

PLANO DE COMUNICAÇÃO

2021-2023

CBH-AP
Novembro de 2020

DIRETORIA DO CBH-AP ELEITA PARA DO BIÊNIO 2019/2020

Presidente

Daniel Alonso

Prefeitura Municipal de Marília

Vice-presidente

Luís Sergio de Oliveira

ABRHIDRO

Secretário Executivo

Denis Emanuel De Araujo

Departamento De Águas E Energia Elétrica - DAEE

Secretária Executiva Adjunta

Suraya Damas De O. Modaelli

Departamento De Águas E Energia Elétrica - DAEE

EQUIPE TÉCNICA

Suraya Damas de O. Modaelli

Engenheira

Carlos Eduardo Secchi Camargo

Geógrafo

Jean Carlos Fermino Semensi

Engenheiro

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Unidade de Gerenciamento de Recursos Hídricos do Estado de São Paulo – UGHRIs 20 e 21 Aguapeí e Peixe.....	18
---	----

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Caracterização Geral da UGRHI-20.....	14
Quadro 2 - Caracterização Geral da UGRHI-21	16
Quadro 3 – Relacionamento x Expectativa dos públicos	23
Quadro 4 – Possíveis motivos de conflitos.....	25
Quadro 5 – Ações	39
Quadro 6 - Orçamento	40
Quadro 7 – Cronograma de execução	42

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO.....	8
2.	METODOLOGIA.....	8
3.	OBJETIVOS.....	8
3.1.	Objetivos específicos	9
4.	SISTEMA ESTADUAL DE RECURSOS HÍDRICOS	9
4.1.	O Comitê de Bacia Hidrográfica.....	10
4.2.	Os Instrumentos de Gestão	11
4.3.	As Bacias Hidrográficas dos Rios Aguapeí e Peixe	11
5.	O COMITÊ DAS BACIAS HIDROGRÁFICAS DOS RIOS AGUAPEÍ E PEIXE.....	12
5.1.	Estrutura Organizacional.....	12
5.1.1.	Plenária	13
5.1.2.	Diretoria	13
5.1.3.	Câmaras Técnicas.....	13
5.1.4.	Secretaria Executiva.....	14
5.2.	Instrumentos de Gestão Implementados.....	18
5.3.	Comunicação	18
6.	PESQUISA	19
6.1.	Metodologia.....	20
6.2.	Análise da Pesquisa quantitativa.....	20
6.2.1.	Comunicação Interna.....	21
6.2.2.	Comunicação externa.....	21
6.3.	Secretaria Executiva	21
7.	Diagnóstico.....	22
7.1.	Mapeamento de público	22

7.1.1. Públicos essenciais	22
7.1.2. Públicos não essenciais	22
7.1.3. Relacionamento atual X esperado.....	23
7.1.4. Possíveis motivações para conflitos	25
7.2. Identidade visual	25
7.3. Canais de comunicação	26
7.3.1. Site	26
7.3.2. E-mail	27
7.3.3. Portal SiGRH.....	27
7.3.4. Portal Doc-CBH.....	27
7.3.5. Página no Facebook.....	28
7.3.6. Instagram.....	28
7.3.7. Whatsapp.....	28
7.3.8. Outros.....	29
7.4. Análise	29
8. Prognóstico.....	29
8.1. Objetivo de Comunicação	30
8.2. Posicionamento.....	30
8.3. Promessa básica.....	30
8.4. Imagem Atual	30
8.5. Imagem Desejada	30
9. Plano de Ações.....	30
9.1. Comunicação Organizacional	31
9.1.1. Atualização do logo do CBH AP (meta a curto prazo)	31
9.1.2. Identificação da Bacia (meta a médio prazo).....	31
9.1.3. Ações de mobilização e difusão de conhecimento (meta a médio prazo).....	32

9.1.4. Reformulação do site (meta a curto prazo).....	32
9.1.5. Produção de cartão de visitas digital e impresso (meta a curto prazo).....	33
9.1.6. Videoclipe da Bacia (meta a curto prazo)	33
9.2. Identidade Organizacional (<i>meta a curto prazo</i>).....	33
9.3. Comunicação Interna	34
9.3.1. Comunicação Institucional (meta a curto prazo).....	34
9.3.2. Capacitação (meta a médio prazo).....	34
9.4. Comunicação Externa	35
9.4.1. Informativo (meta a curto prazo).....	35
9.4.2. Informativo anual (meta a curto prazo)	35
9.4.3. Redes sociais (meta a curto prazo)	36
9.4.4. Assessoria de imprensa (meta a curto prazo)	37
9.5. Demandas diversas.....	38
9.5.1. Divulgação e material de apoio em eventos (meta a curto prazo)	38
9.5.2. Campanhas (meta a médio e longo prazos)	39
10. PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO.....	39
11. ORÇAMENTO	40
12. CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO	42
13. ACOMPANHAMENTO E CONTROLE	43

1. INTRODUÇÃO

O Comitê da Bacia Hidrográfica dos Rios Aguapeí e Peixe faz parte de um universo muito particular: o Sistema de Gerenciamento de Recursos Hídricos (SIGRH), cujos atores possuem papéis específicos e integrados, ao qual a população comum pouco sabe, apesar da proposta de participação popular e descentralização deste Sistema. Entender o mecanismo de gestão, os organismos envolvidos e a atuação pretendida são fundamentais para identificar as necessidades de comunicação e as ferramentas que poderão apoiar o fortalecimento institucional do Comitê e a propagação ao público.

O Plano foi elaborado em 3 etapas: Diagnóstico, Prognóstico e Plano de Ações.

No diagnóstico o Plano contextualizou o cenário onde o Comitê atua, para identificar as necessidades e prioridades. No prognóstico foram traçados os objetivos da comunicação, baseados no diagnóstico, e as ferramentas de comunicação que deverão ser adotadas. Por fim, o Plano de Ações apresenta a proposta de ações, bem como os mecanismos e canais sugeridos para se alcançar as metas do prognóstico.

2. METODOLOGIA

Para a construção do Plano do CBH-AP foi considerado como base o Plano de Comunicação do CBH Paranapanema, e a partir da aplicação e análise de um questionário, elaborado o Prognóstico e o Plano de Ação para o CBH.

3. OBJETIVOS

Pretende-se por meio deste Plano de Comunicação identificar os anseios do Comitê e, dessa forma, propor ferramentas de comunicação para se alcançar uma comunicação alinhada às expectativas institucionais.

3.1. Objetivos específicos

- ✓ Fortalecer identidade visual;
- ✓ Disseminar identidade organizacional;
- ✓ Criar padrões visuais para fortalecimento de marca;
- ✓ Identificar e criar canais de comunicação com público externo e interno;
- ✓ Tornar o Comitê e suas atribuições conhecidos pela população da Bacia Hidrográfica.

4. SISTEMA ESTADUAL DE RECURSOS HÍDRICOS

O Sistema Integrado de Gerenciamento de Recursos Hídricos (SIGRH) foi instituído pela Lei Estadual nº 7663/91. Esta Lei estabelece a Política Estadual de Recursos Hídricos, que, inspirada na gestão dos recursos hídricos feita na França, assim como a Lei das Águas nº 9433/97, prega a gestão participativa, integrada e descentralizada.

O SIGRH visa a execução da Política Estadual de Recursos Hídricos e a formulação, atualização e aplicação do Plano Estadual de Recursos Hídricos, congregando órgãos estaduais e municipais e a sociedade civil, nos termos do Artigo 205 da Constituição do Estado, em especial para:

I - utilização racional dos recursos hídricos, superficiais e subterrâneos, assegurado o uso prioritário para o abastecimento das populações;

II - maximização dos benefícios econômicos e sociais resultantes do aproveitamento múltiplo dos recursos hídricos;

III - proteção das águas contra ações que possam comprometer o seu uso atual e futuro;

IV - defesa contra eventos hidrológicos críticos, que ofereçam riscos à saúde e à segurança públicas assim como prejuízos econômicos e sociais;

V - desenvolvimento do transporte hidroviário e seu aproveitamento econômico;

VI - desenvolvimento de programas permanentes de conservação e proteção das águas subterrâneas contra poluição e superexploração;

VII - prevenção da erosão do solo nas áreas urbanas e rurais, com vistas à proteção contra a poluição física e o assoreamento dos corpos d'água.

