



NÚCLEO
DE PLANEJAMENTO
E COMUNICAÇÃO
DO BAIXO TIETÊ



**COMITÊ DA BACIA
HIDROGRÁFICA DO
BAIXO TIETÊ**
C B H - B T

Núcleo de Planejamento e Comunicação
Integrada do CBH-BT



Plano de Comunicação e
Branding do Comitê da Bacia
Hidrográfica do Baixo Tietê

Período 2024/2025





SUMÁRIO

1	
APRESENTAÇÃO.....	4
1.1 Dados Gerais.....	4
2 METODOLOGIA.....	7
3 OBJETIVOS.....	7
3.1 Objetivo geral.....	7
3.2 Objetivos específicos.....	7
4 METAS.....	8
5 SISTEMA NACIONAL DE RECURSOS HÍDRICOS.....	9
5.1 Conselho Estadual de Recursos Hídricos (CRH)	9
5.2 Comitês de Bacias Hidrográficas (CBHs)	10
5.3 Comitê Coordenador do Plano Estadual de Recursos Hídricos (CORHI).....	11
6 BACIA HIDROGRÁFICA DO TIETÊ.....	12
6.1 Bacia Hidrográfica do Baixo Tietê.....	12
7 COMITÊ DA BACIA HIDROGRÁFICA DO BAIXO TIETÊ.....	13
7.1 Estrutura organizacional.....	15
7.1.1 Plenário.....	15
7.1.2 Presidência.....	17
7.1.3 Vice-Presidência.....	17
7.1.4 Secretaria Executiva.....	17
7.1.5 Câmaras Técnicas.....	18
7.1.6 Grupo de Trabalho.....	20
7.1.7 Reuniões e procedimentos.....	20
7.2 Instrumentos de Gestão.....	20



7.3 Instrumentos de Gestão Implementados.....	21
7.4 Comunicação.....	22
7.4.1 Objetivos da Comunicação.....	24
7.4.2 Justificativa.....	24
8 METODOLOGIA.....	25
9 DIAGNÓSTICO.....	26
9.1 Mapeamento de público.....	26
9.2 Análise das ferramentas de comunicação existentes.....	27
9.3 Análise geral.....	28
10 PROGNÓSTICO.....	29
10.1 Formato e mecânica do trabalho.....	35
10.2 Fluxograma das ações de comunicação.....	38
11 PLANO DE AÇÕES.....	32
12 PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO.....	33
13 ORÇAMENTO.....	34
14 CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO.....	46
15 INDICADORES DE DESEMPENHO.....	47
16 BIBLIOGRAFIA.....	48

APRESENTAÇÃO

O presente Plano de Comunicação e Branding do Comitê da Bacia da Hidrográfica do Baixo Tietê - CBH-BT corresponde a terceira meta do Programa PROCOMITÊS, que trata da necessidade premente de se implementar um sistema de comunicação própria do Colegiado, tendo como justificativa o baixo nível de conhecimento da sociedade possui acerca da função do Comitê de Bacia, dificultando desta forma o cumprimento legal de suas funções (Comitês).

O PROCOMITÊS- Programa Nacional de Fortalecimento dos Comitês de Bacias Hidrográficas foi instituído pela Resolução ANA nº 1.190/2016, objetivando promover o aprimoramento dos comitês de bacia hidrográfica dos Estados Brasileiros.

Os comitês de bacia integram o Sistema Nacional de Gestão de Recursos Hídricos - SINGREH, e constituem o espaço de representação das comunidades das bacias hidrográficas, com prerrogativas de deliberar acerca dos instrumentos da Política Nacional de Recursos Hídricos - PNRH, em consonância com os fundamentos da descentralização e da participação estabelecidos na Lei nº 9.433/1997 que instituiu a Política Nacional de Recursos Hídricos e criou o Sistema Nacional de Gerenciamento de Recursos Hídricos.

A partir da adesão voluntária dos comitês de bacia hidrográfica, o PROCOMITÊS tem como objetivo primordial contribuir para a consolidação desses colegiados como espaços efetivos de implementação da política de recursos hídricos.

Dentre os esforços pactuados no processo de adesão ao referido Programa, como já dito, insta a meta de se implementar um sistema ativo de comunicação do Comitê. Nesse contexto, o CBH-BT, por iniciativa da Câmara Técnica de Turismo e Educação Ambiental – CT-TEA, propôs em 2019 a criação de um Núcleo de Planejamento e Comunicação Integrada do Baixo Tietê- NPCI-BT.

Posteriormente, por meio de um Termo de Referência elaborado pelos membros da Câmara Técnica o projeto foi apresentado como demanda induzida e indicado pelo CBH-BT para financiamento junto ao FEHIDRO com período de duração de 12 meses.

Cumprido o rito processual do ente financiador, o projeto foi implementado por meio do contrato nº 367/2019, tendo como tomador dos recursos a Associação dos Engenheiros e Arquitetos de Promissão- ASSENAP, entidade da sociedade civil organizada sediada na Bacia, a qual contratou a empresa Oikos Terra Assessoria em Planejamento Ambiental para

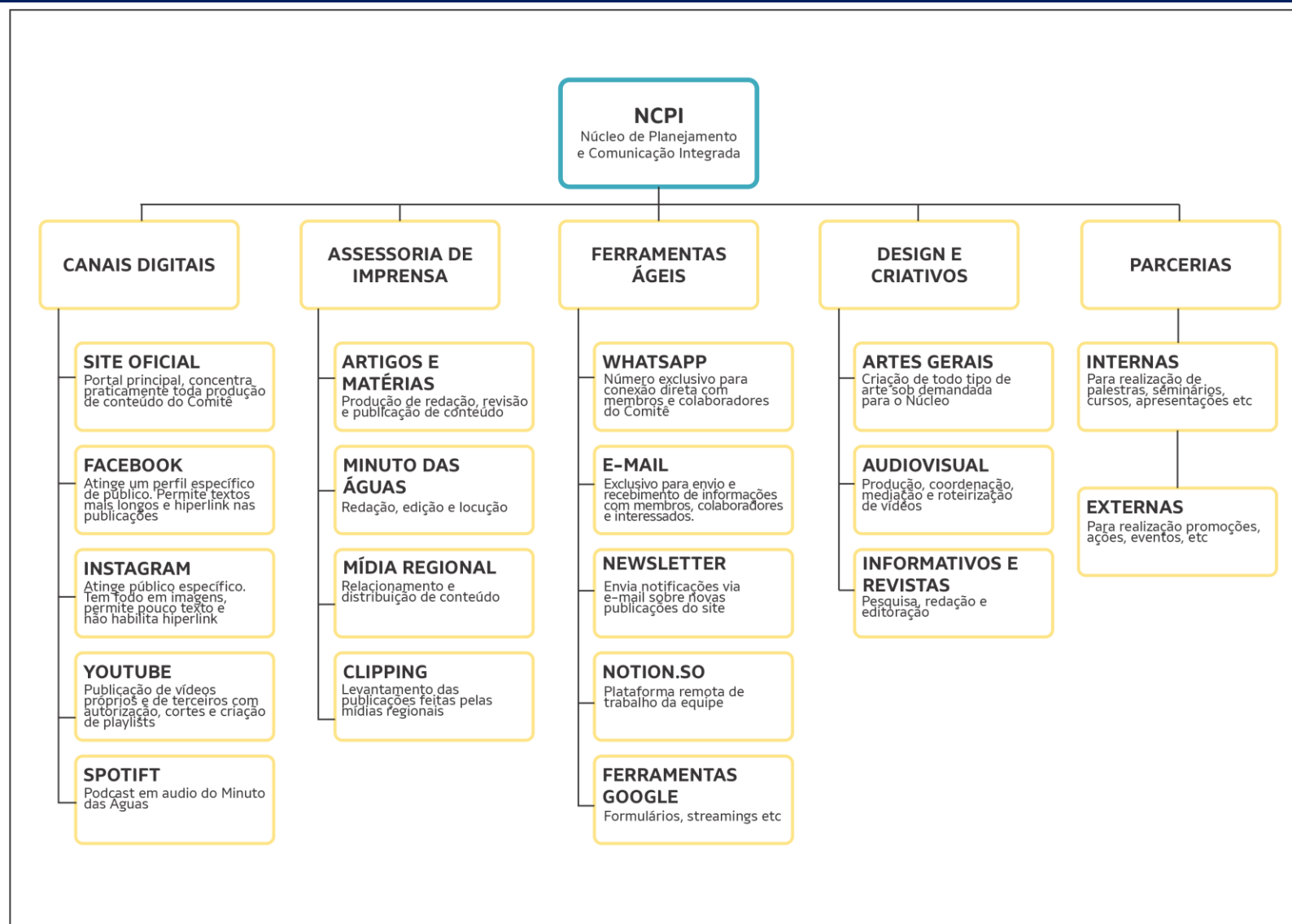
desenvolvimento do projeto. Neste período foi elaborado a primeira edição do Plano de Comunicação e Marketing do Baixo Tietê, sendo este um dos produtos do projeto NPCI-BT.

Após 12 meses as atividades foram concluídas, encerrando o projeto com aprovação do Agente Técnico do FEHIDRO. O Projeto (NPCI-BT) foi atualizado e novamente apresentado ao FEHIDRO (2ª Etapa), resultando no Contrato nº 113/2022 com período de execução entre setembro de 2023 a setembro de 2024.

No geral, a primeira edição do Plano de Comunicação propôs o uso de ferramentas “padrão” utilizadas para comunicação, todavia, sem referências próprias, haja vista que o CBH-BT contava com iniciativas singelas de comunicação.

Essa contextualização é fundamental para compreender e referendar esta atualização do Plano de Comunicação, atualmente pautada em análises das estatísticas da estrutura de comunicação do CBH-BT, operacionalizado pelo Núcleo de Planejamento e Comunicação do CBH-BT.

Sinteticamente, essa estrutura pode ser descrita observado o organograma abaixo



Face o alcance do sistema de comunicação implementado e a reação do público alvo, presentemente a equipe do Núcleo de Comunicação, trabalha com foco na “marca” do CBH-BT. Tecnicamente essa visão corresponde a um trabalho de Branding, que pode ser resumido como o conjunto de ações alinhadas ao posicionamento, propósito e valores da marca Comitê da Bacia Hidrográfica do Baixo Tietê.

Por fim, o Plano de Comunicação e Branding do CBH-BT além de ser o documento norteador para atendimento da meta III do Programa PROCOMITÊS, oferece suporte à estruturação, sistematização e operacionalização do Núcleo de Planejamento e Comunicação Integrado- NPCI, devendo ser integrado ao custeio do Colegiado e não à título de pleito FEHIDRO, sendo esta demanda uma proposta de revisão Política Estadual de Recursos Hídricos (Lei nº 7.663/91) e suas deliberações.

1. INTRODUÇÃO

A fim de democratizar a compreensão deste documento, serão expostos de forma detalhada dados referentes à Política Nacional de Recursos Hídricos, Sistema Nacional de Gerenciamento de Recursos Hídricos, órgãos gestores de recursos hídricos estaduais e Comitês de Bacia Hidrográfica, não sendo necessário ao leitor recorrer as fontes externas para o seu entendimento.

Ao final, será apresentada a estrutura de comunicação a ser implementada no CBH-BT, pautada na análise de resultados e estatísticas das ferramentas utilizadas (organograma), assim como a dinâmica para a sua execução, partindo da premissa de que o indivíduo e seu coletivo, setores da economia, instituições públicas e privadas sejam alcançadas e aderidas na missão do Colegiado: *garantir água em quantidade e qualidade para manutenção da vida*.

