



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
INSTITUTO DE GEOCIÊNCIAS
INSTITUTO DE ARTES
LABORATÓRIO DE ESTUDOS AVANÇADOS EM JORNALISMO

JÚLIA RAMOS DE LIMA

PLANO DE COMUNICAÇÃO PARA A PLATAFORMA UM OCEANO

CAMPINAS

2021

INSTITUTO DE GEOCIÊNCIAS
INSTITUTO DE ARTES
LABORATÓRIO DE ESTUDOS AVANÇADOS EM JORNALISMO
JÚLIA RAMOS DE LIMA

PLANO DE COMUNICAÇÃO PARA A PLATAFORMA UM OCEANO

Monografia apresentada ao Instituto Geociências e Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo da Universidade Estadual de Campinas como parte dos requisitos exigidos para a obtenção do título de Especialista em Jornalismo Científico.

ESTE EXEMPLAR CORRESPONDE À
VERSÃO FINAL DA MONOGRAFIA
APRESENTADA PELA ALUNA JÚLIA RAMOS
DE LIMA E ORIENTADA PELA PROF^a. DR^a.
GERMANA BARATA

CAMPINAS

2021

Ficha catalográfica
Universidade Estadual de Campinas
Biblioteca do Instituto de Geociências
Marta dos Santos - CRB 8/5892

L628p Lima, Júlia Ramos de, 1992-
Plano de comunicação para a plataforma Um Oceano / Júlia Ramos de Lima.
– Campinas, SP : [s.n.], 2021.

Orientador: Germana Fernandes Barata.
Trabalho de Conclusão de Curso (especialização) – Universidade Estadual de
Campinas, Instituto de Geociências.

1. Comunicação digital. 2. Década do oceano. 3. Redes sociais. I. Barata,
Germana Fernandes, 1974-. II. Universidade Estadual de Campinas. Instituto de
Geociências. III. Título.

Informações adicionais, complementares

Título em outro idioma: Communication strategy for "Um Oceano"

Palavras-chave em inglês:

Digital communication

Ocean Decade

Social media

Titulação: Especialista em Jornalismo Científico

Banca examinadora:

Germana Fernandes Barata [Orientador]

Daniela de Oliveira KEBLIS

Juliana Sangion Antonelli

Data de entrega do trabalho definitivo: 22-02-2021

RESUMO

A relevância da conservação dos ambientes marinhos e a implementação da Década do Oceano se apresentam como uma oportunidade para a produção de uma plataforma de divulgação com a temática oceano. Nesse contexto, a criação de uma estratégia de comunicação se torna essencial e a internet oferece tanto o espaço quanto as ferramentas para o desenvolvimento desse tipo de projeto. Propõe-se, então, a criação da plataforma digital Um Oceano como um espaço colaborativo para a participação e capacitação pessoas que pretendem atuar como divulgadores. Assim, foram criadas uma conta no instagram e um blog. Por fim, como as atividades da plataforma se darão ao longo de uma década, as estratégias criadas precisarão ser avaliadas periodicamente para se manterem relevantes. Também será necessário que a equipe passe por workshops, oficinas e capacitações para desenvolver e aprimorar as habilidades necessárias para manter os canais de comunicação.

Palavras-chave: Comunicação digital; Década do oceano; Redes sociais.

ABSTRACT

The conservation of marine environments and the Ocean Decade implementation present themselves as a great opportunity to create a platform to communicate ocean science. In this context, creating a communication strategy becomes essential and the internet provides not only space but also the tools for the project. Therefore, we propose the creation of Um Oceano digital platform, a collaborative space where science communicators can develop their communication skills. Thus the creation of the @blogumoceano Instagram account, and the Blog Um Oceano web page. Lastly, since the platform will act for a decade, the communication strategies will be constantly evaluated to keep relevance. It will also be necessary that the team goes under workshops and capacitation to develop and improve the necessary skills to run the platform.

