

Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento

**PROJETO BRA/14/G32 PIMS 3066
SERGIPE**



*Empoderando vidas.
Fortalecendo nações.*

**CONTRATO DE SERVIÇOS ESPECIAIS Nº BRA10-34550
UNIDADE/AGÊNCIA: PROJETO BRA/14/G32**

PRODUTO 1

REVISÃO E ADEQUAÇÃO DA PROPOSTA DE PLANO DE COMUNICAÇÃO DO PROJETO BRA/14/G32, EM COORDENAÇÃO DIRETA COM A EQUIPE TÉCNICA, COM O CRONOGRAMA DAS PRINCIPAIS AÇÕES A SEREM IMPLEMENTADAS

Consultora: Marta Moraes Ramos

SUMÁRIO

1-	APRESENTAÇÃO	Página 3
2-	O PROJETO	Página 4
3-	JUSTIFICATIVA	Página 5
4-	OBJETIVO	Página 6
5-	ATIVIDADES	Página 7
6-	PÚBLICO ALVO	Página 9
7-	PRODUTOS E FERRAMENTAS DE COMUNICAÇÃO	Página 10
8-	AÇÕES	Página 13
9-	CRONOGRAMA	Página 16
10-	CONSIDERAÇÕES FINAIS	Página 19

1. APRESENTAÇÃO

Este documento refere-se ao primeiro produto da Consultoria Especializada em Comunicação do Projeto “Manejo do Uso Sustentável da Terra no Semiárido do Nordeste Brasileiro (Sergipe) - PROJETO MMA/PNUD BRA/14/G32”.

Produto 1: Revisão e adequação da Proposta de Plano de Comunicação do Projeto BRA/14/G32, em coordenação direta com a equipe técnica, com o cronograma das principais ações a serem implementadas.

Este documento traz a revisão e a adequação do plano de comunicação anteriormente elaborado pela equipe do projeto. Foram incorporadas ao plano as sugestões do jornalista do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), Tiago Zenero; da gerente de projetos do PNUD, Patrícia Faraco, e da assessora técnica do projeto, Vania Apolônio.

Optou-se por um Plano de Comunicação simplificado, enxuto, objetivo, com ações passíveis de realização dentro do prazo da consultoria, que é de doze meses e que algumas ações não serão executadas diretamente pela consultora, mas terão a sua supervisão, tais como criação de layouts, impressão de publicações e produção de vídeo. Além disso, destaca-se que este plano pode passar por adequações devido a ajustes que por ventura venham ser feito na condução do projeto.

O plano inicia com uma breve contextualização sobre o projeto, apresenta uma justificativa para a sua realização e a definição do público alvo. Em seguida, aborda a proposta em si do plano e as ações sugeridas, com um cronograma de execução.

2. O PROJETO

O projeto “Manejo do Uso Sustentável da Terra no Semiárido do Nordeste Brasileiro (Sergipe) - PROJETO MMA/PNUD BRA/14/G32” aborda a degradação da terra no estado do Sergipe, no Nordeste brasileiro e foi pensado para otimizar e coordenar os programas e políticas existentes para fazer manejo sustentável da terra (SLM), revertendo a degradação da terra em um estado onde 74,2% é de área suscetível à desertificação (ASD) e apenas 13% da vegetação original da Caatinga ainda permanece.

O projeto objetiva fortalecer a estrutura de governança ambiental estadual para abordar melhor os principais fatores da degradação da terra e desertificação. O projeto incide principalmente sobre a escalada do conflito de usos da terra e práticas agrícolas insustentáveis onde a degradação da terra está causando erosão e esgotamento de nutrientes do solo, prejudicando a integridade do sistema hidrológico e minando serviços ecossistêmicos.

Ações estratégicas, desenvolvidas nacionalmente por meio do Departamento de Combate à Desertificação do Ministério da Secretaria de Extrativismo do Meio Ambiente e Desenvolvimento Rural Sustentável (DCD/SEDR/MMA) e da Comissão Nacional de Combate à Desertificação (CNCD), permitirão que o modelo de governança do manejo sustentável da terra do estado de Sergipe seja disseminado para outros estados, facilitando assim a replicação em toda a região do Semiárido Brasileiro e evocando outros benefícios ambientais globais.