Fazem parte do SIGRH:

- O Conselho Estadual de Recursos Hídricos (CRH);
- Os Órgãos gestores de recursos hídricos estaduais;
- Os Comitês de Bacias Hidrográficas;
- Agências de Bacia.

4.1. O Comitê de Bacia Hidrográfica

O Comitê de Bacia Hidrográfica é um colegiado consultivo e deliberativo, no qual várias entidades participam como membros, representando a sociedade, e ali fazem a gestão dos recursos hídricos de uma bacia hidrográfica. Com o preceito de ser o 'parlamento das águas', compõem os Comitês Paulistas representantes de três segmentos: Os Órgãos do Estado, os Municípios e a sociedade civil.

Os Comitês de Bacias Hidrográficas no Estado de São Paulo, assegurada a participação paritária dos Municípios e da sociedade civil em relação ao Estado serão compostos por:

I - representantes das Secretarias de Estado ou de órgãos e entidades da administração direta e indireta, cujas atividades se relacionem com o gerenciamento ou uso de recursos hídricos, proteção ao meio ambiente, planejamento estratégico e gestão financeira do Estado, com atuação na bacia hidrográfica correspondente;

II - representantes dos municípios contidos na bacia hidrográfica correspondente;

III - representantes de entidades da sociedade civil, sediadas na bacia hidrográfica, respeitado o limite máximo de um terço do número total de votos, por:

- a)** universidades, institutos de ensino superior e entidades de pesquisa e desenvolvimento tecnológico;
- b)** usuários das águas, representados por entidades associativas;

c) associações especializadas em recursos hídricos, entidades de classe e associações comunitárias, e outras associações não governamentais.

4.2. Os Instrumentos de Gestão

A Política Estadual de Recursos Hídricos estabeleceu instrumentos de gestão:

- a outorga dos direitos de uso de recursos hídricos;
- Infrações e Penalidades
- a cobrança pelo uso de recursos hídricos;
- os Planos de Recursos Hídricos;
- Rateio de Custos das Obras

Destes, competem aos Comitês de Bacias aprovar o Plano de Recursos Hídricos e propor ao Conselho Estadual de Recursos Hídricos valores para instituir a cobrança pelo uso da água na Bacia.

4.3. As Bacias Hidrográficas dos Rios Aguapeí e Peixe

As Bacias Hidrográficas dos Rios Aguapeí e Peixe estão localizadas no oeste do estado de São Paulo até a divisa com o estado do Mato Grosso do Sul, tendo como divisa o Rio Paraná, em um território de 23.965 km², abrangendo um total de 58 Municípios com sede nas Bacias Hidrográficas. A população total das Bacias foi estimada em mais de 826.550 habitantes.

A Bacia do Aguapeí limita-se ao Norte com a Bacia do Rio Tietê, a leste seu limite é a Serra dos Agudos e ao Sul encontra-se a Bacia do Rio do Peixe, perfazendo 12,011 km² de área de drenagem. É formada pelo Rio Feio (ou Aguapeí), que nasce a uma altitude de 600 metros, entre as cidades de Gália e Presidente Alves, e pelo Rio Tibiriçá, que nasce a uma altitude de 480 metros, junto à cidade de Garça. A Bacia possui extensão aproximada de 420 Km até sua foz no Rio Paraná, a uma altitude de 260 metros, entre o Porto Labirinto e o Porto Independência.

Já a Bacia do Peixe, tendo ao Norte a Bacia do Rio Aguapeí, limita-se ao Sul com a Bacia do Rio Paranapanema, a Leste com a Serra dos Agudos e a Serra do Mirante, perfazendo 9.156 Km² de área de drenagem. É formada pelo Rio do Peixe, que nasce na Serra dos Agudos, numa altitude de 670 metros, percorrendo uma extensão de 380 Km, desembocando no Rio Paraná a uma altitude de 240 metros.

5. O COMITÊ DAS BACIAS HIDROGRÁFICAS DOS RIOS AGUAPEÍ E PEIXE

O Comitê da Bacia Hidrográfica dos Rios Aguapeí e Peixe - CBH-AP foi instalado em 19 de dezembro de 1995, no município de Tupã – SP, após um amplo processo de mobilização, coordenado pelo DAEE Departamento de Águas e Energia Elétrica, sediado em Marília/SP.

O Comitê das Bacias Hidrográficas dos Rios Aguapeí e Peixe, aqui chamado de CBH-AP ou Comitê, foi instituído pela motivação dos órgãos gestores estaduais. O CBH AP é o único comitê no estado formado por duas Unidades de Gerenciamento de Recursos Hídricos – UGRHI, a UGRHI-20 (Bacia do Rio Aguapeí) e UGRHI-21 (Bacia do Rio do Peixe). A união das duas UGRHIs em um único Comitê foi aprovada durante o processo de mobilização para instituição do Comitê, considerando que muitos municípios estão localizados na divisa entre as duas unidades de gerenciamento, bem como as características sócio econômicas.

De acordo com a Lei Estadual 7663/91 podem participar dos Comitês de Bacias, além dos municípios com sede na bacia hidrográfica, municípios com área parcialmente contida. Assim, apesar das UGRHIs 20 e 21 contarem com 58 municípios (com sede nas bacias), integram atualmente o CBH AP 87 municípios, ou seja, 29 municípios com área parcialmente contida nas bacias.

5.1. Estrutura Organizacional

O CBH-AP possui um Regimento Interno, que dispõe sobre a estrutura organizacional da entidade, define competências, estabelece prazos, normas e procedimentos para o seu funcionamento.

O CBH AP conta em sua estrutura organizacional com um plenário composto por 14 membros titulares e suplentes de órgãos do Estado, 14 membros titulares e suplentes dos municípios e 14 membros titulares e suplentes representantes da sociedade civil, no total de 42 membros titulares e 42 membros suplentes.

Para ser membro do Comitê é preciso participar do Processo Eleitoral que acontece a cada dois anos, com edital específico que define as regras e procedimentos.

5.1.1. Plenária

O Comitê se reúne anualmente em Reuniões Ordinárias ou Extraordinárias, quando necessário, também chamadas de Plenária. Nesta instância, os membros titulares, ou suplentes em exercício da titularidade, deliberam acerca dos assuntos tratados no âmbito do Comitê.

5.1.2. Diretoria

A Diretoria é responsável por conduzir os trabalhos do Comitê, além de desempenhar o papel político e institucional do CBH. No CBH AP, três membros ocupam os cargos de Presidente, vice-presidente e secretaria executiva (secretário e secretário adjunto), eleitos em plenária.

Vale ressaltar que, regimentalmente, a sede do Comitê é estabelecida de acordo com o município onde está a secretaria executiva.

5.1.3. Câmaras Técnicas

As Câmaras Técnicas são grupos menores de trabalho, que possuem caráter consultivo e permanente. As Câmaras Técnicas desenvolvem, entre outras competências, pareceres e propostas de deliberações, para subsidiar as decisões da plenária. O CBH-AP possui três (3) Câmaras instaladas:

- **Câmara Técnica Institucional de Legal (CTIL)** – cuja atribuição é verificar se as deliberações propostas ao Comitê são de sua

competência e garantir que o trabalho do Comitê esteja dentro das Legislações pertinentes.

