

# NÚCLEO DE PLANEJAMENTO E COMUNICAÇÃO INTEGRADA DO CBH-BT

---

PLANO DE COMUNICAÇÃO E MARKETING DO CBH-BT  
Contrato FEHIDRO N° 367/2019

Comitê da Bacia Hidrográfica do Baixo Tietê - UGRHI 19

1ª EDIÇÃO - Julho/2021



# **PLANO DE COMUNICAÇÃO**

**2021**

Araçatuba – SP

05 de Julho de 2021

## **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

## **1 APRESENTAÇÃO**

O presente Plano de Comunicação e Marketing corresponde a uma das etapas do projeto indicado pelo Comitê da Bacia Hidrográfica do Baixo Tietê (CBH-BT) e financiado pelo FEHIDRO (Fundo Estadual de Recursos Hídricos) no ano 2019, denominado Núcleo de Planejamento e Comunicação Integrada do Baixo Tietê (NPCI-BT), inscrito sob Empreendimento nº 2019-BT-698.

A concepção do projeto foi realizada com a contribuição voluntária dos membros da Câmara Técnica de Turismo e Educação Ambiental do Baixo Tietê (CT-TEA), tendo como Tomadora a Associação dos Engenheiros e Arquitetos de Promissão (ASSENAP), por meio do Contrato nº 367/2019 firmado junto ao FEHIDRO.

Para execução dos serviços descritos no Termo de Referência, foi contratada a empresa Oikos Terra Assessoria em Planejamento Ambiental, conforme termos do Edital nº 03/2020.

Este Plano de Comunicação visa conceituar e dar suporte à estruturação, sistematização e operacionalização do Núcleo de Planejamento e Comunicação Integrado (NPCI) do Comitê da Bacia Hidrográfica do Baixo Tietê (CBH-BT).

A fim de democratizar a compreensão deste documento, serão expostos de forma detalhada dados referentes à Política Nacional das Águas, 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, serão apresentadas as soluções de comunicação sugeridas, assim como a mecânica para a sua execução, permitindo a toda e qualquer pessoa, tanto os integrantes do Comitê quanto um leigo a respeito da gestão de recursos hídricos ou mesmo à comunicação corporativa consiga entender a importância do processo comunicacional e como ele deve ser feito no caso do CBH-BT.

### **1.1 DADOS GERAIS**

Entidade consultiva e deliberativa na área de conservação, proteção e desenvolvimento 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 das Águas.

Instituído pela Lei das Águas (Lei nº 9.433/97), 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, 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.

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 a referência 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), o qual viabilizar financeiramente projetos ligados aos Recursos Hídricos.

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, metodologia, 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 sugeridos 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 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**

Para a elaboração deste Plano de Comunicação foram coletadas informações disponíveis em endereços eletrônicos sobre o Comitê, seus comitês afluentes no Estado de São Paulo, os Sistemas dos quais ele faz parte, documentos e dados disponibilizados pelo próprio CBH-BT, além da bibliografia citada.

Para a elaboração do presente Plano de Comunicação foi realizada ampla pesquisa bibliográfica em sítios eletrônicos provedores de informações sobre o sistema nacional de gestão de recursos hídricos, como por exemplo:

- ✓ Agência Nacional das Águas (ANA);
- ✓ Sistema Nacional de Informações sobre Recursos Hídricos (SNIRH);
- ✓ Sistema Integrado de Gerenciamento de Recursos Hídricos do Estado de São Paulo (SIGRH).

Além da pesquisa de dados secundários, foram obtidos dados complementares, documentos e informações de grande relevância para elaboração do Plano de Comunicação junto à Secretaria Executiva do Comitê de Bacia Hidrográfica do Baixo Tietê.

## **3 OBJETIVOS**

Por meio deste Plano de Comunicação pretende-se identificar as demandas e os anseios comunicacionais do CBH-BT e, desta forma, propor ferramentas para a concretização de soluções alinhadas às expectativas institucionais.

