



Projeto Inventário Faunístico Jurujuba

Produto 1:

Plano de Trabalho de Comunicação

Novembro de 2023

Sumário

1. Apresentação	3
2. Considerações iniciais	4
2.1 Público-Alvo	4
2.2. Objetivos Específicos	4
2.3. Calendário	5
3. Componente e respectivos produtos	5
3.1. O Plano de Trabalho	5
3.2. Identidade visual do projeto	5
3.3. Sinalização	6
3.4. Eventos	7
3.5. Vídeo institucional do projeto	7
3.6. Cartilhas educativas	7
3.7. Assessoria de imprensa	8
4. Etapas	8
4.1. Etapa 1: Planejamento	8
4.2. Etapa 2: Mobilização, reconhecimento do local e equipe	9
4.3. Etapa 3: Acompanhamento do Inventário	9
4.4. Etapa 4: Apresentação de resultados	10
5. Logo e Programa de Identidade Visual	11
6. Assessoria de Imprensa	11
7. Vídeo Institucional do Projeto	13
8. Realização dos eventos	14
9. Criação, impressão e distribuição dos banners e dos balões	16
10. Criação, impressão e instalação das 10 placas	17
11. Criação, impressão e distribuição das cartilhas	18
12. Entrega de relatórios	19
13. Cronogramas	20
14. Estrutura de trabalho	21
14.1. Equipe técnica	21
14.2. Lista de materiais e equipamentos	21
15. Considerações finais	22
16. Anexos	23

1. Apresentação

O presente documento é o primeiro produto oficial do Projeto de “Inventário da Biodiversidade Faunística da Bacia Hidrográfica Contribuinte à Enseada de Jurujuba como Fator de Preservação Ambiental” no âmbito das ações para desenvolver e implantar um Plano de Comunicação¹, visando divulgar e envolver a população em seus objetivos e ações relacionadas ao projeto.

Este visa envolver a população em geral, sendo os beneficiários diretos a sociedade civil, os alunos, os trabalhadores e os moradores dos bairros que compõem a região da bacia hidrográfica da Enseada de Jurujuba, mas também, pesquisadores, gestores públicos, população de Niterói, visitantes e turistas.

As atividades deste Plano de Trabalho serão executadas pela Alimentando Ideias Digitais LTDA (Agência HQT), sob supervisão técnica da Secretaria Municipal de Meio Ambiente, Recursos Hídricos e Sustentabilidade - SMARHS da Prefeitura de Niterói, e o apoio da Assessoria de Comunicação da Prefeitura de Niterói - ASCOM, da Piper 3D e do Instituto Moleque Mateiro (IMM).

Diante das variáveis consideradas no planejamento destas ações, preparou-se um Plano de Trabalho que contenha, em linhas gerais, o escopo e a metodologia de trabalho, detalhando as etapas e atividades necessárias para a execução de todos os componentes de Comunicação previstos no Edital.

Na sequência deste documento serão apresentados os componentes e os produtos do projeto, o cronograma geral, as etapas de execução e estrutura de trabalho, o organograma de equipe envolvida e resultados que serão apresentados.

Vale destacar que este é um projeto de 17 meses em que está previsto um acompanhamento dos resultados das atividades de comunicação que por sua vez dependem das atividades das demais equipes que farão o Inventário em campo e também da empresa de Educação Ambiental contratadas, assim como da liberação de conteúdos e atuação da Assessoria de Comunicação da Prefeitura de Niterói.

¹ A fim de diferenciar das demais ações ligadas ao projeto, notadamente inventário de fauna e comunicação, o presente projeto será aqui tratado por Programa de Comunicação Jurujuba.

Portanto, sua constante avaliação e a possível reformulação de atividades e do cronograma podem acontecer.

Os resultados a serem apresentados também dependem de variáveis que são diretamente influenciadas pela entrega dos demais parceiros do projeto. De modo que, é possível que produtos futuros venham a demandar ações do projeto que estejam fora do planejamento aqui apresentado, a fim de atender aos objetivos traçados pela SMARHS, ASCOM e pelos demais atores estratégicos.

2. Considerações iniciais

Para a elaboração deste Plano de Trabalho foram considerados algumas variáveis de caráter estruturante de Projeto e que justificam as opções técnicas discutidas em reuniões com os demais envolvidos e apresentadas abaixo:

2.1. Público-Alvo

População em geral, sendo os beneficiários diretos os alunos, trabalhadores e moradores dos bairros que compõem a região da bacia hidrográfica da Enseada de Jurujuba, mas também, pesquisadores, gestores públicos e visitantes.