- **Câmara Técnica de Planejamento e Avaliação (CTPA)** - tem como competência propor critérios e prazos para apresentação de projetos ao FEHIDRO, acompanhar a implementação dos Instrumentos de Gestão de Recursos Hídricos e emitir pareceres e recomendações.
- **Câmara de Educação Ambiental, Capacitação, Mobilização Social E Informações em Recursos Hídricos (CTEM)** – tem por competência analisar e propor ações e projeto de educação ambiental para o CBH, em especial para apoiar a implementação dos instrumentos de gestão nas bacias hidrográficas.

5.1.4. Secretaria Executiva

A Secretaria Executiva do Comitê, coordenada pelo Departamento de Águas e Energia Elétrica – DAEE, por meio da Diretoria de Bacia do Peixe Paranapanema, em Marília, órgão gestor estadual. A secretaria executiva é responsável por organizar e promover as reuniões, dar forma a todos os documentos expedidos e recebidos pelo Comitê; divulgar as decisões do CBH, apoiar os trabalhos da Plenária, Câmaras Técnicas e Grupos de Trabalho, entre outros.

Para o funcionamento do CBH, a secretaria executiva conta com recursos de custeio do Fundo Estadual de Recursos Hídricos que permite o desenvolvimento das atividades administrativas, financeiras e de comunicação do Comitê.

Caracterização Geral da UGRHI-20 Rio Aguapeí.

Quadro 1 - Caracterização Geral da UGRHI-20

Características Gerais – UGRHI-20			
População	Total (2015)	Urbana (2015)	Rural (2015)
	369.412 hab.	89,9%	10,1%

Área	Área territorial	Área de drenagem	
	9.562,5 km ²	13.196 km ²	
Principais rios e reservatórios	Rios Aguapeí, Tibiriça e Iacri; Ribeirões Caingangues e das Marrecas; Córrego Afonso XIII.		
Aquíferos	<p>Serra Geral</p> <p>Área de abrangência: estende-se por toda a região oeste e central do Estado, é subjacente ao Aquífero Bauru e recobre o Guarani.</p> <p>Bauru</p> <p>Abrange totalmente as UGRHIs 15-TG, 18-SJD, 19-BT, 20-Aguapeí, 21-Peixe e 22-PP e parte das UGRHIs 04-Pardo, 08-SMG, 12-BPG, 13-TJ, 16-TB e 17MP.</p> <p>Guarani</p> <p>Ocorre em toda a Bacia Hidrográfica do Rio Aguapeí, abaixo do Aquífero Serra Geral.</p>		
Mananciais de grande porte e de interesse regional	Interesse Regional: Córrego do Agrião		
Disponibilidade hídrica Superficial	Vazão média (Q _{médio})	Vazão mínima (Q _{7,10})	Vazão Q _{95%}
	97 m ³ /s	28 m ³ /s	41 m ³ /s
Disponibilidade hídrica subterrânea	Reserva Explotável		
	13 m ³ /s		
Principais atividades econômicas	<p>Nas áreas urbanas destacam-se os setores de serviços e comércio como fonte indutora da economia regional. Nas áreas rurais, por sua vez, a agricultura e a pecuária são as atividades mais expressivas, destacando-se as lavouras de café, cana de açúcar e milho. As áreas de pastagem, que antes ocupavam boa parte das áreas rurais, agora dividem espaço com a cana de açúcar. Atenta-se também para a atividade de extração mineral de areia nos afluentes do Rio Aguapeí, como o Rio Tibiriça e Ribeirão Caingangue e olarias instaladas principalmente nos municípios que margeiam o Rio Paraná.</p>		
Vegetação remanescente	<p>Apresenta 857 km² de vegetação natural remanescente que ocupa, aproximadamente, 6,5% da área da UGRHI. As categorias de maior ocorrência são Floresta Estacional</p>		

	Semidecidual e Formação Arbórea/Arbustiva em Região de Várzea.
Áreas protegidas	Unidades de Conservação de Proteção Integral
	PE do Aguapeí e PE do Rio do Peixe
	Unidades de Conservação de Uso Sustentável
	RPPN Foz do Rio Aguapeí e Trilha Coroados.
	Terras Indígenas
	Vanuere
RPPN - Reserva Particular do Patrimônio Natural.	

Fontes: Seade, ANA, 2016, CBH-AP, 2014, CETESB, 2013b, São Paulo, 2014, São Paulo, 2006, São Paulo, 2009.

Caracterização Geral da UGRHI-21 Rio do Peixe.

Quadro 2 - Caracterização Geral da UGRHI-21

Características Gerais – UGRHI -21			
População	Total (2015)	Urbana (2015)	Rural (2015)
	457.138 hab.	91,3%	8,7%
Área	Área territorial	Área de drenagem	
	8.425,5 km²	10.769 km²	
Principais rios e reservatórios	Rios do Peixe, da Garça; Ribeirões do Mandaguarí, Taquaruçu, do Veado, das Marrecas e Córrego Alegre.		
Aquíferos	Serra Geral Área de abrangência: é subjacente ao Aquífero Bauru em toda a Bacia do Aguapeí e recobre o Guarani. Bauru Abrange totalmente as UGRHIs 15-TG, 18-SJD, 19-BT, 20-Aguapeí, 21-Peixe e 22-PP e parte das UGRHIs 04-Pardo, 08-SMG, 12-BPG, 13-TJ, 16-TB e 17MP.		
Mananciais de grande porte e de interesse regional	Grande porte: Rio do Peixe (Transposição UGRHI 22), fonte de abastecimento para Marília e Presidente Prudente.		

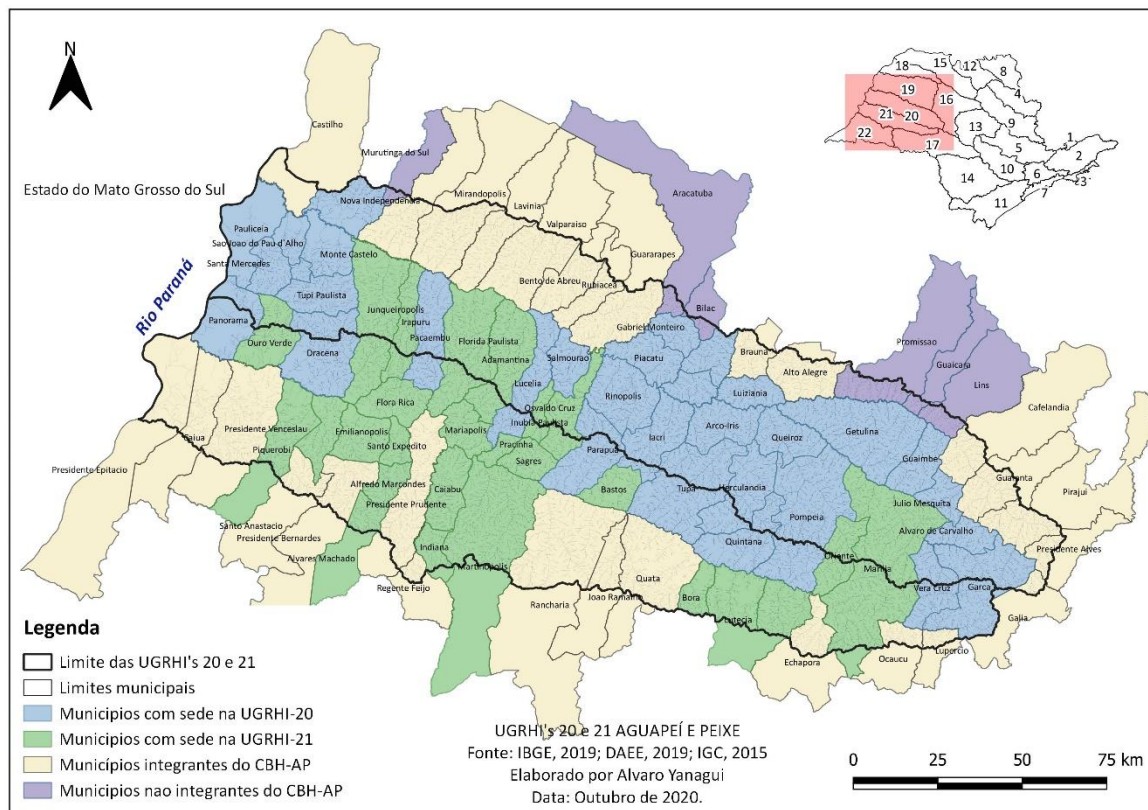
	Interesse Regional: Nascentes do Rio do Peixe e do Ribeirão da Negrinha e Córrego da Fartura.		
Disponibilidade hídrica superficial	Vazão média (Q_{médio})	Vazão mínima (Q_{7,10})	Vazão Q_{95%}
	82 m ³ /s	29 m ³ /s	38 m ³ /s
Disponibilidade hídrica subterrânea	Reserva Explotável		
	9 m ³ /s		
Principais atividades econômicas	Nas áreas urbanizadas dos municípios que integram a Bacia do Peixe, destacam-se os setores de serviços e comércio como mantenedores da economia regional, com exceção de Marília, considerada polo regional e onde se concentra grande parte das atividades industriais, principalmente do segmento alimentício. O município também é uma importante referência de ensino universitário. Nas áreas rurais ainda há predominância da pecuária, com forte expansão da agroindústria de cana.		
Vegetação remanescente	Apresenta 796 km ² de vegetação natural remanescente que ocupa, aproximadamente, 7% da área da UGRHI. As categorias de maior ocorrência são Floresta Estacional Semidecidual e Formação Arbórea/Arbustiva em Região de Várzea.		
Áreas protegidas	Unidades de Conservação de Proteção Integral		
	EE de Marília; PE do Aguapeí e PE do Rio do Peixe.		
Legenda: EE - Estação Ecológica; PE – Parque Estadual.			

