

Seminário

# ÁGUA

COMUNICAÇÃO  
E SOCIEDADE



10ª Edição  
03/07/16  
Salvador-BA

## Financiamento Colaborativo : websérie “Volume Vivo”

Apoio



Realização





- **Como surgiu a idéia?**

- Estiagem 2014-2015;
- Cobertura da mídia hegemônica;
- ENTRE RIOS (2009);
- Necessidade de aprofundar a discussão
  - Causas e possíveis soluções;
- A água é um bem comum e sua gestão deve ser pública e compartilhada.



## • **Financiamento Coletivo – Por quê?**

- Independência – governamental e empresarial;
- Engajamento;
- Criação de público;
- Criação de redes.

Seminário

# ÁGUA

COMUNICAÇÃO  
E SOCIEDADE



- **Financiamento Coletivo – Como fazer?**
  - Crowdfunding e Crossfunding;
  - Plataformas (Catarse, Vakinha, Befeitoria).

Seminário

# ÁGUA

COMUNICAÇÃO  
E SOCIEDADE



- **O que é o meu projeto?**
- Apresentação escrita;
- Apresentação em vídeo Teaser.



## • Planejamento

### • Campanha

- Tempo de campanha;
- Frequência de postagem;
- Eventos;
- Contato com formadores de opinião (filtros);
- Quanto preciso para realizar o meu projeto.



## • Planejamento

### • Orçamento

- Quanto vou gastar na produção?
- Quanto vou gastar com a campanha?
- Quanto vou gastar com as contrapartidas?
- Porcentagem da plataforma;
- Seja realista com os outros e consigo mesmo.

Seminário

# ÁGUA

COMUNICAÇÃO  
E SOCIEDADE



- **Avaliação Volume Vivo**

- Pontos positivos;
- Pontos negativos.



Seminário

# ÁGUA

COMUNICAÇÃO  
E SOCIEDADE



10ª Edição  
03/07/16  
Salvador-BA

# Mobilização e Fidelização

## "Volume Vivo"

### Apoio



### Realização





## • O que é comunicação?

( Roman Jakobson, 1960)





- **Como mobilizar público para uma causa?**
  - a. Boca-a-boca;
  - b. Criação de contas mídias sociais ( Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, LinkedIn, Youtube, Google Plus etc);
  - c. Engajamento em grupos e comunidades presenciais e virtuais ( Aliança pela Água, grupos e páginas FB etc);
  - d. Divulgação e construção de relacionamento com grande mídia e líderes de opinião.



- **Como fidelizar o público?**

- a) Periodicidade x credibilidade;
- b) Linha editorial ( posicionamento);
- c) Análise de perfil ( Google Analytics);
- d) Retorno (newsletter periódicas financiadores projeto e respostas às solicitações).



- **Estratégia de Comunicação Volume Vivo**
  - a) Objetivos: informar, estimular debate e mobilizar por meio de canais de informação alternativos;
  - b) Ferramentas: website, fanpage Facebook, You Tube, Google Plus, Instagram e Twitter ;
  - c) Observação constante do que estão dizendo os atores dentro da “rede das águas” .



- **Ações de comunicação Volume Vivo**

- a) Mídias Sociais

- Fanpage Facebook ( canal de notícias sobre água);
- Twitter ( canal de notícias sobre água);
- You Tube ( episódios e teasers);
- Instagram ( imagens gravações);

- b) Newsletters periódicas ( financiadores);

- c) Divulgação imprensa ( lançamento novos episódios/ participação em debates etc).



## Comunicação & Água

- Desafios: pontos fracos x fortes da comunicação sobre questões da água;
- Estratégias: didática com textos simples de introdução;
- Material apoio: Imagens, vídeos, infográficos;
- Conteúdo: apoiar e divulgar boas práticas, notícias sobre o assunto etc.



Seminário

**ÁGUA**  
COMUNICAÇÃO  
E SOCIEDADE



[www.volumevivo.com.br](http://www.volumevivo.com.br)

Facebook: Volume Vivo filme

Twitter: @volumevivo

[volumevivo@gmail.com](mailto:volumevivo@gmail.com)

Obrigad@!