2.2. Objetivos Específicos

- a) Desenvolver um Plano de Comunicação para o projeto;
- b) Garantir a documentação do projeto em todas as suas fases, visando facilitar o registro e divulgação;
- c) Efetuar a divulgação do projeto através de mídia impressa e digital, eventos, dispositivos visuais e suporte às assessorias de imprensa externas;
- d) Construir uma identidade visual para o projeto e divulgá-la, gerando reconhecimento e pertencimento junto à população local;

2.3. Calendário

Sendo este um projeto que tem como produto a entrega de materiais gráficos que dependem da execução do inventário faunístico pela equipe de consultoria ambiental responsável pelo inventário faunístico e pelos eventos fruto das oficinas realizadas pela empresa de educação ambiental, este é um Plano de Trabalho cujas ações estão diretamente atreladas ao calendário e cronograma de execução do trabalho dessas empresas.

Tendo conhecimento de que seguiremos também o calendário escolar municipal de 2024, todos os eventos de exposições estão previstos para serem realizados de março a dezembro de 2024. Já a entrega das cartilhas será realizada no início de 2025, quando o Inventário estiver finalizado.

3. Componente e respectivos produtos

Seguem abaixo todos os componentes de execução e entrega previstos no Plano de comunicação Jurujuba:

3.1. O Plano de Trabalho

Objetivo: Conter todo o planejamento para o projeto.

Produtos: Plano de Trabalho (P1)

3.2. Identidade visual do projeto

Objetivo: permitir reconhecimento do projeto por parte dos atores diretos, moradores, alunos e da sociedade, envolvendo a todos eles no Projeto, em específico nas áreas da Enseada de Jurujuba.

Produtos: Logo e Programa de Identidade visual (P2)

- a) Processo de imersão, pesquisa e curadoria de referências;
- b) Pesquisa de referências e apresentação de resultados;
- c) 03 encontros para briefing e apresentação para o cliente;
- d) Estudos de cores;
- e) Criação de logotipo;
- f) Versões em cores e monocromática;
- g) Assinatura vertical e/ou horizontal;
- h) Padrão cromático;
- i) Família tipográfica;
- j) Malha construtiva;
- k) Redução máxima, Área de Não Interferência e proibições de uso da marca;
- l) Exemplos de aplicação em materiais impressos tais como: (i) papel timbrado; (ii) camisa de uniforme; (iii) bottom; (iv) adesivo; (v) banners; (vi) balão; (vii) Criação de layout para apresentação institucional com 05 modelos de slide.

3.3. Sinalização

Objetivo: Identificação de fauna pelos moradores.

Produtos: Criação, produção e instalação de 10 placas de 2m x 1,50m, para disposição em pontos estratégicos com conteúdo e design (P3). A SMARHS poderá definir um novo modelo para melhor atender a demanda, desde que este tenha custo igual ou inferior ao determinado no Termo de Referência.

- a) Painel em ACM com estrutura interna de metalon 30x20 com pintura anticorrosiva;
- b) Frente em adesivo com impressão digital;
- c) Instalação com equipe especializada.

3.4. Eventos

Objetivo: Divulgar resultados das oficinas a bordo realizadas pela empresa de educação ambiental IMM com as crianças das escolas da região e integrar comunidade com meio ambiente, trazer comunidade para participar do projeto.

Produtos: realização de 3 eventos em local público, com duração de até 5h, com a possibilidade de instalação de toldos pequenos para exposição de fotografias tiradas pelas crianças e selecionadas pela empresa de educação ambiental (P4) e criação e produção de 3 banners e 3 balões para os eventos (P5).

- a. Banner em lona vinilizada com bastão;
- b. Ponteira plástica p/ banner;
- c. Frente única;
- d. Impressão colorida;

3.5. Vídeo institucional do projeto

Objetivo: Promover os resultados do projeto e documentar o processo de realização do inventário, os trabalhos com as crianças nas oficinas de ciência a bordo e as oficinas de fotografia e o envolvimento dos moradores nos eventos.

Produtos: 03 vídeos de até 2 minutos e 01 vídeo final de até 5 minutos, entrega feita digitalmente através da disponibilização dos arquivos em .mp4 através de armazenamento nuvem, .zip e também com possibilidade de gravação de CDs ou HD Externo (P6)

3.6. Cartilhas educativas

Objetivo: Comunicar e educar de forma lúdica e acessível através de um produto científico com elementos da fauna local e trazer informações sobre o projeto, conscientização e preservação para deixar um legado.