Fontes: Seade, ANA, 2016, CBH-AP, 2014, CETESB, 2013b, São Paulo, 2014, São Paulo, 2006, São Paulo, 2009.

Informações gerais:

- População total na Bacia: 826.550 habitantes;
- 58 municípios;
- Principais rios: Rio Aguapeí (Feio), Rio do Peixe, Rio Tibiriçá, Ribeirão Caingangues, Ribeirão das Marrecas.

**Figura 1 - Unidade de Gerenciamento de Recursos Hídricos do Estado de São Paulo
– UGRHs 20 e 21 Aguapeí e Peixe.**



Fonte: IBGE,2019; DAEE, 2019; IGC, 2015. Elaborado por Alvaro Yanagui, Outubro/2020.

5.2. Instrumentos de Gestão Implementados

De acordo com a Lei no. 7663/91, o CBH-AP já conta com os seguintes Instrumentos de Gestão implementados:

- Plano de Bacia;
- Outorga;
- Cobrança pelo uso dos recursos hídricos.

5.3. Comunicação

Sem recursos financeiros específicos e um profissional qualificado para o desenvolvimento das ações, a comunicação do Comitê AP, desde a sua instalação foram baseadas nas seguintes ações:

- Identidade visual – o Comitê possui uma identidade visual que é adotada em todo material de papelaria e/ou institucional do Comitê;
- Identidade Organizacional – apesar de haver um senso comum acerca da missão, visão e valores, o conjunto não está descrito e instituído;
- Site – o CBH possui um site próprio que abriga as principais informações e documentos do Comitê:
 - ✓ <http://cbhap.org/>;
- E-mail institucional – principal canal de comunicação junto aos membros;
- Vídeo Institucional – utilizado principalmente em apresentações externas;
- Grupos de Whatsapp – ferramenta facilitadora para agendamento de reuniões;
- Página do Facebook – já com grande engajamento, porém pouco utilizada;
 - ✓ <https://www.facebook.com/cbhap>
- Banners – usados para identificação em eventos;
- Flyer institucional – com as principais informações sobre o Comitê;
- Kit de boas-vindas – com bolsa, crachá e regimento interno do Comitê para novos membros.

Além destas ações, algumas ferramentas pontuais de comunicação também são realizadas, como assessoria de imprensa, redes sociais, ou ações específicas, como folders e banners para eventos. Contudo, a comunicação não é sistemática e periódica.

6. PESQUISA

Para entender e atender os anseios de comunicação específica do Comitê AP foi realizada, em agosto/setembro de 2020, uma pesquisa junto aos membros titulares e suplentes, bem como junto aos membros das Câmaras Técnicas.

6.1. Metodologia

A pesquisa quantitativa contou com perguntas objetivas acerca da comunicação, com o objetivo de identificar os canais e assuntos de maior interesse dos membros do Comitê. Apresentamos a seguir os resultados da pesquisa para o comitê de bacia:

Comitê da Bacia Hidrográfica dos Rios Aguapeí e Peixe - CBH AP

A pesquisa foi enviada para os membros titulares e suplentes do CBH, bem como para os membros das CTs. A Secretaria Executiva foi mobilizada para estimular os membros a responder a pesquisa:

Responderam à pesquisa 37 membros do Comitê, sendo 20 representantes dos órgãos do Estado, 12 representantes do segmento da sociedade civil e 5 representantes dos municípios.

Quanto às câmaras técnicas, 32 responderam, sendo 13 representantes dos órgãos do Estado, 8 do segmento da sociedade civil e 11 dos municípios.

6.2. Análise da Pesquisa quantitativa

Apresentamos a seguir a análise dos resultados da pesquisa quantitativa:

Pela pesquisa, foi possível identificar que praticamente 90,5% dos participantes consideram importante se manterem informados e para isso usam, principalmente, os meios digitais, focando nos canais de fontes oficiais, em seus portais eletrônicos e redes sociais. Os participantes da pesquisa também apontaram ser importante manter os meios tradicionais para fazer comunicação.

Os canais acima também foram apontados como os ideais para receber informações, sendo o e-mail a preferência de 22%. Em redes sociais, o WhatsApp tem maior aderência.

Sobre a comunicação feita pelo comitê, a grande maioria considera ótima e boa. O tema de maior interesse dos participantes é acerca do Plano de Bacia, seguidos de estudos feitos pelo CBH-AP, cobrança pelo uso dos recursos hídricos, estrutura do SIGRH e programas voltados para os usuários de recursos hídricos.

Ao questionar qual palavra representa o Comitê: Organização e Fundamental foram citadas diversas vezes, junto a seus sinônimos, como: união, participação, composição, formação, coordenação, indispensável, necessário, útil e essencial; o que demonstra o sentimento de pertencimento dos membros dos Comitês.

6.2.1. Comunicação Interna

Os membros do comitê estão satisfeitos com a comunicação feita via e-mail e, posteriormente, a confirmação de presença, em caso de reuniões, pelo telefone. Segundo os participantes, o e-mail é o melhor canal de comunicação, porém pode ser agregado a ele grupos de WhatsApp para informes específicos. Assim como, manter uma agenda atualizada e de fácil acesso na página principal do site do comitê.

6.2.2. Comunicação externa

Na comunicação externa, os membros do comitê externaram sentir falta de mais pessoas conhecerem o trabalho desenvolvido pelo Comitê. Por isso, sugeriram os meios de comunicação de massa, como televisão e rádio, destacando ainda a importância em se manter o site mais fácil de localizar informações e as redes sociais mais presentes no dia a dia.

6.3. Secretaria Executiva

A secretaria executiva do CBH-AP utiliza como principal meio de divulgação de informações o e-mail e o site institucional. A imprensa é acionada pontualmente, por meio de releases, para a divulgação das reuniões plenárias e das ações, como a implantação da cobrança pelo uso da água na UGRHi.

