

RELATÓRIO MENSAL 16/24

4 de junho a 3 de julho de 2023



ÁREAS DE ATUAÇÃO



Relações
públicas



Assessoria
de imprensa



Publicações



Comunicação
digital

Equipe

Diretora: Ana Luiza Purri

Coordenadora: Isabela Lobo

Atendimentos: Thaís Nascimento e Ana Carolina Duarte

JUNHO/2023



NOVA ÁREA RESTRITA A MEMBROS

No dia 29/03, recebemos uma demanda para avaliar a criação de uma área exclusiva no site do CBH Baía de Guanabara, a exemplo do que existe no site do Comitê Guandu. O objetivo é que essa área ofereça aos membros "acesso a arquivos que não podem ser disponibilizados publicamente, por exemplo, minutas de documentos, manuais internos, formulários internos e afins, que hoje em dia são armazenados em Drives despadronizados. Ou seja, seria uma espécie de Fórum onde seria possível anexar documentos, deixar avisos em uma espécie de mural e fazer comentários".

The screenshot displays the AGEVAP website interface. On the left, a navigation menu includes: MAPA DO SITE, Home, Comitê, Gestão, Transparência, Plano de Recursos Hídricos, Siga Guandu, Comunicação, and Contato. The main content area is divided into three columns. The first column, titled 'ENDEREÇO', provides contact details for 'Atendimento ao Público / Correspondências' and 'APA Guandu / CAR / Reuniões do Comitê'. The second column features a teal login box for 'Área exclusiva para membros do Comitê Guandu-RJ' with fields for 'Nome do Usuário', 'Senha', and an 'Entrar' button. The third column contains a newsletter sign-up form with an 'Email' field and an 'Enviar' button. At the bottom, there are social media icons for LinkedIn, Instagram, and Facebook, a 'VOLTE AO TOPO' button, and the AGEVAP logo. The LGPD logo is also present in the bottom left corner.

A execução da demanda exigirá novos investimentos em função da complexidade e pelo fato do Produto 5 – Novo Site já ter sido entregue e finalizado.

Por isso, será necessário que a AGEVAP avalie se é possível contratar o serviço e como isso deverá ser feito.



SITE | Produto 5

Google Analytics



Análise: Neste período de análise, o site se manteve estável em volume de acessos e também de usuários, com uma pequena oscilação. O tempo de permanência do site registrou uma pequena diminuição, porém, teve leve aumento no volume de acesso. Durante o mês de junho, o site recebeu 3.355 visualizações, sendo a maior parte dos acessos da busca orgânica do Google, seguido pela busca direta. Tivemos 985 usuários, sendo 899 novos, que ficaram, em média, 1,2 minutos no site do Comitê da Baía de Guanabara.

A maior parte dos usuários acessaram o site via desktop e da cidade do Rio de Janeiro. Novamente, as páginas informativas e de notícias foram as mais acessadas dentro do período. Como o site é o canal de comunicação oficial da entidade, é fundamental mantê-lo atualizado para garantir a autoridade e torná-lo referência sobre o comitê.



SITE | Produto 5

Google Analytics

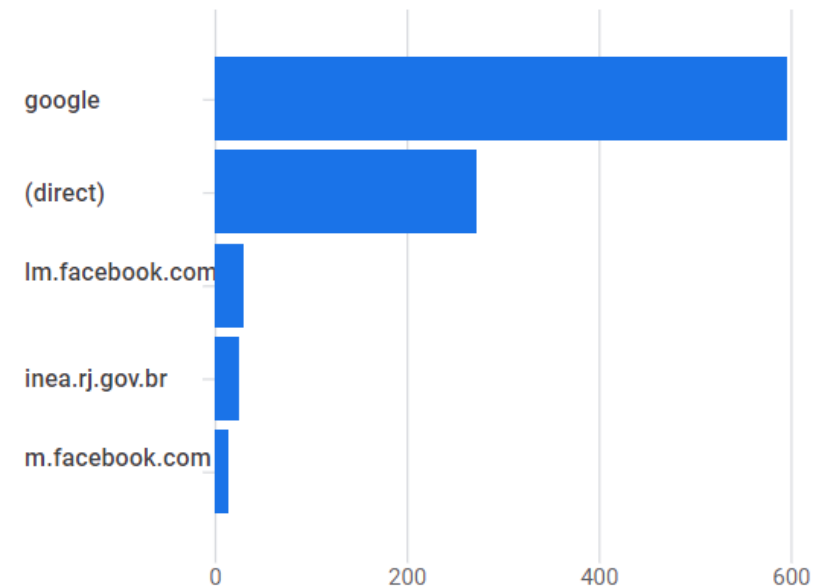


DADOS GERAIS



ORIGEM

Usuários por Origem da sessão



SITE | Produto 5

Google Analytics



ORIGEM DO TRÁFEGO



CANAIS

Sessões por Grupo de canais

GRUPO DE CANAIS...	SESSÕES
Organic Search	999 ↑ 7,7%
Direct	420 ↑ 35,5%
Referral	155 ↑ 14,0%
Organic Social	69 ↑ 392,9%
Unassigned	9 ↑ 50,0%



SITE | Produto 5

Google Analytics



VISUALIZAÇÕES DE PÁGINA

Visualizações

3,4 mil

Contagem de eventos

10 mil



PÁGINAS MAIS ACESSADAS

	3.355	1
	100% do total	
1 /	621	
2 /participe-do-evento-combate-ao-lixo-marinho-na-regiao-hidrografica-da-baia-de-guanabara/	251	
3 /noticias/	117	
4 /regiao-hidrografica/	117	
5 /monitoramento-quali-quantitativo/	85	
6 /sobre-o-comite/	80	
7 /boas-vindas-a-rogerio-rocco-novo-diretor-secretario-do-cbh-baia-de-guanabara/	77	
8 /subcomite-jacarepagua/	68	
9 /subcomite-oeste/	68	
10 /o-parque-chico-mendes-merece-a-lagoa-de-marapendi-e-a-lagoa-de-marapendi-merece-o-parque-chico-mendes/	63	



SITE | Produto 5

Google Analytics



DISPOSITIVOS

Usuários ▾ por
Categoria de dispos...



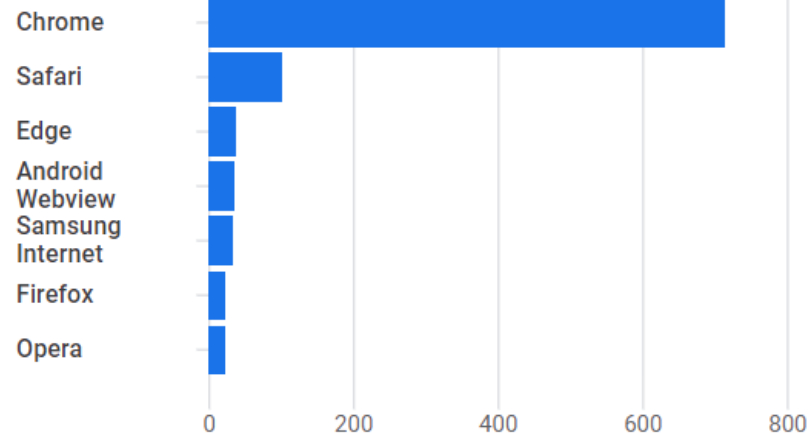
● DESKTOP 57,8% ● MOBILE 41,7% ● TABLET 0,5%

NAVEGADORES

Usuários ▾ por Navegador

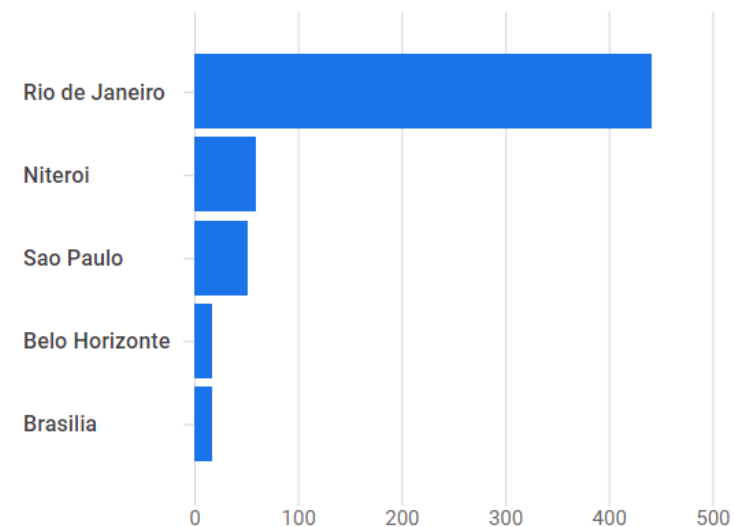


▾ Incluir Plataforma = Web



CIDADES

Usuários por Cidade



BOLETIM EM CURSO 4ª EDIÇÃO

As matérias da 4ª edição do Boletim Em Curso estão em fase de apuração e produção. As pautas já foram sugeridas e aprovadas pela diretoria. Ao todo, serão produzidas 9 matérias, com previsão de publicação em 24 de julho.

2. CRONOGRAMA

ETAPA	DATA
PAUTA (aprovação)	20/06
REDAÇÃO	Até 12/07
EDIÇÃO	12 e 13/07
REVISÃO / CORREÇÕES	14/07
FORMATAÇÃO	17 e 18/07
ENVIO ARTE PARA O CLIENTE	19/07
APROVAÇÃO FINAL	21/07
PUBLICAÇÃO/DISPARO	24/07

Cliente:	CBH Baía de Guanabara
Publicação:	Em Curso
Edição:	4ª ed.
Especificidades da publicação/edição:	Publicação.

1. PAUTA

ASSUNTO (TEMA E ABORDAGEM)	FONTE	IMAGENS	REPÓRTER
Tema: Medida que altera a alocação dos investimentos em saneamento pelos comitês de bacia é sancionada Enfoque: abordar como foi a estratégia de articulação entre os CBHs e o legislativo. O que aprendemos dessa experiência pra que possamos avançar no desafio de pautar o legislativo a favor da gestão hídrica Nº de páginas no word: 2	Basear o texto inicial nesta matéria: https://comitebaiadeguanabara.org.br/medida-que-altera-a-allocacao-dos-investimentos-em-saneamento-pelos-comites-de-bacia-e-sancionada/ Além disso, conversar com os assessores parlamentares dos deputados Carlos Minc (autor da proposta) e Jari (que também atua com meio ambiente) para abordar sobre a estratégia de articulação: Firmino (assessor parlamentar Carlos Minc): 21 98596-5780 Arimathea (assessor parlamentar Jari): 24 99813-5113 Rejany: 21 98646-8183	Usar imagens de banco	Tháís



BOLETINS DIGITAIS REDE BAÍA 3ª Edição

Após as revisões solicitadas, a 3ª edição Boletim Rede Baía foi disparada no dia **12/06**. Os resultados de leitura desses boletins estão disponíveis nos próximos slides.



The cover features a teal header with the logo of CBH BAÍA DE GUANABARA and the text 'RE DE BAÍA SUBCOMITÊ ITAIPU/PIRATININGA EDIÇÃO 03, MAIO 2023'. The main image shows a scenic view of Lagoa de Itaipu with a modern building and lush greenery in the background.

Lagoa de Itaipu terá Ciclovía-Parque

A Lagoa de Itaipu irá ganhar um novo equipamento de lazer, mobilidade e preservação ambiental. A Prefeitura de Niterói, por meio do Programa Região Oceânica Sustentável (PRO Sustentável) e no âmbito do contrato de empréstimo com o Banco de Desenvolvimento da América Latina, está elaborando o projeto executivo da Ciclovía-Parque Itaipu, que irá contornar a lagoa entre o bairro Cambinhoas e o Córrego dos Colibris.

[VEJA MAIS](#)



The cover features a teal header with the logo of CBH BAÍA DE GUANABARA and the text 'RE DE BAÍA SUBCOMITÊ LAGOA RODRIGO DE FREITAS EDIÇÃO 03, MAIO 2023'. The main image shows a view of Lagoa Rodrigo de Freitas with a wooden pier in the foreground and mountains in the background.

Saneamento básico é a solução para a Lagoa Rodrigo de Freitas

Conhecida como o "Coração do Rio", devido ao seu formato, a Lagoa Rodrigo de Freitas, na zona sul da capital, é tradicional palco de competições aquáticas e diversas atividades de lazer. Situada entre as montanhas e o mar, é um dos mais conhecidos cartões postais do Rio de Janeiro e atrai tanto turistas quanto os próprios cariocas.

[VEJA MAIS](#)





RE DE BAÍA
SUBCOMITÊ ITAIPU/PRATINHA
EDIÇÃO 03 - MAIO 2023

Lagoa de Itaipu terá Ciclovia-Parque

A Lagoa de Itaipu irá ganhar um novo equipamento de lazer, mobilidade e preservação ambiental. A Prefeitura de Niterói, por meio do Programa Região Oceânica Sustentável (PRO Sustentável) e no âmbito do contrato de empréstimo com o Banco de Desenvolvimento da América Latina, está elaborando o projeto executivo da Ciclovia-Parque Itaipu, que irá contornar a lagoa entre o bairro Cambinhas e o Córrego dos Colibris.

[VEJA MAIS](#)

CLIP

22 entregues
8 aberturas totais
5 (22,5%) taxa de abertura
1 (4,5%) taxa de clique



RE DE BAÍA
SUBCOMITÊ JACARÉPAGUÁ
EDIÇÃO 03 - MAIO 2023

Ministério Público Federal embarga projeto de mantas de concreto da Prefeitura do Rio

O Ministério Público Federal (MPF) determinou a paralisação imediata, pela Secretaria Municipal de Infraestrutura do Rio de Janeiro (SMI), da instalação de mantas de cimento sob a areia da praia da Barra da Tijuca, na Zona Oeste da capital. A justificativa é o risco de dano ambiental permanente provocado pela obra.

[VEJA MAIS](#)

JACARÉPAGUÁ

26 entregues
12 aberturas totais
11 (42,3%) taxa de abertura
2 (7,7%) taxa de cliques

Análise

Para a análise dos dados, usamos com referência dados do Mailchimp.

Taxa de abertura – 28,77%
Taxa de cliques – 3,99%





LESTE

26 entregues
26 aberturas totais
14 (53,8%) taxa de abertura
4 (15,4%) taxa de clique



LAGOA RODRIGO DE FREITAS

29 entregues
16 aberturas totais
12 (41,4%) taxa de abertura
3 (10,3%) taxa de cliques

Análise

Para a análise dos dados, usamos com referência dados do Mailchimp.