Produto: Criação e produção de 5.000 cartilhas impressas em gráfica offset, com conteúdo voltado para a fauna existente na região. Também será disponibilizado o arquivo em .pdf através de armazenamento nuvem e .zip (P7)

- a) Encadernação tipo brochura;
- b) Papel couchê brilho 180gr;
- c) Com textos e imagens;
- d) Até 30 páginas;
- e) Dimensões: 15 x 20 cm.

3.7. Assessoria de imprensa

Objetivo: Dar apoio à assessoria de imprensa da Prefeitura na divulgação do projeto e todos os seus passos através de releases, fotos e sugestões de pauta, visando gerar sensação de pertencimento ao local e à sua biodiversidade. A meta é ter o projeto divulgado com duas inserções por mês em jornais, revistas ou sites especializados.

Produtos: Releases, relatórios, clippings das matérias, confecção e registro das atas das reuniões do projeto, disponibilização de imagens. Todo material será disponibilizado através de armazenamento em nuvem e em arquivo compactado (.zip) (P8)

4. Etapas

Seguem detalhadas abaixo todas as etapas e atividades previstas para a execução do Plano de Comunicação do Inventário Faunístico da Enseada de Jurujuba.

4.1. Etapa 1: Planejamento

Alinhamento de escopo e cronograma junto à SMARHS e às demais empresas contratadas para a execução do levantamento de biodiversidade (Piper 3D) e do plano de educação ambiental (Instituto Moleque Mateiro).

Esta etapa foi executada para criação do presente documento e contou com reuniões de alinhamento entre as representantes de cada parte, são elas: Lúcia Jaber (IMM), Luize Ferraro (SMARHS) e Júlia Luz (Piper 3D).

Visitamos o local de atuação para mapear possíveis localizações para a realização de eventos e instalação das placas de sinalização. Utilizamos o site do Sistema de Informações Georreferenciadas da Prefeitura (SIGEO) para pesquisa e também o Projeto Jurujuba da Sedrap.

4.2. Etapa 2: Mobilização, reconhecimento do local e equipe

A etapa incluiu uma reunião da equipe da Agência HQT com a ASCOM e a SMARHS para apresentação de equipe e alinhamento de processos. Também aconteceu a integração pessoalmente com os representantes de lideranças, instituições, associações de moradores e secretarias locais da região para nos ambientarmos e nos apresentarmos.

Foi mantido um contato constante com a empresa de educação ambiental IMM para alinhamento de datas para oficinas, na saída para checagem do roteiro das saídas - para que a HQT possa acompanhar com a equipe de assessoria e também de audiovisual - e de eventos de exposição para o planejamento e previsão de estrutura. Assim como estivemos em contato com a Piper 3D para verificarmos as datas de idas a campo para acompanhamento e registro feito pela nossa equipe.

4.3. Etapa 3: Acompanhamento do Inventário

Durante os 15 meses de atuação em campo da Piper 3D e do IMM, a Agência HQT fará o acompanhamento de atividades sinalizadas por eles como importantes ou identificadas por nós através dos cronogramas para captação de imagens e informações para divulgação na mídia ou ainda, em ocasiões sugeridas pela prefeitura, em consonância com o escopo e cronograma do projeto.

Também faremos a leitura dos relatórios entregues por ambos para criação das cartilhas e divulgação dos resultados do projeto através de matérias nas mídias locais, oficiais, regionais e nacionais.

4.4. Etapa 4: Apresentação de resultados

Os relatórios serão entregues nos meses 5, 9, 13 e 17.

Nos meses 5, 9 e 13 constarão: descritivo de atividades realizadas; número de imagens captadas; tempo de vídeo bruto captado; número de releases criados, de jornalistas e meios de comunicação para os quais foram enviados e número de publicações; clippings de destaque, valoração total dos clippings; horas/homem de trabalho; material publicitário produzido e criado; iniciativas para os próximos meses e previsão de próximos passos; média de estimativa de pessoas alcançadas; estimativa de pessoas na exposição por ciclo (quando aplicável).

No relatório a ser entregue no mês 17 constará um compilado de tudo que foi produzido, publicado, instalado, criado, proposto e executado durante o período de todo o Projeto.

Todos os materiais gráficos e imagens serão disponibilizados ao final de cada ciclo, através de um link no relatório, sendo de responsabilidade da SMARHS salvá-los em até 60 dias.

