	O PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO NO LANÇAMENTO DO MIVA: UM ESTUDO DE CASO SOBRE PARCERIAS REGIONAIS		
Autores:	Victória Larissa da Silva Yhevelin Serrano Guerrin Mireila Behling Andréia Rosane de Moura Valim		
Área	[ ] Humanas [x] Sociais Aplicadas [ ] Biológicas e da Saúde [ ] Exatas, da Terra e Engenharias	Dimensão:	[ ] Ensino [ ] Pesquisa [ ] Extensão [x] Inovação

Resumo:
Introdução: Em momentos de desastres socioambientais, a preservação da memória coletiva e a difusão de informações estratégicas dependem diretamente de processos de comunicação estruturados. O Memorial Virtual das Inundações nos Vales (MIVA) foi idealizado no âmbito do programa Inova RS para preservar relatos e conscientizar a população após as severas cheias de maio de 2024 que atingiram os Vales do Rio Pardo e Taquari. Para garantir que a iniciativa de utilidade pública ganhasse relevância local e alcance regional em seu lançamento em maio de 2026, fez-se indispensável um planejamento estratégico de comunicação pautado pela governança colaborativa. **Objetivos:** Analisar o planejamento de comunicação e execução do lançamento do MIVA, realizado na cidade de Sinimbu em maio de 2026. **Metodologia:** Trata-se de um estudo de caso descritivo com abordagem qualitativa e análise documental. A pesquisa investigou as etapas de construção do lançamento por meio do exame de planos de comunicação, checklists operacionais, roteiros de cerimonial, manifestos e *releases* de imprensa. Avaliou-se a articulação realizada em conjunto entre a equipe do projeto MIVA, a assessoria de comunicação da Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC) e a agência Go Coelhos. Adicionalmente, realizou-se o levantamento e monitoramento de mídia (*clipping*), englobando conteúdos veiculados nas redes sociais (Instagram), matérias em portais e veículos regionais. **Principais Resultados:** A estratégia baseou-se no engajamento integrado entre universidades, setor produtivo, órgãos públicos e imprensa, viabilizando ampla cobertura com restrições orçamentárias. A composição metodológica de divulgação abrangeu a criação de identidade visual, redação de *releases*, produção de conteúdos audiovisuais em formato *Reels*, gestão de convites institucionais e articulação com voluntários locais para cobertura fotográfica e audiovisual. A escolha do município de Sinimbu — uma das localidades mais impactadas — como sede do evento simbolizou acolhimento e conferiu legitimidade comunitária ao projeto, por ter sido a cidade em que as entrevistas foram iniciadas no ano de 2025. O *clipping* comprovou repercussão na imprensa local e regional, impulsionando a visibilidade da plataforma digital e a difusão das memórias e ações de prevenção climática para além da comunidade direta. **Conclusões:** O estudo demonstra que a visibilidade e o engajamento social de projetos voltados à conscientização não decorrem apenas de métricas diretas, mas da estruturação prévia de um planejamento comunicacional integrado. A experiência de lançamento do MIVA evidencia

que a comunicação atuou como um componente estratégico e descentralizado, capaz de conectar os atores regionais, legitimar a preservação da memória das vítimas e fortalecer ações de resiliência e reconstrução pública.

Link do Vídeo: https://drive.google.com/file/d/1ckyTI4rsEbNKQBKSDqhGe_hw5uuy6YDa/view?usp=drivesdk