O foco em um estado permitirá que o projeto tenha conteúdo sobre o impacto na terra e servirá de modelo para replicação em todas as áreas suscetíveis à desertificação. Essa replicação em outros estados será incentivada através da difusão de informação e gestão do conhecimento, da estrutura reforçada de governança, e mediante a ampliação do acesso ao financiamento.

Há uma grande variedade de possíveis melhores práticas de manejo sustentável das terras por pequenos e grandes agricultores com potencial para redução da degradação das terras nas áreas suscetíveis à desertificação. As práticas são um subconjunto do que é conhecido no Brasil como "tecnologias sociais".

3. JUSTIFICATIVA

Segundo estabelecido no documento base do projeto, a fim de apoiar a criação de um ambiente propício para a replicação, uma estratégia de comunicação deve ser desenvolvida para promover a gestão do conhecimento e a disseminação da informação para diferentes grupos-alvo sobre as melhores práticas de manejo sustentável da terra com base em experiências desenvolvidas em Sergipe.

No âmbito do projeto “Manejo Sustentável da Terra no Semiárido”, a consultoria de comunicação atende aos Resultados 1 e 2. Como resultado 1 espera-se estabelecer uma estrutura de governança reforçada para evitar, reduzir e reverter a degradação da terra em Sergipe. Como resultado 2 espera-se a adoção de práticas de manejo sustentável de terras no Alto Sertão de Sergipe, com replicação nas demais áreas suscetíveis à desertificação em Sergipe, promovendo o aumento da adoção do manejo sustentável através da implementação de melhores práticas, serviços estaduais de extensão reforçados e um maior acesso aos financiamentos.

A consultoria relaciona-se ainda ao Produto 1.4 (Gestão de conhecimento de apoio e governança a nível nacional aumenta a adoção de SLM em Sergipe e facilita a replicação no NE) e à Atividade 1.4.1 (Fortalecer a Governança a nível nacional, estadual e local para adoção do SLM em Sergipe e replicação nas ASD). Com o Plano de Comunicação, pretende-se apoiar a criação de um ambiente propício para a replicação de boas práticas. Com esse objetivo, o projeto desenvolverá uma estratégia de comunicação e de promoção da gestão do conhecimento e disseminação da informação para diferentes grupos-alvo sobre as melhores práticas de manejo sustentável da terra com base em experiências em Sergipe.

4. OBJETIVO

O objetivo deste plano de comunicação é estabelecer uma estratégia de comunicação com os tomadores de decisão e outros parceiros envolvidos, a fim de aprimorar o conhecimento sobre o assunto; sensibilizar a população para os benefícios do manejo sustentável da terra, do combate à desertificação e à degradação dos solos; e permitir uma maior integração do manejo às políticas públicas nacionais e setoriais.

Segundo o Termo de Referência, a consultoria da profissional de comunicação tem como objetivos:

- 1) Divulgar as atividades, os resultados e os impactos do Projeto “BRA/14/G32 – Manejo de Uso Sustentável de Terras no Semiárido do Nordeste Brasileiro (Sergipe)”, tendo como referência a proposta do Plano de Comunicação do Projeto;
- 2) Fortalecer as estratégias de divulgação de boas práticas em Manejo Sustentável de Terras (SLM) no estado de Sergipe;
- 3) Coordenar as atividades de comunicação do Projeto.

5. ATIVIDADES

Para a execução do Plano de Comunicação do projeto Manejo do Uso Sustentável da Terra, serão realizadas as seguintes atividades:

- 1) Coordenação das ações de comunicação no âmbito do projeto;
- 3) Realização da assessoria de imprensa do projeto;
- 4) Coordenação da redação de textos e divulgação de matérias sobre o projeto;
- 5) Supervisão da edição de todas as publicações do trabalho, zelando pela qualidade visual e de conteúdo de todas as publicações do projeto;
- 6) Orientação do trabalho das áreas de comunicação das instituições parceiras estabelecidas na Carta de Acordo, visando uma maior integração e alinhamento de discurso de todas as ações de comunicação do projeto;
- 7) Organização dos dados da imprensa (local e nacional) que cobre (eventualmente ou constantemente) os temas: desenvolvimento rural sustentável, manejo sustentável da terra, convivência com o semiárido e combate à desertificação, visando criar um mailing;
- 8) Estabelecimento da interlocução com jornalistas que cobrem os respectivos temas;
- 9) Realização de diagnóstico da área de comunicação das instituições parceiras estabelecidas na Carta de Acordo do projeto e propor melhorias visando uma melhor divulgação das ações do projeto;
- 10) Estabelecimento de uma comunicação direta com a equipe técnica e a área de comunicação do PNUD visando ampla divulgação das ações realizadas durante a vigência do projeto;
- 10) Divulgação de ações do projeto para a CNCD;
- 11) Estabelecimento de maior diálogo comunicação com a área de comunicação das instituições parceiras do projeto (governos federal, estaduais, municipais e sociedade civil), e assessoria de imprensa do MMA, visando ampla divulgação das ações realizadas durante a vigência do projeto;

12) Realização de reuniões periódicas com a coordenação geral do projeto (MMA e PNUD) visando o nivelamento das informações e a excelência na execução das ações propostas no Plano de Comunicação do projeto.

6. PÚBLICO ALVO

Para melhor definir as ações, o Plano de Comunicação considerou como público-alvo os seguintes grupos:

- MMA, PNUD e CNCD
- Instituições parceiras definidas em Carta de Acordo;
- Produtores rurais;
- Organizações não governamentais;
- Movimentos sociais;
- Academia;
- Governos estaduais e municipais;
- Imprensa; e
- Órgão ambientais federais, estaduais e municipais.

7. PRODUTOS E FERRAMENTAS DE COMUNICAÇÃO

Com o intuito de melhor divulgar as ações do projeto e aumentar sua visibilidade e alcance, o Plano de Comunicação descrito abaixo deverá ser executado em seis grandes áreas: **imprensa, publicações, internet, design, instituições parceiras e documentação**. Optou-se por um Plano de Comunicação simplificado, enxuto, objetivo, com ações passíveis de realização dentro do prazo da consultoria, que é de doze meses. Além disso, vale ressaltar que, devido à duração prevista do Projeto, de quatro anos, o Plano de Comunicação deverá ser avaliado anualmente, com suas possíveis mudanças incorporadas no ano subsequente.

7.1 ÁREAS PRIORITÁRIAS DO PROJETO

7.1.1 Imprensa

Foi definida como área prioritária visando uma maior sensibilização e conscientização dos jornalistas, que são formadores de opinião, sobre os temas: convivência sustentável com o Semiárido, manejo sustentável da terra e desertificação.

7.1.2 Publicações

A demanda por inúmeros materiais de comunicação está registrada no documento base do Projeto. Pretende-se, ao longo da duração do mesmo, que seja desenvolvida uma série de publicações, voltadas para públicos diversos, tais como: governos federal, estaduais e municipais; operadores de crédito; agricultores familiares; órgãos ambientais e instituições que trabalhem com manejo sustentável da terra, entre outros.

7.1.3 Internet

Com o intuito de dar mais visibilidade às ações do projeto e aos temas relacionados ao manejo sustentável da terra, é preciso uma inserção periódica das ações do projeto na Internet e nas mídias sociais. Seguindo orientações da Assessoria de Comunicação do MMA, ao qual o projeto é vinculado, não é permitida a criação de páginas próprias na Internet e nas mídias sociais.

Sugere-se, então, a solicitação de uma página do projeto no site do MMA, a exemplo do projeto Terramar, e criação de um Instagram do projeto com imagens de fotógrafos colaboradores.

Sugere-se, então, a solicitação de uma página do Projeto no site do MMA, a exemplo do projeto Terramar, e criação de um Instagram do projeto com fotografias de colaboradores, tais como Fábio de Souza e João Vital (que acompanham algumas atividades do projeto) e outras que vierem através de parceiros. Espera-se, dessa forma, criar canais de comunicação mais ágeis e atrativos com a sociedade.