Para levantamento dessas informações serão utilizadas ferramentas de Clippings (citadas no item 6), relatório do Corpo de Bombeiros, mídia kit de mobiliários urbanos, relatório de envios do Gmail e planilhas de acompanhamento da equipe de audiovisual (Anexo 1) e de assessoria de comunicação (Anexo 2).

5. Logo e Programa de Identidade Visual:

Assim que o Plano de Trabalho for aprovado iniciaremos o processo de criação de identidade visual do Projeto.

Vamos realizar uma reunião de briefing para alinhar as expectativas da SMARHS e também identificar a possibilidade de usar alguns elementos da fauna local como personagem.

Também será realizado o mapeamento de palavras-chave que queremos ressoar e de referências visuais para que a identidade do Projeto se destaque.

A partir dessas informações, vamos desenvolver três caminhos criativos que serão apresentados através de um moodboard para que a equipe da SMARHS decida qual o mais indicado para evoluir como logo.

Após aprovação do logo, faremos o desenvolvimento de um manual de marca com as instruções de uso da marca (versões em cores e monocromática; assinatura vertical e/ou horizontal; padrão cromático; família tipográfica; malha construtiva; redução máxima, área de não interferência e proibições de uso da marca).

Também serão enviados exemplos de aplicação da marca em materiais como: (i) papel timbrado; (ii) camisa de uniforme; (iii) botton; (iv) adesivo; (v) banners; (vi) balão; (vii) criação de layout para apresentação institucional com 05 modelos de slide.

Ao final do trabalho, todos os arquivos serão disponibilizados em .pdf e .zip por e-mail e via armazenamento em nuvem.

6. Assessoria de Imprensa

Com a aprovação do Plano de Trabalho, em janeiro, nos reuniremos com a equipe da ASCOM da Prefeitura de Niterói para montar um planejamento mensal de divulgação com mapeamento dos principais veículos de comunicação da região e de interesse para a SMARHS.

A cada mês nos reuniremos sempre com antecedência para criação de um planejamento para o mês seguinte de produção de conteúdo que ressoe com as pautas da Ascom e para que o trabalho flua e que o projeto tenha visibilidade junto às demais pautas propostas pelo setor. A meta é ter o projeto divulgado em pelo menos duas inserções por mês em jornais, revistas ou sites especializados.

Nosso trabalho de divulgação do projeto se inicia com a definição de estratégia de mídia espontânea para o mercado local para produção das pautas, envio dos releases e/ou outros materiais de divulgação para aprovação e encaminhamento através da ASCOM, representada pela servidora Liliandayse, para os profissionais dos meios de comunicação.

A produção de notas e matérias especiais destinadas aos principais veículos de comunicação se dará após aprovação do planejamento e focada na liberação da data de início das visitas a campo ainda a ser definida pela Piper 3D e SMARHS, com acompanhamento *in loco* deste momento para captação de imagens, criação de release e possível acompanhamento de jornalistas.

O nosso trabalho também inclui visitas mensais para captação de releases, alinhamentos estratégicos e possíveis atualizações de propósito para a divulgação do projeto. Além do contato constante com a ASCOM da Prefeitura para que ela faça os disparos de releases e sugestões de pauta junto aos órgãos públicos e entidades que possam ter interesse na divulgação do Projeto.

Durante todo Projeto, estaremos em contato direto com a empresa de mapeamento de biodiversidade Piper 3D para obter informações que possam ser divulgadas e ser destaque na mídia local, regional e nacional, tais como: descoberta de espécies, imagens feitas pelas armadilhas ambientais, dados dos relatórios do inventário, espécies em extinção, espécies exóticas, informações para preservação do meio ambiente e etc.

As atividades que serão realizadas com os alunos da região pela equipe de educação ambiental do IMM, também serão divulgadas, através de releases e possíveis acompanhamentos de jornalistas: o início e a realização das oficinas a bordo, a

importância do contato das crianças da região com o local do inventário, a importância da vivência no campo e também da ciência no processo educacional, a divulgação das exposições (eventos) que serão realizados e os resultados obtidos a partir deles e das oficinas realizadas.

Serão disponibilizados para a SMARHS e para a ASCOM clippings de notícias com rastreamento e coleta de informações relacionadas ao projeto feita através de uma empresa especializada em gestão da informação, com valoração de espaço de todas as matérias e publicações que façam referência ao projeto, em arquivo .pdf através do e-mail.