Contudo, é notório que a comunicação não é feita com maior frequência, pois o Comitê por não possui um profissional da área que desenvolva canais e conteúdo de forma periódica.

7. Diagnóstico

A partir das informações coletadas e compiladas na pesquisa, realizou-se o diagnóstico da comunicação desenvolvida pelo comitê CBH AP, acerca do público identificado em que o Comitê atua, além de analisar a identidade visual, e os canais de comunicação utilizados para a comunicação externa e interna para, a partir da análise, propor novos mecanismos, no prognóstico.

7.1. Mapeamento de público

Como a premissa do Comitê é ser descentralizado, participativo e integrador, os públicos são os mais diversos, porém a relação com cada um deles tem suas especificidades e interesses.

7.1.1. Públicos essenciais

São públicos imprescindíveis, que tornam possível a existência da organização e estão vinculados à atividade-fim da instituição. São divididos em constitutivos, fornecem os elementos e recursos para sua constituição, autorizam seu funcionamento e correm o risco do negócio, e não constitutivo, são imprescindíveis, mas não interferem diretamente na constituição e sim na manutenção da entidade.

Constitutivos:

- Membros;
- Órgãos Gestores.

Não constitutivo:

- Equipe executiva;

7.1.2. Públicos não essenciais

São redes de interesse específico, consideradas não essenciais por estarem ligadas às atividades-meio e não às atividades-fim. Estão ligados à prestação de serviços de promoção institucional, corporativa e mercadológica da empresa.

- Redes de consultoria e apoio:
 - ✓ Fórum Nacional de Comitês de Bacias Hidrográficas;
 - ✓ Fórum Paulista de Comitês de Bacias Hidrográficas;
 - ✓ Rede Brasil de Organismos de Bacias.
- Redes de interferência:
 - ✓ Usuários de Recursos Hídricos;
 - ✓ Sociedade Civil;
 - ✓ Poder Público;
 - ✓ Imprensa.

7.1.3. Relacionamento atual X esperado

Quadro 3 – Relacionamento x Expectativa dos públicos

RELACIONAMENTO X EXPECTATIVA DOS PÚBLICOS			
Público	Relação Atual	Expectativa do Comitê	Expectativa do Público
Órgãos Gestores	Apoio para funcionamento do Comitê.	<ul style="list-style-type: none"> • Apoio financeiro, jurídico, legal e operacional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Transparência; • Efetividade; • Implementação dos instrumentos de gestão; • Independência financeira.
Membros	Contato para tomadas de decisão	<ul style="list-style-type: none"> • Engajamento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Transparência; • Efetividade; • Execução das ações.
Secretaria Executiva	Responsável pela condução dos trabalhos do Comitê	<ul style="list-style-type: none"> • Comprometimento; • Dedicção; • Ética; 	<ul style="list-style-type: none"> • Envolvimento dos membros; • Apoio técnico e operacional.

		<ul style="list-style-type: none"> • Produtividade; • Resultados. 	
Redes de consultoria e interferência	Contatos específicos para demandas específicas ou participação de eventos conjuntos.	<ul style="list-style-type: none"> • Transparência; • Apoio para causas em comum; • Representação política. 	<ul style="list-style-type: none"> • Envolvimento; • Fortalecimento.
Usuários	Tem representação no Comitê (no segmento sociedade civil)	<ul style="list-style-type: none"> • Compromisso; • Conhecimento técnico; • Abertura para o diálogo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Transparência; • Poder de interferência; • Defesa de seus preceitos.
Sociedade Civil	Tem representação no Comitê.	<ul style="list-style-type: none"> • Apoio técnico; • Compromisso; • Abertura para o diálogo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Transparência; • Resultados; • Abertura para executar projetos e estudos.
Poder Público Municipal e Estadual	Tem representação no Comitê.	<ul style="list-style-type: none"> • Apoio na execução das ações necessárias; • Articulação política. 	<ul style="list-style-type: none"> • Transparência; • Resultados; • Abertura para executar projetos e estudos.
Imprensa	Contatos específicos.	<ul style="list-style-type: none"> • Gerar credibilidade; • Difundir suas ações. 	<ul style="list-style-type: none"> • Oferecer informações de interesse público; • Ter um canal oficial de informações de credibilidade.

7.1.4. Possíveis motivações para conflitos

De acordo com as informações levantadas nas pesquisas, referentes aos públicos, e analisadas neste plano, é possível planejar a comunicação de maneira eficaz, classificando-os em públicos prioritários, para assim, analisar quais são os possíveis motivos de conflitos entre eles e como deverá ser a comunicação:

Quadro 4 – Possíveis motivos de conflitos

POSSÍVEIS MOTIVOS DE CONFLITOS			
Públicos	Possíveis motivos de conflitos	Como deve ser planejada a comunicação	Instrumentos preferenciais
Secretaria executiva	Falta de credibilidade na condução dos trabalhos.	Dar transparência aos atos administrativo e à condução dos trabalhos	Aprovação de manuais
Órgãos gestores	Interesses distintos.	Transparente e aberta ao diálogo.	Reuniões conjuntas e participativas.
Imprensa local	Informações distorcidas e notícias desfavoráveis.	Periódica com conteúdo relevante e informativo.	Releases e visitas.
Demais públicos	Falta de conhecimento do trabalho executado, informações distorcidas.	Conteúdo relevante e Informativo.	Posicionamento claro nos meios de comunicação e canais sólidos e diretos com o público.

7.2. Identidade visual

O CBH AP possui identidade visual, que foi criada em 1995, na instituição do Comitê.

CBH AP

O logo do comitê representa de forma estilizada a integração das duas unidades de gerenciamento do Aguapeí e Peixe.

O logo é formado pela sigla do comitê, CBH-AP, onde em sua letra H que representa de forma estilizada a bacia como um todo conectada a duas folhas verdes ligeiramente abaixo, uma clara e outra escura cortada por um traço de cor azul representando os Rios Aguapeí e Peixe; onde juntos, formam a Bacia Hidrográfica. Essas folhas e suas cores representam, também, a questão da preservação das águas desses rios, mata ciliares e animais que ali vivem. Ligeiramente acima, conectado a letra H, possui a simbologia de um rio maior que representa o Rio Paraná, local onde os Rios Aguapeí e Peixe desaguam.

Devido a logo ter estrutura vazada, ela se torna de difícil aplicabilidade, pois não possibilita destaque em fundos coloridos, limitando sua aplicação. A parte escrita, em volta do logo, também compromete a leitura.

7.3. Canais de comunicação

O CBH AP possui, basicamente, quatro (6) canais de comunicação: site, e-mail, portal Sigrh, portal DOC-CBH, página no Facebook, Instagram e Whatsapp.

7.3.1. Site

O site atual possui uma estrutura que atende de forma ineficiente as necessidades documentais, crescentes, do Comitê. A atual estrutura também se mostra pouco didática, o que gera dificuldades na localização de documentos. O formato de blog dificulta o destaque de notícias ou documentos específicos, além de não possuir ferramentas importantes para verificação de efetividade do site, como: relatório de publicação e audiência.

Atualmente, devido à dificuldade em inserir documentos no site, devido a adoção da plataforma gratuita *Wordpress*, se utiliza a nuvem gratuita do e-mail para a inserção de documentos que serão necessários para as reuniões, encaminhando

por e-mail aos membros o link para acesso, ou seja, os documentos não estão necessariamente no site, o que compromete o acesso da sociedade.

Da mesma forma o *layout* do site não é moderno e atrativo, e não favorece a localização o acesso dos documentos pelos membros de forma geral.

7.3.2. E-mail

Com a estrutura do Gmail (Google Workspace), institucionalmente o Comitê utiliza um endereço de e-mail: secretaria@cbhap.org. O e-mail é amplamente difundido e utilizado para a comunicação institucional, focada principalmente na comunicação interna junto aos membros, municípios e demais interessados que solicitam receber os e-mails do Comitê.

