, entre outros no CAPLAC;	DAP	ASCOM	03/2019	
7. Monitorar o alcance da revista SNUC.	DAP	GIZ	06/2019	

3.4.2. Ação 12: Divulgar a publicação “Quanto vale o verde?”

Descrição	Foi publicado em 2018 o estudo “Quanto vale o verde – a importância econômica das unidades de conservação brasileiras” pela ONG Conservação Internacional (CI-Brasil) com apoio da Coalizão Pró-UCs. O estudo revela os benefícios socioeconômicos do SNUC para o Brasil e mostra que as UCs contribuem para o desenvolvimento sustentável do país. O estudo contou com apoio institucional do MMA e do ICMBio, entre outros. Por sua importância para alcançar o objetivo específico 4 deste plano, a divulgação da publicação será promovida.
------------------	---

Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Conscientizar o cidadão brasileiro e o poder público sobre o valor socioeconômico do SNUC; • Promover o reconhecimento da importância do SNUC para o desenvolvimento sustentável do Brasil; • Aumentar o grau de conhecimento sobre o SNUC.
Grupo-Alvo	Cidadão brasileiro, poder público, academia
Parceiros de Execução	Coalizão Pró-UCs, Conservação Internacional (CI-Brasil), ASCOM/MMA
Responsável	DAP/MMA
Instrumentos	<ul style="list-style-type: none"> • Site • Mídias Sociais • Eventos • Apresentações PowerPoint
Monitoramento	<ul style="list-style-type: none"> • Número de downloads no site; • Número de compartilhamentos em mídias sociais.
Fontes de Financiamento	Não é necessário
Início da Ação	12/2018
Fim da Ação	05/2019

Tarefa	Responsável	Participante	Prazo	Realizado
1. Encaminhar a publicação junto com um texto informativo para ASCOM;	DAP	CI	12/2018	
2. Divulgar no site e nas mídias sociais do MMA e com os outros ministérios, a Presidência e o Congresso Nacional;	ASCOM	DAP, CI	01/2019	
3. Encaminhar ao Fórum Permanente de Dirigentes do SNUC;	DAP	CI	01/2019	
4. Oferecer à Coalizão Pró-UCs/CI divulgar o material no “Espaço SNUC Brasil” no CAPLAC;	DAP	CI	03/2019	
5. Palestras nas diversas comissões do Congresso Nacional sobre o valor do SNUC a partir do livro;	DAP	CI	03/2019	
6. Definir mais oportunidades de divulgação;	DAP	CI	03/2019	
7. Monitorar o alcance da ação.	DAP	CI	05/2019	

3.4.3. Ação 13: Adaptar e divulgar vídeos sobre valor de UCs e serviços ecossistêmicos

Descrição	<p>Foi desenvolvido em cooperação com o ICMBio entre 2017 e 2018 uma série de vídeos que mostram o valor econômico e os benefícios sociais das unidades de conservação e dos serviços ecossistêmicos: youtube.com/playlist?list=PL1Ovu0X9ALz-46tcgc5uh78synXfAmFaU. Os vídeos devem ser adaptados à realidade das UCs estaduais e municipais e divulgado em redes sociais e projetados em eventos.</p>
------------------	---

Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Produzir vídeos específicos que sensibilizam sobre UCs estaduais e municipais; • Divulgar informações sobre o valor socioeconômico e os benefícios sociais e dos serviços ecossistêmicos das UCs para o desenvolvimento sustentável do Brasil e o bem-estar da humanidade.
Grupo-Alvo	O cidadão brasileiro, poder público, empresas privadas, ONGs, academia
Parceiros de Execução	Fórum Permanente de Dirigentes do SNUC, ASCOM/MMA, WWF-Brasil/Coalizão Pró-UCs, DEA/MMA, GIZ
Responsável	DAP/MMA
Instrumentos	<ul style="list-style-type: none"> • Vídeos • Site • Mídias Sociais
Monitoramento	<ul style="list-style-type: none"> • Número de acessos ao vídeo; • Curtidas e compartilhamentos dos vídeos em redes sociais; • Menção aos vídeos em veículos de comunicação; • Demanda de jornalistas para elaborar matérias sobre o tema.
Fontes de Financiamento:	Orçamento MMA, Cooperação Internacional (previsão: prorrogação da cooperação técnica SNUC-LifeWeb)
Início da Ação	04/2019
Fim da Ação	10/2020