### *3.1 Objetivo geral*

Promover 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.

### *3.2 Objetivos específicos*

- ✓ 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**

Haja vista este Plano de Comunicação contemplar período de 12 meses, as metas aqui descritas respeitam este prazo e são detalhadas no item 14 Cronograma:

- ✓ Criação imediata de um Manual de Identidade Visual;
- ✓ Definição imediata da Identidade Organizacional;
- ✓ Publicizar as identidades organizacional e visual a todos os públicos-alvo;
- ✓ Desenvolver ferramentas de comunicação off line (papelaria, banner etc.) e on line (site, e-mail, newsletter e mídias sociais);
- ✓ Aumentar de forma significativa (ao menos 50%) a divulgação mensal e anual das ações do Comitê na imprensa em relação aos mesmos períodos de 2019 e 2020. Também se almeja aumentar a interação com o público geral fazendo crescer sensivelmente o número de mensagens recebidas por meio dos vários canais (mídias sociais, aplicativos de mensagens e e-mail) – em ao menos 50%.



## **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 (Federal, Estadual e Municipal);
- ✓ Usuários de recursos hídricos (irrigantes, indústria, mineração, hidroeletricidade, companhias de saneamento, pesca e turismo);
- ✓ Entidades Civas (ONGs ambientalistas, instituições de ensino e associações técnicas).

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 km<sup>2</sup>, 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 Jupia, 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:** 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, Macaúbal, 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, que impacta diretamente o uso dos recursos hídricos e o meio ambiente, de modo geral, a saber:

- ✓ Educação ambiental, capacitação e treinamentos;
- ✓ Eventos de grande público, especialmente agropecuários (festa de peão, rodeio, exposição agropecuária etc.);
- ✓ Manejo de águas pluviais;
- ✓ Monitoramento da quantidade e qualidade dos recursos hídricos;
- ✓ Recomposição da cobertura vegetal;
- ✓ Resíduos sólidos;
- ✓ Saneamento e esgotamento sanitário;
- ✓ Sistemas públicos de abastecimento de água potável.

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 Baguaçu. 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 Jundiaí – 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 de 45 membros que representam 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 km<sup>2</sup> 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 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 45 membros (abaixo relacionados), com direito a voz e voto:

I – Quinze (15) representantes do Estado e respectivos suplentes, designados pelos titulares das entidades representadas e que, prioritariamente exerçam suas funções em unidades regionais existentes na Unidade de Gerenciamento de Recursos Hídricos da Bacia Hidrográfica do Baixo Tietê, sendo um representante de cada órgão ou entidade abaixo, com um voto cada um:

- a) Secretaria de Estado de Recursos Hídricos, Saneamento e Obras;
- b) Secretaria de Estado da Energia;
- c) Secretaria de Estado dos Negócios de Economia e Planejamento;
- d) Secretaria de Estado da Saúde;
- e) Secretaria de Estado dos Negócios dos Transportes;
- f) Secretaria de Estado dos Negócios de Esportes e Turismo;
- g) Secretaria de Estado dos Negócios da Educação;
- h) DAEE – Departamento de Águas e Energia Elétrica;
- i) CETESB – Companhia de Tecnologia de Saneamento Ambiental;
- j) DEPRN- Departamento Estadual de Proteção dos Recursos Naturais;
- k) SABESP – Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo;
- l) CATI – Coordenadoria de Assistência Técnica Integral;
- m) CDA – Coordenadoria de Defesa Agropecuária;
- n) Polícia Florestal e de Mananciais do Estado de São Paulo;

o) CODASP – Companhia de Desenvolvimento Agrícola do Estado de São Paulo.

II – Quinze (15) prefeitos dos municípios com territórios totais ou parcialmente situados na bacia hidrográfica do Baixo Tietê, assim definidos pela divisão hidrográfica do Estado, que nomearão os respectivos suplentes, perfazendo o total de 15 votos.