7.1.4 Design

Foi definida como área prioritária diante do volume de publicações e materiais de comunicação (visuais, gráficos e digitais) que será demandado durante o projeto. Além disso, há uma necessidade de se criar uma logomarca para o projeto e reforçar o uso da logomarca durante toda a duração do mesmo, em todas as suas peças de comunicação. Como o projeto é executado por várias instituições parceiras, estabelecidas na Carta de Acordo, sugere-se a realização de um Manual de Aplicação da logomarca.

7.1.5 Instituições parceiras

Os parceiros e apoiadores possuem um papel estratégico no Projeto e, em virtude disso, se faz necessário um maior diálogo com as instituições parceiras da Carta de Acordo.

7.1.6 Documentação

Foi definida como área prioritária para deixar registrados os resultados e ações do projeto, para que o exemplo de Sergipe seja disseminado para outros estados, conforme explicitado no documento base do projeto.

8. AÇÕES

As ações sugeridas neste Plano de Comunicação têm como base os produtos estabelecidos no Termo de Referência do Consultor de Comunicação.

8.1 Imprensa

- Redação de releases sobre as principais ações e iniciativas do projeto para mídia local e nacional;
- Organização de mailing para divulgação e aproximação com jornalistas que cobrem a região e o tema “convivência com a semiaridez”;
- Organização de *press trip* com alguns jornalistas da mídia local e nacional que cobrem o assunto para sensibilização, conscientização e contextualização sobre o tema;
- Organização de clipping com matérias veiculadas sobre o projeto e suas ações;
- Redação de matérias.

8.2 Publicações e materiais de comunicação

- Edição de publicações sobre manejo sustentável da terra e manejo florestal sustentável voltadas para maior sensibilização sobre o assunto;
- Publicação de materiais de treinamento, tais como livros, manuais, folders, cartilhas, etc;
- Desenvolvimento de publicação sobre boas práticas;
- Edição de publicações sobre as principais linhas de crédito focadas na agroindústria, agricultura familiar, projetos de atividade de manejo sustentável da terra em linguagem didática.

8.2.1 Sugestões de publicações e materiais de comunicação para o primeiro ano do projeto

Folder;

Logomarca/Manual de aplicação;

Banner;

Bloco de anotações para eventos e cursos;

Vídeo institucional;

Pasta para eventos e cursos;

Cartilha Boas Práticas;

Cartilha “Minha história” (modelo *storytelling*, casos relevantes) -

Uma série de textos contando a vida de algumas pessoas beneficiadas e mencionando como o projeto as ajudou;

Bolsa para eventos e cursos;

Camiseta;

Boné;

Relatório Anual do projeto;

Boletim mensal do projeto (digital); e

Outros materiais (fundo de palco, testeira etc), quando necessário para futuros eventos.

Destaca-se que algumas dessas atividades, tal como o vídeo, não serão desenvolvidas pela consultora comunicação, mas terão a sua coordenação.

8.3 Internet

- Intermediação com a Ascom/MMA para a criação de uma página sobre o projeto no site do MMA;

- Criação de Instagram para o projeto (associados aos parceiros e ao fotógrafo).

8.4 Design

- Criação da logomarca do projeto;

- Criação do Manual de Identidade da logomarca do projeto;
- Criação de layouts para a página do projeto e Instagram;
- Produção de apresentações (PPT), materiais de comunicação (banner, fundos de palco, brindes, etc.) e banners para a Internet (para as próprias páginas do projeto e para as páginas dos parceiros);
- Criação de projetos gráficos e diagramação de publicações, materiais de treinamento, tais como manuais, folders, relatórios, boletins, etc.

Destaca-se que essas atividades não serão desenvolvidas pela consultora comunicação, mas terão a sua coordenação.

8.5 Instituições parceiras (destacadas na Carta de Acordo)

- Diagnóstico da comunicação das instituições parceiras do projeto, estabelecidas na Carta de Acordo;
- Criação de boletim informativo (digital) bimestral com divulgação das ações do projeto;
- Criação de banners para inclusão nos sites de instituições parceiras.

Destaca-se que a parte de criação de design das atividades não serão desenvolvidas por esta consultora, mas sim coordenadas por ela.