Taxa de abertura – 28,77%
Taxa de cliques – 3,99%





Lagoa do São Bento: santuário que demanda atenção

Em Maricá, uma cava de extração de areia fez aflorar o lençol freático e deu origem à Lagoa do São Bento, considerada, atualmente, um corpo hídrico da região hidrográfica da Baía de Guanabara. Abrigo de espécies silvestres, algumas delas ameaçadas de extinção, a lagoa se tornou objeto de defesa ambiental por moradores e pesquisadores.

[VEJA MAIS](#)

MARICÁ

18 entregues
7 aberturas totais
5 (27,8%) taxa de abertura
1 (5,6%) taxa de clique



CBH Baía de Guanabara acompanha investimentos da Águas do Rio para universalização do saneamento básico

Com a aprovação da Lei nº 14.026/2020, que atualizou o marco legal do saneamento básico, desde novembro de 2021 cerca de 10 milhões de moradores de 27 municípios cariocas, incluídos os das zonas Norte, Sul e Centro da capital, passaram a ser atendidos pela companhia Águas do Rio, nova responsável pelos serviços de abastecimento de água e tratamento de esgoto no território.

[VEJA MAIS](#)

OESTE

47 entregues
16 aberturas totais
13 (27,7%) taxa de abertura
2 (4,3%) taxa de cliques

Análise

Para a análise dos dados, usamos com referência dados do Mailchimp.

Taxa de abertura – 28,77%
Taxa de cliques – 3,99%



1ª EDIÇÃO DA REVISTA 'O GUANABARA'

A publicação da [Revista Digital Anual do CBH Baía de Guanabara, que levou o nome de "O Guanabara"](#), foi concluída no dia 30/03.

Porém, no dia 12/04 recebemos da Flávia Lanari, membro do Comitê, um pedido de ajuste na matéria que citava o Subcomitê Maricá-Guarapina e a solicitação da retirada da revista do site – após alinhamento com a AGEVAP, ficou decidido que seria colocada no ar apenas a versão preliminar da publicação. Mesmo após a realização dos ajustes por parte da equipe da Prefácio, a Flávia não aprovou a nova versão do conteúdo e pediu a inserção de outros temas, que não estavam dentro da pauta e temática da matéria.

Enviamos a sugestão de que o material se torne um artigo assinado pela Flávia ou de fazermos uma reportagem com dados e fontes oficiais, para dar respaldo às novas informações compartilhadas, para publicação na 2ª edição da revista ou no Boletim Rede Baía.

Estamos aguardando orientações da Diretoria para dar prosseguimento ao material.



CONTEÚDO

01/06

“CTCost promove cine debate sobre a série Espelhos da Baía”

<https://comitebaiadeguanabara.org.br/ctcost-promove-cine-debate-sobre-a-serie-espelhos-da-baia/>

DADOS DO GOOGLE ANALYTICS

Página de destino +	↓ Sessões	Usuários	Novos usuários	Tempo de engajamento médio por sessão
	9 0,52% do total	8 0,78% do total	6 0,64% do total	0 min 19 s Média inferior a 62,16%
1 /ctcost-promove-cine-debate-sobre-a-serie-espelhos-da-baia	9	8	6	0 min 19 s

CTCost promove cine debate sobre a série Espelhos da Baía

1 de junho, 2023

A Câmara Técnica Costeira (CTCost), do Comitê da Baía Hidrográfica da Baía de Guanabara e dos Sistemas Lagunares de Maré e Estuário (CRH Baía de Guanabara), realizou no último dia 25 um cine debate sobre o terceiro episódio da série documental **Espelhos da Baía**. Após a exibição, os participantes do evento puderam debater e trocar experiências sobre a gestão e uso compartilhado da Baía de Guanabara.

Durante as trocas foram apontadas as dificuldades, principalmente por parte dos pescadores artesanais, que vivem em e dependem de seus territórios ancestrais de pesca devido à desconexão das ecossistemas originais: à contaminação das águas por poluição industrial e ao esvaziamento de manguezais e à dragagem dos berços portuários.

Além disso, a partir dos relatos das entrevistas da série, se fez menção à complexidade e à dificuldade em estabelecer mecanismo de governança para assegurar que os prejuízos causados à pesca artesanal sejam ressarcidos pelos atores responsáveis pela contaminação do meio e redução das áreas de pesca.

O coordenador da CTECOST, Paulo Heriot, afirma a importância do debate para entender a situação daqueles que dependem de Baía de Guanabara. “O debate realizado foi proveitoso e esclarecedor a respeito da complexa situação vivida pelos diversos atores sociais que dependem da Baía de Guanabara para a manutenção de seus metabolismos físicos, econômicos, sociais e culturais. Podemos constatar os inúmeros atores presentes, e dependentes, das águas e ecossistemas presentes na região.”

Sobre a série Espelhos da Baía

A série documental Espelhos da Baía é uma iniciativa do Projeto de Educação Ambiental (Redes da Baía de Guanabara (RELA, Rede da Baía)) e é uma das medidas de mitigação do Licenciamento Ambiental Federal construído pelo Ibama e vinculado às atividades de produção e escoamento de petróleo e gás no Campo de Lula, um empreendimento de TotalEnergies CT Brasil Ltda.

A produção busca informar sobre o impacto e o uso compartilhado da Baía de Guanabara e lançar luz sobre a realidade dos empreendimentos de apoio à Indústria petrolífera que transitam nela, bem como mostrar os efeitos dessa atividade nos demais usuários da Baía de Guanabara.

Saiba mais



CONTEÚDO

05/06

“Comitê da Bacia da Baía de Guanabara investe em soluções para saneamento básico”

<https://comitebaiadeguanabara.org.br/comite-da-bacia-da-baia-de-guanabara-investe-em-solucoes-para-saneamento-basico/>

DADOS DO GOOGLE ANALYTICS

Página de destino +	↓ Sessões	Usuários	Novos usuários	Tempo de engajamento médio por sessão
	5 0,29% do total	5 0,49% do total	7 0,75% do total	1 min 09 s Média superior a 37,42%
1 /comite-da-bacia-da-baia-de-guanabara-investe-em-solucoes-para-saneamento-basico	5	5	7	1 min 09 s



CONTEÚDO

13/06

“Está no ar a 3ª edição do Boletim Digital Rede Baía”

<https://comitebaiadeguanabara.org.br/esta-no-ar-a-3a-edicao-do-boletim-digital-rede-baia/>

DADOS DO GOOGLE ANALYTICS

Página de destino +	↓ Sessões	Usuários	Novos usuários	Tempo de engajamento médio por sessão
	5 0,29% do total	5 0,49% do total	1 0,11% do total	0 min 32 s Média inferior a 37%
1 /esta-no-ar-a-3a-edicao-do-boletim-digital-rede-baia	5	5	1	0 min 32 s

BAÍA DE GUANABARA

Home Notícias

Está no ar a 3ª edição do Boletim Digital Rede Baía

13 de junho, 2023

Boletim Rede Baía – 3ª edição

Foi publicada a 3ª edição do Boletim Digital Rede Baía, do Comitê da Baía Hidrográfica da Baía de Guanabara e das Áreas Lacustres de Maricá e Jacarepaguá (CSH Baía de Guanabara).

A publicação é dividida pelos seis subcomitês que compõem a região hidrográfica e tem como objetivo divulgar as principais iniciativas das respectivas regiões e do Comitê. Ao todo, são 26 reportagens que retratam e atualizam assuntos importantes atrelam a vida dos moradores da baía.

O Boletim Rede Baía é uma publicação quadrimestral, totalmente digital e produzida pela Prefeitura de Comunicações.

Confira os boletins de cada Subcomitê:

- CLIP
- Maricá
- Jacarepaguá
- Lagoa Rodrigo de Freitas
- Leste
- Oeste

Se inscreva para receber os nossos boletins.



PUBLICAÇÕES | Produto 12

CONTEÚDO

15/06

“Confira as fotos da oficina de capacitação para pescadores da Ilha de Paquetá”

<https://comitebaiadeguanabara.org.br/confira-as-fotos-da-oficina-de-capacitacao-para-pescadores-da-ilha-de-paqueta/>

DADOS DO GOOGLE ANALYTICS

Página de destino +	↓ Sessões	Usuários	Novos usuários	Tempo de engajamento médio por sessão
	15 0,87% do total	14 1,37% do total	12 1,29% do total	0 min 41 s Média inferior a 19,02%
1 /confira-as-fotos-da-oficina-de-capacitacao-para-pescadores-da-ilha-de-paqueta	15	14	12	0 min 41 s



CONTEÚDO

21/06

“Participe do evento: Combate ao Lixo Marinho na Região Hidrográfica da Baía de Guanabara”

<https://comitebaiadeguanabara.org.br/participe-do-evento-combate-ao-lixo-marinho-na-regiao-hidrografica-da-baia-de-guanabara/>

DADOS DO GOOGLE ANALYTICS

	Página de destino +	↓ Sessões	Usuários	Novos usuários	Tempo de engajamento médio por sessão
		173 10,08% do total	118 11,56% do total	104 11,15% do total	0 min 38 s Média inferior a 23,67%
1	/participe-do-evento-combate-ao-lixo-marinho-na-regiao-hidrografica-da-baia-de-guanabara	173	118	104	0 min 38 s



CONTEÚDO

29/06

“Pescadores da Baía de Guanabara e Sistemas Lagunares se organizam na luta pela preservação”

<https://comitebaiadeguanabara.org.br/pescadores-da-baia-de-guanabara-e-sistemas-lagunares-se-organizam-na-luta-pela-preservacao/>

Caminho da pági... classe da tela	↓ Visualizações	Usuários	Visualizações por usuário	Tempo médio de engajamento
	12 0,37% do total	6 0,63% do total	2,00 Média inferior a 40,22%	0 min 14 s Média inferior a 83,96%
1 /pescadores-da-baia-de-guanabara-e-sistemas-lagunares-se-organizam-na-luta-pela-preservacao/	12	6	2,00	0 min 14 s

BAIA DE GUANABARA

Pescadores da Baía de Guanabara e Sistemas Lagunares se organizam na luta pela preservação

29 de junho, 2023

Segundo dados do Relatório Anual da Universidade de Pesquisa (RAN) do Instituto de Pesca e de Aquicultura, existem cerca de 10 mil pescadores que vivem e trabalham em comunidades tradicionais na Baía de Guanabara. Em 2022, a população residente na região da Baía de Guanabara chegou a 1,5 milhão de habitantes, com um índice de produção per capita médio de cerca de 100 kg de pescado por pessoa.

No dia 29 de junho, às 10h, realizou-se o lançamento da Comissão Baía Integrada de Defesa e Gestão Ambiental (CIBIG) em frente à sede do Comitê de Baía de Guanabara, órgão do Impedimento de Defesa Ambiental, com o objetivo de fortalecer a preservação e o manejo ambiental das áreas ambientais da Baía de Guanabara.

A luta de cada dia

Os pescadores que vivem na Baía de Guanabara vivem em condições precárias, com falta de saneamento básico, água potável e coleta de lixo. Além disso, enfrentam problemas de acesso à saúde e educação. A luta pela preservação da Baía de Guanabara é uma luta de cada dia.

Augusto Freitas, presidente do AMOPB e mestre de caça de Baía de Guanabara

Em entrevista ao site, Augusto Freitas, presidente do AMOPB, falou sobre a importância da preservação da Baía de Guanabara e a luta dos pescadores por melhores condições de vida e trabalho. Segundo ele, a Baía de Guanabara é um ecossistema rico e diversificado, com muitas espécies de peixes e plantas. No entanto, a Baía de Guanabara está sendo degradada por atividades ilegais, como o despejo de lixo e o uso de redes de pesca ilegais.

Atualmente, a AMOPB conta com 11 associados, incluindo cerca de 4 mil pescadores assalariados e outros uma boa parcela de pescadores que vivem em condições precárias. Freitas também falou sobre a importância da preservação da Baía de Guanabara para a comunidade local e para o Brasil.

Em entrevista à RAN, Freitas também falou sobre a importância da preservação da Baía de Guanabara para a comunidade local e para o Brasil. Segundo ele, a Baía de Guanabara é um ecossistema rico e diversificado, com muitas espécies de peixes e plantas. No entanto, a Baía de Guanabara está sendo degradada por atividades ilegais, como o despejo de lixo e o uso de redes de pesca ilegais.

Augusto Freitas, presidente do AMOPB e mestre de caça de Baía de Guanabara

Em entrevista ao site, Augusto Freitas, presidente do AMOPB, falou sobre a importância da preservação da Baía de Guanabara e a luta dos pescadores por melhores condições de vida e trabalho. Segundo ele, a Baía de Guanabara é um ecossistema rico e diversificado, com muitas espécies de peixes e plantas. No entanto, a Baía de Guanabara está sendo degradada por atividades ilegais, como o despejo de lixo e o uso de redes de pesca ilegais.

Atualmente, a AMOPB conta com 11 associados, incluindo cerca de 4 mil pescadores assalariados e outros uma boa parcela de pescadores que vivem em condições precárias. Freitas também falou sobre a importância da preservação da Baía de Guanabara para a comunidade local e para o Brasil.

Em entrevista à RAN, Freitas também falou sobre a importância da preservação da Baía de Guanabara para a comunidade local e para o Brasil. Segundo ele, a Baía de Guanabara é um ecossistema rico e diversificado, com muitas espécies de peixes e plantas. No entanto, a Baía de Guanabara está sendo degradada por atividades ilegais, como o despejo de lixo e o uso de redes de pesca ilegais.



RELAÇÕES PÚBLICAS | Produto 12

EVENTO “COMBATE AO LIXO MARINHO NA REGIÃO HIDROGRÁFICA DA BAÍA DE GUANABARA”

Em celebração ao mês do Meio Ambiente e do Oceano, foi realizado no dia **26/06** o evento “Combate ao Lixo Marinho na Região Hidrográfica da Baía de Guanabara. O evento foi transmitido no **YouTube** do Comitê e os dados da transmissão estão no slide de métricas da rede social.

Para a viabilidade do evento, realizamos ações de:

- **Pré-evento:** alinhamento com os participantes; publicações no site e nas redes do BG (Instagram, LinkedIn, Twitter e Facebook); disparo de e-mail marketing; convite pelo grupo de membros do comitê; criação e acompanhamento do link de inscrição; testes técnicos e reforço do convite no dia do evento;
- **Durante o evento:** realização e acompanhamento do evento, envio de link de lista de presença publicações nos stories do Instagram e acompanhamento no chat do evento;
- **Pós-evento:** envio de e-mail com a pesquisa de satisfação e publicação de materiais pós-evento no site e nas redes.



RELAÇÕES PÚBLICAS | Produto 12

E-MAIL MARKETING

Com a mudança no dia de disparo do Clipping de Interesse, conseguimos aumentar as métricas de aberturas totais, que era o nosso objetivo. Os números gerais dessa ferramenta seguem dentro do padrão considerado “muito bom” pela ferramenta.