Os envios serão realizados de acordo com a data das publicações e a identificação será feita através de plataformas pagas como Sino, Values, Boxnet e Top Clip. Também serão incluídos nos relatórios planilhas de controle a respeito da criação, envio, publicação de releases junto à análise de mídia e mensuração e relatórios mensais. (Anexo 2).

Importante lembrar que todas as divulgações, disparos de releases, acompanhamentos de recebimento do material com jornalistas serão realizadas a partir da interface da ASCOM da Prefeitura de Niterói, como previsto no Termo de Referência.

7. Vídeo Institucional do Projeto

A captação de imagens para o vídeo institucional do Projeto vai acontecer a partir do início das idas ao campo da consultoria de biodiversidade (Piper 3D) e se estenderá durante 15 meses.

Atrelada ao cronograma de atividades da Piper 3D, do IMM e das agendas das personalidades de relevância para entrevistas, a Agência HQT terá um profissional de audiovisual disponível nas datas de destaque do Projeto para registro.

Algumas delas serão: início das idas a campo por terra e mar, possíveis idas em momentos marcantes a serem sinalizados pela Piper 3D, durante pelo menos 01

oficina de cada escola envolvida no projeto (IMM), realização de pelo menos 01 aula nas escolas (IMM), durante a montagem dos eventos, durante a realização dos eventos, entrevistas com agentes públicos e sociedade civil local, apresentação de relatórios do inventário e outros momentos que surgirem durante o período.

Durante a realização do projeto o material editado será entregue para a SMARHS através de arquivo digital no formato .mp4 nos meses:

- a) 3 e 4 (vídeo 1 - sobre expectativas do projeto);
- b) 10 e 11 (vídeo 2 - sobre a implantação e andamento);
- c) 16 e 17 (vídeo 3 - resultados);
- d) 17 (vídeo 4 - com apanhado de todo o projeto e os resultados).

Todos os vídeos vão contar com uma mini vinheta com identificação do projeto, logos dos órgãos de apoio, com a possibilidade de ter locutor/voz em off e lettering com nomes de entrevistados. Alguns dos materiais podem contar com mapas de apoio para identificação do local e imagens feitas com drone.

Serão incluídos nos relatórios planilhas de controle a respeito das saídas a campo, número de imagens ou tempo de captação (Anexo 1).

O material editado será entregue em arquivo digital, no formato .mp4 através de armazenamento em nuvem, .zip e também com possibilidade de gravação de CDs ou HD Externo. Caso seja de interesse da SMARHS, o material bruto também poderá ser disponibilizado.

8. Realização dos eventos

A partir das oficinas realizadas pela empresa de educação ambiental, as crianças farão registros por meio de fotos e vídeos da experiência. O IMM irá fazer a curadoria dessas imagens e disponibilizará para inclusão no vídeo institucional a ser criado pela Agência HQT.

Com as imagens selecionadas pelo IMM, a HQT organizará exposições em locais públicos, preferencialmente, próximos à Enseada de Jurujuba e em datas em ressonância com eventos que já são realizados pela Secretaria de Meio Ambiente, nos meses de maio/24, setembro/24 e dezembro/24. Algumas possibilidades são: Clean up day/Feira de Sustentabilidade, encerramento do inventário. Caso não seja possível, a HQT junto ao IMM e a SMARHS buscarão novas possibilidades de datas.

Algumas opções de locais que temos: a Praça do Rádio Amador, a praça próxima à Igreja de São Francisco, a Praça da Praia do Píer, o Parque da Cidade, o Centro de Cultura Regional de Jurujuba, o Parque do Morcego e a antessala do prefeito. Também existe a possibilidade da realização de uma exposição através de projeção em um local a ser definido. A definição do local acontecerá mediante autorização da Prefeitura.

Também vamos considerar usar espaços de publicidade da Prefeitura de Niterói para divulgação dessas imagens e, conseqüentemente, do projeto em todo Município. Nossas possibilidades de acordo com a SMARHS são: mobiliário urbano no qual a prefeitura tem espaço comprado, totens próximos a pontos de ônibus, outdoors e outros.

No caso de eventos em praças públicas, a Agência HQT será responsável pela contratação e instalação de toldos para garantir a realização do evento. Neste caso, uma das possibilidades é que as imagens sejam expostas em formato digital, através de televisões no evento. A contratação das televisões é de responsabilidade do IMM, visto que não serão necessários cavaletes, mesas ou cadeiras.

Caso a exposição seja realizada no Parque da Cidade ou no Parque do Morcego, a Agência HQT irá se certificar junto aos responsáveis do local quais são as opções para a realização da exposição (digital ou física com imagens impressas) para subsequente execução.