7.3.3. Portal SiGRH

O CBH-AP também utiliza como meio de comunicação o Sistema Integrado de Gerenciamento de Recursos Hídricos do Estado de São Paulo – SIGRH através do Portal SigRH, site com endereço <http://www.sigrh.sp.gov.br/cbhap/apresentacao> que trata-se de outra ferramenta que contribui para a comunicação através da disponibilização de documentos oficiais e a estrutura do CBH-AP, assim como, notícias que podem ser veiculadas como destaque na página principal do site do Portal SigRH, proporcionando maior visibilidade.

7.3.4. Portal Doc-CBH

O Portal de Documentação dos CBHs - Doc-CBH, é um repositório de arquivos online, constituindo-se em um módulo complementar ao Sistema Cadastro de Instâncias Colegiadas – CINCO, desenvolvido para apoiar o processo de gestão do Programa Nacional de Fortalecimento dos Comitês de Bacias Hidrográficas - PROCOMITÊS, implementado pela Agência Nacional de Águas e Saneamento Básico – ANA.

O Portal Doc-CBH é um serviço de *internet* (*webservice*) estruturado na plataforma DSpace, de livre distribuição e utilização na *internet*. Tem por finalidade armazenar toda a documentação produzida pelos comitês de bacia hidrográfica, objetivando estruturar, publicar e manter uma base de dados e informações relacionadas com as instâncias colegiadas do SINGREH e sua atuação. A página do CBH-AP no Portal Doc-CBH é <http://dspace.ana.gov.br/xmlui/handle/123456789/755> .

7.3.5. Página no Facebook

Devido à falta de profissional para dedicação à comunicação, a página do *Facebook* não é atualizada com periodicidade, o que gerou um pequeno alcance e engajamento junto ao público. A página também não possui uma estratégia, sendo atualizada, motivada por necessidade específica.

7.3.6. Instagram

Devido à falta de profissional para dedicação à comunicação, o perfil no *Instagram* não é atualizado com periodicidade, o que gerou um pequeno alcance e engajamento junto ao público. O perfil também não possui uma estratégia, sendo atualizada, motivada por necessidade específica.

7.3.7. Whatsapp

O aplicativo de troca de mensagens *WhatsApp* é utilizado para a comunicação institucional, focada principalmente na comunicação interna junto aos membros das Câmaras Técnicas, no sentido de agilizar o envio de comunicados sobre reuniões, eventos outras demandas mais imediatas, bem como, para a troca de ideias e debates sobre diversos assuntos referentes a temática recursos hídricos e meio ambiente.

7.3.8. Outros

A imprensa é acionada ocasionalmente com releases e convites realizados pela Secretaria Executiva, para cobertura de temas deliberados pelo Comitê, porém, o alcance, normalmente, se limita a região onde acontece a reunião, devido à ausência, no comitê de um profissional de assessoria de imprensa e relacionamento com veículos de comunicação.

7.4. Análise

O Diagnóstico do Comitê dos Rios Aguapeí e Peixe aponta para a necessidade de se estruturar e organizar a comunicação externa e interna, sistematizando-a, estabelecendo fluxo e periodicidade. Os canais de comunicação utilizados atualmente pelo comitê se mostram, além de subutilizados, o que aponta para a necessidade de investimento em modernização, e insuficientes para o objetivo de difusão de conhecimento.

Como não existe a previsão de contratação de um profissional de comunicação, o CBH deverá se organizar para o cumprimento das ações específicas e eficientes de comunicação aprovadas neste plano.

A contratação de uma Empresa de Marketing pelo o CBH, com recursos de custeio do Fundo Estadual de Recursos Hídricos, pode auxiliar o CBH no desenvolvimento e diagramação de materiais, layouts e modernização do logo.

8. Prognóstico

A sociedade em geral pouco conhece os comitês de bacias. Organizados por bacia hidrográfica, hoje existem cerca 240 comitês de bacias estaduais e 9 comitês interestaduais, e pode-se afirmar que poucos são reconhecidos pela população da respectiva bacia. A partir do prognóstico do Plano de Comunicação, serão traçados os objetivos da comunicação, baseados no diagnóstico, e definidas as ferramentas para alcançá-las.

8.1. Objetivo de Comunicação

Gerar conhecimento acerca das ações e competências do Comitê das Bacias Hidrográficas dos Rios Aguapeí e Peixe, para os públicos interno e externo.

8.2. Posicionamento

O Comitê das Bacias Hidrográficas dos Rios Aguapeí e Peixe é o responsável pela gestão dos recursos hídricos das Bacias de sua abrangência (UGRHs 20 e 21).

8.3. Promessa básica

Promover a gestão dos recursos hídricos nas respectivas Bacias Hidrográficas de forma integrada, descentralizada e participativa, garantindo água para os diversos usos e usuários, para a atual e futuras gerações.

8.4. Imagem Atual

Em geral, os Comitês são vistos como mais um organismo do Governo ou, ainda, como uma Organização não Governamental (ONG).

8.5. Imagem Desejada

O Comitê é o Órgão colegiado responsável por promover a participação, integração e articulação da sociedade para a gestão de recursos hídricos nas Bacias Hidrográficas de sua atuação.

9. Plano de Ações

No Plano de Ações são apontados os mecanismos e canais sugeridos para se alcançar as metas do prognóstico, com atividades com implementação prevista a curto e médio prazos. Este Plano foi proposto para o período de dezembro de 2020 a dezembro de 2023.

Para isso, a comunicação foi dividida em quatro segmentos: Comunicação Organizacional, Comunicação Interna, Comunicação Externa e Demandas Específicas.

9.1. Comunicação Organizacional

Na comunicação organizacional são sugeridas 4 ações, de forma que o Comitê se fortaleça institucionalmente e as Bacias sejam vistas assim como é trabalhada, de forma harmônica, respeitando as individualidades e características específicas, que fazem parte de um todo.

9.1.1. Atualização do logo do CBH AP (meta a curto prazo)

O logo é o elemento visual que representa a instituição. Por isso, a proposta é que o logo do Comitê seja modernizado, tendo como referência o atual, respeitando a imagem já consolidada, de forma que melhore sua aplicação nos documentos e materiais de divulgação.

É sugerido que sejam utilizadas cores sólidas, com o objetivo de dar destaque na aplicação, e que a tipografia da escrita seja desassociada ao elemento gráfico do logo, podendo ser utilizada abaixo ou ao lado do logo, facilitando a leitura do nome do Comitê.

Após a atualização do logo, faz-se necessário a reformulação dos materiais institucionais (placa de identificação, assinatura de e-mail, banners e cartilha sobre o Comitê), de papelaria (papel timbrado, envelope e pasta) e de divulgação do Comitê (pasta para novos membros, Regimento Interno, capa para site, Facebook, Instagram, Youtube, etc.).

9.1.2. Identificação da Bacia (meta a médio prazo)

Para reforçar o senso de pertencimento e, ao mesmo tempo, criar memória afetiva na população em geral, o Plano de Comunicação do CBH propõe um projeto de identificação da Bacia, por meio de placas de identificação nos principais cursos d'água das Bacias Hidrográficas (ex. Você está na Bacia Hidrográfica do Rio do

Peixe), bem como identificar pontos estratégicos, reforçando que eles fazem parte da Bacia Hidrográfica.

O CBH, com o apoio das suas Câmaras Técnicas, deve promover o levantamento dos possíveis locais para instalação das placas, bem como as coordenadas de localização, quando solicitados e orientados pela Secretaria Executiva.

Definidos os locais, o projeto deverá ser apresentado à Diretoria do Comitê para conhecimento e considerações. A aprovação dos documentos junto aos órgãos competentes, bem como a confecção e instalação das placas serão de responsabilidade da Secretaria Executiva.