Devido às nossas inserções na imprensa, enviamos duas edições do clipping “Na Mídia”.

De acordo com sites especializados em Inbound Marketing, como Rock Content e Resultados Digitais, a taxa de abertura de e-mails são classificadas como:

- Acima de 20% é muito bom;
- Entre 10 e 20% é bom;
- Entre 6 e 10% é considerado normal;
- Abaixo de 6% começa-se a ter um desempenho fraco.

Este período nossa taxa de abertura aumentou em todos os Clippings de Interesse que enviamos ficando a média acima de 20%, o que a plataforma considera muito bom. Além disso, tivemos taxas muito boas nos envios do “Na Mídia”.



RELAÇÕES PÚBLICAS | Produto 12

CLIPPINGS DE INTERESSE



29/5

69 entregues

33 aberturas totais

23 (33,8%) taxa de abertura

1 (1,5%) taxa de clique

Análise

Para a análise dos dados, usamos com referência dados do Mailchimp.

Taxa de abertura – 28,77%

Taxa de cliques – 3,99%



5/6

70 entregues

26 aberturas totais

22 (32,4%) taxa de abertura

4 (5,9%) taxa de cliques

RELAÇÕES PÚBLICAS | Produto 12

CLIPPINGS DE INTERESSE



12/6

70 entregues

20 aberturas totais

15 (21,7%) taxa de abertura

2 (2,9%) taxa de cliques

Análise

Para a análise dos dados, usamos com referência dados do Mailchimp.

Taxa de abertura – 28,77%

Taxa de cliques – 3,99%

19/6

70 entregues

21 aberturas totais

17 (24,3%) taxa de abertura

3 (4,3%) taxa de cliques



RELAÇÕES PÚBLICAS | Produto 12

CLIPPINGS DE INTERESSE



26/6

88 entregues

26 aberturas totais

23 (26,1%) taxa de abertura

5 (5,7%) taxa de cliques

Análise

Para a análise dos dados, usamos com referência dados do Mailchimp.

Taxa de abertura – 28,77%

Taxa de cliques – 3,99%

JUNHO/2023



RELAÇÕES PÚBLICAS | Produto 12

CLIPPINGS NA MÍDIA



2/6

69 entregues

15 aberturas totais

11 (26,1%) taxa de abertura

0 (0%) taxa de cliques

Análise

Para a análise dos dados, usamos com referência dados do Mailchimp.

Taxa de abertura – 28,77%

Taxa de cliques – 3,99%

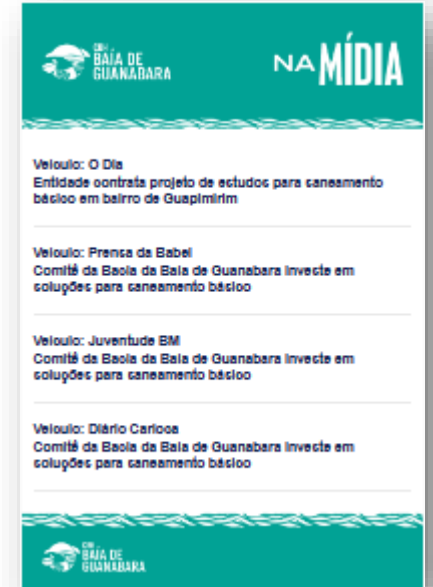
13/6

70 entregues

20 aberturas totais

20 (28,6%) taxa de abertura

3 (4,3%) taxa de cliques



FORMULÁRIO DE SUGESTÕES DE PAUTA

No mês de junho, não recebemos sugestões de pauta vindas do formulário. Vamos repensar a estratégia de reforço do formulário e da importância na sugestão de pautas.

CBH Baía de Guanabara - Formulário para sugestões de matérias

A AGEVAP e a Prefácio Comunicação querem te ouvir! Você tem alguma sugestão de pauta (assunto/tema) para sugerir para nossos canais de comunicação (redes sociais, site, assessoria de imprensa)?

Preencha este formulário com o máximo de informações que tiver. Você pode sugerir fatos recentes ou futuros. Se tiver fotos e/ou vídeos, vamos entrar em contato para receber o material.

Os campos que não souber, preencha com "não sei".

Vamos juntos construir uma comunicação fortalecida para o CBH Baía de Guanabara!

Seu nome *

A sua resposta

Nome da instituição que representa *

A sua resposta


Links das redes da sua instituição (caso não tenha escreva "não tem") *

A sua resposta

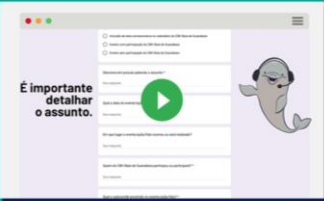
Telefone *

A sua resposta

TEM PAUTA?
NÓS QUEREMOS NOTICIAR!




É importante detalhar o assunto.



PRECISAMOS DA SUA AJUDA, MEMBRO!
Estamos reunindo informações de atividades do Comitê na Região Hidrográfica V para produção de conteúdo. Tem algum assunto relevante? Preencha o formulário e nos envie.

CLIQUE AQUI E PREENCHA!



FORMULÁRIO PARA BOOK DE ESPECIALISTAS

À pedido da Adriana Bocaiuva, foi elaborado um formulário de especialistas do BG para criação de um book com os principais porta-vozes sobre diversos assuntos para futuras entrevistas para nossos canais e imprensa.

O formulário já foi aprovado e, no próximo mês, vamos elaborar uma campanha de divulgação.

Book de especialistas - CBH Baía de Guanabara

Olá! A AGEVAP e a Prefácio Comunicação querem dar voz ao seu conhecimento!

Estamos elaborando um book de especialistas do CBH Baía de Guanabara, onde estarão listados porta-vozes para esclarecimentos técnicos sobre recursos hídricos, saneamento, meio ambiente e para futuras entrevistas para o Comitê, tanto para os nossos canais (redes sociais, site, boletins e revista) quanto para a imprensa.

Preencha este formulário com a sua formação e os principais temas que você tem familiaridade. Os dados fornecidos serão para consulta interna do Comitê e da Prefácio.

Vamos juntos construir uma comunicação fortalecida para o CBH Baía de Guanabara!

comunicacao.baiadeguanabara@gmail.com [Mudar de conta](#)



O nome e a foto associados à sua Conta Google serão registados quando carregar ficheiros e enviar este formulário. O email não está incluído na sua resposta.

* Indica uma pergunta obrigatória

Nome completo: *

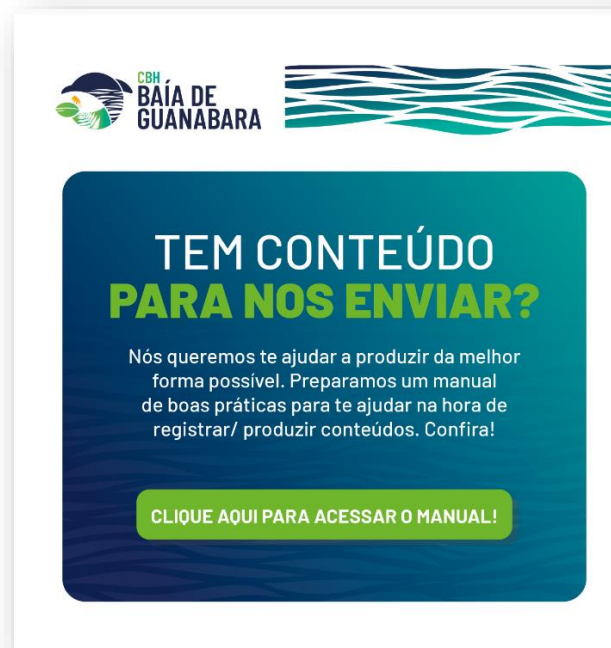
A sua resposta



MANUAL DE BOAS PRÁTICAS PARA PRODUÇÃO DE CONTEÚDO

Tendo em vista o aumento do volume no envio de materiais por parte dos membros do Comitê, criamos um manual de boas práticas com orientações técnicas para capturas de vídeos e fotos.

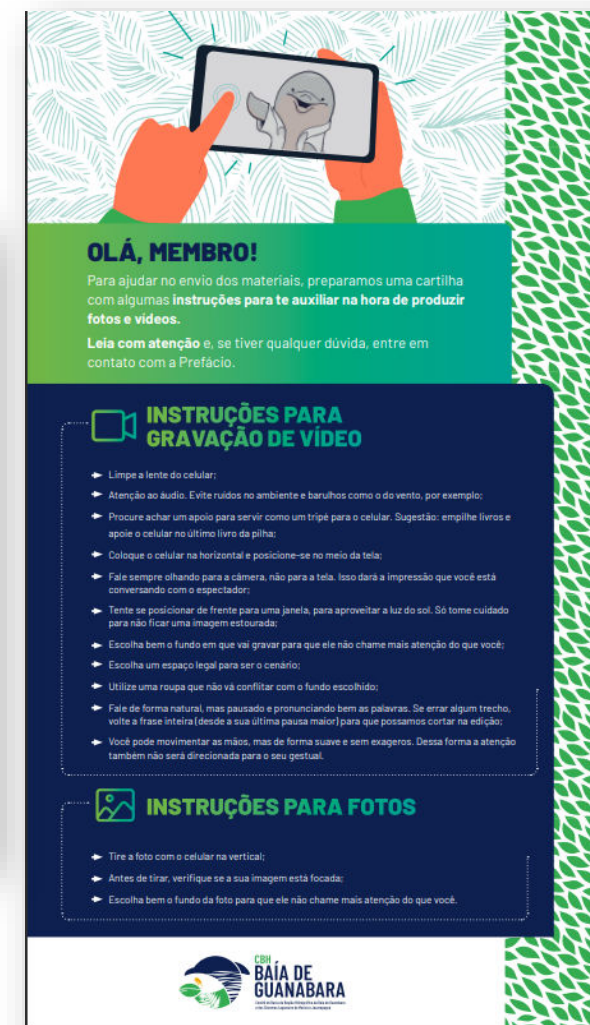
Enviamos o manual por e-mail marketing e no grupo de membros do Comitê no dia **28/06**.



TEM CONTEÚDO PARA NOS ENVIAR?

Nós queremos te ajudar a produzir da melhor forma possível. Preparamos um manual de boas práticas para te ajudar na hora de registrar/ produzir conteúdos. Confira!

[CLIQUE AQUI PARA ACESSAR O MANUAL!](#)



OLÁ, MEMBRO!

Para ajudar no envio dos materiais, preparamos uma cartilha com algumas **instruções para te auxiliar na hora de produzir fotos e vídeos**.


Leia com atenção e, se tiver qualquer dúvida, entre em contato com a Prefácio.

INSTRUÇÕES PARA GRAVAÇÃO DE VÍDEO

- ▶ Limpe a lente do celular;
- ▶ Atenção ao áudio. Evite ruídos no ambiente e barulhos como o do vento, por exemplo;
- ▶ Procure achar um apoio para servir como um tripê para o celular. Sugestão: empilhe livros e apoie o celular no último livro da pilha;
- ▶ Coloque o celular na horizontal e posicione-se no meio da tela;
- ▶ Fale sempre olhando para a câmera, não para a tela. Isso dará a impressão que você está conversando com o espectador;
- ▶ Tente se posicionar de frente para uma janela, para aproveitar a luz do sol. Só tome cuidado para não ficar uma imagem estourada;
- ▶ Escolha bem o fundo em que vai gravar para que ele não chame mais atenção do que você;
- ▶ Escolha um espaço legal para ser o cenário;
- ▶ Utilize uma roupa que não vá conflitar com o fundo escolhido;
- ▶ Fale de forma natural, mas pausado e pronunciando bem as palavras. Se errar algum trecho, volte a frase inteira (desde a sua última pausa maior) para que possamos cortar na edição;
- ▶ Você pode movimentar as mãos, mas de forma suave e sem exageros. Dessa forma a atenção também não será direcionada para o seu gestual.

INSTRUÇÕES PARA FOTOS

- ▶ Tire a foto com o celular na vertical;
- ▶ Antes de tirar, verifique se a sua imagem está focada;
- ▶ Escolha bem o fundo da foto para que ele não chame mais atenção do que você.





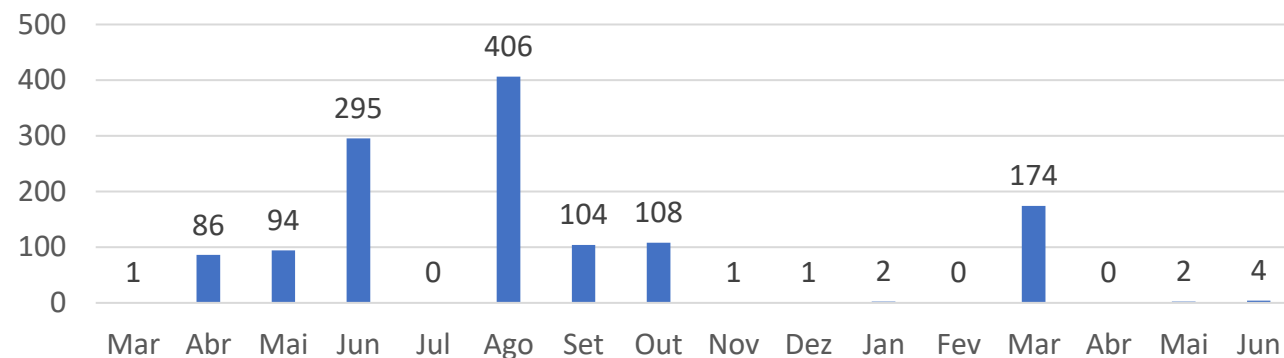
ASSESSORIA DE IMPRENSA | DADOS E PRINCIPAIS RESULTADOS