Key words: Digital communication; Ocean Decade; Social media.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	07
1.1 Agenda 2030 e Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis (ODS)	07
1.2 Ameaças ao Oceano e a Década da Ciência Oceânica	07
1.3 Comunicação Digital e Engajamento	08
2. JUSTIFICATIVA	11
3. OBJETIVOS	11
4. METODOLOGIA E DESENVOLVIMENTO	12
4.1 Planejamento	12
4.2 Editorias	12
4.3 Canais de Comunicação	13
4.3.1 Blog	13
4.3.2 Instagram	13
4.4 Identidade Visual	14
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	15
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	16
APÊNDICE: PLANO DE COMUNICAÇÃO	19

1 INTRODUÇÃO

1.1 Agenda 2030 e Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis (ODS)

A Agenda 2030 é um plano de ação da Organização das Nações Unidas (ONU) que pretende “erradicar a pobreza e promover vida digna para todos, dentro dos limites do planeta” (ONU, 2020). O objetivo é que os países-membros da ONU adotem as metas da Agenda, de acordo com suas prioridades e particularidades, para criar parcerias internacionais que melhorem a qualidade de vida da população global e alcancem o desenvolvimento sustentável.

Estabelecidos como uma renovação do compromisso global assumido pelos Objetivos do Milênio na convenção Rio92, os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e as 169 metas da Agenda 2030 buscam identificar problemas e superar desafios que têm eco em todos os países do mundo, tendo como princípio que o desenvolvimento sustentável integra crescimento econômico, justiça social e sustentabilidade ambiental (EMBRAPA, 2018).



Imagem 01: Os 17 ODS da Agenda 2030

Fonte: ONU (<http://www.agenda2030.com.br/>)

1.2 Ameaças ao Oceano e a Década da Ciência Oceânica

Segundo a Comissão Oceanográfica Intergovernamental (COI) - responsável por fomentar a investigação científica marinha - as fontes de proteína encontradas no oceano (como peixes, moluscos e crustáceos) são responsáveis pela subsistência de mais de 3 milhões de pessoas (COI-UNESCO, 2019).

Além disso, o oceano é usado como rota de transporte de pessoas e mercadorias, faz parte da herança natural e cultural da humanidade e ainda desempenha importantes serviços ecossistêmicos como: fornecimento de oxigênio, absorção de dióxido de carbono, participa do ciclo da água, regula o clima do planeta e é fonte de biodiversidade (EMBRAPA, 2018).

Apesar de sua importância, os ecossistemas marinhos estão ameaçados pelos resultados de ações humanas, como mudanças climáticas, destruição de habitats, superexploração e poluição por metais pesados e plástico (COI-UNESCO, 2019; HATJE et. al., 2018). Acredita-se que mais de 40% da superfície do oceano já foi afetada por atividades humanas marítimas e terrestres (COI-UNESCO, 2020).

Por entender que a gestão do oceano e de seus recursos é essencial para o desenvolvimento sustentável a ONU desenvolveu a Década da Ciência Oceânica, também chamada de Década do Oceano ou Década, para incentivar a comunidade global a desenvolver estratégias para alcançar as metas do ODS 14 e “reverter o ciclo de declínio na saúde do oceano e criar melhores condições para concretizarmos o desenvolvimento sustentável” (MCTI, 2020).

Para isso, além da colaboração internacional, as governanças globais são convidadas a trabalhar com diversos setores da sociedade, tornando a Década uma oportunidade para o desenvolvimento de projetos de divulgação científica que tenham como objetivo trazer atenção para os ambientes marinhos, sua importância e as ameaças a que está exposto.

Nesse contexto, a criação de uma estratégia de comunicação se torna essencial e a internet oferece tanto o espaço quanto as ferramentas para o desenvolvimento desse tipo de projeto.

1.3 Comunicação Digital e Engajamento

Como pontuado por Corrêa (2005) e Gonzales (2011), o objetivo de estabelecer uma estratégia para a Comunicação Organizacional é estabelecer os canais de comunicação e as ferramentas que permitirão que essa comunicação seja a mais eficiente possível, caracterizada pelo alinhamento a uma visão estratégica, um discurso uniforme e coerência das mensagens.