9.1.3. Ações de mobilização e difusão de conhecimento (meta a médio prazo)

Tem em vista a mobilização na bacia hidrográfica, sugere-se que, no mínimo, três vezes ao ano sejam desenvolvidas ações junto à população (público geral, usuários de água, prefeituras, ONGs, etc.) para aproximá-lo do Comitê de Bacia. Esta mobilização pode ocorrer por meio de palestras, workshops ou atividades de campo, (por exemplo: Dia Mundial da Água, Dia Mundial do Meio Ambiente e o Diálogo Interbacias de Educação Ambiental). Os temas e metodologias a serem abordados devem remeter aos temas tratados no Comitê, respeitando-se as especificidades de cada UGRHI. É uma forma de materializar e envolver a população na gestão de recursos hídricos, além de disseminar o conceito e missão do Comitê.

9.1.4. Reformulação do site (meta a curto prazo)

Devido aos problemas estruturais e de capacidade do site para atender as demandas crescentes do Comitê, conforme apresentado no diagnóstico, o site deve ser reformulado, assim como o layout modernizado, de forma que se adapte aos formatos digitais de acesso. Para tanto deverá ser contratada empresa especializada para apresentação de proposta e adaptação do site.

9.1.5. Produção de cartão de visitas digital e impresso (meta a curto prazo)

Para valorizar a função de membro do CBH deverá ser desenvolvido um cartão de visita digital para os membros do Comitê, e impresso para a Diretoria. Além de valorizar a função de membro do CBH, o cartão de visita pode auxiliar na consolidação e difusão da marca reformulada.

Serão impressos cartões personalizados para a Diretoria do CBH: Presidente; vice-presidente; Secretário e Secretário Adjunto. Estes também terão a versão digital.

9.1.6. Videoclipe da Bacia (meta a curto prazo)

O comitê possui um vídeo institucional sobre a sua área de atuação, porém de longa duração (mais de 8 minutos).

Tendo em vista a agenda atual do Comitê o vídeo necessita de uma atualização/modernização. Considerando que vídeos podem ser um elemento agregador de grande sensibilização e difusão da Bacia Hidrográfica entre os públicos interno e externo, sugere-se produção de um vídeo do Comitê de curta duração, no máximo de 3 minutos, que será trabalhado tanto nos canais de comunicação do Comitê, como em eventos e reuniões.

9.2. Identidade Organizacional (meta a curto prazo)

Apesar dos sentimentos que regem a identidade organizacional do Comitê estarem enraizados nos seus membros, é importante estabelecer Missão, Visão e Valores para que, mesmo com a troca de membros e com o passar dos anos, o foco do organismo não se perca.

Deverá ser realizada uma oficina para construção de proposta, apresentação e aprovação pelo Comitê de Bacia. A definição da identidade organizacional deve considerar como base para ser trabalhada e construída junto aos membros da Diretoria e do Comitê:

- Missão: é a razão da existência do organismo

- Visão: É a definição do propósito a ser alcançado
- Valores: São os princípios que regem o organismo

9.3. Comunicação Interna

Um tema importante para a integração e fortalecimento do Comitê é a comunicação interna – comunicação direcionada aos membros do Comitê, de forma a mantê-los informados e próximos da rotina do CBH e de suas instâncias. Esta comunicação é importante para a imagem do organismo, tendo em vista que os membros são os maiores propagadores do trabalho desenvolvido pelo Comitê.

9.3.1. Comunicação Institucional (meta a curto prazo)

Conforme levantado pela pesquisa, para comunicação interna junto aos membros do CBH AP, foi apontado que as melhores ferramentas são o e-mail, com confirmação, posterior, por telefone. Nesse aspecto, sugere-se que mantenha o que já é feito, centralizando o envio, recebimento e divulgação do e-mail.

Também apontado pela pesquisa, sugere-se o uso do WhatsApp para reforçar comunicados, por meio de Listas de Transmissão. A adoção de Grupos, apesar da informalidade tem sido uma ferramenta muito utilizada pelas Câmaras Técnicas, gerando o resultado pretendido, ou seja, informar os membros das questões internas do Comitê. Esta ação já está em execução.

9.3.2. Capacitação (meta a médio prazo)

Devido à rotatividade de representantes, em especial nos anos de eleição, muitos dos temas tratados e deliberados pelo Comitê não são de domínio da totalidade de membros.

Assim, o CBH AP deverá desenvolver um programa de capacitação para os membros, focado nos temas de interesse e possíveis pautas do Comitê, conforme apontados na pesquisa realizada para a construção deste Plano:

- Controle de Erosão (Urbana e Rural);
- Elaboração de Projetos;

- Educação Ambiental;
- Resíduos Sólidos;
- Água e Saneamento;
- Reflorestamento;
- Instrumentos de Gestão (Outorga, Cobrança pelo uso dos Recursos Hídricos);
- Plano de Bacia;
- Estrutura do SIGRH.

9.4. Comunicação Externa

Como diagnosticado, a comunicação externa exige ferramentas específicas para comunicar. O objetivo é difundir o papel e o trabalho que o Comitê realiza em prol da população da bacia. Para tanto, o Comitê deverá construir um cadastro das entidades da sociedade civil que atuam na Bacia Hidrográfica, além das que já são membros do Comitê.

Na elaboração do material destinado ao público externo deve-se observar uma linguagem objetiva, clara e adequada ao público-alvo.

9.4.1. Informativo (meta a curto prazo)

O Informativo será desenvolvido para o Comitê e trará informações de interesse da sociedade:

- Formato: online / notas rápidas que levem ao site e Canal do Youtube;
- Pautas: Atividades do Comitê; curiosidades; informações sobre o CBH, informações sobre o SIGRH, agenda do trimestre;
- Periodicidade: trimestral;
- Público: membros do Comitê, Prefeituras e câmaras municipais, órgãos gestores, órgãos afins e demais entidades cadastradas.

9.4.2. Informativo Anual (meta a curto prazo)

- Formato: impresso com uso de infográficos e ilustrações; e online;

- Pautas: Atividades do Comitê e suas instâncias; artigos de especialistas, resumo das atividades do CBH no ano.
- Periodicidade: anual
- Público: membros do Comitê, Prefeituras e câmaras municipais, órgãos gestores, órgãos afins e demais entidades cadastradas.
- Tiragem estimada: 300 exemplares

9.4.3. Redes sociais (meta a curto prazo)

A Página no Facebook será utilizada com cronograma preestabelecido, considerando:

- utilização de linguagem informal (este perfil tem maior aceitação no público em geral, já que o público – alvo a ser atingido é amplo e múltiplo);
- Cronograma de publicação: a ser estabelecida pela Secretaria Executiva, podendo ser uma frase motivacional ou reflexão; informação sobre o Comitê da Bacia; curiosidade; vídeo dos membros; ou ainda meme ou GIF divertido (este cronograma pode ser flexível e deve ser conciliado com notícias do SIGRH e datas comemorativas);
- Periodicidade: semanal
- Público – alvo: adultos (21 a 75 anos), homens e mulheres presentes na UGRHis 20 e 21, ou envolvidos direta e indiretamente no SINGREH.

O Perfil no Instagram será desenvolvido e utilizado, considerando:

- utilização de linguagem informal (este perfil tem maior aceitação no público em geral, já que o público – alvo a ser atingido é amplo e múltiplo). Diferentemente do Facebook, o Instagram demanda imagens conceituais na *timeline*. Porém, é possível replicar o conteúdo do Facebook nos Stories do Instagram sem prejuízo de conceito adotado no perfil;

- Pautas para publicação: belezas naturais da Bacia Hidrográfica, fotos de reuniões, artes para comemoração de datas especiais, frases motivacionais e reflexões;
- Periodicidade: semanal;
- Público – alvo: adultos (21 a 50 anos), homens e mulheres presentes nas UGRHs ou envolvidos direta e indiretamente no SINGRH.