Tarefa	Responsável	Participante	Prazo	Realizado
1. Apresentar a ideia no Fórum Permanente de Dirigentes do SNUC e nomear representantes dos estados federais que querem participar num Grupo de Trabalho (GT) "Vídeo" para acompanhar o processo;	DAP	Fórum Permanente de Dirigentes do SNUC, GIZ	04/2019	
2. Elaborar um roteiro para adaptar os vídeos à realidade dos estados e dos municípios;	DAP, GT Vídeo	GIZ	09/2019	
3. Produzir e finalizar os vídeos;	DAP, GT Vídeo	GIZ	05/2020	
4. Mostrar os vídeos no âmbito da campanha "20 anos do SNUC" (ação 14)	DAP		07/2020	
5. Introduzir no Circuito Tela Verde, gerido pelo Departamento de Educação Ambiental (DEA);	DAP	DEA	07/2020	
6. Realizar as demais medidas de divulgação do vídeo por meio da ASCOM (site, mídias sociais, parceiros, ONGs, etc);	DAP	ASCOM	07/2020	
7. Monitorar o alcance e impacto da ação.	DAP	ASCOM	10/2020	

3.4.4. Ação 14: Campanha de comemoração de 20 anos do SNUC em 2020

Descrição	<p>Comemorar os 20 anos do SNUC por ocasião da criação do Sistema no dia 18 de julho de 2000.</p> <p>Atividades a serem realizadas:</p> <ul style="list-style-type: none">• Desenvolver a campanha “20 anos do SNUC” junto com uma agência de publicidade;• Divulgar nacionalmente a campanha em canais, como: aeronaves, aeroportos, metrô e ônibus de grandes cidades;• Divulgar a campanha na TV;• Realizar uma conferência para público especializado;• Anunciar um concurso de vídeos sobre Unidades de Conservação;• Integrar a campanha na “Semana nos Parques”, em 2020;• Integrar ações em eventos no âmbito de outros ministérios (Agricultura, Indústria, Comércio Exterior e Serviços, Turismo, etc), que têm interface com o meio ambiente;• Realizar ações no Congresso Nacional (palestras em diversas comissões).
Objetivos	<ul style="list-style-type: none">• Aumentar o grau de conhecimento do SNUC na sociedade brasileira e no poder público;• Divulgar os alcances, os benefícios e o valor do SNUC para a sociedade brasileira e o poder público.
Grupo-Alvo	O cidadão brasileiro, poder público, sociedade civil, setor privado, academia, imprensa, cooperação internacional
Parceiros de Execução	ASCOM, Fórum Permanente de Dirigentes do SNUC, Coalizão Pró-UCs
Responsável	DAP/MMA
Instrumentos	<ul style="list-style-type: none">• <i>Press release</i>;• <i>Press trips</i>;• Ações com influenciadores;• Site;• Mídias Sociais;• Publicações impressas;• Fotos e Filmes;• Eventos;• Reuniões Técnicas;• Brindes.
Monitoramento	<ul style="list-style-type: none">• Número de meios de transportes públicos participando na campanha;• Audiência em televisão;• Número de eventos nacionalmente realizados;• Número de participantes em eventos;• Número de vídeos elaborados no âmbito do concurso;• Citação do SNUC em veículos de comunicação;

- Venda da pauta para jornalistas para a elaboração de matérias sobre o tema;
- Número de compartilhamentos em mídias sociais.

Fonte de Financiamento Orçamento MMA, cooperação internacional (previsão: prorrogação da cooperação técnica SNUC-LifeWeb, cooperação financeira SNUC-LifeWeb)

Início da Ação 12/2018

Fim da Ação 10/2020

Tarefa	Responsável	Participante	Prazo	Realizado
1. Estabelecer uma parceria estratégica com a Coalizão Pró-UCs (ação 3);	DAP	Coalizão Pró-UCs, GIZ	12/2018	
2. Estabelecer um Núcleo de Trabalho Estratégico (NTE). Sobre NTE, ver página 15;	DAP, Coalizão Pró-UCs	Fórum Permanente de Dirigentes, ASCOM, GIZ, KfW	04/2019	
3. Elaborar um plano de trabalho;	NTE	ASCOM, GIZ, KfW	06/2019	
4. Contratar uma agência de publicidade (AP);	DAP	NTE, GIZ, KfW	08/2019	
5. Iniciar conversas para inserir uma peça audiovisual sobre o SNUC na TV;	NTE, AP	ASCOM, GIZ, KfW	08/2019	
6. Iniciar conversas com companhias aéreas, administração de aeroportos (INFRAERO, etc) e empresas de metrô e ônibus em grandes cidades;	NTE, AP	ASCOM	08/2019	
7. Planejar concurso de vídeos;	NTE, AP	ASCOM	09/2019	
8. Inserir campanha no planejamento da “Semana nos Parques” (ação 10);	NTE, AP	ASCOM	02/2020	
9. Inserir no planejamento da Elaboração da Identidade Visual (ação 4);	NTE, AP	ASCOM	02/2020	
10. Planejar conferência para comemorar 20 anos SNUC;	NTE, AP	ASCOM	04/2020	
11. Produzir produtos de comunicação com nova Identidade Visual;	AP	NTE, GIZ, KfW	06/2020	
12. <i>Press trip</i> com jornalistas e influenciadores;	NTE	ASCOM	07/2020	
13. Execução da comemoração e das atividades descritas acima, acompanhada por <i>press release</i> e postagens em mídias sociais;	NTE, AP	ASCOM	07/2020	
14. Monitoramento do alcance e do impacto da campanha.	NTE	ASCOM	10/2020	