Se possível, além das imagens, divulgaremos também um pequeno texto descritivo da criança autora da foto, com seu nome, sobre a experiência e/ou um pequeno vídeo dela após a atividade. Este material será disponibilizado pelo IMM. Também teremos

imagens feitas durante o processo da oficina pelo fotógrafo para compor e divulgar os bastidores da experiência.

A exposição só ocorrerá em formato de projeção caso a Agência HQT consiga viabilizar autorização da Prefeitura, local para projeção, previsão do tempo e se a logística de tráfego da cidade permitir.

Toda estrutura de segurança e de emergência como Guarda Municipal, Bombeiros e Ambulância será providenciada pela Prefeitura de Niterói como informado por Luize Ferraro, caso seja necessário.

A princípio, os eventos terão duração de 6h, durante um dia. Caso a Agência HQT tenha autorização dos ambientes e locais fechados com estrutura fixa e sem custo adicional como o Parque da Cidade, a sede do Projeto Graef, a antessala do prefeito, nas escolas ou em museus, será possível que a exposição fique disponível por mais tempo.

Durante o evento, a Agência HQT disponibilizará equipe com fotógrafo, videomaker, assessor de comunicação e produtores de eventos - que também estarão presentes durante as instalações e desmontagem.

9. Criação, impressão e distribuição dos banners e dos balões

Os banners e os balões serão criados com a identidade visual aprovada do Projeto e vão sinalizar e indicar quando, que horas e onde as exposições das fotografias acontecerão.

A princípio eles ficarão em locais próximos à exposição, podendo também - com autorização da Prefeitura - ocupar espaços que fiquem fora na área de Jurujuba, fazendo com que moradores de outros bairros também tenham conhecimento e a possibilidade de participarem do evento.

A depender do modelo dos eventos (ainda a serem definidos) e dos locais das exposições, esses materiais poderão ser substituídos por outros tipos de sinalizações, seguindo um escopo de trabalho equivalente.

A Agência HQT se responsabilizará pela idealização do formato (caso seja alterado), a criação, o acompanhamento da produção, a instalação e a desinstalação do material.

Os produtos serão enviados para aprovação em tamanho reduzido acompanhados de um *mockup* para melhor visualização e, depois de aprovada, enviada para impressão (Anexo 3).

Os materiais serão desenvolvidos através dos programas Adobe Photoshop e Adobe Illustrator e, além da versão física, a HQT disponibilizará os arquivos fechados em .pdf e abertos em .psd e .ai após aprovação final do material.

10. Criação, impressão e instalação das 10 placas

Inicialmente, a partir das entregas dos relatórios do Inventário Faunístico pela Piper 3D previstas para os meses 5 e 9, a Agência HQT definirá junto a SMARHS quais elementos da fauna de Jurujuba estarão no conteúdo da placa.

Após a seleção, vamos verificar se já existem imagens captadas em alta resolução das espécies em questão e/ou gerar imagens e/ou comprar fotos de bancos de imagem para o layout da placa. Vamos desenvolver um pequeno texto descritivo sobre o tema principal da placa com auxílio da Piper 3D e aprovado pela SMARHS.

A criação será feita através dos programas Adobe Photoshop e Adobe Illustrator, enviada para aprovação em tamanho reduzido e acompanhados de um *mockup* para melhor visualização e, depois de aprovada, enviada para impressão (Anexo 3).

A previsão é que sejam entregues cinco placas no mês 6 e cinco placas no mês 10. No entanto, é importante salientar que, a depender do que for coletado pela Piper 3D nos meses 5 e 9 este cronograma poderá ser modificado, visto que a ideia é sinalizar

espécies que sejam possíveis da comunidade observar. Caso o andamento do inventário indique que teremos mais elementos catalogados no relatório 13, será necessário postergar a entrega de algumas placas após aprovação da SMARHS.

A definição dos locais de instalação será feita após indicação da Piper 3D, da validação da SMARHS e autorização da Prefeitura.

A Agência HQT será responsável pelo auxílio estratégico da seleção da espécie, da escolha do local, da criação, produção e instalação das placas. Contamos com o apoio da infraestrutura da Prefeitura (exemplo: Guarda Municipal de Trânsito) no dia da instalação.

Além da versão física, a HQT disponibilizará os arquivos em .pdf e abertos em .psd e .ai após aprovação final do material.