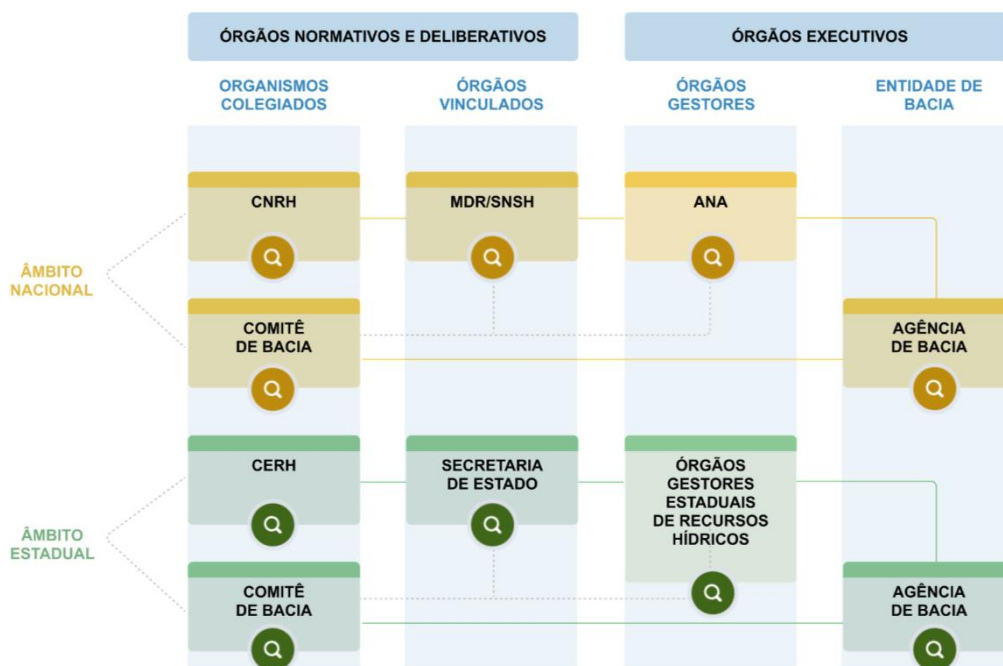
2. DADOS GERAIS

Entidade consultiva e deliberativa na área de conservação, proteção e gestão dos recursos hídricos, o Comitê da Bacia Hidrográfica do Baixo Tietê-CBH-BT, faz parte do Sistema Nacional de Gerenciamento de Recursos Hídricos (SINGREH), que é o conjunto de órgãos e colegiados que concebe e implementa a Política Nacional dos Recursos Hídricos (Lei nº 9.433/97), popularmente denominada de “lei das águas”.

Instituído pela Lei das Águas, o papel principal do SINGREH é fazer a gestão dos usos da água de forma democrática e participativa. Além disso, o Sistema tem como principais objetivos:

- 1 – Coordenar a gestão integrada das águas;
- 2 – Arbitrar administrativamente os conflitos relacionados aos recursos hídricos;
- 3 – Planejar, regular e controlar o uso, bem como a recuperação dos corpos d’água;
- 4 – Promover a cobrança pelo uso da água.

O SINGREH é composto pelo Conselho Nacional de Recursos Hídricos (CNRH), pela Secretaria de Recursos Hídricos e Qualidade Ambiental (SRQA), pela Agência Nacional de Águas e Saneamento Básico (ANA), pelos Conselhos Estaduais de Recursos Hídricos (CERH), pelos órgãos gestores de recursos hídricos estaduais (Entidades Estaduais), pelos Comitês de Bacia Hidrográfica e pelas Agências de Água, conforme ilustrado no organograma abaixo.



Fonte: Agência Nacional de Águas e Saneamento Básico

Em nível estadual, o CBH-BT integra o Sistema Integrado de Gerenciamento dos Recursos Hídricos- SIGRH, que é baseado nos princípios de participação, descentralização e integração na gestão sustentável dos recursos Hídricos do Estado de São Paulo, de acordo com a Lei de Águas Paulista, a Lei 7.663/1991. A Bacia Hidrográfica é unidade de planejamento e gerenciamento, o que fortalece as identidades regionais no estado de São Paulo.

O SIGRH é representado por membros do Estado, dos Municípios e da Sociedade Civil e tem como base o Plano Estadual de Recursos Hídricos (PERH), documento elaborado a cada quatro anos, a partir dos Planos de Bacia específicos de cada um dos 21 Comitês de Bacias Hidrográficas do Estado. O Sistema conta também com o Fundo Estadual de Recursos Hídricos (FEHIDRO), criado para dar suporte financeiro à Política Estadual de Recursos Hídricos e às ações correspondentes, como por exemplo os projetos indicados para financiamento pelos Comitês de Bacias.

Três órgãos fazem a coordenação e integração do SIGRH:

- ✓ Conselho Estadual de Recursos Hídricos (CRH);
- ✓ Comitês de Bacias Hidrográficas (CBHs);
- ✓ Comitê Coordenador do Plano Estadual de Recursos Hídricos (CORHI).

Cabe a estes órgãos promover o envolvimento dos diferentes segmentos sociais no gerenciamento do PERH.

Essa forma de administração descentralizada, participativa e integrada visa fortalecer a sustentabilidade ao reconhecer o recurso hídrico como um bem público, cuja gestão deve assegurar padrões de quantidade e qualidade satisfatórios aos cidadãos.

Este introito se faz necessário para contextualizar o CBH-BT perante a crescente demanda social pela divulgação das suas ações e estímulo à participação popular, fomentando

um ciclo de melhoria contínua no que diz respeito ao uso racional e sustentável dos recursos hídricos.

Dito isto, este Plano de Comunicação vislumbra o entendimento de processos e procedimentos relativos à gestão e à operacionalização do Comitê, de forma a identificar as reais necessidades comunicacionais e as respectivas ferramentas que apoiarão o fortalecimento institucional do CBH-BT e ampliação do seu reconhecimento pela sociedade em geral. Feitas as exposições conceituais (apresentação, objetivos, sistemas de recursos hídricos, bacias, comitês, instrumentos de gestão), o plano passa a ser explicitado de forma prática em três etapas:

- ✓ **Diagnóstico** (contextualização do cenário no qual o Comitê atua, para a identificação das necessidades e prioridades);
- ✓ **Prognóstico** (definição dos objetivos da comunicação, baseados no diagnóstico, e as soluções que deverão ser adotadas);
- ✓ **Plano de ações** (apresentação das propostas de ações, assim como os mecanismos e canais definidos para o alcance das metas do prognóstico).

Desta forma, este Plano fornece todos os dados que justificam a sua existência, desde informações básicas para o entendimento da função do CBH-BT, demonstrando que não se trata somente de uma fonte financiadora de projetos, assim como as diretrizes e os instrumentos mais adequados para a sua execução.

2 METODOLOGIA

As ações de comunicação realizadas na fase 1 do projeto Núcleo de Planejamento e Comunicação NPCI-BT, pavimentaram a base necessária para a inserção da marca e publicização das atividades do CBH-BT em sua área de atuação. Naquele momento, foram criados planos de processo de trabalho da equipe, esquematização para produção de conteúdo redacional e de design, desenvolvimento do site próprio, abertura de contas em mídias sociais, preparação de espaço próprio para trabalho e construção de relacionamento direto com departamentos municipais, com veículos de comunicação regionais (jornais, rádios e tvs) e com parceiros da iniciativa privada.

A eficácia da ação foi registrada na prestação de contas junto ao Agente Técnico e Financeiro do FEHIDRO ao final do período (12 meses), através de demonstrativos estatísticos quantitativos e qualitativos das mídias utilizadas. Já na segunda fase do projeto NPCI, atualmente em andamento, o foco foi na potencialização de ações e iniciativas com objetivo de aumentar o alcance dos canais digitais e o engajamento do público. O acompanhamento dos resultados vem sendo feito periodicamente e em tempo real, aferidos por:

- Produção de conteúdo registrado em plataforma de processos de trabalho;
- Quantidade e comportamento dos usuários no site oficial comitebaixotiete.org (número de usuários únicos, sessões mais visitadas, origem do acesso, tempo de navegação etc);
- Quantidade de inscrições no newsletter do site;
- Quantidade de contatos telefônicos e e-mails registrados para envio de comunicados diretos;
- Alcance das publicações e engajamento do público nas mídias sociais (Facebook, Instagram, Youtube e Spotify);
- Aderência dos veículos de comunicação regionais na publicação de artigos, matérias e spots produzidas pelo Núcleo de Comunicação;

- Efetivação de parcerias para ações promocionais conjuntas com empresas privadas;

3 OBJETIVOS

A revisão do Plano de Comunicação e Branding do CBH-BT, visa reestruturar o Plano de Trabalho Executivo proposto na 1ª edição do Plano de Comunicação (2021), de modo a adequar a estrutura de trabalho, com base nos resultados obtidos durante a execução da fase 1 do projeto NPCI-BT.

Nesse sentido, nesta atualização o Plano de Comunicação pretende consolidar a imagem/marca do Comitê como a principal referência sobre recursos hídricos, meio ambiente e sustentabilidade da região do Baixo curso do rio Tietê.

O presente Plano norteia o cronograma físico financeiro do sistema de comunicação do CBH-BT, trazendo com clareza os investimentos necessários em cada frente de trabalho, no momento oportuno.

3.1 *Objetivo geral*

Potencializar as ações de comunicação que permitam ampliar o reconhecimento das funções do CBH-BT frente à população dos 42 municípios que o compõe, integrando-o junto à comunidade em geral, de modo que este colegiado possa exercer plenamente as suas atribuições no âmbito dos sistemas nacional e estadual de recursos hídricos, consolidando sua posição de referência regional dos recursos hídricos.

Para tanto é imprescindível que o CBH-BT mantenha o núcleo operacional do seu sistema de comunicação: o Núcleo de Planejamento e Comunicação Integrada, instrumentado por uma equipe técnica, que planeja, monitora e executa esse sistema.

3.2 *Objetivos específicos*

- ✓ Comunicar e disseminar de forma eficaz a identidade organizacional, incluindo missão, visão, valores, objetivos e metas, para garantir sua compreensão e adoção em todos os níveis da organização. Tornar o projeto Núcleo de Planejamento e Comunicação NPCI-BT uma estrutura permanente do Colegiado, deixando o status de projeto.
- ✓ Manter o relacionamento próximo com os entes que compõem o Colegiado (Estado, Município e Sociedade Civil), acolhendo instituições e personalidades estratégicas existentes na Bacia (saúde, regiliosas, cultura, formadores de opinião, outras) trazendo a pluralidade para o Colegiado;
- ✓ Prospecção permanente da Agenda Ambiental prevista para a Bacia;
- ✓ produção e publicação de conteúdo de qualidade (comunicados, informes, agendas, artigos, matérias, spots, vídeos, cards, promoções etc);
- ✓ Refinar a linguagem para tornar assuntos técnicos mais atraentes para o público em geral;
- ✓ Distribuir conteúdo para veículos de comunicação regionais;
- ✓ Disponibilizar o spot Minuto das Águas para rádios nacionais através de plataformas distribuidoras de conteúdo;
- ✓ Estimular a participação de personalidades e especialistas na geração de informação estratégica para composição do site (colunas e painéis);
- ✓ Estimular a participação do público em geral para contribuição através de envio de fotos para galeria, críticas e sugestões;



- ✓ Implementar o uso de metodologias ágeis para públicos interno e externo do Comitê (formulários digitais, documentos e planilhas compartilhadas, plataformas de processo online etc);
- ✓ Estabelecer ações in loco nos municípios, instituições de ensino, entidades de classe, órgãos públicos etc, como palestras, meetups, workshops, etc;
- ✓ Ampliar o número de contatos das listas de transmissão dos mensageiros WhatsApp, E-mails e Newsletter;
- ✓ Realizar ações promocionais e institucionais nas cidades de compõem o Comitê do Baixo Tietê;
- ✓ Participar de feiras e eventos sociais levando a marca/missão para exposição (feira acadêmicas, eventos filantrópicos etc);
- ✓ Reforçar a imagem/marca do Comitê através da distribuição e comercialização de colecionáveis (bonés, mochilas, camisetas etc);
- ✓ Adequar/adaptar o espaço físico da sede do Comitê com paisagismo e decoração temática para tornar o ambiente mais atrativo e comunicacional para receber visitantes (placas de sinalização interna com nome dos rios e ribeirões da Bacia, painéis “instagramáveis” para selfies etc);
- ✓ Cássio, vc acha q se mantiver os itens abaixo fica redundante frente ao seu texto? Dá pra conciliar?
- ✓ Criar padrões visuais para fortalecimento da marca CBH-BT;
- ✓ Disseminar a sua identidade organizacional (missão, visão, valores, objetivos e metas);
- ✓ Identificar, organizar e consolidar canais de comunicação dinâmicos voltados à informação dos públicos interno, externo e estratégico;
- ✓ Criar um novo padrão cultural a partir da inserção da gestão dos recursos hídricos na rotina da população da bacia hidrográfica do Baixo Tietê.
- ✓ Desenvolver conteúdos atraentes, por meio da conversão de teores técnicos em textos mais coloquiais e interessantes para o público externo;
- ✓ Reforçar as políticas públicas pertinentes à gestão dos recursos hídricos.