Assim, o Plano de Comunicação se torna um documento essencial para propor as estratégias de comunicação, uma vez que é por meio dele que são definidas as melhores soluções de comunicação para o seguimento e público que se deseja alcançar (GUTIERREZ, 2020).

Corrêa (2005) diz ainda que as estratégias envolvem tomadas de decisão acerca do produto e do público a ser alcançado e que incluem - mas não se limitam – ao desenvolvimento de uma visão, ao processo de aprendizado e à negociação e construção de alianças.

Com a popularização das Tecnologias de Informação e Comunicação, a internet e as tecnologias digitais se tornaram canais de comunicação vantajosos, uma vez que autonomia que elas oferecem torna desnecessário que um indivíduo ou um grupo faça parte de um conglomerado/corporação para produzir e disseminar conteúdo (SANTOS, 2019).

Nesse sentido, Flores e Fossá (2017) dizem:

“As formas de visibilidade de indivíduos e instituições respaldam-se, cada vez mais, na exposição de si no ciberespaço, por meio do uso de dispositivos tecnológicos e plataformas sociais digitais. Essa presença na rede permite à internet se tornar um espaço importante para a construção de identidades de instituições e visibilização de causas de movimentos sociais cuja repercussão nos meios de comunicação tradicionais ainda é escassa.”

Segundo as autoras, é justamente isso que torna o processo de divulgação científica on-line eficiente, a instauração de regimes de visibilidade para a ciência a um maior número de pessoas, possibilitando ao divulgador produzir sua própria imagem, dispensando a mediação de canais de comunicação tradicionais (FLORES; FOSSÁ, 2017).

Para Avelino (2020), essa possibilidade dos usuários se tornarem produtores e distribuidores de conteúdo cria espaço para o aumento significativo da produção de informação sobre bens e serviços e para a popularização das mídias sociais.

Aqui queremos destacar os blogs e as redes sociais. Os primeiros são, de acordo com Pinto *et. al.* (2018), a mídia social mais antiga e uma das mais populares. Também são conhecidos por serem ferramentas que permitem a criação e o consumo de informação original através de postagens multimídias - com textos, imagens, áudios e links para sites e materiais complementares (COUTINHO, BOTTENTUIT JUNIOR, 2007; GONZÁLEZ, 2005).

Além disso, os blogs são um dos meios colaborativos mais conhecidos e utilizados na Internet para publicação pessoal (BATISTA; COSTA, 2009). Eles ainda permitem a interação entre pessoas, a construção de comunidades e o compartilhamento de informações entre pares, instituições e o público, o que - somado a facilidade para criação e manutenção - os tornam fontes de formação e informação em diferentes campos (PINTO et al, 2018).

As redes sociais, por outro lado, são voltadas para utilização em smartphones, e assim, podem ser acessadas facilmente ‘de qualquer lugar’, popularizando o acesso a conhecimento e informação reservados a grandes mídias (ARAUJO, 2019).

Entre elas, o Instagram se destaca por ser utilizado por 79% das pessoas com acesso a internet. O que - somado ao fato de que 60% dos brasileiros utilizam a rede como fonte de informação e que mais de 80% da população acredita que o Instagram é responsável por influenciar muito a opinião das pessoas (DATAREPORTAL, 2020; DATASENADO, 2019) - torna essa rede social um espaço interessante para divulgação.

Considerando o alcance global dos canais de comunicação mencionados acima, o controle do desempenho das postagens é visto por Avelino et al (2020) como um recurso importante para avaliar a ‘performance’ de um post, sendo que a medida mais comumente utilizada é o engajamento.

Tanto Avelino et al (2020) quanto Almeida et al (2017) entendem o engajamento como expressões comportamentais em ambientes virtuais, medidos pela interação entre o usuário que está consumindo o conteúdo e os posts, representado por métricas que refletem o número de seguidores, curtidas, compartilhamentos e comentários.

Quanto as métricas, os autores ainda levantaram dois pontos. Primeiramente, a variedade de medidas comportamentais demonstra que o engajamento não pode ser medido isoladamente, sendo necessário avaliar o conjunto das métricas para criar estratégias de comunicação eficazes (Almeida et al, 2017).