Número de notas à imprensa divulgadas no mês: 2

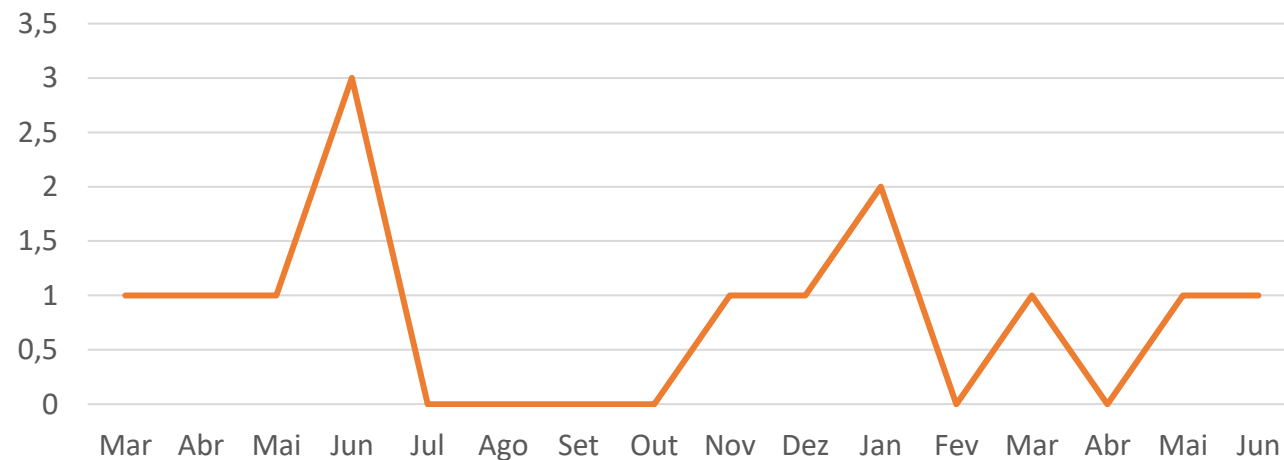
Assunto vendido sem release: 0

Inserções qualificadas: 1

INSERÇÕES TOTAIS



INSERÇÕES EM VEÍCULOS ESTRATÉGICOS



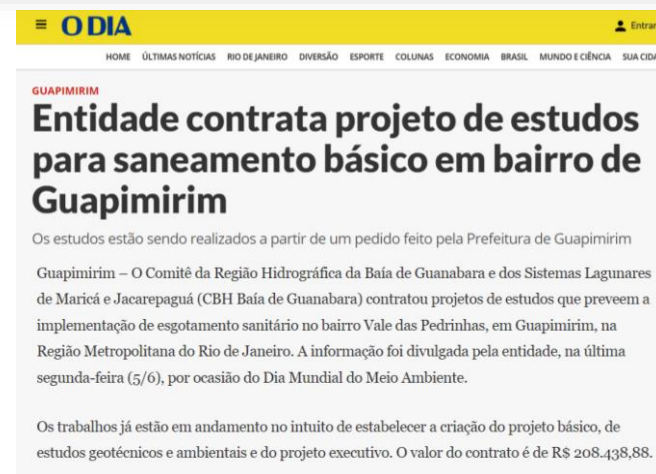
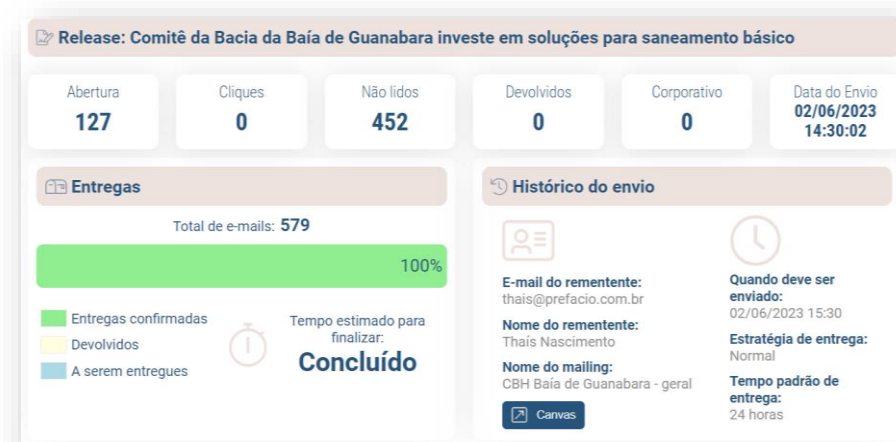
ASSESSORIA DE IMPRENSA | DADOS E PRINCIPAIS RESULTADOS

DIA DO MEIO AMBIENTE

Em **02/06** (dia útil antes do Dia do Meio Ambiente) enviamos um release para os veículos sobre os investimentos do Comitê em saneamento.

Fizemos um disparo pela plataforma I'Max (resultados na imagem ao lado). Além disso, a assessora de imprensa encaminhou a pauta para 20 jornalistas, que ela já tem relacionamento, pelo WhatsApp.

Ao todo, o material rendeu quatro inserções na imprensa nos veículos [O Dia](#), [Prensa de Babel](#), [Juventude BM](#) e [Diário Carioca](#).



DIA DO PESCADOR

No dia **28/06**, trabalhamos uma pauta para o Dia do Pescador, em que tivemos como personagem o Alexandre Anderson (membro da SC Oeste). Na pauta, enfatizamos a importância do papel do pescador na preservação da Baía de Guanabara e apresentamos um pouco da história da associação que ele representa, a Rede AHOMAR.

Enviamos a sugestão para os jornalistas Ana Cláudia Guimarães (blog do Ancelmo Góis, no O Globo) e Márcio Gomes (editor do Jornal do Brasil). Não obtivemos retorno sobre a possibilidade da publicação.

JORNAL DO BRASIL
Desde 1891

O GLOBO



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Produto 12

GRUPO FECHADO NO WHATSAPP



Criado no dia 11 de agosto, o grupo fechado CBH Baía de Guanabara no WhatsApp conta atualmente com 77 participantes (nenhuma alteração no número de contatos em relação ao último relatório). Fizemos a inclusão de todos os números de membros que constam em planilha de contatos enviada pela AGEVAP. Para aumentar o interesse dos membros pelo grupo vamos começar a enviar as notícias publicadas no site do Comitê nesta plataforma.

A ferramenta segue rotina definida e aprovada no escopo, com divulgação das ações externas/internas para os membros inscritos.

Como definido no escopo, o grupo fechado "CBH Baía de Guanabara" tem o objetivo de ser um canal de comunicação estruturado do CBH para comunicados sobre atividades públicas e também sobre informações internas.

Não há mensurações de resultado dos posts nesta ferramenta.



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Produto 12

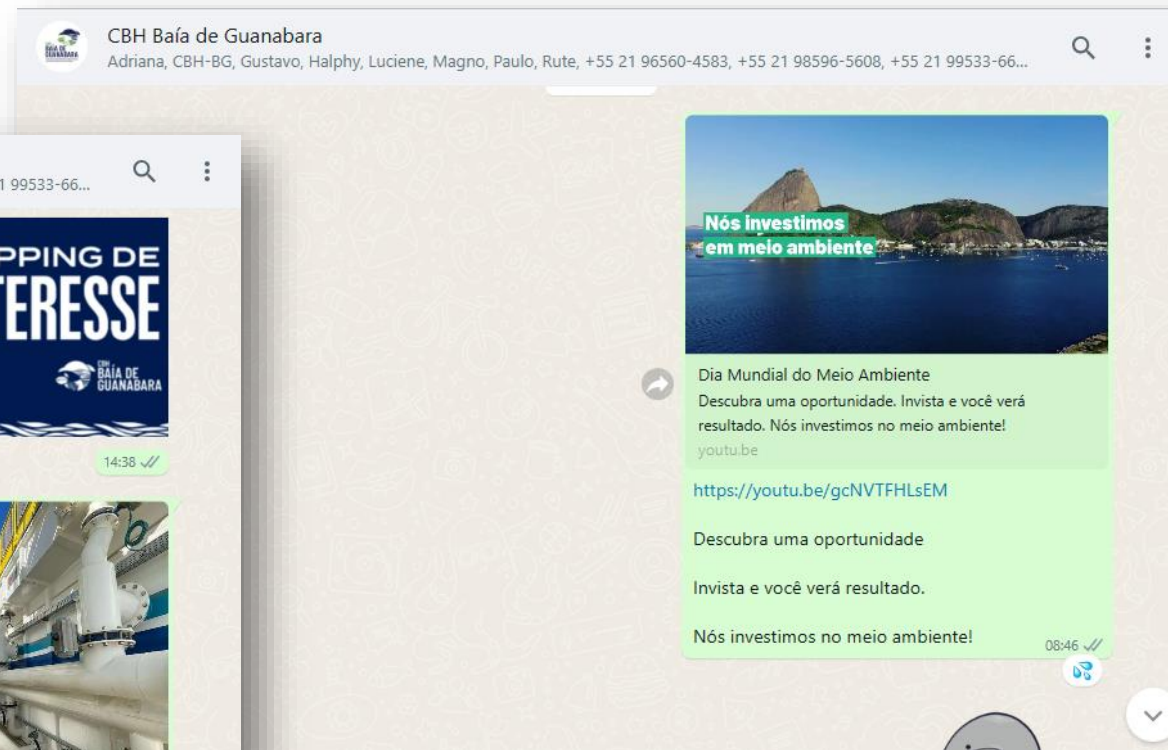
GRUPO FECHADO NO WHATSAPP



5/6



29/5



JUNHO/2023



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Produto 12

GRUPO FECHADO NO WhatsApp



CBH Baía de Guanabara
Adriana, CBH-BG, Gustavo, Halphy, Luciene, Magno, Paulo, Rute, +55 21 96560-4583, +55 21 98596-5608, +55 21 99533-66...

21/06/2023

CLIPPING DE INTERESSE
COM BAIÁ DE GUANABARA

12:20 ✓✓

O Globo
- Biólogo faz registro inédito de octocorais e esponjas, na Baía de Guanabara:
<https://oglobo.globo.com/blogs/ancelmo-gois/post/2023/06/biologo-faz-registro-inedito-de-octocorais-e-esponjas-na-baia-de-guanabara.ghtml>

Folha de S.Paulo (Sucursal Rio)
- Sustentável e responsável por 20% do PIB, espaço marítimo do Brasil carece de investimento:
<https://www1.folha.uol.com.br/colunas/latinoamerica21/2023/06/sustentavel-e-responsavel-por-20-do-pib-espaco-maritimo-do-brasil-carece-de-investimento.shtml>

12/06/2023

CLIPPING DE INTERESSE
COM BAIÁ DE GUANABARA

12:46 ✓✓

O Globo
Águas do Rio inaugura duas usinas de energia solar na Região Serrana do Estado: <https://oglobo.globo.com/blogs/ancelmo-gois/post/2023/06/aguas-do-rio-inaugura-duas-usinas-de-energia-solar-na-regiao-serrana-do-estado.ghtml>

Dia do Meio Ambiente: iniciativas em Niterói buscam reverter desmatamento: <https://oglobo.globo.com/rio/bairros/niteroi/noticia/2023/06/dia-do-meio-ambiente-iniciativas-em-niteroi-buscam-reverter-desmatamento.ghtml>

Estado lança ferramenta digital para combater a degradação do meio ambiente: <https://oglobo.globo.com/um-so-planeta/noticia/2023/06/estado->

21/6

12/6



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Produto 12

GRUPO FECHADO NO WhatsApp



The image displays two screenshots of a WhatsApp group chat. The group is named "CBH Baía de Guanabara" and lists members: Adriana, CBH-BG, Gustavo, Halphy, Luciene, Magno, Paulo, Rute, along with phone numbers. The chat shows a promotional poster for a seminar titled "COMBATE AO LIXO MARINHO NA REGIÃO HIDROGRÁFICA DA BAÍA DE GUANABARA". The poster includes the date "26/06 A PARTIR DAS 14H" and the location "NO NOSSO CANAL NO YOUTUBE". Below the poster, there is a green text box with the following content:

Participe do nosso evento!

Em celebração ao mês do Meio Ambiente e do Oceano, realizaremos o evento "Combate ao Lixo Marinho na Região Hidrográfica da Baía de Guanabara". Na oportunidade, serão apresentadas as principais iniciativas, tanto do Comitê quanto das demais instituições participantes, no

The second screenshot shows the same poster with a green text box below it:

É daqui a pouco! Participe do nosso evento!

Em celebração ao mês do Meio Ambiente e do Oceano, realizaremos o evento "Combate ao Lixo Marinho na Região Hidrográfica da Baía de Guanabara". Na oportunidade, serão apresentadas as principais iniciativas, tanto do Comitê quanto das demais instituições participantes, no

21/6

26/6

JUNHO/2023



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Produto 12

GRUPO FECHADO NO WhatsApp



26/6



27/6

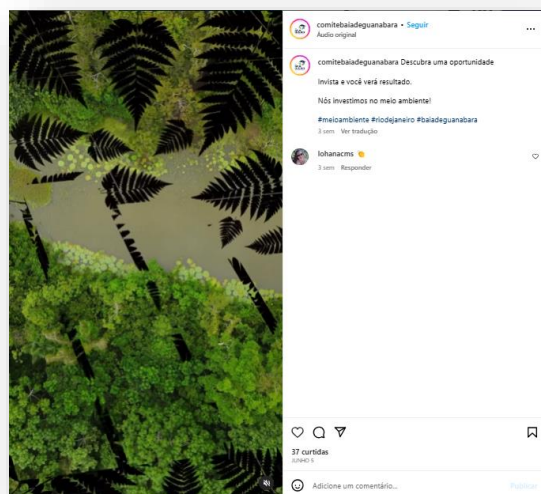


COMUNICAÇÃO DIGITAL | Produto 12

Os dados contidos neste relatório foram retirados no seguinte período: 27/4/2023 a 26/5/2023

CONTEÚDOS DE DESTAQUE NO MÊS

Instagram



483 pessoas alcançadas
58 interações
12% de engajamento

Twitter



71 pessoas alcançadas
1 interação
1,40% de engajamento

LinkedIn



88 pessoas alcançadas
19 interações
21,59% de engajamento

Facebook



5 pessoas alcançadas
3 interações
60% de engajamento





[Clique aqui e acesse o relatório completo](#)



Conteúdos redes
Produzidos = 15



Melhores performances no período:

- Canal: Instagram
- Conteúdo: Vídeo do Meio-ambiente
- Formato: Reels



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Produto 12

Instagram



Análise:

Na última semana, O Instagram ficou fora do ar e a plataforma teve algumas instabilidades, o que pode ter impactado na entrega das publicações. Mesmo assim, o perfil do Comitê não teve uma redução significativa nas suas principais métricas.

Foram feitas 15 publicações durante o período que originaram um alcance total de 3.230 pessoas e 415 interações. O melhor post do período foi um reels sobre o Dia do Meio Ambiente. A publicação rendeu 58 interações e foi visualizada 543 vezes.

Nos stories, fizemos um total de 47 publicações e obtivemos 3.536 interações. Eles são ferramentas muito estratégicas para atrair e fidelizar o público.