4 METAS

Considerando o prazo de 12 meses (período de execução do projeto NPCI) para implementação das atividades definidas no Plano de Comunicação, assim como os objetivos específicos elencados neste documento, as metas a serem alcançadas são:

- Produção de pelo menos 1 artigo próprio semanal;
- Produção de pelo menos 2 matérias semanal;
- Produção de pelo menos 10 spots temáticos mensais para o Minuto das Águas;
- Produção de no mínimo 1 podcast em vídeo por mês;
- Aumentar em 50% a quantidade de usuários únicos do site oficial;
- Dobrar o número de seguidores das redes sociais Facebook e Instagram;
- Dobrar a quantidade de inscritos no canal do Youtube;
- Promover pelo menos 4 palestras em instituições de ensino superior da região;
- Participar de pelo menos 4 eventos sociais;
- Realização de pelo menos 1 ação promocional (concursos) e/ou institucional em cada município membro da Bacia;
- Confecção 200 unidades de colecionáveis (bonés, mochilas, camisetas) personalizadas visando uso em promoções e/ou premiações realizadas pelo Colegiado;



- Realização de pelo menos 6 campanhas promocionais em parceria com empresas privadas;
- Viabilização da montagem da Biblioteca da Água na sede do Comitê;
- Recepcionar pelo menos 6 turmas de estudantes na sede do Comitê com passeio guiado;
- Instalar 12 painéis de estrada para delimitar a região da Bacia do Baixo Tietê;
- Produzir 05 totens personalizados para exposição itinerante entre os 42 municípios do CBH-BT, além de localidades estratégicas tais como faculdades, eventos regionais, outros.

5 SISTEMA NACIONAL DE RECURSOS HÍDRICOS

Instituído pela Lei das Águas – Lei Federal nº 9.433/1997 – o Sistema Nacional de Gerenciamento de Recursos Hídricos (SINGREH) estabelece a Política Nacional de Recursos Hídricos pregando a gestão participativa, integrada e descentralizada. Também definido na Lei, um conjunto de órgãos e colegiados, cada qual com a sua competência, atua no gerenciamento dos recursos hídricos, utilizando instrumentos específicos para a implementação da Política Nacional de Recursos Hídricos (PNRH). O SINGREH tem como principais atribuições:

- ✓ Coordenar a gestão integrada das águas;
- ✓ Arbitrar administrativamente os conflitos relacionados aos recursos hídricos;
- ✓ Planejar, regular e controlar o uso, bem como a recuperação dos corpos d'água;
- ✓ Promover a cobrança pelo uso da água.

Fazem parte do SINGREH:

- ✓ Conselho Nacional de Recursos Hídricos (CNRH);
- ✓ Secretaria de Recursos Hídricos e Qualidade Ambiental (SRQA);
- ✓ Agência Nacional de Águas (órgão gestor da união);
- ✓ Conselhos Estaduais de Recursos Hídricos (CERH);
- ✓ Órgãos gestores de recursos hídricos estaduais;
- ✓ Comitês de Bacia Hidrográfica;
- ✓ Agências de Água.

Como parte integrante do SINGREH, o Sistema Integrado de Gerenciamento dos Recursos Hídricos (SIGRH), instituído pela Lei nº 7.663/1991 que instituiu a Política Estadual de Recursos Hídricos no Estado de São Paulo–, e em consonância com a Lei nº 12.183/2005 –, que estabelece a cobrança pela utilização dos recursos hídricos de domínio do Estado de São Paulo, conta com três órgãos fazem a sua coordenação e integração, conforme exposto anteriormente:

- ✓ Conselho Estadual de Recursos Hídricos (CRH);
- ✓ Comitês de Bacias Hidrográficas (CBHs);
- ✓ Comitê Coordenador do Plano Estadual de Recursos Hídricos (CORHI).

5.1 Conselho Estadual de Recursos Hídricos (CRH)

Criado pelo Decreto nº 27.576 de 11 de novembro de 1987 e adaptado pelo Decreto nº 64.636 de 4 de dezembro de 2019, o Conselho Estadual de Recursos Hídricos (CRH) é composto por 33 conselheiros, sendo 11 de cada segmento (Estado, município, sociedade civil).

Integram o CRH os titulares, ou seus representantes, de Secretarias de Estado, Prefeitos Municipais representantes de cada grupo de bacias hidrográficas, representantes de entidades da sociedade civil, representativas, em âmbito estadual, e ainda são convidados a integrar o CRH, com direito a voz e sem direito a voto, representantes das universidades oficiais do Estado, do Ministério Público do Estado, da Ordem dos Advogados do Brasil – Seção de São Paulo (OAB/SP), da Procuradoria Geral do Estado e do Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia de São Paulo (CREA-SP).

5.2 Comitês de Bacias Hidrográficas (CBHs)

Partes integrantes do Sistema Nacional de Gerenciamento de Recursos Hídricos (SINGREH), os Comitês de Bacia Hidrográfica (CBHs) podem ser estaduais, cujos rios em que fazem a gestão são de domínio do estado, ou interestaduais, cujos rios atravessam mais de um estado, portanto são de domínio da União.

São organismos colegiados consultivos e deliberativos, que não possuem personalidade jurídica, cuja composição diversificada e democrática contribui para que todos os setores da sociedade com interesse sobre a água na bacia tenham representação e poder de decisão sobre sua gestão.

As suas principais competências, entre outras, são:

- ✓ Aprovar o Plano de Recursos Hídricos de sua respectiva Bacia;
- ✓ Arbitrar conflitos pelo uso da água, em primeira instância administrativa;
- ✓ Estabelecer mecanismos e sugerir os valores da cobrança pelo uso da água.

Os membros que compõem o colegiado são escolhidos entre seus pares, sejam eles dos diversos setores usuários de água, das organizações da sociedade civil ou dos poderes públicos. Basicamente, três segmentos compõem os Comitês:

- ✓ Poder Público Municipal (Prefeituras)
- ✓ Poder Público Federal e Estadual;
- ✓ Entidades Civas ⁽¹⁾.

⁽¹⁾Somam-se a este segmento representantes classificados como : Usuários urbanos de água | Usuários rurais de água| Usuários industriais de água| Universidades e Institutos de Ensino Superior| Associação de Produtores Rurais| Entidades Ambientalistas| Entidades de Recuperação Florestal| Associações de Classes e Sindicatos| Associações Comunitárias e Clubes de Serviços| Associações de Esportes, Turismo, Lazer e Navegação.

Dependendo do território de abrangência do Comitê, também participam representantes das comunidades indígenas dentro de sua composição.

O Comitê Interestadual, além de gerir o trecho do curso do rio que atravessa mais de um estado, tem como função promover a integração de toda a Bacia, já que este trecho de rio de domínio da União tem vertentes de domínio do estado, onde podem atuar comitês estaduais, também chamados de comitês afluentes.

5.3 Comitê Coordenador do Plano Estadual de Recursos Hídricos (CORHI)

Criado com o intuito de dar suporte ao Conselho Estadual de Recursos Hídricos – CRH e aos Comitês de Bacias Hidrográficas – CBHs, o Comitê Coordenador do Plano Estadual de

Recursos Hídricos – CORHI tem organização estabelecida em regulamento e conta com apoio técnico, jurídico e administrativo dos órgãos e entidades estaduais componentes do SIGRH. Aos órgãos e entidades da administração direta ou indireta do Estado, responsáveis pelo gerenciamento dos recursos hídricos, no que se refere aos aspectos de sua quantidade e de qualidade, cabe a direção executiva dos estudos técnicos concernentes à elaboração do Plano Estadual de Recursos Hídricos, constituindo-se nas entidades básicas do CORHI para apoio administrativo, técnico e jurídico.

6 BACIA HIDROGRÁFICA DO TIETÊ

A Bacia Hidrográfica do Rio Tietê, cuja área é de aproximadamente 72 mil km², possui a maioria do seu território no Estado de São Paulo e uma pequena porção no extremo Sul de Minas Gerais. O Tietê, cujo nome em língua tupi significa "rio verdadeiro" ou "águas verdadeiras", tem extensão aproximada de 1150 km, sendo que a sua nascente está localizada na cidade paulista de Salesópolis, na Serra do Mar, a 1120 metros de altitude. Apesar de a nascente estar a apenas 22 km do litoral, o relevo acidentado obriga-o a correr em sentido inverso, rumo ao interior do estado, na direção Sudeste-Noroeste, indo desaguar na barragem do Jupiaí, no rio Paraná, no município de Três Lagoas, Estado de Mato Grosso do Sul. Por isso, é apelidado de “Rio Teimoso”.

São 62 os municípios banhados pelo rio, e seu leito abrange seis sub-bacias hidrográficas:

- ✓ **Alto Tietê:** área da nascente do rio, abrangendo a região metropolitana de São Paulo;
- ✓ **Sorocaba/Médio Tietê:** abrange 34 municípios, dos quais dezesseis estão na sub-bacia do Médio Tietê;
- ✓ **Piracicaba-Capivari-Jundiaí:** esta subdivisão inclui municípios paulistas e mineiros, sendo que a maioria (92,6%) são de municípios paulistas;
- ✓ **Tietê/Batalha:** abrange a área de Itápolis, Lins, Matão, Novo Horizonte e Taquaritinga;
- ✓ **Tietê/Jacaré:** compreende 34 municípios, localizando-se no centro do estado, entre as cidades de Araraquara, Bauru, Jaú, Lençóis Paulista e São Carlos;
- ✓ **Baixo Tietê:** Abrange 42 municípios, localiza-se a Noroeste do Estado, indo da corredeira de Laje até a foz no rio Paraná.

6.1 Bacia Hidrográfica do Baixo Tietê

A Bacia Hidrográfica do Baixo Tietê (BH-BT) faz parte da UGRHI 19 (Unidade Hidrográfica de Gerenciamento de Recursos Hídricos), está localizada a Noroeste do estado de São Paulo, desde a barragem da Usina Mário Lopes Leão (reservatório de Promissão), até o Rio Paraná, na divisa com o Estado de Mato Grosso do Sul, numa extensão aproximada de 200 quilômetros. De acordo com a divisão hidrográfica do Brasil adotada pelo IBGE e ANA (Agência Nacional das Águas), encontra-se inserida na Bacia do Paraná ou Região Hidrográfica do Atlântico-Sudeste, assim como as demais bacias do estado – são 22 as UGRHIs aprovadas pela Lei 9.034, de 27 de dezembro de 1994.

Abrange 42 municípios (Alto Alegre, Andradina, Araçatuba, Avanhandava, Barbosa, Bento de Abreu, Bilac, Birigui, Braúna, Brejo Alegre, Buritama, Castilho, Coroados, Gastão Vidigal, Glicério, Guaraçai, Guararapes, Itapura, José Bonifácio, Lavínia, Lourdes, Macauba, Magda, Mirandópolis, Monções, Murutinga do Sul, Nipoã, Nova Castilho, Nova Luzitânia, Penápolis, Pereira Barreto, Planalto, Poloni, Promissão, Rubiácea, Santo Antônio do Aracanguá,

Sud Menucci, Turiúba, Ubarana, União Paulista, Valparaíso, Zacarias), que, juntos, possuem população de 745.688 habitantes.

De forma geral, estes municípios possuem agenda anual de atividades referente a temas e assuntos do mais restrito interesse do CBH-BT, podendo compartilhar esforços e otimizar os resultados.

Para tanto, o Núcleo de Planejamento e Comunicação Integrada do Baixo Tietê, realiza anualmente o levantamento das agendas socioeconômica e ambiental junto aos municípios da Bacia, de modo a compatibilizar os eventos com a atuação do CBH-BT.

Sinteticamente, além das festividades que marcam o aniversário das cidades essa agenda inclui:

- ✓ Eventos voltados à Educação ambiental, capacitação e treinamentos;
- ✓ Eventos de grande público, especialmente agropecuários (feiras de negócios, festa de peão, rodeio, exposição agropecuária, etc.);
- ✓ Festas típicas;
- ✓ Datas comemorativas definidas em calendário.

A base da economia regional é a agricultura e a agropecuária, com destaque para a produção de cana-de-açúcar e a comercialização de bovinos. Configura-se como fronteira de expansão do cultivo de cana-de-açúcar no Estado. Na agroindústria destacam-se indústrias sucroalcooleiras, frigoríficas, calçadista, de massas, de polpas de frutas, de processamento de leite em pó, de curtimento de couro, de desidratação de ovos, entre outras.

Os principais rios da área são, além do Tietê: Paraná, Água Fria, Rio das Oficinas, Ribeirão Santa Bárbara, Ribeirão dos Ferreiros, Ribeirão Mato Grosso, Rio dos Patos, Ribeirão Lajeado, Córrego dos Baixotes e Ribeirão Bagaçu. Em relação aos reservatórios, os mais relevantes são os das usinas hidrelétricas Três Irmãos e Nova Avanhandava, que integram a hidrovia Tietê-Paraná.

7 COMITÊ DA BACIA HIDROGRÁFICA DO BAIXO TIETÊ

O Comitê da Bacia Hidrográfica do Baixo Tietê foi instalado em 26/08/1994, em Assembleia realizada em Penápolis, sendo o segundo Comitê a ser criado no Estado de São Paulo (o Comitê das Bacias Hidrográficas dos Rios Piracicaba, Capivari e Jundiá – CBH-PCJ – foi o primeiro, tendo sido instalado no dia 18 de novembro de 1993), em atenção à demanda da sociedade civil.