Em segundo lugar, alguns usuários consomem o conteúdo de maneira passiva e apesar da falta de interação evidente não produzir resultados numéricos, ainda produzem dados que permitem a atualização das estratégias de comunicação (Avelino et al, 2020).

2. JUSTIFICATIVA

A relevância da conservação do oceano e a implementação da Década se apresentam como uma oportunidade para a produção de uma plataforma de divulgação com a temática oceano.

Além disso, a criação de um espaço colaborativo permite, por um lado, que divulgadores tenham espaço para treinar ou desenvolver as habilidades necessárias para uma comunicação de ciência mais eficiente e, por outro, que 'outras vozes' além da academia tenham um lugar para contar suas experiências e divulgar conhecimentos não tradicionais.

Nesse contexto, a criação de uma estratégia de comunicação se torna essencial e a internet oferece tanto o espaço quanto as ferramentas para o desenvolvimento desse tipo de projeto.

3. OBJETIVOS

Assim, o objetivo geral deste trabalho é criar a plataforma Um Oceano, assim como sua estratégia de comunicação.

Os objetivos específicos são - tendo como base os princípios de inclusão e diversidade da Década - criar um blog (Um Oceano) que funcione como repositório do material criado pelos colaboradores, incorporado aos Blogs de Ciência da Unicamp; e criar uma conta no Instagram (@blogumoceano) com postagens e hashtags que promovam engajamento e interação dos leitores e seguidores.

4. METODOLOGIA E DESENVOLVIMENTO

4.1 Planejamento

Para delimitar o projeto de comunicação, foram feitas reuniões de pauta com a prof.^a Germana Barata e com as colaboradoras Juliana Di Beo e Débora Cirqueira Ferreira para definir o nome do projeto, o formato, os temas abordados e as editorias.

O blog “Um Oceano” foi pensado como uma plataforma colaborativa com espaço para a participação futura de pesquisadores, jornalistas e divulgadores que queiram abordar temas relacionados ao Oceano e a conta no Instagram (@blogumoceano) foi criada para divulgação dos conteúdos postados no blog.

Adotamos como inspiração a plataforma Steal the Look - que produz pautas divulgadas no blog e instagram paralelamente - adaptando as estratégias de comunicação para o nosso contexto e utilizando nossa identidade visual, de acordo com os princípios e temas propostos pela Década.

Seguindo o princípio de Inclusão, nos propomos a balancear as fontes e personagens sempre que possível, convidando pessoas de diferentes gêneros/gênero não binário, etnias, faixas etárias e regiões do país para serem fontes, personagens e autores.

Nos propomos ainda a adotar medidas como: uso de pronomes neutros, uso da hashtag #paracegover e descrição das imagens para pessoas cegas, uso da ferramenta Vlibras – que traduz os textos para a Linguagem de Sinais Brasileira (LIBRAS) – no blog e a inclusão de legendas nos vídeos publicados. Adotamos ainda o termo ‘oceano’, no singular, como forma de transmitir a ideia de que o oceano é global e que os impactos que ele sofre afeta todo o planeta.

4.2 Editorias

Assim, o projeto de comunicação segue em duas frentes (o blog e o Instagram), sendo que as pautas devem ser planejadas levando em conta as características do meio em que vai ser publicada; incentivamos que uma mesma pauta seja desenvolvida em mais de uma editoria, para explorar os diferentes ângulos da matéria e disseminar informações de várias formas.