11. Criação, impressão e distribuição das cartilhas

A partir da entrega dos relatórios do Inventário Faunístico pela Piper 3D, a ser realizado nos meses 5, 9, 13, a Agência HQT vai criar uma cartilha educativa mostrando um pouco da fauna da Enseada Jurujuba e também a importância do Projeto.

Junto à empresa de educação ambiental (IMM) vamos preparar o material de divulgação, conscientização e preservação do local, de forma ilustrada e com texto escrito de forma acessível. O projeto será desenvolvido através dos programas Adobe Photoshop, Adobe Illustrator e Adobe InDesign.

A ideia inicial é que a cartilha tenha uma personagem que apresente alguns dados e espécies de forma lúdica e interativa para comunidade local. O conteúdo será distribuído em 10 páginas - considerando a capa e contracapa -, seguirá a identidade visual do Projeto e incluirá os logos das entidades envolvidas.

A previsão de aprovação final do material pela SMARHS é no início do mês 15 para que tenhamos tempo hábil para a impressão das 5.000 cartilhas e a distribuição seja feita no encerramento do projeto.

A cartilha será enviada para aprovação em tamanho reduzido e acompanhada de um *mockup* para melhor visualização e, depois de aprovada, enviada para impressão (Anexos 3 e 4).

Conforme acordado, a distribuição será de responsabilidade da Prefeitura e da Secretaria de Meio Ambiente.

Além da versão impressa, a Agência HQT disponibilizará o material em .pdf e em arquivo aberto em .psd, .ai e .indd após aprovação final do material.

12. Entrega de relatórios

Os relatórios serão entregues nos meses 5, 9, 13, 17 e vão conter: materiais entregues, número e resumo de reuniões realizadas, compilado de atividades as quais a Agência HQT acompanhou e esteve presente (oficinas, inventário, acompanhamentos de matérias com jornalistas, instalações, eventos etc), *mockups* de materiais gráficos criados, registros das placas instaladas, releases feitos, releases enviados, matérias e notas publicadas, porcentagem de sucesso na divulgação de mídia espontânea, clippings do período anexados, estimativa de valoração dos espaços de divulgação, compilado das planilhas de controle do audiovisual por mês, resumo de como foi o evento do ciclo (se aplicável), número estimado de presentes no evento, análise geral do trabalho desenvolvido, próximas etapas previstas.

O material será entregue em .word e .pdf para os responsáveis ao final de cada mês previsto no parágrafo anterior. Quando necessário, será feito uso de mapas, gráficos e elementos visuais para facilitar a compreensão dos dados

13. Cronograma

Para entrega dos produtos e acompanhamento do projeto, apresentamos o seguinte cronograma inicial. No decorrer do projeto, algumas datas previstas podem sofrer alterações. Caso essa possibilidade venha a ser confirmada, a SMARHS será comunicada assim como os demais atores que possam ser impactados.

Atividades		2023			2024												2025		
		out 1	nov 2	dez 3	Jan 4	fev 5	mar 6	abr 7	mai 8	Jun 9	Jul 10	ago 11	set 12	out 13	nov 14	dez 15	Jan 16	fev 17	
Planejamento e Atividades Perenes	Plano de Trabalho	█	█																
	Criação de Logo e PIV		█	█	█														
	Aprovação de Logo e PIV			█	█	█													
	Assessoria de Imprensa			█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	
	Captação de Imagens			█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	
	Edição de imagens			█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	
	Entrega de imagens			█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	
	Entrega de vídeo parcial				█	█													
	Entrega do relatório					█													
Ciclo 1	Criação de placas					█													
	Instalação de placas						█	█											
	Produção do evento					█	█	█											
	Criação dos banners						█	█											
	Criação dos balões							█	█										
	Produção dos banners								█	█									
	Produção dos balões									█	█								
	Divulgação do evento										█	█							
	Instalação dos banners											█	█						
	Instalação dos balões												█	█					
	Realização do evento														█	█			
	Entrega do relatório																█	█	
	Ciclo 2	Criação de placas									█	█							
Criação dos banners											█	█							
Criação dos balões												█	█						
Instalação de placas													█	█					
Produção dos banners														█	█				
Produção dos balões															█	█			
Divulgação do evento																█	█		
Produção do evento																	█	█	
Entrega de vídeo parcial																		█	█
Instalação dos banners																			█
Instalação dos balões																			
Realização do evento																			
Ciclo 3	Criação dos banners																		
	Criação dos balões																		
	Entrega do relatório																		
	Produção dos banners																		
	Produção dos balões																		
	Divulgação do evento																		
	Produção do evento																		
	Criação de cartilhas																		
	Instalação dos banners																		
	Instalação dos balões																		
	Realização do evento																		

Microfone de lapela (Sennheiser EW 100), Microfone direcional, Drone Mavic Pro 2, iPhone (Max, 13, 14, 15), CapCut, Gravador de voz digital, Servidor HP ProLiant ML350p Gen8 com processador Intel Xeon 2.4GHz, memória DDR4 e 12GB de RAM.