É composto por plenária tripartite que após mudança do Estatuto (2022) passou a contar com 33 membros que representam (de forma tripartite), os 42 municípios da foz do rio Tietê, estando sua sede no DAEE (Departamento de Águas e Energia Elétrica, o órgão gestor dos recursos hídricos do Estado de São Paulo) em Birigui, local da Secretaria Executiva.

Com área de 15.471 km² e 800 mil habitantes, a região do CBH-BT abrange as hidrelétricas de Nova Avanhandava e Três Irmãos, reunindo imenso potencial turístico e disponibilidade de água. É servida por rodovias, hidrovia e universalização do saneamento básico para 99,5% da população, com tratamento de 95% dos esgotos gerados.

O CBH-BT realiza a cobrança pelo uso dos recursos hídricos desde 01/01/2013, aprovada pelo Decreto 56.504 de 09/12/2010.

Calcada nos princípios da descentralização e da participação, a política nacional de recursos hídricos (Lei n. 9433/97) instituiu a bacia hidrográfica como unidade de gestão. Para tanto, foi idealizada a figura do Comitê de Bacia Hidrográfica, órgão colegiado formado por representantes da sociedade civil e do poder público. Com caráter normativo, deliberativo e jurisdicional, trata-se de um órgão público, mantido por recursos públicos e vinculado organicamente à estrutura administrativa de um estado, do Distrito Federal ou da União.

Existem comitês de rios federais que estão vinculados diretamente à Secretaria de Recursos Hídricos (SRH), e os comitês de rios estaduais vinculados aos órgãos de gestão dos estados. São Paulo é o estado brasileiro que possui um número maior, com 22 comitês; seguido de Minas Gerais, que possui 17; e do Rio Grande do Sul, com 16.

Essas organizações desempenham um papel estratégico na política nacional de recursos hídricos. Por um lado, sintetizam os princípios da lei: são os órgãos que materializam a descentralização da gestão, contam com a participação dos três setores da sociedade e têm a bacia hidrográfica como unidade de gestão. Assim, o êxito de seu funcionamento em certa medida significa o êxito da própria política das águas. Sua legitimidade tem sido conferida não apenas pela própria lei e pelas políticas nacional e estaduais, mas por políticas paralelas que têm sido implementadas tanto no âmbito nacional como no estadual e, em alguns casos, até no municipal.

7.1 Estrutura organizacional

O Estatuto do CBH-BT foi aprovado em 22/10/1998 e atualizado em 25/11/2022, aprovado pela DELIBERAÇÃO CBH-BT nº 208/2022. Dispõe sobre a sua estrutura organizacional, define objetivos, competências, organização e composição, reuniões e procedimentos para o seu funcionamento.

7.1.1 Plenário

O Plenário do CBH-BT, assegurada a paridade de votos entre os Órgãos do Estado, Municípios e Sociedade Civil Organizada, será composto por 33 membros (abaixo relacionados), com direito a voz e voto (artigo 6º da Deliberação CBH-BT 208/2022):

I- onze representantes do Governo do Estado, sendo 1 (um) titular com 1 (um) suplente para cada vaga, com um voto cada vaga, de órgãos e entidades (secretarias, autarquias, fundações, companhias, institutos, empresas) cujas atividades envolvam questões relacionadas com recursos hídricos, designados pelos titulares dos órgãos e entidades representadas e que, prioritariamente, exerçam suas funções em unidades regionais localizadas na bacia hidrográfica do Baixo Tietê;

II- onze Prefeitos dos Municípios com sede na bacia hidrográfica do Baixo Tietê, sendo 1 (um) titular com direito a um voto para cada vaga, permanecendo os demais Prefeitos como suplentes, onde, após iniciada a reunião, exercerão provisoriamente a titularidade até seu término, sendo a preferência atendida pela ordem de assinatura na lista de presença;

III- onze representantes de organizações civis, sendo 1 (um) titular com 1 (um) suplente para cada vaga, onde o suplente poderá ser de outra entidade da mesma categoria, com um voto para cada vaga, escolhidos em reunião plenária das distintas categorias abaixo relacionadas:

a) dois votos para entidades representantes de usuários de água do setor de saneamento básico;

b) dois votos para entidades representantes de usuários de água do setor comercial e industrial;

d) um voto para entidades representantes de usuários de água do setor rural;

e) um voto para universidades, institutos de ensino superior e entidades de pesquisa e desenvolvimento tecnológico privados, com interesse na área de recursos hídricos, que atuem ou

tenham atuado no desenvolvimento de projetos, estudos, pesquisas, ou outras atividades diretamente relacionadas às questões ambientais ou específicas de recursos hídricos;

f) dois votos para sindicatos profissionais, associações técnicas não governamentais que atuem ou tenham atuado no desenvolvimento de projetos, estudos, pesquisas, ou outras atividades diretamente relacionadas às questões ambientais ou específicas de recursos hídricos, na área de atuação do CBH-BT;

g) três votos para entidades ambientalistas, consórcios intermunicipais e associações comunitárias, cooperativas e associações de recicladores que tenham atividade diretamente relacionadas às questões ambientais ou específicas de recursos hídricos, no território do CBH-BT;

§ 1º - a composição dos Prefeitos titulares eleitos deverá representar mais de 50 % (cinquenta por cento) da população da bacia hidrográfica, mantendo a proporção de **sete** municípios com sede na margem esquerda do Rio Tietê e **quatro** municípios com sede na margem direita;

Aos membros do CBH-BT com direito a voto compete:

I – Apresentar propostas, pedir vista de documentos, discutir e votar todas as matérias submetidas ao CBH-BT;

II – Solicitar ao Presidente a convocação de reuniões extraordinárias, na forma prevista no Art. 17 deste Estatuto;

III – Propor a criação de unidades organizacionais regionais ou especializadas, bem como de subcomitês, integrando-os quando indicado pelo Plenário;

IV – Votar a ser votado para os cargos previstos neste Estatuto;

V – Indicar, quando necessário, pessoas ou representantes de entidades, públicas ou privadas, para participar de reuniões específicas do CBH-BT, com direito a voz, obedecidas as condições previstas neste Estatuto;

VI – Verificar junto à Secretaria Executiva a utilização dos recursos financeiros utilizados em custeio e investimentos do CBH-BT.

O mandato dos membros do CBH-BT tem duração de 2 (dois) anos, encerrando-se no dia 31 de março dos anos ímpares, permitida a recondução.

7.1.2 Presidência

O relacionamento do CBH-BT com o Conselho Estadual de Recursos Hídricos – CRH se dará por meio de seu Presidente, a quem cabe:

I – Representar o CBH-BT, ativa e passivamente;

II – Presidir as reuniões do Plenário;

III – Determinar a execução das deliberações do Plenário, através da Secretaria Executiva;

IV – Credenciar, a partir de solicitação dos membros do CBH-BT, pessoas ou entidades públicas ou privadas, para participar de cada reunião, com direito a voz e sem direito a voto, bem como os seus representantes;

V – Tomar medidas de caráter urgente, submetendo-as, na reunião imediata, à homologação do Plenário;

VI – Manter o CBH-BT informado das discussões que ocorrem no CRH.

7.1.3 Vice-Presidência

O CBH-BT contará com um Vice-Presidente, cujo mandato coincidirá com o do Presidente, e deve substituí-lo em seus impedimentos quando estes ocorrerem por até 60 (sessenta) dias. Compete a ele, na vacância por período superior a 60 (sessenta) dias do cargo de Presidente, convocar eleição para preenchimento daquele cargo no máximo em sessenta dias a partir da comunicação.

7.1.4 Secretaria Executiva

O CBH-BT conta com uma Secretaria Executiva, coordenada por um Secretário Executivo eleito pelo CBH-BT, cujo mandato coincide com o do Presidente. Ela exerce as suas funções em articulação com o CORHI, com o apoio dos Órgãos do Estado, dos Municípios e da Sociedade Civil. No caso de vacância do Presidente e do Vice-Presidente, o Secretário Executivo, assume interinamente a Presidência do Comitê para efeito de convocações de eleição para preenchimento daqueles cargos.

São atribuições da Secretaria Executiva:

- I – Promover a convocação das reuniões, organizar a Ordem do Dia, secretariar e assessorar as reuniões do CBH-BT;
- II – Tomar as medidas necessárias ao funcionamento do CBH-BT e dar encaminhamento a suas deliberações, sugestões e propostas;
- III – Fazer publicar, no Diário Oficial do Estado, as decisões do Comitê;
- IV – Participar, com o CORHI – a) na promoção da integração entre os componentes do SIRGH que atuam na Bacia do Baixo Tietê, bem como a articulação com o setor privado e a Sociedade Civil; b) na elaboração da proposta do Plano da Bacia, assim como o relatório sobre “A Situação dos Recursos Hídricos das Bacias Hidrográficas”, promovendo as articulações necessárias; c) na promoção da articulação com os Estados vizinhos e a União, para a gestão dos Recursos Hídricos da Bacia Hidrográfica do Baixo Tietê.
- V – Elaborar e submeter à aprovação do Comitê, orçamento anual de utilização de recursos financeiros para custeio e investimentos do Comitê;
- VI – Prestar contas ao COFEHIDRO e ao Comitê dos resultados da utilização dos recursos financeiros para custeio e investimentos do Comitê;
- VII – Apresentar lista atualizada contendo a população de cada município, que servirá de base para a composição do segmento dos Municípios, nas eleições previstas no § 4º do Art. 7º do Estatuto.

7.1.5 Câmaras Técnicas

As Câmaras Técnicas são grupos de trabalho que possuem caráter consultivo e permanente para assessorar o CBH-BT nos seus trabalhos. São compostas por membros dos três segmentos da sociedade desenvolvem anualmente uma média de 19 reuniões, onde são discutidas a viabilidade dos projetos apresentados pelos tomadores para financiamento junto ao FEHIDRO (Fundo Estadual de Recursos Hídricos), a construção do Relatório de Situação entre outras demandas de interesse do Comitê. De forma geral, desenvolvem pareceres para subsidiar as decisões da plenária. O CBH-BT conta com 7 (sete) Câmaras instaladas:

- A) CT-AI (Câmara Técnica de Assuntos Institucionais) – Sua atribuição é verificar se as ações e questões trabalhadas dentro do Comitê são de competência do CBH-BT e garantir que o trabalho do Comitê esteja dentro das Legislações pertinentes;
- B) CT-DS (Câmara Técnica de Desenvolvimento Sustentável)



- C) CT-OL (Câmara Técnica de Outorgas e Licenças) – Propor diretrizes para integração de procedimentos, entre as instituições responsáveis pelas ações de outorga e de licenciamento ambiental, relacionadas com a gestão de usos múltiplos dos recursos hídricos; propor ações conjuntas entre as instituições, no sentido de simplificar e otimizar os procedimentos a esta gestão; propor procedimentos e ações conjuntas, para solução de conflitos, relativos aos usos múltiplos dos recursos hídricos; outras, que vierem a ser delegadas pelo CRH;
- D) CT-PA (Câmara Técnica de Planejamento e Avaliação) – Acompanhar, analisar e emitir pareceres sobre o Plano Estadual de Recursos Hídricos e sobre o Relatório de Situação dos Recursos Hídricos do Estado; analisar os projetos a serem financiados com os recursos do FEHIDRO e pela Cobrança, oferecendo subsídios para a discussão e deliberação do assunto pelo plenário; atender, dentro de suas competências e quando solicitadas pelo CRH, outras atividades correlatas;
- E) CT-RN (Câmara Técnica de Conservação e Proteção dos Recursos Naturais) – Dentre as suas diversas atribuições estão: Analisar e manifestar-se sobre propostas ou questões referentes à Proteção dos elementos hidrológicos (nascentes, cursos d’água, lagos, lagoas marginais, brejos, entre outros), priorizando os mananciais de abastecimento público; Gestão florestal e demais coberturas vegetais protetivas, em especial de florestas nativas, de relevante importância para os recursos hídricos; Conservação e proteção do solo, para conservação dos recursos hídricos, evitando os efeitos nocivos da degradação, erosão e da poluição dos solos de terra alta e da planície de inundação de contorno, tanto no meio urbano como no rural; Proteção dos recursos hídricos quanto às atividades antrópica; Contribuir para a conservação e proteção da água no meio rural e urbano, através de Planejamento ambiental, com a implantação do “Plano Diretor para recomposição florestal visando a conservação de água das Bacias Hidrográficas; Fomento e apoio da criação de programas de Recuperação Ambiental, de Pagamento por Serviços Ambientais - PSA, de implantação de Áreas de Proteção e Recuperação de Mananciais de Interesse Regional; Fomento de práticas conservacionistas de manejo do solo; Apoio na elaboração de Relatórios de Situação de Recursos Hídricos e do Plano de Bacias Hidrográficas; Fomento de diagnósticos, levantamentos e estudos, assim como a criação de indicadores de sustentabilidade e incentivos, para Recuperação e Proteção Ambiental da Bacia hidrográfica do Baixo Tietê, contemplando: monitoramento da vazão dos rios, da cobertura vegetal, proteção e manejo da fauna, da sedimentria, da vazão ecológica, entre outros;
- F) CT-SAN (Câmara Técnica de Saneamento) – Discutir e propor o Plano Regional de Saneamento Ambiental, para integrar o Plano Estadual de Saneamento e suas atualizações; promover estudos, divulgação e debates a respeito dos programas prioritários de ações, serviços e obras a serem realizados no interesse da coletividade; discutir e propor o relatório anual sobre “A Situação da Salubridade Ambiental da Região”; acompanhar a aplicação de recursos financeiros;
- G) CT-TEA (Câmara Técnica de Turismo e Educação Ambiental) – Discutir, analisar e propor mecanismos de articulação e cooperação entre o poder público, os setores usuários e a sociedade civil quanto à educação ambiental e a capacitação em recursos hídricos.