Canal no Youtube

- Possibilidade de criação de um canal;
- Formato: 1 – vídeos dos membros com resumos das atividades do Comitê e depoimentos de atuação; 2 – Programa, com duração de 30 minutos, com formato de mesa redonda, sobre temas que envolvem a gestão de recursos hídricos, com convidados dentro e fora do SIGRH;
- Periodicidade: 1 – mensal; 2 – semestral;
- Público – alvo: Público – alvo: adultos (21 a 75 anos), homens e mulheres presentes na Bacia Hidrográfica ou envolvidos direta e indiretamente no SIGRH.

9.4.4. Assessoria de imprensa (meta a curto prazo)

A assessoria de imprensa será desenvolvida, sendo que o trabalho junto à imprensa deve ser constante e dividido em quatro etapas:

1 – Construção de mailing regional que deve ter os veículos gerais das cidades da Bacia, bem como os de âmbito estadual que integra a Bacia Hidrográfica: consiste em mapear a imprensa de interesse, e realizar o cadastro com as seguintes informações: veículo, programa, jornalista responsável, produtor, repórter, telefone e e-mail.

2 – Relacionamento com a imprensa: é importante manter contato com os principais veículos de comunicação presentes na Bacia, apresentando o Comitê, suas atividades e as possibilidades de informações que se pode oferecer. Este contato pode ser realizado por telefone ou visitas presenciais.

3 – Envio de sugestão de pautas e informações: a construção e envio de releases deve se atentar a importância da pauta. Os textos não podem ser adjetivados ou com foco de interesse específico. Sugere-se limitar-se o envio de informações quando são de interesse público. É importante, ainda, selecionar veículos de maior alcance para oferecer pautas exclusivas, estreitando, assim, o relacionamento.

4 – Clipping: todo conteúdo que é divulgado na mídia acerca do Comitê deve ser registrado e catalogado.

9.5. Demandas diversas

Durante o ano, ações específicas e pontuais podem se fazer necessárias, de acordo com os trabalhos desenvolvidos pelo Comitê. Destaca-se que essas ações, por serem esporádicas e específicas, deverão ter planejamento e justificativas individuais, feitas à medida que se reconhecer sua necessidade e de acordo com os recursos disponíveis.

9.5.1. Divulgação e material de apoio em eventos (meta a curto prazo)

É de fundamental importância que o Comitê esteja presente nos eventos e ações que envolvam os recursos hídricos. Por isso e para isso, é necessário prever investimentos para materiais de divulgação, como, cartilhas, material publicitário, vídeos, entre outras ferramentas que deverão ser pontuadas, de acordo com a característica do evento, do público e do objetivo de comunicação.

Inserção da marca, por meio de apoio, assim como a utilização de espaços disponibilizados para divulgação, também podem ser ferramentas eficazes para determinados objetivos de comunicação dentro de eventos externos.

A mesma lógica se dá para os eventos promovidos pelo Comitê, que necessitam de divulgação específica e de material de apoio para serem realizados e construídos, como banners, blocos de anotação, material educacional e ferramentas de integração, sensibilização, aproximação e construção de conceitos.

9.5.2. Campanhas (meta a médio e longo prazos)

À medida que os instrumentos de gestão forem implementados ou ações do Comitê realizadas, campanhas específicas de comunicação deverão ser pensadas, como outdoor, televisão, vídeos explicativos, entre outras. Vale reforçar que planos de ações específicos deverão ser desenvolvidos para essas atividades. Campanhas também podem ser necessárias em caso de momentos de crise, como, por exemplo, crise hídrica.

10. PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO

Quadro 5 – Ações

AÇÕES	
CURTO PRAZO (até 12 meses)	9.1.1 Atualização do logo do CBH
	9.1.4 Reformulação do site
	9.1.5 Produção de cartões de visitas digital e impresso
	9.1.6 Videoclipe da Bacia
	9.2 Identidade Organizacional
	9.3.1 Comunicação Institucional
	9.4.1 Informativo
	9.4.2 Informativo anual
	9.4.3 Redes Sociais
	9.4.4 Assessoria de imprensa
	9.5.1 Divulgação e material de apoio para eventos
MÉDIO PRAZO (até 24 meses)	9.1.2 Identificação da Bacia
	9.1.3 Ações de mobilização e difusão de conhecimento
	9.3.2 Capacitação

11. ORÇAMENTO

Quadro 6 - Orçamento

AÇÃO	ITEM	UN.	VALOR	2021	2022	2023
9.1.1 ATUALIZAÇÃO DO LOGO	CRIAÇÃO DO LOGO E MANUAL DE APLICAÇÃO	1	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	-	-
	ENVELOPE GRANDE	500	R\$ 1,30	R\$ 650,00	R\$ 650,00	R\$ 650,00
	BANNERS	4	R\$ 150,00	R\$ 600,00	-	-
	ENVELOPE PEQUENO	500	R\$ 0,50	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00
	PASTA	500	R\$ 2,50	R\$ 1.250,00	R\$ 1.250,00	R\$ 1.250,00
	REGIMENTO INTERNO	200	R\$ 20,00	R\$ 4.000,00	-	-
	PASTAS LONA DE BOAS-VINDAS	200	R\$ 25,00	R\$ 5.000,00	-	-
9.1.3 AÇÕES DE DIFUSÃO DE CONHECIMENTO	COFFEE BREAK	100	R\$ 20,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
	MATERIAL DE CREDENCIAMENTO	100	R\$ 30,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00
	LOCAÇÃO DE ESPAÇO	2	R\$ 1.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
9.1.4 REFORMULAÇÃO DO SITE	REFORMULAÇÃO DO SITE	1	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00	-	-
	MANUTENÇÃO	2	R\$ 250,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00
	HOSPEDAGEM E DOMÍNIO	1	R\$ 380,00	R\$ 380,00	R\$ 380,00	R\$ 380,00

AÇÃO	ITEM	UN.	VALOR	2021	2022	2023
9.1.5 CARTÃO DE VISITAS	IMPRESSÃO	250	R\$ 1,20	R\$ 300,00	-	-
9.1.6 VIDEOCLÍPE DA BACIA	CONTRATAÇÃO DE EMPRESA 2 VÍDEOS	1	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00	-	-
	COPIA DVD	10	R\$ 100,00	R\$ 1.000,00	-	-
9.3.2 CAPACITAÇÃO	COFFEE BREAK	100	R\$ 20,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
	MATERIAL PARA CURSO	2	R\$ 1.500,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00
9.4.1 INFORMATIVO	ELABORAÇÃO DIGITAL	4	R\$ 500,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
9.4.2 INFORMATIVO ANUAL	DESENVOLVIMENTO LAYOUT E IMPRESSÃO	300	R\$ 10,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00
9.4.3 REDES SOCIAIS	LEVANTAMENTO DE DATAS COMEMORATIVAS	-	-	-	-	-
	CRIAÇÃO DAS ARTES E EXECUÇÃO	-	-	-	-	-
9.4.4 ASSESSORIA DE IMPRENSA	MAILING E RELEASES	-	-	-	-	-
TOTAL				R\$ 44.930,00	R\$ 20.030,00	R\$ 20.030,00
TOTAL DA EXECUÇÃO				R\$ 84.990,00		

13. ACOMPANHAMENTO E CONTROLE

Serão apresentados pelo comitê à plenária, relatórios anuais com as atividades executadas e a mensuração de resultados. Este Plano de Comunicação deverá ser revisto anualmente, a fim de se manter atualizado ao cenário em que organismo se insere.

Espera-se que ao fim de sua implementação, haja um aumento de 30% na difusão de conhecimento acerca do Comitê. Este índice será medido por meio de inserções na imprensa, engajamento nas redes sociais, acesso aos canais de comunicação do Comitê e interação junto ao Comitê por meio do e-mail.