III – Quinze (15) representantes da sociedade civil que nomearão seus respectivos suplentes, escolhidos na data da eleição em reunião plenária das categorias abaixo relacionadas:

- a) Usuários urbanos de águas (dois representantes);
- b) Usuários rurais de águas (dois representantes);
- c) Usuários industriais de águas (dois representantes);
- d) Universidades e Institutos de Ensino Superior: (dois representantes);
- e) Associações de Produtores Rurais (um representante);
- f) Entidades Ambientistas (um representante);
- g) Entidades de Recuperação Florestal (um representante);
- h) Associações de Classe e Sindicatos: (dois representantes);
- i) Associações Comunitárias e Clubes de Serviço (um representante);
- j) Associações de Esportes, Turismo, Lazer e Navegação (um representante).

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, 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 antrópicas; 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 sedimentação, 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 Nº 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 diretor de recursos hídricos** – Construído no ano 2009, o Plano de Bacia (PBH) da UGRH 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 nº 138/2014.

Contudo, em decorrência da publicação da Deliberação CRH nº 146/2012, de 11 de dezembro de 2012, Deliberação CRH nº 188/2016, de 09 de novembro de 2016, referendada em 14 de dezembro de 2016, bem como, da Deliberação CRH nº 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 nº 188/2016 e 190/2016.

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. **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 7º 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;
3. **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;
4. **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 Comunicação**

Sem recursos financeiros 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, 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](mailto:cbh-bt@uol.com.br) e [comite.bt@uol.com.br](mailto:comite.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 a autoridades, ONGs e integrantes do Comitê;
- ✓ **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.

Embora básicos, importantes instrumentos da comunicação corporativa comprovadamente eficazes não são adotados pelo CBH-BT, tais como:

- ✓ Anúncios off e on line;
- ✓ Anúncios/Spots de rádio;
- ✓ Assessoria de Imprensa;
- ✓ Folder;
- ✓ Identidade organizacional;
- ✓ Mídias sociais (Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube);
- ✓ Monitoramento e clipping;
- ✓ Newsletter impressa trimestral;
- ✓ Podcast;
- ✓ Revista anual;
- ✓ Site;
- ✓ Vídeo institucional.

#### **7.4.1 Objetivos da Comunicação**

Via de regra, os objetivos geral e específicos deste Plano estão expostos nos itens 3, 3.1 e 3.2 deste documento e são aqui reforçados:

#### *7.4.1.1 Objetivo geral*

Promover 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.

#### *7.4.1.2 Objetivos específicos*

- ✓ 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.

#### **7.4.2 Justificativa**

É notório o desconhecimento da sociedade em geral sobre a existência, as suas atribuições, e a atuação do CBH-BT, assim como das políticas de recursos hídricos. De forma prática, é fácil observar isso fazendo uma busca no Google. Nota-se que os links que citam o CBH-BT são quase que exclusivamente de órgãos oficiais, acadêmicos ou essencialmente técnicos. Este fato é impeditivo para a ampliação das ações do Comitê, que acaba estrangulado pela falta de veiculação de suas atividades e potencialidades, ficando restrito ao público que já tem informações e especial interesse sobre os referidos assuntos e temas aqui citados.

Sendo assim, a comunicação corporativa no CHB-BT assume papel extremamente relevante, ainda mais em 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

O levantamento de dados para a compreensão das necessidades comunicacionais do CBH-BT foi feito com base em dados disponibilizados principalmente por integrantes do Comitê (notoriamente a Secretaria Executiva), documentos disponíveis no site <http://www.sigrh.sp.gov.br/> e bibliografia anexa.

O presente Plano de Comunicação é parte integrante da proposta denominada *Núcleo de Planejamento e Comunicação Integrado do CBH-BT*, sendo um projeto estratégico de interesse regional, tendo como contratante a Associação dos Engenheiros e Arquitetos de Promissão (Assenap), por meio do Contrato FEHIDRO nº 367/2019.