7.1.6 Grupo de Trabalho

O Grupo de Trabalho (GT) para a Revisão do Plano de Metas do Plano de Bacia – Deliberação CRH N° 188 de 09/11/2016 – foi constituído por representantes dos 42 municípios

que integram a Bacia do Baixo Tietê e por 3 técnicos de cada uma das 7 Câmaras Técnicas do Comitê da Bacia.

A tarefa do GT é auxiliar na construção de relatórios de situação por meio da leitura de indicadores e demais informações para cada uma das seis regiões definidas pelo Plano de Bacia que compõem a UGRH- 19.

7.1.7 Reuniões e procedimentos

O CBH-BT reúne-se ordinariamente duas vezes por ano, sendo uma reunião por semestre e, extraordinariamente quando convocado pelo seu Presidente, ou por número equivalente à maioria simples do total de votos do Comitê. Tanto as reuniões ordinárias quanto as extraordinárias do CBH-BT são públicas. E, salvo disposição em contrário, as deliberações são tomadas por aclamação ou em sua impossibilidade, por maioria simples dos presentes.

O CBH-BT também pode realizar audiências públicas para discutir:

- I – A proposta do plano de utilização, conservação, proteção e recuperação dos recursos hídricos da bacia do Baixo Tietê;
- II – A proposta de enquadramento dos corpos d'água,
- III – Outros temas considerados relevantes ao CBH-BT.

7.2 Instrumentos de Gestão

São instrumentos da Política Nacional de Recursos Hídricos (Lei nº 9.433, de 8 de janeiro de 1997):

1. Planos diretores de recursos hídricos;
2. Enquadramento dos corpos de água em classes, segundo os usos preponderantes;
3. Outorga de direito de uso dos recursos hídricos;
4. Cobrança pelo uso da água;
5. Compensação a municípios;
6. Sistema nacional de informações sobre recursos hídricos como instrumentos a serem utilizados para o planejamento e gestão das águas no país.

Destes, competem ao CBH-BT:

1. Aprovar o Plano de Recursos Hídricos da Bacia, assim como acompanhar a sua execução, e sugerir as providências necessárias ao cumprimento de suas metas;
2. Propor o enquadramento dos corpos d'água;
3. Propor ao Conselho Nacional e aos Conselhos Estaduais de Recursos Hídricos as acumulações, derivações, captações e lançamentos de pouca expressão, para efeito de isenção da obrigatoriedade de outorga de direitos de uso de recursos hídricos, de acordo com os domínios destes;
4. Estabelecer os mecanismos de cobrança pelo uso de recursos hídricos e sugerir os valores a serem cobrados.

7.3 Instrumentos de Gestão Implementados

Dos referidos Instrumentos de Gestão, o CBH-BT implementou:



1. **Plano da Bacia Hidrográfica do Baixo Tietê- PBH-BT** – Elaborado no ano de 2008, o Plano de Bacia (PBH) da UGRHI 19 constitui-se em um dos mais importantes instrumentos de gestão e gerenciamento dos recursos hídricos, sendo este uma exigência da Política Estadual de Recursos Hídricos, que deve ser cumprida por todos os Comitês de Bacia Hidrográfica do Estado de São Paulo.

Revisado o Plano de Ação e Programa de Metas que viria constituir o Plano de Bacia (2015-2029), o PBH foi aprovado pela Deliberação CBH-BT n° 138/2014.

Contudo, em decorrência da publicação da Deliberação CRH n° 146/2012, de 11 de dezembro de 2012, Deliberação CRH n° 188/2016, de 09 de novembro de 2016, referendada em 14 de dezembro de 2016, bem como, da Deliberação CRH n° 190, de 14 de dezembro de 2016, o referido PBH necessitou ser reestruturado a fim de atender as novas normas.

Feito isso, o PBH-CBH-BT vislumbra o período compreendido de 2016 a 2027, divididos em 3 (três) quadriênios, com ações, metas e prioridades. As metas e ações foram organizadas de acordo com os PDCs – Programas de Duração Continuada, segundo Deliberação CRH n° 188/2016 e 190/2016.

Presentemente, o PBH-BT passa por nova atualização afim de atender as normativas do Estado, além de se manter em consonância com as reais demandas e prioridades da Bacia.

Uma das principais características apresentadas no plano é a participação de todos os segmentos envolvidos no Gerenciamento dos Recursos Hídricos da Bacia, a Sociedade Civil, Prefeituras e Estado, permitindo a realização de um Plano que atendesse a expectativas de soluções dos problemas ambientais com sustentabilidade, para a Bacia em estudo.

2. **Relatório de Situação da Bacia**– elaborado anualmente, o Relatório de Situação dos Recursos Hídricos está previsto no Artigo 19 da Lei n° 7.663, de 30 de dezembro de 1991 e constitui-se um importante instrumento de gestão, objetivando o monitoramento da quantidade e do balanço entre demanda e disponibilidade dos recursos hídricos e avaliação da eficácia do Plano de Bacia Hidrográfica, trazendo assim, transparência à administração pública e subsídios às ações dos Poderes Executivo e Legislativo de âmbito municipal, estadual e federal. A elaboração deste Relatório de Situação no Baixo Tietê está sob a coordenação da Secretaria Executiva do Comitê com colaboração dos técnicos da CRHi, principalmente, dos membros do Comitê como um todo, e das Câmaras Técnicas.
3. **Plano de Ação e Programa de Investimento**- Aprovado por deliberação, essa planilha define as linhas de investimento do Colegiado, classificadas em Programas de Duração Continuada- PDC's e Sub-PDC's. Determinando percentuais máximos ao longo do período determinado no Relatório de Situação.
4. **Enquadramento dos corpos de água em classes, segundo os usos preponderantes** – Conforme CETESB (2016), “os corpos de água doce superficial, ou trechos destes, situados no território do Estado de São Paulo foram enquadrados conforme a classificação prevista no artigo 7° do Decreto n. 8.468/76, pelo Decreto Estadual 10.755 de 22 de novembro de 1977”. Na Bacia do Baixo Tietê os corpos d'água foram enquadrados nas classes 2, 3 e 4;



5. **Outorga de direito de uso dos recursos hídricos** – Conforme a Lei nº 9.433/1997 (Lei das Águas), as diretrizes e os critérios principais para análise de outorgas quanto aos aspectos de qualidade das águas são estabelecidos pelo enquadramento, definidos pelo Comitê de Bacia e aprovados pelo Conselho de Recursos Hídricos;
6. **Cobrança pelo uso dos recursos hídricos** – O Comitê de Bacia do Baixo Tietê com base na Lei nº 12.183, de 29 de dezembro de 2005 e o Decreto nº 50.667, de 30 de Março de 2006 que disciplina a cobrança pelo uso da água no Estado de São Paulo, aprovou a Deliberação CBH-BT nº 090/2009 de 14/08/2009, posteriormente retificada pela Deliberação CBH-BT nº 093/2009 de 17/11/2009, que definiu os critérios para implantação da cobrança pelo uso dos recursos hídricos de domínio do Estado de São Paulo, na bacia hidrográfica do Baixo Tietê.

7.4 Estrutura de Comunicação

A estrutura de comunicação implementada pelo projeto Núcleo de Planejamento e Comunicação do CBH-BT, é constituída por:

- ✓ Um site próprio e dinâmico que possa servir de fonte de pesquisa e informação para vários interesses aos habitantes da bacia do Baixo Tietê;
- ✓ Canais oficiais em mídias sociais que possam alcançar públicos específicos, como facebook, instagram, youtube;
- ✓ Gravação de 01 podcast mensal Minuto das Águas, esse áudio traz informação didática ao cidadão seja ele técnico ou não;
- ✓ Produção de um Informativo Trimestral (04/ano), trazendo resumo de todas as matérias relevantes e ações publicadas em todas as mídias oficiais do CBH-BT;
- ✓ Produção de uma revista anual “FOZ DO TIETÊ”- resumo dos principais acontecimentos relacionados aos recursos hídricos, enfatizando aqueles com impacto ou ocorrência na Bacia,
- ✓ Produção de artigos próprios, publicados em jornais, rádios, web rádios, da região.
- ✓ Envio de newsletter semanal distribuído por meio de um mailing que contém 640 endereços eletrônicos, obtidos diretamente pelo Núcleo de Comunicação, durante levantamento em prefeituras, câmaras legislativas, sindicatos, associações, instituições de ensino, instituições públicas e privadas sediadas na Bacia.
- ✓ Envio de newsletter e comunicados por meio de lista de transmissão;
- ✓ Grupos de whatsapp para cada uma das Câmaras Técnicas do Colegiado.

Toda essa estrutura é operacionalizada pela equipe técnica do Núcleo de Comunicação, que além de dinamizar todos os veículos supra descritos, também realiza suporte as ações de comunicação de todos os eventos diretamente realizados pelo Colegiado: Assembleias, reuniões de Câmaras Técnicas, fóruns, treinamentos, além do atendimento ao público interno e externo.

Anteriormente, na ausência de investimentos específicos e profissionais qualificados para o desenvolvimento das ações de comunicação, o processo de transmissão de informação entre um emissor e um receptor do CBH-BT esteve, desde a sua instalação, era restrito às seguintes ações:

- ✓ **Assembleias Gerais**, embora abertas a toda sociedade, na prática ficam restritas aos representantes do Colegiado e eventuais convidados, os quais tomam conhecimento da reunião devido aos esforços exaustivos da Secretaria Executiva do CBH- BT.

- ✓ **Reuniões das Câmaras Técnicas**, que possuem uma agenda prévia e rotina estabelecida ao longo do ano;
- ✓ **Site** disponível em <http://www.sigrh.sp.gov.br/cbhbt/apresentacao>, com informações importantes, porém demandam melhor organização e atualização;
- ✓ **Banners** – Usados para identificação em eventos;
- ✓ **E-mails corporativos** (cbh-bt@uol.com.br) – Para informes a autoridades e ao Terceiro Setor e convocações dos integrantes do Comitê;
- ✓ **Logomarca** – Identificação visual básica;
- ✓ **Papelaria** – Papel e envelopes timbrados para o envio de correspondências.
- ✓ **Organização de eventos** – Planejamento das necessidades operacionais para assembleias, encontros, reuniões etc., como recepção, disponibilização de espaços, materiais etc.;
- ✓ **WhatsApp** – As sete Câmaras Técnicas possuem grupos para troca de informações e agendamento de reuniões.

Além da estrutura operante, o presente Plano de Comunicação e Branding, descreve as ações e metas necessárias à consolidação e ampliação do alcance comunicacional do Comitê de Bacia.

Sendo necessário, portanto, implementar as seguintes medidas:

- ✓ Assessoria de imprensa para estreitar e abastecer com informações do colegiado os veículos regionais de comunicação (jornais impressos e digitais e rádios difusoras);
- ✓ Realização de palestras, workshops, hackatons e meetups junto as instituições de ensino regionais;
- ✓ Utilização/distribuição de colecionáveis (bonés, mochilas, agendas, adesivos, camisetas etc) junto à públicos de interesse estratégico;
- ✓ Utilização de mockups (totens), painéis etc para reforço de marca e imagem;
- ✓ Potencialização do uso de espaço próprio para recepção de visitantes, excursões educacionais etc (biblioteca temática, exibição de filmes, realização de eventos etc)
- ✓ Utilização das metodologias ágeis para comunicação interna e externa (formulários digitais e compartilhados, listas de transmissão, chatbots, plataformas de processos de trabalho etc);
- ✓ Confeção de informativos e revistas periódicos (impressos e digitais);
- ✓

7.4.2 Justificativa

A estrutura de comunicação implementada durante as fases 1 e 2 do projeto NPCI-BT, constantes na primeira edição do Plano de Comunicação (iniciado em 2020), alcançaram resultados significativos no que diz respeito a publicidade do Comitê na região em que atua.