As editorias são:

- Oceane-se: editoria principal, tanto do blog quanto do instagram. Inclui postagens relacionadas aos temas relacionados ao oceano, podem ser trabalhadas em séries ou em postagens de conteúdo único.
- Oceano Indica: é a editoria mais versátil. Aborda recomendações de materiais relacionados à temática oceano, como exposições, músicas, artistas, filmes, documentários, podcasts, etc.
- Marcas d'água: fotos, imagens, percepções. Inspirado no perfil Janelas da Pandemia
- Fazendo Ondas: matérias sobre ONGS, cooperativas, projetos comunitários, institutos, etc que trabalhem com preservação e/ou divulgação;
- Educação para Além Mar: matérias sobre projetos educacionais inovadores voltados para a cultura oceânica;
- Ciência em Gotas: editoria que explica conceitos, verbetes científicos, papers e artigos;
- Interação: publicar templates, abas de perguntas, quizzes, enquetes, vídeos de bastidores e links para o blog nos stories do instagram como forma de aumentar a interação e engajamento;

4.3 Canais de Comunicação

4.3.1 Blog

O blog foi criado para funcionar como um repositório do material feito pelos colaboradores e conta com uma pequena apresentação da plataforma e informações sobre a equipe. De modo geral, os textos produzidos serão *longform*, mas terão formatos variados de acordo com a editoria (a editoria Oceane-se conta com textos jornalísticos, enquanto a editoria Oceano Indica apresenta “listas buzzfeed”, por exemplo).

4.3.2 Instagram

A conta no Instagram é um meio de disponibilizar informações em formatos curtos, com linguagem informal, sem comprometer a qualidade dos dados compartilhados. O instagram também permite uma maior interação e um contato mais próximo do público.

4.4 Identidade Visual

A identidade visual criada para o projeto também levou em conta o tema e os princípios da Década e foi adotada como forma de transmitir unidade entre as mídias produzidas, permitindo que os leitores possam identificar o material criado pelos colaboradores do projeto, independente do meio em que ele seja publicado.



Imagem 02: painel de inspiração para a identidade visual do projeto

Fonte: arquivo pessoal

Como cores base foram escolhidos quatro tons de azul, como referência às diferentes tonalidades do oceano. Além disso, foram escolhidos dois tons neutros com referência nos tons de areia e dois tons de contraste em referência às cores vistas em recifes de corais.

Como referência para texturas, que serão usadas como plano de fundo nas mídias, escolhemos materiais de origem natural encontrados em ambientes costeiros - como areia, ondas ou reflexo da luz na água - e fibras naturais como a palha.

Para padronagens e estampas usamos como referência padronagens encontradas em animais marinhos. Também adotamos formas orgânicas ao invés de linhas retas, já que são as mais encontradas em ambientes naturais.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O propósito deste trabalho foi desenvolver um planejamento para nortear a criação de uma plataforma de divulgação científica, focada no segmento digital e inspirada pela Década do Oceano. Assim, todas as etapas levaram em consideração os princípios de inclusão e diversidade.

A conta no instagram foi lançada no dia 22 de fevereiro sob o domínio [@blogumoceano](https://www.instagram.com/blogumoceano), e o blog foi lançado em 29 de março sob o domínio <https://blogumoceano.blogspot.com/>.

Queremos ressaltar ainda que, por se tratar de uma plataforma que pretende atuar durante a Década do Oceano, nossas atividades estão começando em 2021, junto com a própria Década.

Além disso, por se tratar de um plano de comunicação a longo prazo, as estratégias criadas precisarão ser avaliadas periodicamente para se manterem relevantes. Também percebemos que será necessário que a equipe do blog passe por workshops, oficinas e capacitações para desenvolver e aprimorar as capacidades necessárias para manter os canais de comunicação.

Por fim, o tamanho e duração do projeto incentiva a expansão e reformulação de editorias, colunas e séries de acordo com o desenvolvimento da Década, assim como a participação de jornalistas, cientistas e divulgadores de fora da equipe e para a colaboração entre plataformas e iniciativas com propostas semelhantes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Marcos Inácio Severo de *et al.* Quem lidera sua opinião? Influência dos formadores de opinião digitais no engajamento. **RAC**, Rio de Janeiro, v. 22, n. 1, p. 115-137, 2018.

ARAUJO, Maria Luísa Medeiros Santos de. **A evolução nos meios de comunicação influencia o mercado da moda? Uma análise sobre a plataforma Steal the Look.** Monografia (Bacharelado) – Comunicação Social: Habilitação em Publicidade e Propaganda. Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2019.