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Instagram

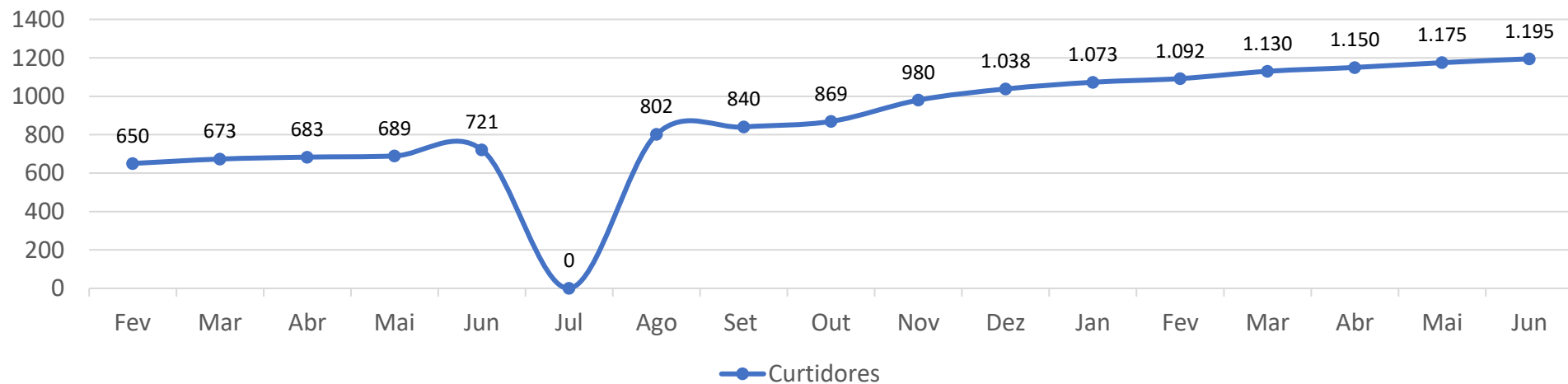


15
posts

47
stories



1.195 seguidores



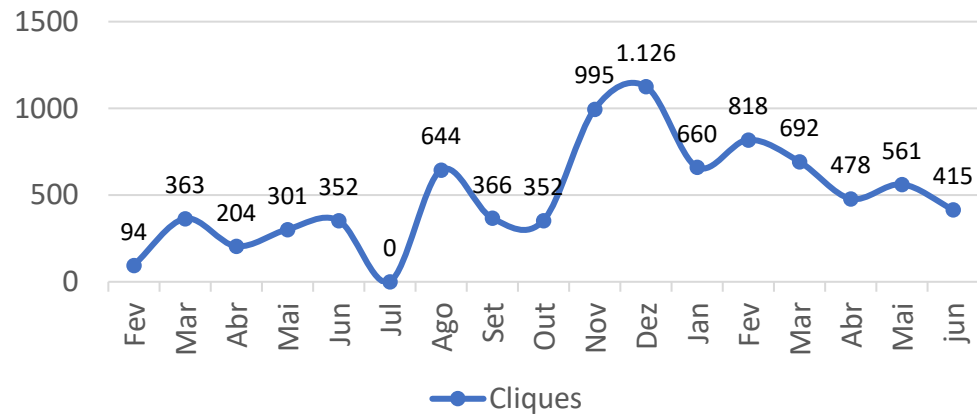
COMUNICAÇÃO DIGITAL | Instagram



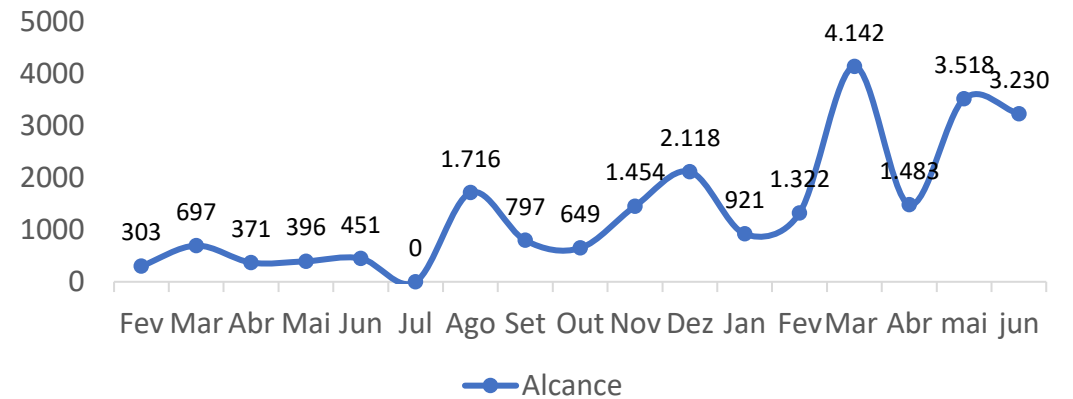
15
posts

47
stories

415 interações



3.230 pessoas alcançadas



Twitter



Análise: O Twitter, após a definição de metas para as redes sociais, teve a métrica de objetivo relacionada diretamente com o número de impressões do perfil do Comitê na rede.

Neste mês, registramos uma queda nos números de impressões. Essas flutuações fazem parte da plataforma, porém pudemos notar que neste período, diferentemente do período anterior, não tivemos um conteúdo que falasse de resultados de investimentos na Baía de Guanabara – conteúdos que, geralmente, agradam os usuários da rede e tem um uma melhor performance em relação aos demais conteúdos.

Para o próximo mês, continuaremos a ação de retweetar instituições da área com o intuito de gerar uma movimentação maior na página e ganhar ainda mais visibilidade. Além disso, produziremos mais conteúdos de resultados de ações. Para isso, vamos aproveitar a ronda semanal e fazer essa recapitulação do que é interessante e do que podemos abordar nesta rede.



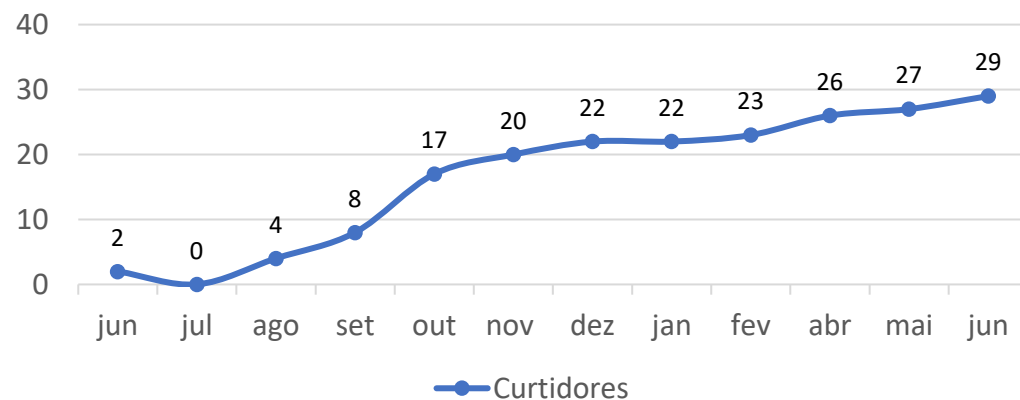
COMUNICAÇÃO DIGITAL | Twitter



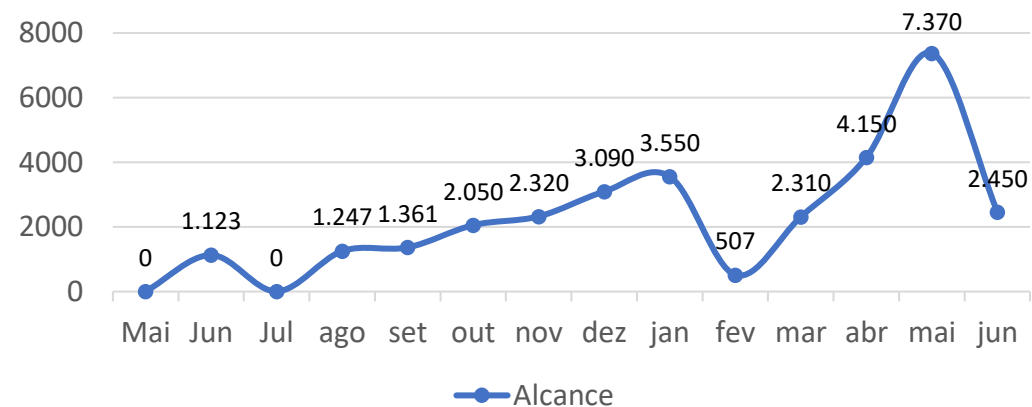
15
tweets



29 seguidores



2.450 impressões



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Produto 12

LinkedIn



Análise: Neste mês, o perfil do Comitê no LinkedIn teve um aumento em relação ao engajamento da página, alcançando 10,88% de engajamento. Esse número demonstra que o conteúdo das publicações tem agradado o público que segue a página.

O alcance oscilou devido à falta de um conteúdo de destaque para o mês como houve no período anterior, mas as métricas de seguidores e interações tiveram números excelentes.

O post destaque de maior engajamento foi sobre o evento realizado no YouTube. A publicação em questão teve 88 de alcance e 19 interações.

O resultado é fruto de uma construção de conteúdo mais autoral do Comitê e também da divulgação de conteúdos informativos sobre a qualidade das águas na Região Hidrográfica V.

Com a divulgação de formulários para a obtenção de pautas, vamos continuar no próximo período a publicação de links de matérias próprias do Comitê e esperamos, assim, aumentar o tráfego para o site e também continuar o crescimento do perfil nesta rede.

JUNHO/2023



COMUNICAÇÃO DIGITAL | LinkedIn



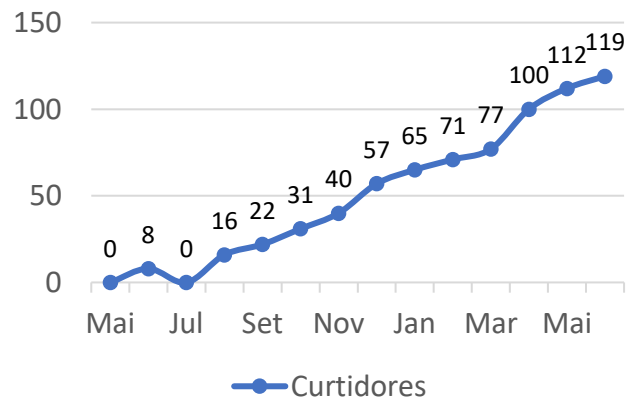
10
posts



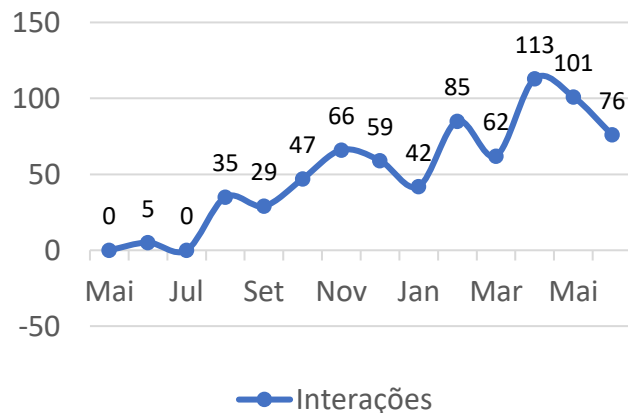
10,88%
engajamento



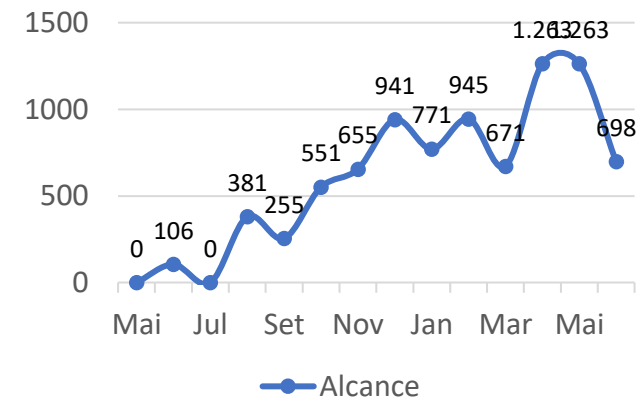
119 seguidores



76 interações



698 pessoas alcançadas



Facebook



Análise:

Neste período, foram feitas 15 publicações, que originaram um alcance total de 62 pessoas e 9 interações. O melhor post do período foi um sobre a equipe da AGEVAP. A publicação rendeu 3 interações e alcançou 5 pessoas.

Temos feito, semanalmente, a ação proativa de ir até a página antiga do Comitê e convidar os seguidores de lá para curtirem a página oficial. A estratégia tem resultado em um aumento gradual de seguidores. Nesse mês, conseguimos crescer em 4 o número de seguidores e em 29,16% o alcance.

Os números baixos são esperados tendo em vista a baixa performance da própria rede, que tem registrado um aumento na migração de usuários. Em relação ao engajamento, serão priorizadas estratégias com foco no aumento dos números – caso não haja melhoria nos resultados, será preciso rever a meta e colocá-la compatível com o desempenho da própria rede, que está em declínio. Para tanto, vamos trabalhar a publicação de links de matérias próprias do Comitê e divulgar no grupo de WhatsApp para tentar aumentar os números da página no Facebook.

É importante ressaltar que já foram realizadas ações para melhoria dos resultados no Facebook, como divulgação da página em grupos de discussão relacionados a meio ambiente e recursos hídricos, mas não houve alteração significativa nos dados.



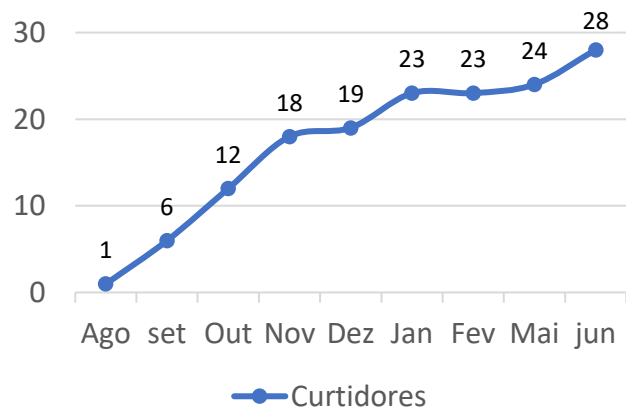
COMUNICAÇÃO DIGITAL | Facebook



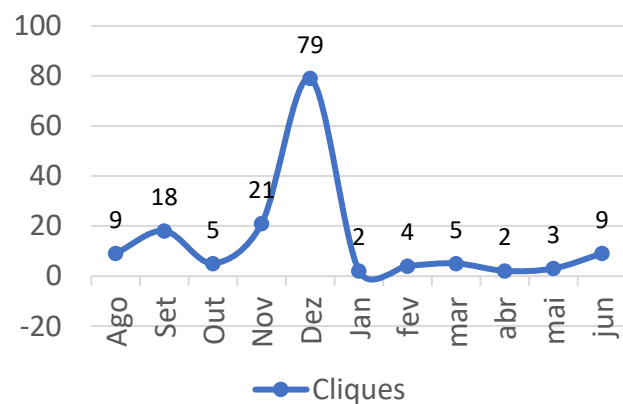
15
posts



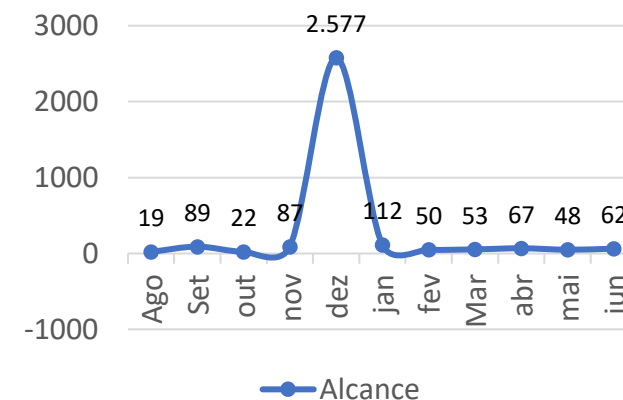
28
seguidores



9
interações



62
pessoas alcançadas



YouTube



Análise: O canal do Comitê Baía de Guanabara no YouTube, conforme estabelecido no planejamento, funcionará como uma biblioteca de vídeos e também como uma plataforma para transmissão de seminários e eventos online do comitê.