Esse trabalho pioneiro no CBH-BT, conseguiu estabelecer um marco importante para a imagem do colegiado, não apenas na região alvo, como também possibilitou seu alcance para o mundo, uma vez que, a presença nas mídias digitais possibilita o acesso via internet de qualquer um, em qualquer lugar.

A conquista de milhares de usuários do site e de seguidores nas mídias sociais, por meio de uma gestão estratégica de temas, impulsionamentos, confirmam essa aderência.

O planejamento das atividades de comunicação mostrou-se essencial, fato é que, quando da interrupção do projeto (NPCI), entre as fases 1 e 2 (análise do Agente Técnico e Financeiro do FEHIDRO, aprovação, etc), constatou-se uma queda expressiva das visitas e acessos as mídias. Assim que retomada, a curva de crescimento retomou rapidamente, comprovando sua importância e aceitação junto ao público alvo.

Portanto, é fundamental que as atividades continuem e se aperfeiçoem a cada dia, com o propósito de oferecer cada vez mais informação de qualidade a todos interessados e garantir a importância e reputação do Comitê em sua região.

Sendo assim, a comunicação corporativa no CHB-BT assume papel extremamente relevante, ainda mais nos tempos atuais, quando a velocidade das mudanças que ocorrem em todos os campos (político, econômico, social, tecnológico, ecológico etc.), conduz as organizações a um novo comportamento institucional perante a opinião pública e a sociedade.

De forma absoluta, é possível afirmar que a comunicação corporativa é um item fundamental para que o CBH-BT propicie visibilidade social do Comitê como fórum de representação, negociação e orquestração dos rumos da gestão dos recursos hídricos nas respectivas bacias hidrográficas, zelando pelo uso adequado e sustentável da água.

8 METODOLOGIA DE TRABALHO

Conforme descrito inicialmente, este Plano de Comunicação e Branding é parte integrante do esforço do Colegiado em atender as metas do Programa PROCOMITÊS.

Dentre as oportunidades de implementação do sistema de comunicação do CBH-BT, foi proposto pela Câmara Técnica de Turismo e Educação Ambiental a criação do Núcleo de Planejamento e Comunicação Integrada do Baixo Tietê. Projeto estratégico de interesse regional, tendo como contratante a Associação dos Engenheiros e Arquitetos de Promissão (Assenap) e executora a empresa Oikos Terra Assessoria em Planejamento Ambiental.

A equipe envolvida no projeto de comunicação utiliza plataforma online compartilhada de gerenciamento de projetos (notion), garantindo assim fluidez e agilidade na execução das demandas de trabalho ficando, portanto, tudo devidamente registrado.

A publicação dos conteúdos produzidos, publicados, exibidos e compartilhados ficam registradas nos próprios sistemas estatísticos das plataformas que oferecem relatórios precisos dos usuários e respectivo comportamento.

A assessoria de imprensa, que mantém o relacionamento com os veículos de comunicação regionais e distribui os conteúdos (artigos, comunicados, matérias, spots etc), registra relatórios, links e prints de material divulgado.

Envio de e-mails e mensagens pelo whatsapp também ficam devidamente arquivados na própria plataforma mensageira, podendo ser acessada/buscada a qualquer momento.

Enfim, a maioria do material produzido pelo Núcleo no processo de publicidade, resulta num grande acervo documental e de resultados estatísticos.

9 DIAGNÓSTICO

A revisão do Plano de Comunicação e Branding do CBH-BT foi pautada no monitoramento das análises estatísticas das plataformas utilizadas (site, redes sociais, canais próprios), bem como das interações realizadas com os usuários.

De modo que, presentemente, pode realizar adequações assertivas, que irão direcionar o Colegiado no alcance do seu propósito: ***garantir água em quantidade e qualidade para manutenção da vida.***

9.1 Mapeamento de público

Como a premissa do CBH-BT é ser amplo e múltiplo, os públicos com os quais se relaciona são os mais diversos, de autoridades a ONGs, passando por empresários, produtores rurais e trabalhadores, assim como público em geral.

De forma macro e para fins delimitação torna-se viável distinguir os públicos em interno e externo., pode-se resumir o público

✓ Interno

- Equipe executiva do CBH-BT;
- 33 integrantes do Comitê e respectivos suplentes;
- Integrantes das Câmaras Técnicas;
- Prefeitos dos 42 municípios integrantes do CBH-BT;
- Funcionários do DAEE, Cetesb, Polícia Militar Ambiental.

As expectativas do público interno em relação a como a comunicação pode contribuir com o CBH-BT giram em torno de mais engajamento, comprometimento, dedicação, produtividade e resultados deste próprio público.

✓ Externo

- Fórum Nacional de Comitês de Bacias Hidrográficas;
- Imprensa;
- Órgãos gestores;
- Poder Público (Executivo, Legislativo e Judiciário);
- Rede de Organismos de Bacias;
- Sociedade Civil – 745.688 habitantes dos 42 municípios que compõem a Bacia Hidrográfica do Baixo Tietê;
- Usuários de recursos hídricos.

No que diz respeito ao público externo, as expectativas do CBH-BT vão desde apoio financeiro, jurídico, legal e operacional, a compromisso, conhecimento técnico, abertura para o diálogo, articulação política, difusão de ações e geração de credibilidade.

✓ Estratégico

- Grandes usuários de água;
- Produtores rurais;
- Universidades.

Repetem-se com o público estratégico parte das expectativas do Comitê com o público externo, como conhecimento técnico, compromisso, abertura para o diálogo, difusão de ações e geração de credibilidade. Soma-se a isso a esperança na compreensão da cobrança pelo uso da água e da responsabilidade na execução de ações que contribuam com a gestão dos recursos hídricos.

9.2 Análise das ferramentas de comunicação existentes

- Site próprio oficial – Criado em 2021, atualmente conta com mais de 9,5 mil usuários únicos e já figura nos resultados principais de busca do google. O portal está se tornando referência em sua área na região. Não há outro site ou canal especializado em recursos hídricos e meio ambiente na região. Leva notícias, informações, agenda, promoções etc, sempre levando pautas locais (em sua maioria) e globais (de interesse público);



- Mídias sociais do Meta – Facebook e Instagram, conta com publicações periódicas intensivas (praticamente uma nova publicação todos os dias);
 - Canal próprio no Spotify/Minuto das águas – Canal exclusivo, público e gratuito na principal plataforma de áudio do mundo. Os spots ficam disponíveis 24h por dia, 7 dias por semana e também são “tocados” em pelo menos 10 importantes rádios difusoras da região. Spots de aproximadamente 90 segundos, os quais vem se consolidando como um marco regional e conquistando cada vez mais audiência;
 - Canal no Youtube – Apresenta vídeos de produção própria e de terceiros. Já conta com url própria e centenas de minutos totais de visualização dos vídeos.
 - Assessoria de imprensa – Mantem relacionamento significativo com os principais veículos de comunicação da região (rádios, jornais e TVs), garantindo a publicação de artigos, matérias e spots periodicamente do conteúdo do Comitê.
 - Mensageiros digitais – Através do E-mail e WhatsApp do Núcleo, as listas qualificadas obtidas através do newsletter e cadastro interno, recebem informações constantes sobre as atividades do Comitê;
 - Arte e Design – Manual de marca, criativos, animações, editoração de vídeos e demais demandas são realizadas com qualidade e agilidade para garantir a imagem e identidade visual do Comitê;
 - Plataforma de gerenciamento de processos – Notion. Onde tudo é organizado, elaborado, aprovado e destinado ao uso.
- ✓ **Banners** – Usados para identificação em eventos, os atuais materiais são antigos e precisam ser refeitos, com layout moderno, mais atrativos e com novas mensagens;
 - ✓ **E-mails corporativos** com domínio próprio.
 - ✓ **Logomarca** – O layout reúne elementos relativos principalmente à água e vegetação, sendo uma vela no meio de um rio, com vegetação nas margens e céu azul, e o nome do Comitê na parte inferior. O fato de ter formato quadrangular facilita a sua aplicação. Embora o layout tenha formas e elementos antiquados e suscite reformulação, há de se considerar o fator afetivo, pois é a primeira e única logomarca desde o início do CBH-BT, e que continua cumprindo o seu objetivo.
 - ✓ **Organização de eventos** – Realizado pela Secretaria Executiva do Comitê e pelos Coordenadores das Câmaras Técnicas com suporte da equipe do NPCI-BT.
 - ✓ **Papelaria** – Existem papel e envelopes timbrados do CBH-BT com a logomarca;
 - ✓ **WhatsApp** – Todas as Câmaras Técnicas possuem grupos para troca de informações e agendamento de reuniões, sendo utilizados, portanto, para a comunicação institucional interna.

✓ **WhatsApp Business**- utilizado pela equipe do NPCI mais instrumentos de interação.

9.3 Análise geral

As ferramentas e mecanismos de comunicação foram implementadas com sucesso e já garantiram audiência cativa. Os números crescem significativamente, comprovando a importância cada vez maior da presença dessas atividades junto a população do Baixo Tietê e até mesmo de outras localidades.

Portanto, a necessidade da continuidade dessas ações não pode parar. Isso ficou evidenciado quando as atividades foram reduzidas no intervalo entre as fases 1 e 2 do Plano de Comunicação. Período esse que houve considerável perda da retenção de usuários e seguidores em todos os canais. Assim que retomada, os números começaram apresentar crescimento novamente.

Com a continuidade das atividades e inclusão de novos mecanismos, os objetivos tendem a evoluir de forma consistente e ainda mais abrangente.

Nesse sentido, é imprescindível a perenização do núcleo operacional do Comitê, presentemente corresponde ao NPCI, o qual, obrigatoriamente demanda recursos para contratação de profissionais da área de comunicação, meio ambiente, especializados em temas estratégicos e nas ferramentas que serão descritas no prognóstico.



10 PROGNÓSTICO

Considerando o alicerce de comunicação construído até o momento, o qual proporcionou resultados significativos (ver item x), duas ações se tornam essenciais:

1. A manutenção das atividades, pois o conjunto de ferramentas implementadas já formou uma comunidade forte de seguidores, parceiros e colaboradores que acompanham e confiam nos conteúdos produzidos e compartilhados pelo Núcleo (notícias, informes, artigos, promoções, eventos, entrevistas, podcasts, etc).
2. A ampliação dos resultados, pois este é o objetivo estratégico do Plano de Comunicação – tornar popular a existência e importância do Comitê na comunidade em que atua.

Ferramentas e recursos necessários:

- a. Estrutura para pesquisa de pautas e consultas técnicas para produção de conteúdo;
- b. Especialistas em meio ambiente;
- c. Especialistas na produção de redação, revisão e editoração de matérias e artigos próprios;
- d. Especialistas e assinatura para uso de plataforma remota de processos de trabalho (notion.so);
- e. Especialistas para desenvolvimento contínuo, ágil e de qualidade de artes gráficas digitais sob demanda (cards, banners, fotos, logomarcas, manual de uso de marca, etc);
- f. Organizadores, coordenadores, apresentadores e operadores de audiovisual para produção de vídeos;
- g. Estúdio para gravação de vídeos;
- h. Assessoria de imprensa;
- i. Equipe de Relações Públicas – prospecção de parceiros estratégicos;
- j. Gestão de mídias sociais (facebook, instagram), canal do youtube e spotify.
- k. Estúdio, redator/a e locutor/a para produção do spot Minuto das Águas;
- l. Manutenção de domínio, hospedagem, suporte técnico, operacionalização, atualização, análise de desempenho (Analytics) e SEO (otimização dos mecanismos de busca) do site oficial comitebaixotiete.org;
- m. Impulsionamento pago nas mídias sociais;
- n. Suporte para envio de E-mail marketing, newsletter do site, listas de transmissão via whatsapp;
- o. Especialistas de suporte para uso de ferramentas ágeis de comunicação para membros e colaboradores.
- p. Oferta de colecionáveis;
- q. Banners, painéis e mockups móveis;
- r. Painel de estrada;
- s. Apresentadores, Palestrantes e Conferencistas.

Operador de audiovisual - estúdio

- ✓ **1 Técnico em Tecnologia da Informação** (TI ou profissional equivalente); 640 horas / 2,65 horas diárias, de seg. a sex. / 11 meses / R\$ 120,00 hora-técnica;



- ✓ **2 Técnicos de nível médio** (2 Jornalistas ou profissionais da área de comunicação) – 2.880 horas / 5,5 horas diárias cada um, de seg. a sex. / 12 meses / R\$ 34,60 hora-técnica;
- ✓ **1 Técnico de nível superior** (Publicitário ou profissional equivalente) – 240 horas / 1 hora diária, de seg. a sex. / 12 meses / R\$ 90,00 hora-técnica.