4. Fontes de Informação

- ARPA. Planos estratégicos de comunicação (2015), Programa Áreas Protegidas da Amazônia – ARPA, 2015.
- CNUC/MMA. Tabela consolidada das Unidades de Conservação, Cadastro Nacional de Unidades de Conservação – CNUC. Atualizada em: 01/07/2018, Brasília/DF, 2018.
- DAUMAS, R. Plano de Comunicação em prol do Sistema Nacional de Unidades de Conservação (SNUC), Relatório de Diagnóstico, Ministério do Meio Ambiente, Departamento de Áreas Protegidas, Brasília/DF, 2017.
- FREIRE, J. Comunicação Ambiental, Programa Áreas Protegidas da Amazônia – ARPA, Relatório de Diagnóstico (produto 1), Contrato Funbio 035/2016, Ministério do Meio Ambiente, Departamento de Áreas Protegidas, Brasília/DF, 2016.
- MMA. Programa Nacional de Conservação da Biodiversidade, Convenção sobre Diversidade Biológica (CDB), Série Biodiversidade no. 1, Secretaria de Biodiversidade e Florestas, Diretoria de Conservação da Biodiversidade, Brasília/DF, 1992.
- MMA. Plano Estratégico Nacional de Áreas Protegidas – PNAP, Decreto No 5.758, de 13 de abril de 2006, Ministério do Meio Ambiente, Secretaria de Biodiversidade e Florestas, Diretoria de Áreas Protegidas, Brasília/DF, 2006.
- MMA. Mapeamento e Diagnóstico das Ações de Comunicação e Educação Ambiental no Âmbito do SNUC, Ministério do Meio Ambiente, Secretaria de Articulação Institucional e Cidadania Ambiental, Departamento de Educação Ambiental, Brasília/DF, 2008.
- MMA. O Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza, Ministério do Meio Ambiente, Secretaria de Biodiversidade e Florestas, Diretoria de Áreas Protegidas, Brasília/DF, 2011.
- MMA. Diretrizes para Estratégia Nacional de Comunicação e Educação Ambiental em Unidades de Conservação – ENCEA, Ministério do Meio Ambiente, Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade, Brasília/DF, 2012.
- MMA. Estratégia Nacional para Conservação e Uso Sustentável da Biodiversidade Brasileira: Ampliação e Consolidação do Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza (2012-2020), Versão Preliminar, Ministério do Meio Ambiente, Secretaria de Biodiversidade e Florestas, Departamento de Áreas Protegidas, Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade, Brasília/DF, 2012.
- MMA. Estratégia e Plano de Ação Nacionais para a Biodiversidade – EPANB, Ministério do Meio Ambiente, Secretaria de Biodiversidade, Brasília/DF, 2017.
- MYERS, N., MITTERMEIER, R. A., MITTERMEIER, C. G., FONSECA, G. A. B. & KENT, J. *Biodiversity hotspots for conservation priorities*. Nature, 403: 853-858, 2000.
- PERES, C. A. Porque precisamos de megareservas na Amazônia. *Megadiversidade*, 1:174-180, 2005.
- PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. Sistema Nacional de Meio Ambiente, Lei nº 6.938, de 31 de agosto de 1981, Brasília/DF, 1981.

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. Sistema Nacional de Unidades de Conservação, Lei nº 9.895, de 18 de julho de 2000, Brasília/DF, 2000.

SERVIÇO FLORESTAL BRASILEIRO. Boletim SNIF 2016, Volume 1, Edição 2, Serviço Florestal Brasileiro, Sistema Nacional de Informações Florestais (SNIF), Brasília/DF, 2017.