15. Considerações finais:

Considerando que o trabalho de comunicação e divulgação do Projeto está atrelado à execução do Inventário Faunístico e das oficinas de Educação Ambiental, e ao suporte e disparo de releases a serem feitos diretamente para ASCOM, os prazos e previsões de cronograma podem ter alterações mediante ao atraso e/ou adiantamento das atividades que serão desenvolvidas e são de responsabilidade das empresas Piper 3D, Instituto Moleque Mateiro e também diante da deliberação de processos próprios da Prefeitura de Niterói, da SMARHS e da ASCOM.

Por se tratar de um Projeto que tem processos e atividades ao ar livre que dependem das condições climáticas, datas de eventos e acompanhamentos a campo podem mudar. Em qualquer caso de alteração, os pontos de contato da Prefeitura de Niterói serão informados.

Também destacamos que a lista de materiais, equipamentos e plataformas para criação, desenvolvimento e resultados podem ser alterados para aprimorar a entrega com recursos tecnológicos mais atualizados durante o processo de 17 meses previsto no contrato.

A Agência HQT está à disposição para debater novos processos que possam fazer com que o trabalho e a parceria entre todas as equipes envolvidas seja otimizada em busca de mais eficiência.

16. Anexos

16.1. Anexo 1: modelo de planilha de acompanhamento de audiovisual

AUDIOVISUAL - PROJETO INVENTÁRIO FAUNÍSTICO JURUJUBA							
Data captação	Tema	Nº de imagens	Tempo de gravação	Decupagem de material	Link material bruto	Link material editado	Data do envio
					- link - link - link	- link - link - link	

16.2. Anexo 2: modelo de planilha de acompanhamento de assessoria

ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO - PROJETO INVENTÁRIO FAUNÍSTICO JURUJUBA							
Data	Assunto	Título	Link texto	Link imagem	Meios de comunicação	Nº da publicação	Alcance da publicação
					- link - link - link		

16.3. Anexo 3

MATERIAIS IMPRESSOS - PROJETO INVENTÁRIO FAUNÍSTICO JURUJUBA

Data criação	Material	Data aprovação	Especificação	Data início produção	Prazo	Data entrega produção

16.4. Anexo 4: modelo de cartilha





Carlitta Educa Bondinho: Ensino Fundamental I | 9



Chegamos no Morro da Urca, a nossa primeira parada. Vamos conhecer a Mata Atlântica de perto? Nela existem muitas espécies de plantas e animais que precisam ser protegidos. Esse local é uma Unidade de Conservação*. Você sabe o que é isso? É uma área definida por lei onde existem regras de conservação da natureza. Aqui podemos passear à vontade, mas sempre seguindo as regras do local.

*Procure saber se há alguma Unidade de Conservação perto de onde você mora e visite-a!

10 | Carlitta Educa Bondinho: Ensino Fundamental I

16.5. Anexo 5: modelos de ficha de autorização de uso da imagem



TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ

Neste ato, e para todos os fins de direito, autorizo o uso da minha imagem e voz para fins de divulgação e publicidade do trabalho de notícia e cultural, em caráter definitivo e gratuito, constante em fotos e filmagens.

As imagens e voz poderão ser exibidas: parcial ou total, em apresentação audiovisual, publicações e divulgações em noticiários, sites, revista, jornais, rádio, TV, redes sociais e outros canais, com ou sem premiações remuneradas nacionais e internacionais, assim como disponibilizadas no banco de imagens resultante da pesquisa e na Internet e em outras mídias futuras, fazendo-se constar os devidos créditos ao fotografo.

Por ser esta a expressão de minha vontade, nada terei a reclamar a título de direitos conexos a minha imagem e voz ou qualquer outro.

Niterói, ____ de _____ de 2023

Assinatura

Nome:

Endereço:

CPF:

RG:

Telefone:

E-mail

   in
/agenciahqt
agenciahqt.com.br

16.6. Anexo 6: mockups com algumas possibilidades de produtos previstos no Edital criados para ilustrar

a) balão



b) banner



c) placa



d) bottom



e) camisa



f) adesivo



g) papel timbrado