Neste mês, em celebração ao Dia do Meio Ambiente, foi realizado um evento na plataforma sobre o Combate ao Lixo na Baía de Guanabara. O evento teve um pico de 65 espectadores e com a transmissão dele ganhamos 7 novos inscritos para o canal.

Esses dados revelam a importância de realizarmos eventos técnicos com agentes da área para o aumento da visibilidade e ganho de inscritos qualificados para o canal do Comitê.

Além do evento, também foi inserido um vídeo comemorativo no Dia do Meio Ambiente.



COMUNICAÇÃO DIGITAL | YouTube



172 inscritos
25 novos inscritos



40 vídeos
305 visualizações



125,4
Horas de visualização

Conteúdo	Duração média da visualização	Visualizações
<p>1 </p> <p>EVENTO: Combate ao Lixo Marinho na Região ... 26 de jun. de 2023 Envio recente</p>	31:46 (25,0%)	229
<p>2 </p> <p>Dia Mundial do Meio Ambiente 5 de jun. de 2023</p>	0:55 (59,1%)	29
<p>3 </p> <p>Treinamento sobre "Comunicação Não Violenta" 9 de fev. de 2023</p>	0:07 (0,1%)	8



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Produto 12

ACOMPANHAMENTO DE MÉTRICAS E METAS

	Engajamento Feed Instagram	Alcance da Página Instagram	Alcance das publicações	Alcance LinkedIn	Engajamento LinkedIn	Nº de impressões Twitter	Visualizações YouTube	Engajamento Facebook	Alcance Facebook
Meta	30%/mês	750/mês		300/mês	9%/mês	1.200/mês	100/mês	15%/mês	30/mês
Mês 4	78,04%	451	-	106	9,43%	1.123	47	-	-
Mês 5	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mês 6	37,52%	1.716	-	381	9,18%	1.247	185	47,36%	19
Mês 7	45,92%	797	-	255	11,37%	1.361	201	20,22%	89
Mês 8	54,23%	649	-	551	8,52%	2.050	208	22,72%	24
Mês 9	68,43%	1.554	-	655	10,07%	2.380	54	19,54%	87
Mês 10	53,13%	2.118	-	941	6,26%	3.090	104	3,06%	2.577
Mês 11	71,26%	921	-	771	5,44%	3.550	241	1,78%	112
Mês 12	61,87%	1.322	-	945	8,99%	507	229	8%	50
Mês 13	16,70%	4.142	-	671	9,23%	2.310	224	9,43%	53
Mês 14	32,23%	1.483	-	1.263	8,94%	4.150	86	3,12%	64
Mês 15	58,25%	963	3.518	1.263	7,29%	7.130	25	6,25%	48
Mês 16	47,10%	881	3.230	698	10,88%	2.450	305	14,51%	62



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Produto 12

ACOMPANHAMENTO DE MÉTRICAS E METAS

Observações:

- Nos primeiros meses (Mês 1, 2 e 3) não havia atuação nas redes, por isso, não há metas, pois as redes estavam sendo estruturadas.
- Meta: Após 3 meses seguidos de atuação e considerando o comportamento do público, as metas foram estipuladas conforme atualizado na tabela (linha verde). O foco é visibilidade, portanto, não há metas de seguidores e inscritos, mas sim dos demais KPIs. No entanto, esses indicadores também serão monitorados e buscaremos o crescimento constante até que se forme um público consistente e qualificado nas redes do Comitê.
- Mês 2 | Trabalhos suspensos devido ao período de defeso eleitoral. Com a paralisação das redes no período eleitoral, as metas de todas elas serão definidas após os três primeiros meses de produção continuada no perfil para entendimento e análise do comportamento da audiência.



ACOMPANHAMENTO DAS ENTREGAS - FAZER

Produto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
Produto 1 - Briefing	OK																								
Produto 2 - Plano de Trabalho	OK	OK																							
Produto 3 - Workshop de Posicionamento Estratégico						X					OK														
Produto 4 - Nova Identidade Visual para o CBH-BG	OK	OK																							
Produto 5 - Novo site						X	OK	OK	OK	OK		OK													
Produto 6.1 - Boletim Informativo				OK		X	OK						OK				•	•		•		•		•	
Produto 6.2 - Boletim Informativo Subcomitês					X	X	OK	X					OK		OK		•			•			•		
Produto 7 - Revista Digital													OK					•							
Produto 8 - Relatório Digital sobre o cenário ambiental da bacia											OK				OK			•							
Produto 9 - Relatório Periódico	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Produto 10 - Banco de Imagens																	•								
Produto 11 – Vídeos																		•	•	•	•	•			
Conjunto de serviços de Comunicação Integrada	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	•	•	•	•	•	•	•	•	•

JUNHO/2023

Produtos 3, 10 e 11 tiveram cronogramas alterados, conforme demanda do Comitê.



Dúvidas?

Ana Luiza Purri

ana@prefacio.com.br

Isabela Lobo

isabela@prefacio.com.br

Carol Duarte

carol.duarte@prefacio.com.br

Thaís Nascimento

thais@prefacio.com.br



Facebook Insights
Informações sobre a página no Facebook.



Visão geral da página

ALCANCE TOTAL

62

↗ 26,53% maior que o período anterior

TOTAL DE CURTIDAS

15

↗ 15,38% maior que o período anterior

IMPRESSÕES DE PÁGINA

187

↗ 78,10% maior que o período anterior

NOVAS CURTIDAS

1

↗ 100,00% maior que o período anterior

USUÁRIOS ENGAJADOS

22

↗ 15,79% maior que o período anterior

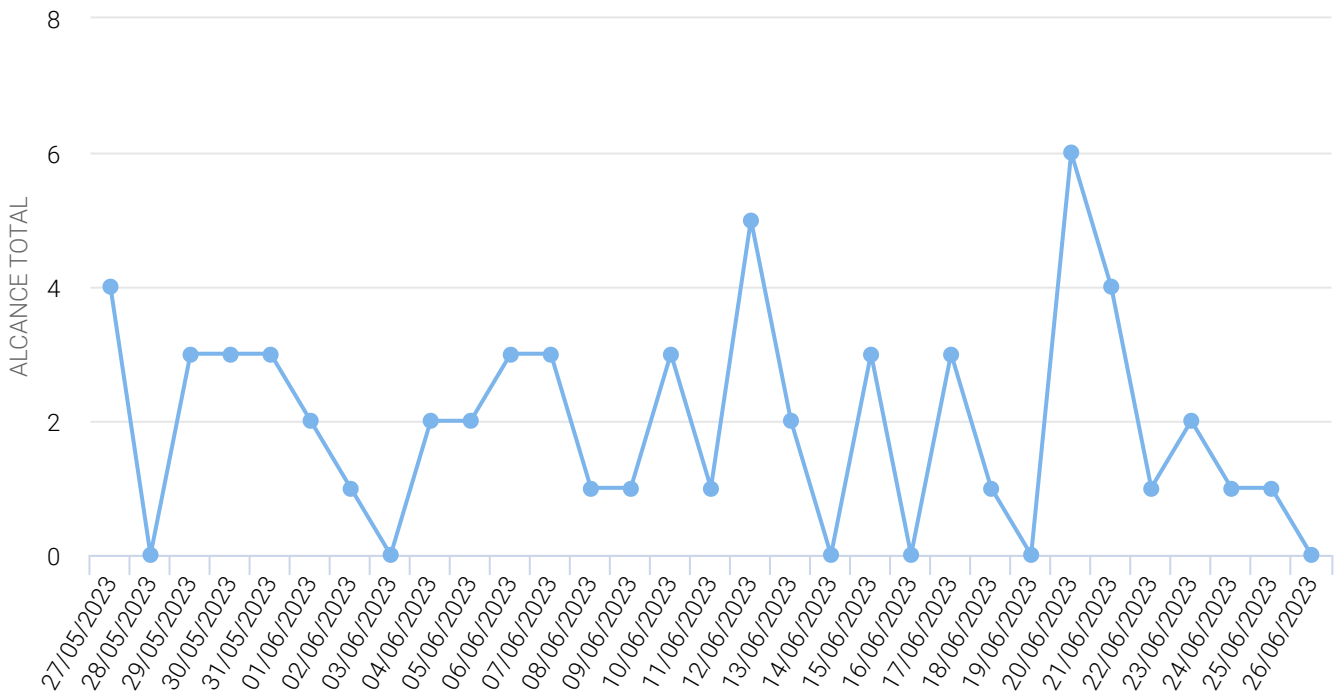
VISUALIZAÇÕES DE PÁGINA

23

↗ 43,75% maior que o período anterior



Alcance total



INTERAÇÕES

9

— mesmo que o período anterior



Neste período foram feitas 15 publicações que originaram um alcance total de 62 pessoas e 9 interações.

O melhor post do período foi um sobre a equipe da AGEVAP. A publicação rendeu 3 interações e alcançou 5 pessoas.

Temos feito, semanalmente, a atividade de ir até a página antiga do Comitê e convidar os seguidores de lá para curtir a página oficial. A ação tem resultado em um aumento gradual de seguidores. Esse mês conseguimos crescer em 4 o número de seguidores e em 29,16% o alcance.

Os números baixos são esperados tendo em vista a baixa performance da própria rede, que tem registrado um aumento na migração de usuários. Em relação ao engajamento, serão priorizadas estratégias com foco no aumento dos números – caso não haja melhoria nos resultados, será preciso rever a meta e colocá-la compatível com o desempenho da própria rede, que está em declínio. Para tanto, vamos trabalhar a publicação de links de matérias próprias do Comitê e divulgar no grupo de WhatsApp para tentar aumentar os números da página no Facebook.

É importante ressaltar que já foram realizadas ações para melhoria dos resultados no Facebook, como divulgação da página em grupos de discussão relacionados a meio ambiente e recursos hídricos, mas não houve alteração significativa nos dados.

**Facebook Insights**

Informações sobre a página no Facebook.



Reações e informações demográficas

Reações na página durante o período e informações de idade e gênero.

 CURTIR

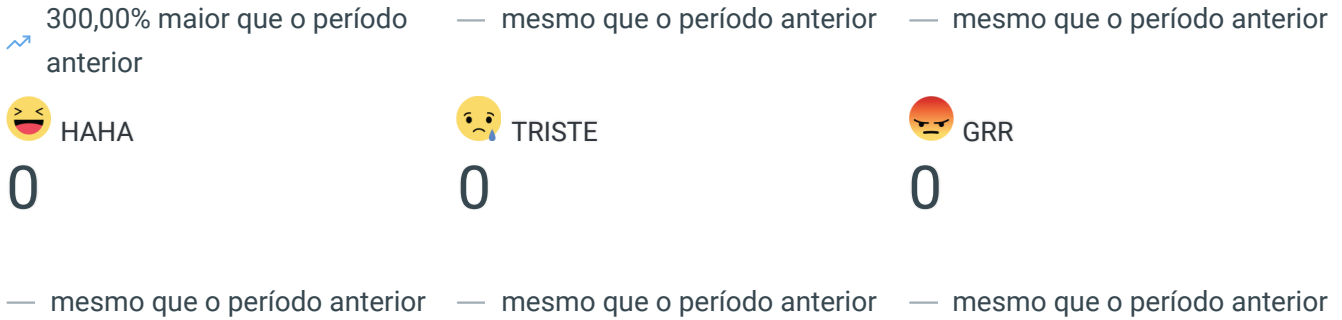
4

 AMEI

0

 UAU

0





Facebook Insights
Informações sobre a página no Facebook.



Principais publicações

Principais publicações na página durante o período ordenadas por Impressões.



Publicações	Impressões por post	Alcance por post	Comentários	Compartilhamentos	Envolvimentos com a publicação	Reações (total)
 Instâncias técnicas para estudar e analisar as mel...	9	7	0	0	0	0
 A Mata Atlântica é um dos biomas mais ricos em bio...	7	7	0	0	1	1





6 6 1 0 2 1

Nossa Secretaria Executiva completa hoje mais um a...



6 6 0 0 1 1

Boas notícias! O Governo do Estado do Rio de Ja...



5 5 0 0 1 0

Participe do nosso evento! Em celebração ao mês d...

Publicações

Impressões por post

Alcance por post

Comentários

Compartilhamentos

Envolvimentos com a publicação

Reações (total)



5 5 0 0 0 0

#tbt da capacitação para pescadores! Uma oficina d...



5 5 0 0 1 1

Projetos pensando no meio ambiente!



Reações nas publicações

Principais publicações na página ordenadas pelo total de reações.



Publicações	Reações (total)	Curtir	Amei	Uau	Haha	Triste	Grr
<p>Parabéns AGEVAP!</p> <p>Nossa Secretaria Executiva completa hoje mais um a...</p>	1	1	0	0	0	0	0
<p>COM BALA DE CANHABRA - CANTINA PROJETOS DE ESCOTT PAVENTO SANTIAGO PARA COPPINI</p> <p>Projetos pensando no meio ambiente! Acabamos de ...</p>	1	1	0	0	0	0	0
<p>Planos que altera a alocação dos investimentos em saneamento para centros de bacia e saneamento</p> <p>Boas notícias! O Governo do Estado do Rio de Ja...</p>	1	1	0	0	0	0	0
<p>O CONCEITO DA MATA ATLÂNTICA</p> <p>A Mata Atlântica é um dos biomas mais ricos em bio...</p>	1	1	0	0	0	0	0
<p>Lagoa de Itaipu terá CICLOVIA-PARQUE</p> <p>Mais lazer e preservação! A Lagoa de Itaipu irá g...</p>	0	0	0	0	0	0	0

Publicações	Reações (total)	Curtir	Amei	Uau	Haha	Triste	Grr
 <p>Participe do nosso evento! Em celebração ao mês d...</p>	0	0	0	0	0	0	0
 <p>Você sabia? O reflorestamento é uma das formas d...</p>	0	0	0	0	0	0	0



Instagram

Informações sobre o feed do perfil no Instagram.