AVELINO, Maria Raquel *et al.* DEIXE SEU LIKE! O Engajamento nas Publicações com Digital Influencers no Instagram das DMOs Brasileiras. **RBTUR**, São Paulo, p. 50-67, 2020.

BATISTA, Ana Lúcia de Medeiros; COSTA, Antônio Marcos Nogueira da. A ferramenta blog no processo de produção científica: uma experiência positiva. **Interin**, Curitiba, v.8, n.2, p. 1-14, 2009.

COI-UNESCO. **Iniciativa MSPglobal.** 2019. 2p. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000366731_por>. Acesso em: 02 de fev. de 2021.

COI-UNESCO. **Plano de Implementação: Resumo.** 2020. 20p. Disponível em: <<https://oceanexpert.org/downloadFile/46248>>. Acesso em: 20 de jan. de 2021.

CORRÊA, Elizabeth Saad. Comunicação Digital: uma questão de estratégia e de relacionamento com públicos. **Organicom**, n. 3, p. 94 – 111, 2005.

COUTINHO, Clara Pereira; BOTTENTUIT JUNIOR, João Batista. Blog e Wiki: Os Futuros Professores e as Ferramentas da Web 2.0. **Repositório da Universidade do Minho.** Instituto de Educação e Psicologia da Universidade do Minho, Braga, Portugal, 2007.

DATAREPORTAL. **Digital 2020: Brasil.** 2020. Disponível em: <<https://datareportal.com/reports/digital-2020-brazil>> Acesso em: 06 nov. 2020.

DATASENADO. **Mais de 80% dos brasileiros acreditam que redes sociais influenciam muito a opinião das pessoas.** 2020. Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/institucional/datasenado/materias/pesquisas/mais-de-80-dos-brasileiros-acreditam-que-redes-sociais-influenciam-muito-a-opinioao-das-pessoas>>. Acesso em: 06 nov. 2020

EMBRAPA. **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável 14: Vida na água.** Brasília, 2018. 80p. Disponível em: <<https://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/183493/1/ODS-14.pdf>>. Acesso em: 03 de fev. 2021.

FLORES, Natalia; FOSSÁ, Maria Ivete. Estratégias de visibilidade de condomínios de blogs de ciência. **Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática**, v. 16, n. 32, p. 95-113, 19 dez. 2017. Universidade Federal de Santa Maria.

GONZÁLEZ, Fernando Santamaría. Ferramentas da web para a aprendizagem colaborativa: weblogs, redes sociais, wikis, web 2.0. **Trad. de Miriam Salles Campinas**, 2005.

GONZALES, Kleber. **Planejamento da Gestão da Comunicação em Projetos Globais: uma proposta de modelo de plano de comunicação para o desenvolvimento de propulsores a diesel.** Dissertação (Mestrado) – Engenharia Mecânica. Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2019.

GUTIERREZ, Amanda da Silva. **Estrutura de Negócio em Comunicação: excêntrica comunicação digital.** Monografia (Bacharelado) - Publicidade e Propaganda, Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica, Goiás, 2020.

HATJE, V. *et al.* Mudanças Globais, Impactos Antrópicos e o Futuro dos Oceanos. **Revista Virtual de Química**, v. 10, n. 6, p. 1947-1967, dez. 2018.

MCTI. **Década Global.** 2020. Disponível em: <http://decada.ciencianomar.mctic.gov.br/decada-global/>. Acesso em: 23 jan. 2021.

ONU. A Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável. **Plataforma Agenda 2030**, 2020. Disponível em: <<http://www.agenda2030.com.br/sobre/>>. Acesso em: 26 de jan. de 2021.

PINTO, Luiz Felipe *et al.* O uso de blogs como ferramenta de apoio à gestão em saúde no nível local. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 10, n. 6, p. 3287-3296, 2018.

SANTOS, Leilane Gama. **JORNALISMO EM REDES DE COMUNICAÇÃO ONLINE: uma análise de conteúdo do Correio Braziliense no Instagram**. Monografia (Bacharelado) – Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2020.