A interface desta equipe com o CBH-BT será efetivada por 10 integrantes do Comitê (Presidente, Vice-Presidente, Secretário Executivo e sete coordenadores das Câmaras Técnicas, sendo um por câmara).

Com as ferramentas aqui descritas, e que fazem parte do Termo de Referência, espera-se manter canais contínuos de comunicação entre o Comitê e a sociedade, de uma forma geral:

- ✓ **Anúncios off e on line** – Layouts publicitários em sites, blogs e redes sociais noticiosos. E, embora os jornais impressos tenham perdido espaço considerável para as mídias virtuais, continuam contando com credibilidade principalmente junto a formadores de opinião – executado por publicitário ou profissional equivalente (técnico de nível superior) com carga horária de 240 horas/totais para 12 meses;
- ✓ **Anúncios/Spots de rádio** – Em se tratando da região na qual a BH-BT está inserida, o rádio como meio de comunicação tem uma importância fundamental na vida do cidadão e da comunidade a que ele pertence. Embora o rádio não seja o veículo de comunicação mais acessado no Brasil perdendo para a televisão e internet, ele continua ocupando um lugar de destaque entre as mídias. Segundo o Ibope, em pesquisa efetuada no ano de 2016, 89% da população ainda ouve rádio. Ou seja, mesmo com o surgimento de múltiplas plataformas de consumo de mídia, a tradição do rádio ainda resiste. A proposta veicula spots rotativos durante a programação diária. A proposta é no menor número de emissoras, que, juntas, abranjam toda a área de cobertura do CBH-BT – executado por técnicos de nível médio (jornalistas ou profissionais da área de comunicação), com carga horária necessária de 2880 horas/totais para 12 meses, e também por executado por TI ou profissional equivalente, com carga horária de 640 horas/totais para 11 meses;
- ✓ **Assessoria de Imprensa** – Trata-se do instrumento mais eficaz para a gestão de relacionamentos entre as organizações e a mídia, visando o reconhecimento e a consolidação de uma imagem positiva junto à opinião pública. A partir dela busca-se conseguir espaço espontâneo, fazendo-se valer da credibilidade da equipe técnica executora e veículos utilizados, com o objetivo de tornar públicas notícias importantes e estratégicas para o CBH-BT. Essa conquista é feita por meio da identificação e disseminação de informações (releases, artigos e imagens), fatos e histórias relevantes que tenham apelo noticioso.

Esta solução deve ser operacionalizada por técnicos de nível médio (jornalistas ou profissionais da área de comunicação), que terão a incumbência de intermediar o relacionamento do CBH-BT com a imprensa (jornais impressos, TVs, rádios, sites e blogs noticiosos), atuando tanto proativamente quanto reativamente.

Para isto, ele necessitará manter contato frequente com as Câmaras Técnicas, assim como as prefeituras, afim de se abastecer de informações que o permitam desenvolver conteúdos para os canais de comunicação dispostos neste Plano



(releases para a imprensa, mídias sociais, newsletter, textos para folder institucional, podcast, rádio e site) – carga horária necessária de 2880 horas/totais para 12 meses;

- ✓ **Banners** – Usados para identificação em eventos, os atuais materiais são antigos, de maneira que se propõe que sejam refeitos, com layout moderno, mais atrativos e com novas mensagens – executado por publicitário ou profissional equivalente (técnico de nível superior) com carga horária de 240 horas/totais para 12 meses;
- ✓ **E-mails corporativos com domínio próprio** – Pelas razões expostas no diagnóstico, é necessário criar novos e-mails, a partir de domínio próprio, como, por exemplo comunicacao@cbhbt.com.br ou comunicacao@comitedobaixotiete.com.br, assim como endereços de mensagens eletrônicas para as câmaras técnicas – executado por profissional técnico de nível superior (TI ou profissional equivalente) com carga horária de 640 horas/totais para 11 meses;
- ✓ **Folder institucional** – Este material (impresso e com versão virtual) tem o objetivo de promover as informações institucionais, além de manter-se em um nível de competitividade, fortalecendo a imagem visual do Comitê, atraindo parceiros e firmando alianças. Composto por fotos, ilustrações, textos e outros elementos que retratam pontos fortes da marca, trará de forma breve e direta em sua estrutura uma apresentação do histórico do CBH-BT e seus objetivos – executados por técnicos de nível médio (jornalistas ou profissionais da área de comunicação), com carga horária necessária de 2880 horas/totais para 12 meses, e por técnico de nível superior (publicitário ou profissional equivalente), com carga horária de 240 horas/totais para 12 meses;
- ✓ **Identidade Organizacional** – Com a definição da missão, visão e valores, a cultura organizacional evidencia tudo aquilo que o CBH-BT significa e representa. Elaborados pelos profissionais de comunicação de nível médio (jornalistas ou profissionais da área de comunicação – com carga horária necessária de 2880 horas/totais para 12 meses), a partir dos conceitos expostos pelo Comitê, os textos servem para orientar a ação de todos que, de alguma forma, interagem com o CBH-BT;
- ✓ **Identidade Visual** – O CBH-BT possui logomarca e papelaria, logo, identidade visual, faltando definir normas e manual que ditem as possibilidades de utilização do logo, formatos, cores, planos de fundo etc., e aplicação nas mais variadas situações – executado por técnico de nível superior (publicitário ou profissional equivalente), com carga horária de 240 horas/totais para 12 meses;
- ✓ **Logomarca** – O layout reúne elementos relativos principalmente à água e vegetação, sendo uma vela no meio de um rio, com vegetação nas margens e céu azul, e o nome do Comitê na parte inferior. O fato de ter formato quadrangular facilita a sua aplicação. Embora o layout tenha formas e elementos antiquados e suscite reformulação, há de se considerar o fator afetivo, pois é a primeira e única logomarca desde o início do CBH-BT, e que continua cumprindo o seu objetivo – executado por técnico de nível superior (publicitário ou profissional equivalente), com carga horária de 240 horas/totais para 12 meses;
- ✓ **Mídias sociais** – É possível afirmar que em 2020 as mídias sociais tornaram-se os principais canais de comunicação de entidades, de forma geral, acelerando um



processo que já estava em curso antes da pandemia da Covid-19, estreitando dessa forma a relação com os seus públicos-alvo. Dessa forma, o CBH-BT precisa contar com ao menos quatro das principais redes sociais – Facebook, Instagram, YouTube e LinkedIn – executados por técnicos de nível médio (jornalistas ou profissionais da área de comunicação), com carga horária necessária de 2880 horas/totais para 12 meses, e também por TI ou profissional equivalente, com carga horária de 640 horas/totais para 11 meses;

- ✓ **Monitoramento e Clipping** – Estes dois serviços têm papel estratégico o para garantir um olhar completo sobre a imagem do CBH-BT na mídia. Isso ajudará a assessoria de imprensa a entender como a imprensa enxerga a marca, identificar gatilhos de crise, antecipar problemas, gerenciar a reputação da marca na mídia, entender os veículos que pautam a marca, obter dados para executar uma comunicação mais estratégica – executado por técnicos de nível médio (jornalistas ou profissionais da área de comunicação), com carga horária necessária de 2880 horas/totais para 12 meses;
- ✓ **Newsletter trimestral (virtual)** – O boletim informativo periódico on line deve conter notícias relevantes do Comitê para os públicos-alvo – executado por técnicos de nível médio (jornalistas ou profissionais da área de comunicação), carga horária necessária de 2880 horas/totais para 12 meses, e por técnico de nível superior (publicitário ou profissional equivalente), com carga horária de 240 horas/totais para 12 meses;
- ✓ **Papelaria** – Existem papel e envelopes timbrados do CBH-BT com a logomarca, bastando a reimpressão dos materiais – executado por técnico de nível superior (publicitário ou profissional equivalente), com carga horária de 240 horas/totais para 12 meses;
- ✓ **Podcast** – Trata-se de um material entregue na forma de áudio, muito semelhante a um spot de rádio. A diferença é que fica disponível para que o consumidor escute quando quiser, não é um programa ao vivo. Além disso, o conteúdo é criado sob demanda, na medida em que houver conteúdo relevante – executado por TI ou profissional equivalente, com carga horária de 640 horas/totais para 11 meses;
- ✓ **Revista anual impressa** – Trata-se de uma tradicional e efetiva plataforma de comunicação corporativa, com a qual o CBH-BT divulgará a sua marca e ações, compartilhando conhecimentos e construindo uma relação de confiança com os seus públicos-alvo – executado por técnico de nível superior (publicitário ou profissional equivalente), com carga horária de 240 horas/totais para 12 meses, e por técnicos de nível médio (jornalistas ou profissionais da área de comunicação), com carga horária necessária de 2880 horas/totais para 12 meses;
- ✓ **Site** – Ter um site próprio é a presença digital mínima que o Comitê precisa, sendo essencial para que ele ganhe mais visibilidade. Ele funcionará como uma vitrine, reunindo todas as informações importantes, propiciando também interação com os públicos-alvo – executado por empresa especializada;
- ✓ **WhatsApp** – Todas as Câmaras Técnicas possuem grupos para troca de informações e agendamento de reuniões, sendo utilizados, portanto, para a comunicação institucional interna. No entanto, esta ferramenta pode e deve ser otimizada com a



utilização do aplicativo WhatsApp Business em vez do WhatsApp “comum”, por propiciar mais instrumentos de interação – executado por TI ou profissional equivalente, com carga horária de 640 horas/totais para 11 meses.

Ademais, há inegável conteúdo prioritário relevante para ser levantado, sistematizado e divulgado, pelo *Núcleo de Planejamento e Comunicação Integrado do CBH-BT*, com a utilização das soluções descritas:

- ✓ Agendas ambientais dos municípios que fazem parte da BH-BT;
- ✓ Projetos executados ou programados pelos municípios e entidades tomadoras de recursos;
- ✓ Programação do CBH-BT;
- ✓ Programação das Câmaras Técnicas;
- ✓ Eventos regionais e municipais consolidados, como Fórum dos Conselhos Municipais de Meio Ambiente, Fórum de Agroecologia e Semana do Tietê;
- ✓ Outras atividades nas quais a comunicação possa ter papel importante.

Para isso, é imprescindível o apoio das prefeituras, no sentido de fornecer informações em tempo hábil sobre as suas agendas ambientais e eventos consolidados, assim como em relação aos projetos ambientais já executados pelos municípios.

Além das soluções citadas, duas outras são sugeridas para serem incluídas nos 12 meses seguintes, embora não constem do orçamento disponível para esta primeira etapa do Núcleo de Planejamento e Comunicação:

- ✓ **Pesquisas Qualitativas** – A pesquisa de abordagem qualitativa é uma relevante proposta de investigação que possibilita que os públicos-alvo tenham maior participação, apropriação do processo e dos resultados obtidos. Como dado de análise, traz riqueza quanto à realidade estudada e importante direcionamento para a comunicação, executado por empresa especializada;
- ✓ **Vídeo institucional** – É uma das ferramentas mais consagradas da comunicação corporativa, seja para apresentar uma marca ou divulgar ações. O vídeo institucional gera autoridade para a marca – executado por produtora especializada;

10.1 Formato e mecânica do trabalho

A equipe do Núcleo de Planejamento e Comunicação Integrado prestará expediente na sede do Comitê, com a carga horária descrita no Termo de Referência, e será composta pelos seguintes integrantes, para a realização periódica das atividades descritas:

- ✓ **Técnico de Tecnologia de Informação (TI ou profissional equivalente)** – (11 meses) – 640 horas (2,65 horas/dia)
 - a) **Atualização diária e gerenciamento do site e das mídias sociais** – publicação dos conteúdos produzidos no site e nas redes sociais do Comitê, assim como a utilização das ferramentas disponíveis pelas plataformas para gerar alcance, tráfego, engajamento e interação com o público;
 - b) **Gerenciamento dos e-mails corporativos** – criação, formatação e suporte técnico para questões relativas à comunicação por e-mail;