Visão geral do perfil

NOVOS SEGUIDORES

17

-55,26% menor que o período anterior

COMENTÁRIOS

5

-86,49% menor que o período anterior

ALCANCE

3 230

PUBLICAÇÕES

15

— mesmo que o período anterior

IMPRESSÕES

7.479

17,91% maior que o período anterior

CURTIDAS

337

-37,24% menor que o período anterior

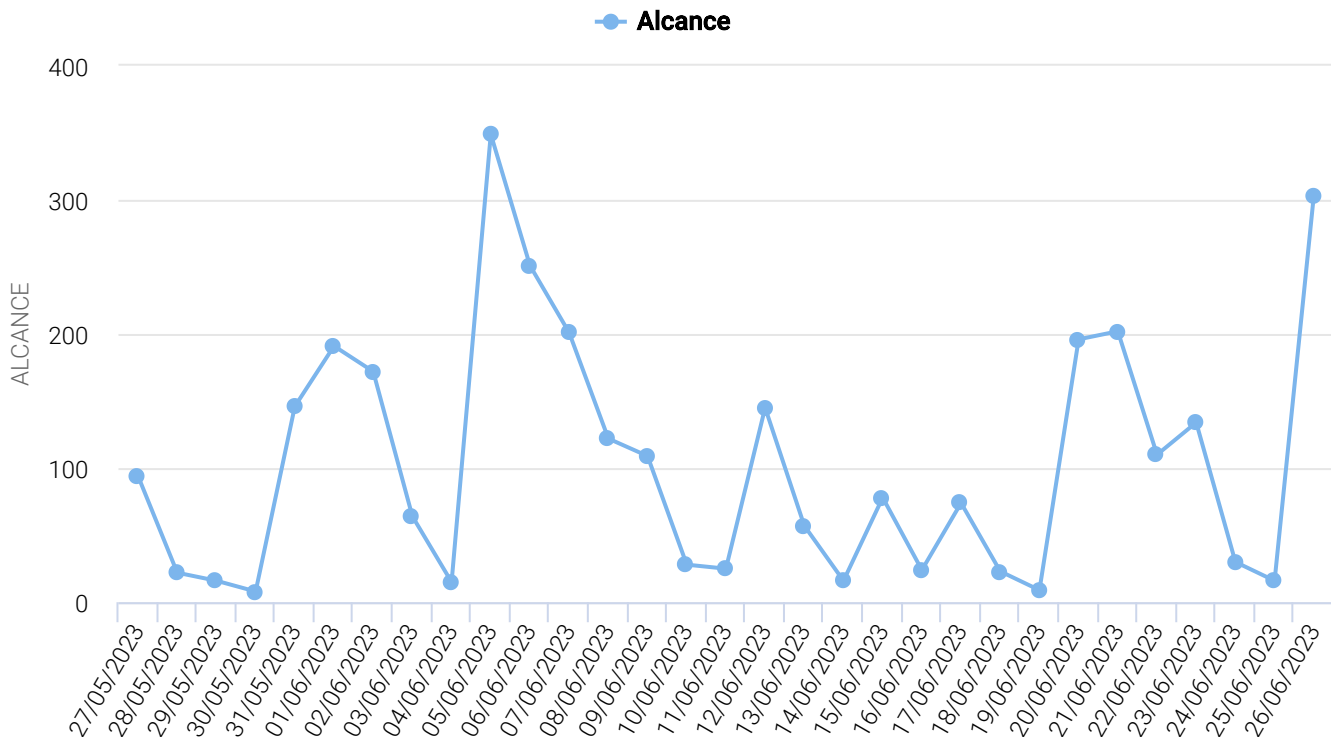
VISITAS AO PERFIL

133

-13,64% menor que o período anterior

3.230

-17,87% menor que o período anterior



Na última semana, o Instagram ficou fora do ar e a plataforma teve algumas instabilidades, o que pode ter impactado na baixa da entrega das publicações. Mesmo assim, o perfil do Comitê não teve uma redução significativa nas suas principais métricas.

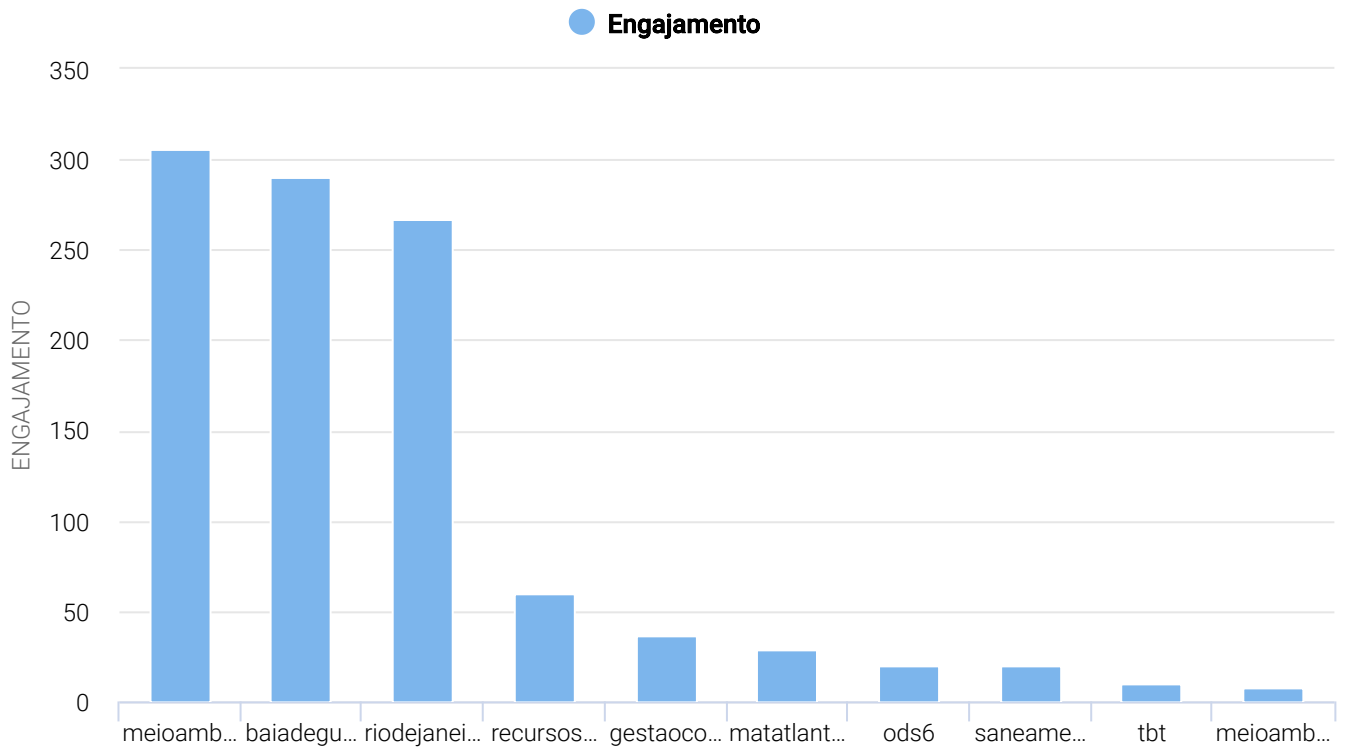
Foram feitas 15 publicações durante o período que originaram um alcance total de 3.230 pessoas e 415 interações. O melhor post do período foi um reels sobre o Dia do Meio Ambiente. A publicação rendeu 58 interações e foi visualizada 543 vezes.

Nos stories, esse período fizemos um total de 47 e obtivemos 3.536 interações. Eles são ferramentas muito estratégicas para atrair e fidelizar o público.



Principais hashtags nas publicações

Desempenho das hashtags presentes nas publicações do período. Resultado total calculado de todas as publicações onde a respectiva hashtag estava inserida.



#Hashtags	Curtidas	Comentários	Engajamento	Média de curtidas por post	Média de engajamento por post
meioambiente	279	5	306	18,59	20,40
baiadeguanabara	264	5	290	17,59	19,33
riodejaneiro	241	5	267	16,06	17,80
recursoshidricos	59	0	60	3,93	4,00
gestaocosteira	36	0	37	2,40	2,47
matatlantica	29	0	29	1,93	1,93
ods6	20	0	20	1,33	1,33



Instagram

Informações sobre o feed do perfil no Instagram.



Publicações

Total de Posts:

15

Total de Interações

344

97,97% Likes
1,45% Comentários
0,58% Saved

Média de Interações por Post:

23

Principais publicações

Publicações	Curtidas	Comentários	Engajamento	Impressões	Alcance	Salvo
 <p>Descubra uma oportunidade Invista e você verá re...</p>	37	1	58	0	484	0
 <p>Nossa Secretaria Executiva completa hoje mais um a...</p>	35	3	38	245	228	0
 <p>Participe do nosso evento! Em celebração ao mês d...</p>	36	0	37	237	225	1



33 0 34 307 278 1

É hoje! Às 14h, começa o nosso evento sobre Comb...



29 0 29 159 127 0

A Mata Atlântica é um dos biomas mais ricos em bio...

Publicações

Curtidas

Comentários

Engajamento

Impressões

Alcance

Salvo



24 0 24 190 153 0

Instâncias técnicas para estudar e analisar as mel...



23 0 23 170 161 0

Mais lazer e preservação! A Lagoa de Itaipu irá g...



21 1 22 134 125 0

Projetos pensando no meio ambiente! Acabamos de ...

stories

Total de Stories:

17

Total de Interações:

3.526

9,70%

Saídas

0,14%

Respostas

Média de Interações por story:

75

47

3.536

9,70% Saídas
 0,14% Respostas
 6,39% Click Voltar
 83,77% Click Avançar

75

Stories

Stories	Impressões	Alcance	Saídas	Respostas	Toques para avançar	Toques para voltar
	132	131	26	0	100	1
	123	119	20	0	97	5
	114	113	8	0	104	20
	111	109	3	0	104	14
	109	106	3	0	104	10
	107	105	9	1	87	3

Stories	Impressões	Alcance	Saídas	Respostas	Toques para avançar	Toques para voltar
	104	102	7	1	102	8
Historiadora Lise Sedrez						
	102	101	12	0	94	10
	100	98	8	0	98	6
Lise Sedrez fala sobre o reflorestamento no Morro ...						

Reels

Total de Reels:	Total de Visualizações:	Média de Visualizações por Reels:
2	786 <small>100% Plays</small>	393

Reels

Publicações (vídeos)	Curtidas	Comentários	Engajamento	Impressões	Alcance	Salvo
	37	1	58	0	484	0
Descubra uma oportunidade Invista e você verá re						



14 0 17 0 195 0

A Baía de Guanabara foi tema de um documentário! ...



Youtube

Informações orgânicas sobre o canal no Youtube.



Visão geral do canal

TEMPO DE EXIBIÇÃO (MIN)

7.517

2.653,48% maior que o período anterior

VISUALIZAÇÕES

305

1.029,63% maior que o período anterior

PESSOAS GOSTAM

52

1.633,33% maior que o período anterior

PESSOAS NÃO GOSTAM

0

mesmo que o período anterior

COMENTÁRIOS

0

mesmo que o período anterior

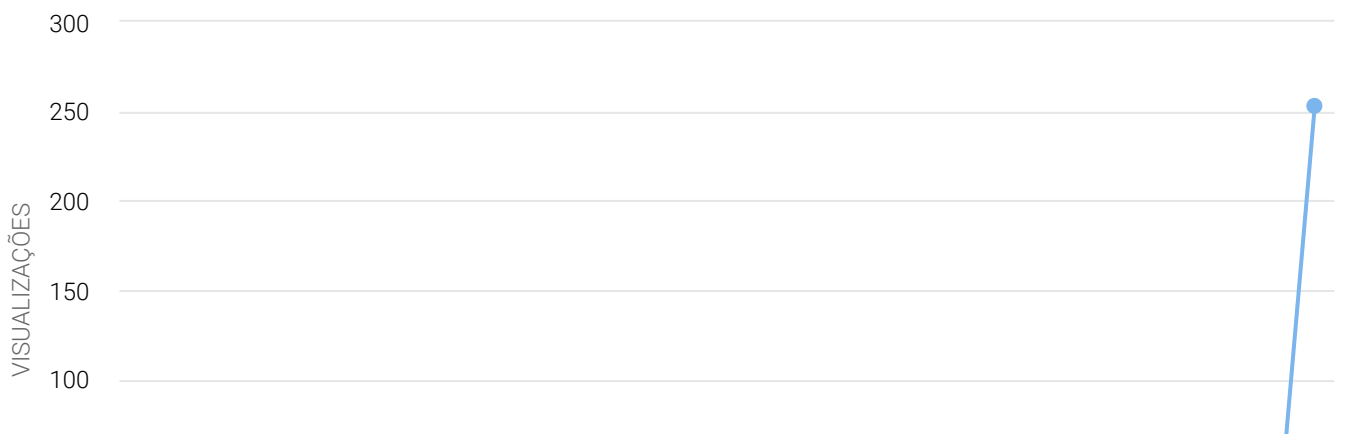
NOVOS INSCRITOS

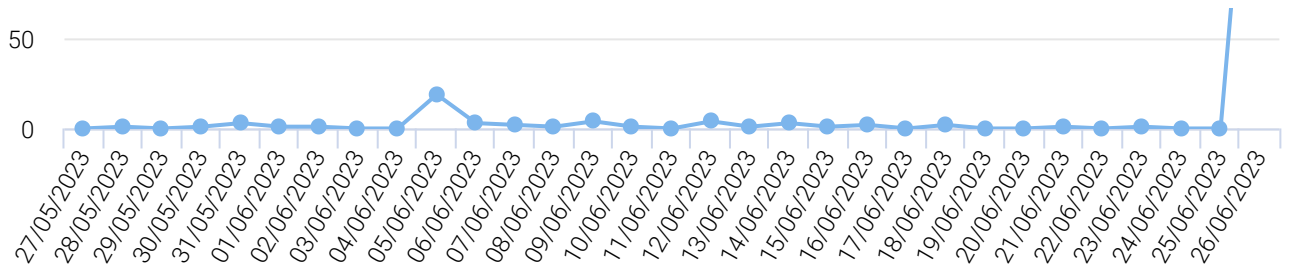
25

100,00% maior que o período anterior



Visualizações





O canal do Comitê Baía de Guanabara no YouTube, conforme estabelecido no planejamento, funcionará como uma biblioteca de vídeos e também como uma plataforma para transmissão de seminários e eventos online do comitê.