APÊNDICE – PLANO DE COMUNICAÇÃO

Introdução

A plataforma Um Oceano, inspirada pela Década da Ciência Oceânica (ou Década do Oceano) da ONU, foi criada como um espaço colaborativo para a participação e capacitação de graduandos, pesquisadores e jornalistas que pretendem atuar como divulgadores de temas relacionados ao Oceano.

Por acreditamos na importância de aproximar o oceano da vida das pessoas, queremos inspirar e nutrir a consciência científica e a cultura oceânica. E por entender a importância da representatividade e da inclusão, nos propomos a balancear nossas fontes e personagens, além de adotar uma linguagem neutra, legendas em nossos vídeos e descrições de imagens.

Objetivos

Os principais desafios que encontramos para desenvolver a plataforma foram:

- Falta de auxílio financeiro;
- Os ataques à ciência e ao método científico;
- A longa duração do projeto;

Assim, nossos objetivos são:

- Conseguir financiamento, através de bolsas e editais, para nossas colaboradoras;
- Conscientizar e engajar o público com os temas relacionados ao oceano;
- Valorizar tanto conhecimentos científicos quanto conhecimentos tradicionais;
- Criar parcerias para a criação de conteúdo ao longo da década, tanto com os canais de comunicação oficiais da Década quanto com outros perfis de divulgação;
- Nos estabelecermos como uma fonte de informações confiável;

Públicos

Queremos alcançar um público diverso:

- Governantes e fazedores de políticas públicas;
- Comunidade científica;
- Professores e estudantes (desde o ensino médio a pós graduados);
- População em geral;

Calendário Editorial

Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta
Oceane-se	Marcas d'água	Ciência em Gotas	Publicação Mensal	Oceano Indica

Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Fazendo Ondas	Ciência em Gotas (convidado/a)	Fazendo Ondas	Educação para Além Mar

Fichas de Estratégia de Comunicação

Editoria Oceane-se	
Objetivo	Conscientizar o público das atividades realizadas durante a Década do Oceano, das ameaças ao oceano e das medidas que estão sendo tomadas para atingir os ODS
Canal	Blog Instagram
Formato	Textos Postagens no feed como cards únicos ou carrossel
Público	todos
Hashtags	#oceanese

Editoria Oceano Indica	
Objetivo	Incentivar a cultura oceânica recomendando materiais e obras que abordam temas relacionados ao oceano
Canal	Blog Instagram
Formato	Lista no formato 'buzzfeed' Stories e destaque
Público	todos
Hashtags	#oceanoindica

Editoria Marcas D'água	
Objetivo	Convidar o público a compartilhar suas experiências e impressões do mar e do oceano
Canal	Instagram
Formato	Vídeos de até 1 minuto com uma foto e o depoimento em áudio
Público	todos
Hashtags	#marcascadagua

Editoria Fazendo Ondas	
Objetivo	Entrevistar indivíduos, ONGS, cooperativas, comunidades e institutos que trabalhem com preservação e/ou divulgação falem sobre seus projetos
Canal	Blog Instagram
Formato	Entrevista pingue-pongue Postagens carrossel no feed
Público	todos
Hashtags	#fazendoondas #geracaooceano

Editoria Educação para Além Mar	
Objetivo	Dar visibilidade a projetos educacionais que incentivem a cultura oceânica
Canal	Blog Instagram
Formato	Texto Mini podcast no IGTV, com prévia no feed
Público	todos
Hashtags	#educaçãoparaalem-mar

Editoria Ciência em Gotas	
Objetivo	Explicar conceitos, verbetes científicos, papers ou artigos
Canal	Blog Instagram
Formato	Texto e glossário Postagens no feed como cards únicos ou carrossel
Público	todos
Hashtags	#cienciaemgotas

Interações	
Objetivo	Engajar o público, aumentando as interações com o perfil
Canal	Instagram
Formato	Stories
Atividades	Publicação de templates, abas de perguntas, quizzes e enquetes
Público	todos

Avaliação

A avaliação será feita a partir de relatórios de evolução periódicos e análise de métricas. Também serão feitos mapeamentos das interações dos usuários com o conteúdo para direcionamento das postagens