8.6 Documentação

- Produção de um relatório anual, com as principais ações do projeto;
- Produção de um relatório final, com um balanço dos resultados e ações;
- Organização de um banco de imagens do projeto;
- Organização de uma exposição de fotos do projeto, a ser realizada em Sergipe, em comemoração ao Dia da Caatinga. (Essa exposição deverá ser realizada em local público e não retratar exclusivamente o projeto, mas o tema. Os painéis de fotos poderão ainda ser usados nos grandes eventos do projeto)

9. CRONOGRAMA

Ação	Prazo	Tipo de atividade
Redação de release base sobre o projeto	Novembro/2016	Pontual
Organização de mailing	Novembro/2016	Pontual
Redação de matérias	Mensalmente	Contínua
Criação de logomarca do projeto	Novembro/2016	Pontual
Criação de manual de aplicação da logomarca	Novembro/2016	Pontual
Criação de layout para a página do projeto	Dezembro/2016	Pontual
Criação de Instagram para o projeto	Dezembro/2016	Pontual
Criação de modelo de apresentações (PPT)	Dezembro/2016	Pontual
Criação de banner com a logomarca do projeto	Dezembro/2016	Pontual
Criação de banners para a Internet (para as próprias páginas do projeto e para as páginas dos parceiros e agências implementadoras)	Dezembro/2016	Pontual
Diagnóstico da comunicação das instituições parceiras do projeto, estabelecidas na Carta de Acordo	Novembro/2016	Pontual

Criação do layout de boletim informativo (digital) bimestral	Dezembro/2016	Pontual
Criação de bolsa para eventos e cursos	Dezembro/2016	Pontual
Criação de camiseta	Dezembro/2016	Pontual
Criação de boné	Dezembro/2016	Pontual
Criação de Folder	Dezembro/2016	Pontual
Criação de bloco de anotações para eventos e cursos	Dezembro/2016	Pontual
Criação de pasta para eventos e cursos	Dezembro/2016	Pontual
Criação de modelo de convites para eventos do projeto	Dezembro/2017	Pontual
Articulação com o MMA para criação de página do projeto no site do MMA	Janeiro/2017	Pontual
Produção de vídeo institucional	Fevereiro/2017	Pontual
Edição de Cartilha das Boas Práticas	Março/2017	Pontual
Articulação com os principais fotógrafos do projeto para a criação do banco de imagens	Abril/2017	Pontual
Organização de um banco de imagens do projeto;	Maió/2017	Pontual
Edição de Cartilha “Minha história” (modelo	Junho/2017	Pontual

<i>storytelling</i> , casos relevantes)		
Organização de <i>press trip</i>	Julho/2017	Pontual
Organização de uma exposição de fotos do projeto	Agosto/2017	Pontual
Produção de um relatório anual, com as principais ações do projeto	Setembro/2017 e ao final de cada ano de execução do projeto	Pontual
Organização de clipping com matérias divulgadas na internet	Outubro/2017 e ao final de cada ano de execução do projeto	Contínua
Redação de textos para o boletim do projeto	A cada dois meses	Pontual
Estabelecimento de canal de comunicação com CNCD	Mensalmente	Contínuo
Produção de um relatório final, com um balanço dos resultados e ações;	Ao final do projeto	Contínua

Destaca-se que essas atividades não serão todas desenvolvidas pela consultora de comunicação, mas terão a sua coordenação. Além disso, algumas delas, como criação de design e impressão, dependem do processo licitatório do PNUD o que poderá gerar alterações no prazo estabelecido.

10. OBSERVAÇÕES FINAIS

Esse Plano de Comunicação do Projeto Manejo Sustentável da Terra será supervisionado pela consultora contratada. No entanto, algumas ações poderão ser executadas por outros profissionais, tais como a criação de layouts de publicações e a organização de eventos.

O cronograma foi sugerido com ações mensais que envolvam, de alguma forma, a participação direta ou a coordenação desta consultora, mas poderá sofrer modificações de acordo com ajustes do projeto, em conversas com a coordenação do mesmo.

Esse plano tem a duração de um ano, a mesma duração do contrato de consultoria da profissional. Algumas ações sugeridas vão além deste primeiro ano e deverão ser replicadas nos anos subsequentes. Além disso, outras atividades serão incluídas, de acordo com a avaliação permanente da coordenação do projeto.