Neste mês, em celebração ao Dia do Meio Ambiente, foi realizado um evento na plataforma sobre o Combate ao Lixo na Baía de Guanabara. O evento teve um pico de 65 espectadores e com a transmissão dele ganhamos 7 novos inscritos para o canal.

Esses dados revelam a importância de realizarmos eventos técnicos com agentes da área para o aumento da visibilidade e ganho de inscritos qualificados para o canal do Comitê.

Além do evento, também foi inserido um vídeo comemorativo no Dia do Meio Ambiente.



Youtube
Informações orgânicas sobre o canal no Youtube.

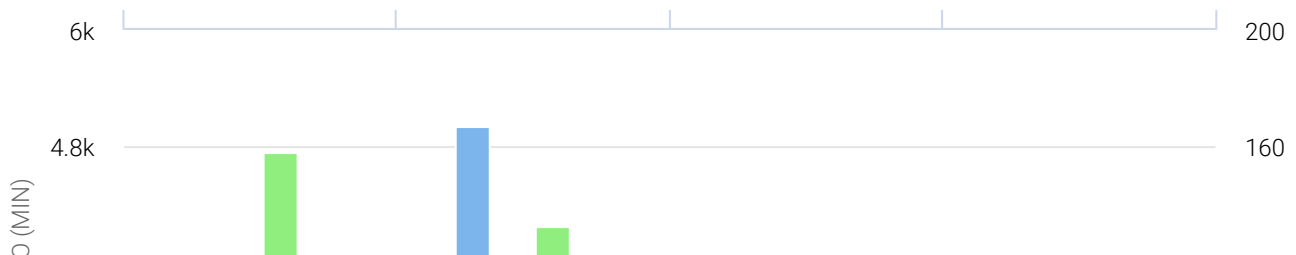


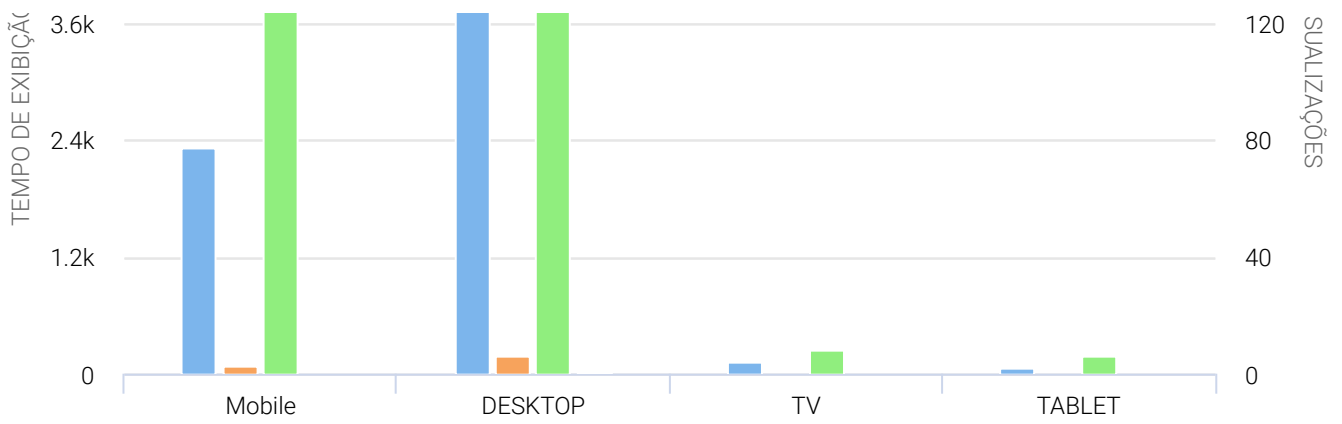
Tipos de dispositivos

Dispositivos por tempo de exibição e visualizações.



- Tempo de exibição (min)
- Visualizações (P. Anterior)
- Tempo de exibição (min) (P. Anterior)
- Visualizações





Tipo de dispositivo	Tempo de exibição (min)	Tempo de exibição (horas)	Visualizações
DESKTOP			
27/05/2023 - 26/06/2023	5.006	83,43	133
26/04/2023 - 26/05/2023	189	3,15	16
Variação (%)	▲ 2.548,68%	▲ 2.548,68%	▲ 731,25%
Mobile			
27/05/2023 - 26/06/2023	2.327	38,78	158
26/04/2023 - 26/05/2023	83	1,38	8
Variação (%)	▲ 2.703,61%	▲ 2.703,61%	▲ 1.875,00%
TV			
27/05/2023 - 26/06/2023	121	2,02	8
26/04/2023 - 26/05/2023	4	0,07	3
Variação (%)	▲ 2.925,00%	▲ 2.925,00%	▲ 166,67%
TABLET			
27/05/2023 - 26/06/2023	69	1,15	6
26/04/2023 - 26/05/2023	0	0,00	0
Variação (%)	-	-	-

**Youtube**







Informações orgânicas sobre o canal no Youtube.



Principais vídeos

Principais vídeos ordenados por visualizações.



Vídeo	Tempo de exibição (min)	Visualizações	Pessoas gostam	Comentários	Compartilhamentos
 EVENTO: Combate ao Lixo Marinho na Região Hidrográ...	7.274	229	46	0	8
 Dia Mundial do Meio Ambiente	26	29	6	0	3
 "Sou membro, e agora?" - Treinamento de boas práti...	79	8	0	0	0
 Apresentação do novo site do CBH Baía de Guanabara...	54	6	0	0	0
 Aprenda a fazer reuniões pelo Google Meet - treina...	18	4	0	0	0
 4 fatos da Baía de Guanabara	1	3	0	0	0



A importância da comunicação no CBH Baía de Guanabara

54

2

0

0

0

Vídeo

Tempo de exibição (min)

Visualizações

Pessoas gostam

Comentários

Compartilhamentos



Apresentação Institucional ENCOB

5

1

0

0

0

LINKEDIN

SEGUIDORES

119

↗ 6,25% maior que o período anterior

CLIQUEs

15

↘ -48,28% menor que o período anterior

IMPRESSÕES

698

↘ -44,73% menor que o período anterior

Total de Posts:

10

Total de Interações

76

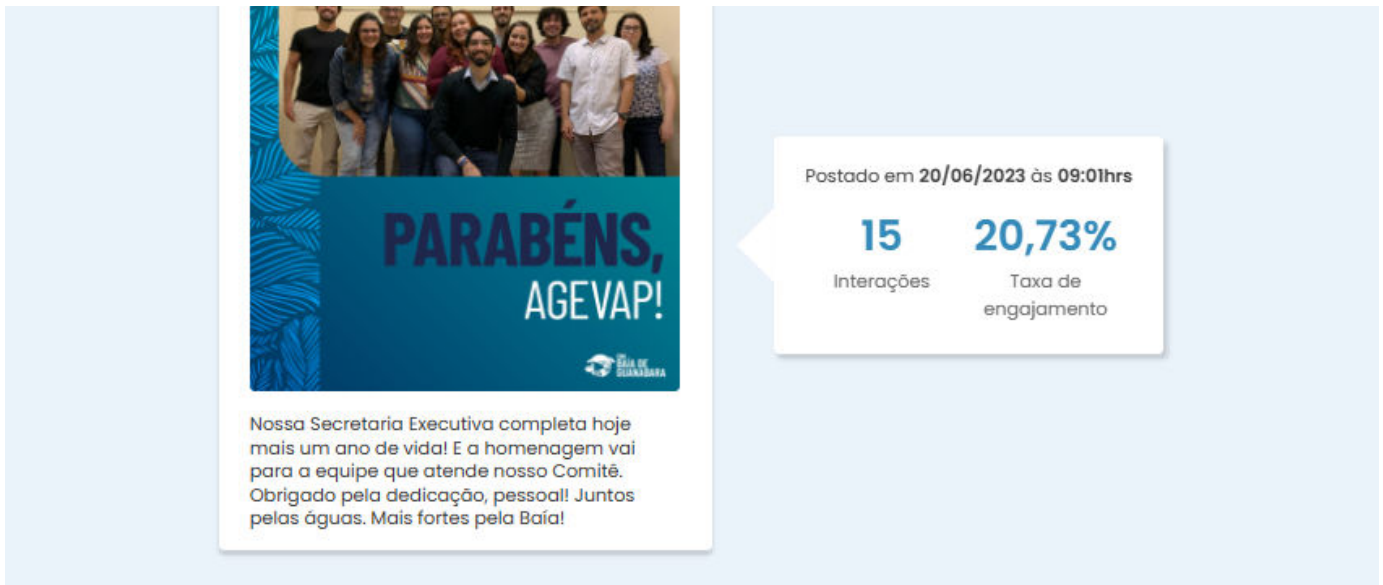
90,79% Likes
1,32% Comentários
7,89% Shares

Média de Interações por Post:

8

Melhor post por engajamento orgânico ?





Análise

Neste mês, o perfil do Comitê no LinkedIn teve um aumento em relação ao engajamento da página, alcançamos 10,88% de engajamento, esse número demonstra que o conteúdo das publicações tem agradado o público que segue a página.

O alcance oscilou devido à falta de um conteúdo de destaque para o mês como houve no período anterior, mas as métricas de seguidores e interações tiveram números excelentes.

O post destaque de maior engajamento foi sobre o evento realizado no YouTube. A publicação em questão teve 88 de alcance e 19 interações.

O resultado é fruto de uma construção de conteúdo mais autoral do Comitê e também da divulgação de conteúdos informativos sobre a qualidade das águas na Região Hidrográfica V.

Com a divulgação de formulários para a obtenção de pautas, vamos continuar no próximo período a publicação de links de matérias próprias do Comitê e esperamos assim aumentar o tráfego para o site e também continuar o crescimento do perfil nesta rede.

TWITTER

SEGUIDORES



IMPRESSÕES

<https://relatorio.digital/2QTOiJTO5MjZaJz0MDMwMjWTpINmNfN.html>

18/21

27

2.450

 3,85% maior que o período anterior -66,76% menor que o período anterior

Análise

O Twitter, após a definição de metas para as redes sociais, teve a métrica de objetivo relacionada diretamente com o número de impressões do perfil do Comitê na rede.

Neste mês, registramos uma queda nos números de impressões. Essas flutuações fazem parte da plataforma, porém pudemos notar que no período diferente do anterior não tivemos um conteúdo que fale de resultados de investimentos na Baía de Guanabara, esses geralmente agradam os usuários desta rede e tem um uma melhor performance em relação aos demais conteúdos.

Para o próximo mês, continuaremos a ação de retweetar instituições da área com o intuito de gerar uma movimentação maior na página e ganhar ainda mais visibilidade e produziremos mais conteúdos de resultados de ações, para isso vamos aproveitar a ronda semanal e fazer essa recapitulação do que é interessante e do que podemos abordar nesta rede.


SEGUIDORES:
29

ALCANCE TOTAL
20.988

Analytics

USUÁRIOS ATIVOS


985

 22,06% maior que o período anterior

TAXA DE ENGAJAMENTO

TAXA DE REJEIÇÃO


0,38

 -3,41% menor que o período anterior

SESSÕES

SESSÕES ENGAJADAS

1.019

 15,01% maior que o período anterior

SESSÕES POR USUÁRIO

0,62

1.645

2

2,22% maior que o período anterior

12,52% maior que o período anterior

-7,82% menor que o período anterior

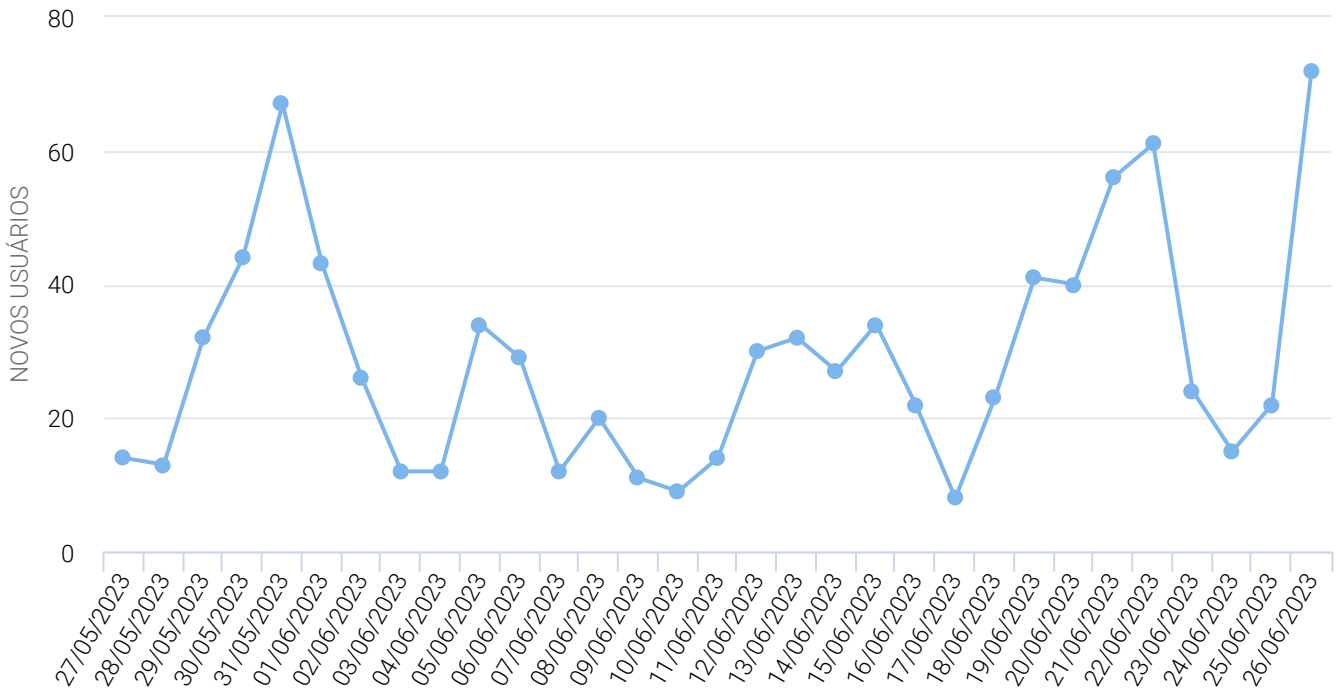
VISUALIZAÇÕES DE PÁGINA DE TELA

3.355,00

3,81% maior que o período anterior



Novos usuários



Duração média da sessão min