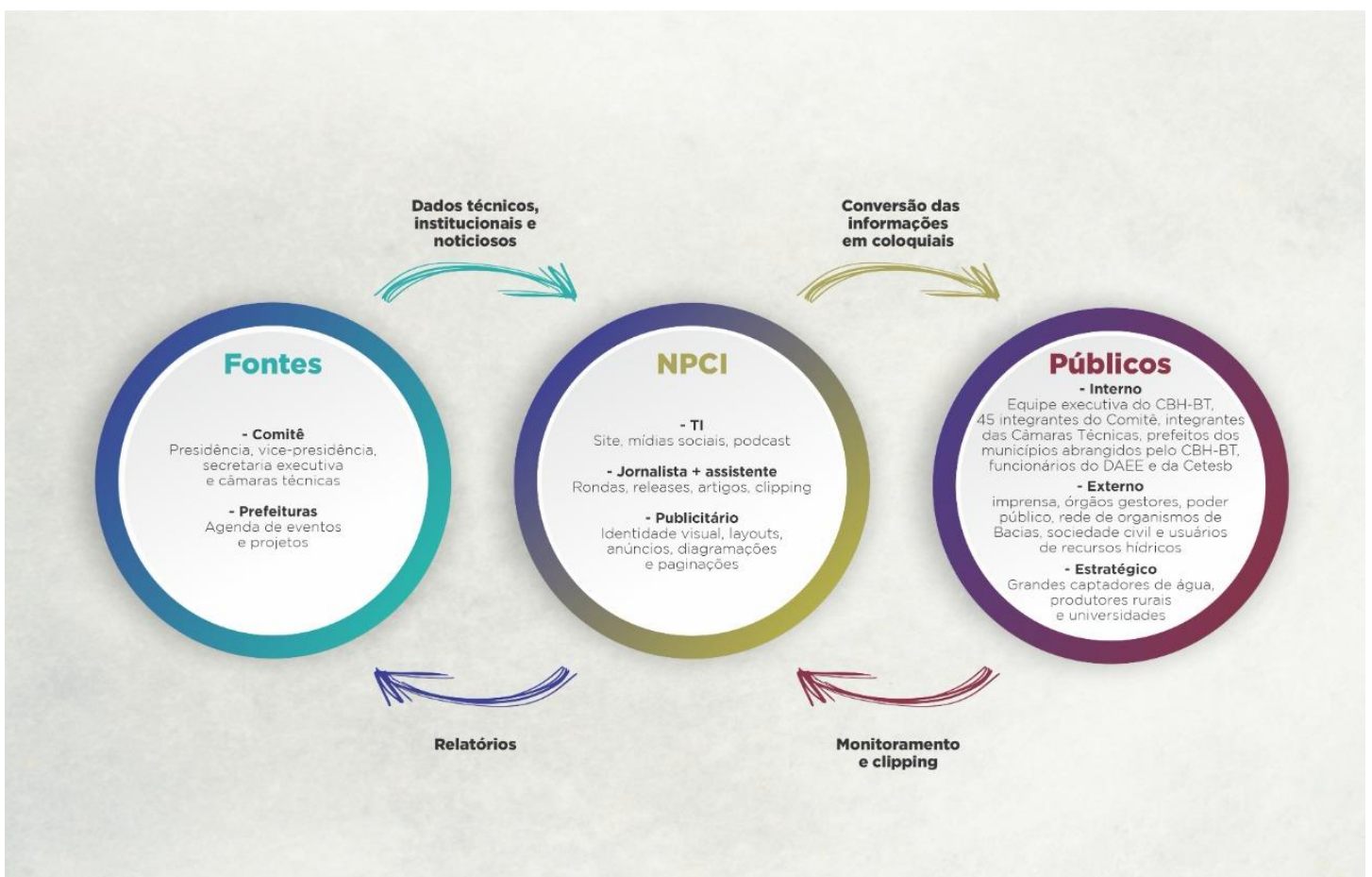


- c) **Gerenciamento do WhatsApp** – criação de grupos, formatação e uso de ferramentas business;
 - d) **Produção dos anúncios e spots de rádio, assim como dos podcasts** – Gravação, edição e montagem dos materiais informativos em áudio.
- ✓ **2 Técnicos de nível médio (jornalistas ou profissionais da área de comunicação)** – (12 meses) – 2.880 horas (5,5 horas diárias cada um, de seg. a sex.), para a realização das seguintes atividades:
- e) **Monitoramento e clipping** – Visita a sites da Grande Imprensa, dos governos Federal, Estadual e Municipais, assim como de veículos de comunicação da área de abrangência do CBH-BT para a busca de publicações que citem o Comitê e assuntos relacionados à gestão de recursos hídricos. O clipping será disposto no site e nos grupos de WhatsApp do Comitê;
 - f) **Ronda-prefeituras** – contato periódico com as prefeituras da área de abrangência do Comitê, em busca de pautas, agenda de eventos etc.;
 - g) **Ronda-coordenadores** – contato frequente com os coordenadores das câmaras técnicas, em busca de pautas, agenda de eventos etc.;
 - h) **Produção de textos** – conversão de assuntos e dados técnicos das pautas levantadas em textos (releases, artigos, spots de rádio e roteiros para vídeos) coloquiais, que sejam compreendidos e atrativos para os públicos-alvo;
 - i) **Envio de releases e gestão com a imprensa** – contato com jornalistas de sites, mídias sociais, blogs, jornais impressos, rádios e emissoras de TV, para oferecer as pautas e a construção/manutenção de canais de relacionamento;
 - j) **Atualização e gerenciamento do site e das mídias sociais** – publicação dos conteúdos produzidos no site e nas redes sociais do Comitê, assim como a utilização das ferramentas disponíveis pelas plataformas para gerar alcance, tráfego, engajamento e interação com o público;
 - k) **Produção de conteúdo para newsletter trimestral virtual e revista anual impressa** – seleção, elaboração e edição de textos e imagens para os veículos impressos próprios do CBH-BT;
 - l) **Folder institucional** – desenvolvimento de conteúdo (textos e imagens) para produção e eventuais atualizações de material básico de apresentação do CBH-BT;
 - m) **Organização de eventos** – levantamento de dados, contato com fornecedores, recepção e acompanhamento das ações;



- n) **Organização de arquivos vivos e mortos** – registro e sistematização espacial.
- ✓ **Técnico de nível superior (publicitário ou profissional equivalente)** – (12 meses) – 240 horas (1 hora diária, de seg. a sex.)
- o) **Reformulação da logomarca e desenvolvimento de Manual de Identidade Visual** – estudo e alteração gráfica dos elementos que compõem a marca do Comitê, quando e se necessário, ajustando os formatos e cores a conceitos mais modernos, e criação de um manual que padronize a aplicação da logomarca;
- p) **Papelaria** – ajustes no layout de papel timbrado, envelopes, cartões de visita impressos e virtuais para os integrantes do CBH-BT;
- q) **Criação de anúncios impressos, virtuais e banners** – desenvolvimento de layouts institucionais, de eventos, de parcerias e outras ações que forem necessários;
- r) **Folder institucional** – criação de layout de material básico (impresso e virtual) de divulgação do Comitê (o que é, o que faz, para que serve, contatos);
- s) **Newsletter trimestral on line** – diagramação e paginação de material virtual com as ações periódicas de três meses do CBH-BT;
- t) **Revista anual** – diagramação e paginação de material impresso com as ações periódicas de 12 meses do CBH-BT.

10.2 Fluxograma das ações de comunicação



11 PLANO DE AÇÕES

Este Plano é proposto para o período de 12 (doze) meses, conforme cronograma proposto no Termo de Referência do projeto NPCI.

As ações descritas no referido Termo foram adequadas conforme discussões técnicas junto à Câmara Técnica de Educação Ambiental (CT-TEA) do Baixo Tietê.

As soluções estão dispostas em ordem crescente, daquelas mais urgentes para as menos urgentes.

Solução de comunicação	Prazo de implantação	Periodicidade	Responsável
Criação do Núcleo PCI – CBH-BT	Imediatamente	Permanente	2 Técnicos de nível médio (jornalistas ou profissionais da área de comunicação) + TI ou profissional equivalente + Técnico de nível superior (Publicitário ou profissional equivalente)
Assessoria de Imprensa, Monitoramento e Clipping	Imediatamente após a contratação	Permanente	2 Técnicos de nível médio (jornalistas ou profissionais da área de comunicação)
WhatsApp	15 dias	Permanente	TI ou profissionais equivalentes
Podcast	A partir da 1ª semana da contratação	Semanal	2 Técnicos de nível médio (jornalistas ou profissionais da área de comunicação) + TI
Identidade Organizacional	30 dias	Permanente	Secretaria executiva
Identidade Visual e Logomarca	30 dias	Permanente	Técnico de nível superior (Publicitário ou profissional equivalente)
Mídias sociais	A partir do 2º mês de atuação	Permanente	2 Técnicos de nível médio (jornalistas ou profissionais da área de comunicação) + TI ou profissional equivalente + publicitário ou profissional equivalente
Papelaria e folder institucional	A partir do 2º mês de atuação	Permanente	Técnico de nível superior (publicitário)



			ou profissional equivalente) + Gráfica
Anúncios propagandas impressas	A partir do 2º mês de atuação	Permanente	Técnico de nível superior (publicitário ou profissional equivalente)
Banners	A partir do 2º mês de atuação	Permanente	Técnico de nível superior (publicitário ou profissional equivalente) + Gráfica
Spots de rádio	A partir do 3º mês de atuação	Semanal	2 Técnicos de nível médio (jornalistas ou profissionais da área de comunicação) + TI ou profissional equivalente
Site e e-mails corporativos com domínio próprio	A partir do 3º mês de atuação	Permanente	Empresa especializada e técnico de TI ou profissional equivalente
Newsletter trimestral virtual	A partir do 3º mês de atuação	Trimestral	2 Técnicos de nível médio (jornalistas ou profissionais da área de comunicação) + técnico de nível superior (publicitário ou profissional equivalente)
Revista anual impressa	Julho de 2022	Anual	2 Técnicos de nível médio (jornalistas ou profissionais da área de comunicação) + técnico de nível superior (publicitário ou profissional equivalente)

A seguir, as duas soluções não previstas no Termo de Referência inicial, e citadas no item 10, são dispostas para serem incluídas em cronograma futuro:

Vídeo institucional	No 4º mês de atuação	Permanente	2 Técnicos de nível médio (jornalistas ou profissionais da área de comunicação) + produtora especializada
Pesquisas	No último mês do	Anual	Empresa



Qualitativas	período de 12 meses		especializada
--------------	---------------------	--	---------------

12 PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO

Prazo	Ações
Curto prazo (até 2 meses)	Criação do Núcleo de Planejamento e Comunicação Integrado do CBH-BT
	Assessoria de Imprensa, Monitoramento e Clipping
	WhatsApp (Business)
	Podcast
	Identidade Organizacional
	Identidade Visual e Logomarca
	Mídias sociais
	Papelaria e folder institucional
	Banners
Médio prazo (do 3º ao 12º mês)	Spots de rádio
	Site e e-mails corporativos com domínio próprio
	Newsletter trimestral virtual
	Revista corporativa

A seguir, as duas soluções não previstas no Termo de Referência inicial, e citadas no item 10, são dispostas para serem inclusas em plano de implementação futuro:

Médio prazo (do 3º ao 12º mês)	Vídeo institucional
	Pesquisas Qualitativas

14 CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO

AÇÃO	MÊS/ANO											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Operacionalização do NPCI (equipe técnica)	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Assinatura de plataformas, hospedagens	x											
Produção de vídeos institucionais					x						x	
Estruturação de estúdio próprio	x											
Monitoramento de imprensa clipping	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Impulsionamento pago nas mídias sociais	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Suporte no atendimento do público (interações, etc)	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Produção de colecionáveis (camisetas, bottons, bonés)		x										
Confecção de totens itinerantes	x											
Confecção de painéis em rodovias.	x	x										
Produção de informativos digitais			x			x			x			x
Produção da Revista Foz do Tietê.												x
Pesquisa de reação (semestral) p/ produção de indicadores de desempenho						x						x

15 ORCAMENTO

As atividades elencadas no cronograma físico supradescritos e a manutenção para os próximos 12 meses tem uma previsão orçamentário de R\$438.350,00, quatrocentos e trinta e oito mil, trezentos e cinquenta reais, de acordo com o levantamento de preço realizado em março de 2024.



15 INDICADORES DE DESEMPENHO

Todas as soluções e ferramentas de comunicação listadas neste Plano, e as suas devidas eficiências, serão alvo de análise, avaliação e ajuste mensal e anual, assim como de reavaliação bienal, do *Núcleo de Planejamento e Comunicação Integrado do CBH-BT*, seguindo o período de mandato do Comitê.

Os índices pautados nas análises e estatísticas das ferramentas de comunicação implementadas, deverão nortear a revisão das atualizações do PLANO DE COMUNICAÇÃO E BRANDING do CBH-BT.



NÚCLEO
DE PLANEJAMENTO
E COMUNICAÇÃO
DO BAIXO TIETÊ



**COMITÊ DA BACIA
HIDROGRÁFICA DO
BAIXO TIETÊ**
C B H - B T