Este Plano de Comunicação é uma construção coletiva de integrantes do CBH-BT, coordenada por um profissional especializado em comunicação corporativa:

- ✓ **Marcelo Henrique Teixeira Pinto** – Jornalista profissional diplomado (Mtb 29.305), pós-graduado em Gestão Ambiental (*Latu Sensu*), com mais de 25 anos de profissão e experiência em assessoria de imprensa para grandes organizações nacionais, como Alcoolvale Açúcar & Alcool, Telefônica, Senac SP, América Latina Logística (ALL), Sucocítrico Cutrale e Grupo Leão Leão, assim como entidades regionais e locais, como Estaleiro Rio Tietê (ERT), Sindicato Rural da Alta Noroeste (SIRAN), Hospital Psiquiátrico Benedita Fernandes e Hospital Neurológico Ritinha Prates.

## **9 DIAGNÓSTICO**

A partir das informações coletadas e compiladas nos levantamentos foi realizado este diagnóstico da comunicação do CBH-BT. Foram levados em consideração os públicos-alvo, a identidade visual e os canais de comunicação interna e externa atualmente utilizados. A partir desta análise serão propostas novas ferramentas, no prognóstico.

### **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. No entanto, para fins de início deste trabalho de comunicação corporativa que pretende ser perene, vamos reduzir os públicos-alvo a três grandes grupos, sendo prioritários na mesma medida:

#### **✓ Interno**

- Equipe executiva do CBH-BT;
- 45 integrantes do Comitê e respectivos suplentes;
- Integrantes das Câmaras Técnicas;
- Prefeitos dos 42 municípios integrantes do CBH-BT;
- Funcionários do DAEE e da Cetesb.

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 captadores 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

- ✓ **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** – Os e-mails são difundidos e utilizados para a comunicação institucional, focada principalmente na comunicação interna junto aos membros do Comitê. No entanto, como o CBH-BT não conta com domínio próprio ([www.cbhbt.com.br](http://www.cbhbt.com.br) ou [www.comitedobaixotiete.com.br](http://www.comitedobaixotiete.com.br), por exemplo), os atuais endereços eletrônicos ([cbn-bt@uol.com.br](mailto:cbn-bt@uol.com.br) e [comite.bt@uol.com.br](mailto:comite.bt@uol.com.br)) tendem a causar ruído na percepção do receptor das mensagens, exatamente pela falta de 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, não há profissionais dedicados especificamente a esta ação;
- ✓ **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. 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.

### **9.3 Análise geral**

O diagnóstico indica a necessidade de estruturação e organização da comunicação interna e externa do CBH-BT, sistematizando-a, estabelecendo fluxo e periodicidade. A maior parte dos canais de comunicação utilizados atualmente pelo Comitê se mostram aquém da sua necessidade comunicacional, e precisam ser reformulados ou otimizados. Além disso, há inequívoca necessidade de investimento na ampliação das ferramentas nesta área para a publicização de conhecimento.

Esta solução passa pela criação de uma estrutura específica de comunicação corporativa junto ao CBH-BT, que passaremos a chamar de *Núcleo de Planejamento e Comunicação Integrado do CBH-BT*, que, além de representantes do Comitê, reúna obrigatoriamente profissionais de jornalismo, de publicidade e de TI (Tecnologia da Informação) especializados nas ferramentas que serão descritas no prognóstico.

## 10 PROGNÓSTICO

A comunicação corporativa do CBH-BT precisa e deve contar com uma série de ferramentas modernas e eficazes, ainda não implantadas, assim como readequações naquelas já utilizadas, para que sejam atingidos os objetivos e metas propostas neste Plano de Comunicação.

Esta situação deve ser precedida pela criação do *Núcleo de Planejamento e Comunicação Integrado do CBH-BT* composto por profissionais específicos, responsáveis pela implantação e operacionalização, a saber, e definidos no Termo de Referência, com as respectivas cargas horárias:

- ✓ **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](mailto:comunicacao@cbhbt.com.br) ou [comunicacao@comitedobaixotiete.com.br](mailto: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 da 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;

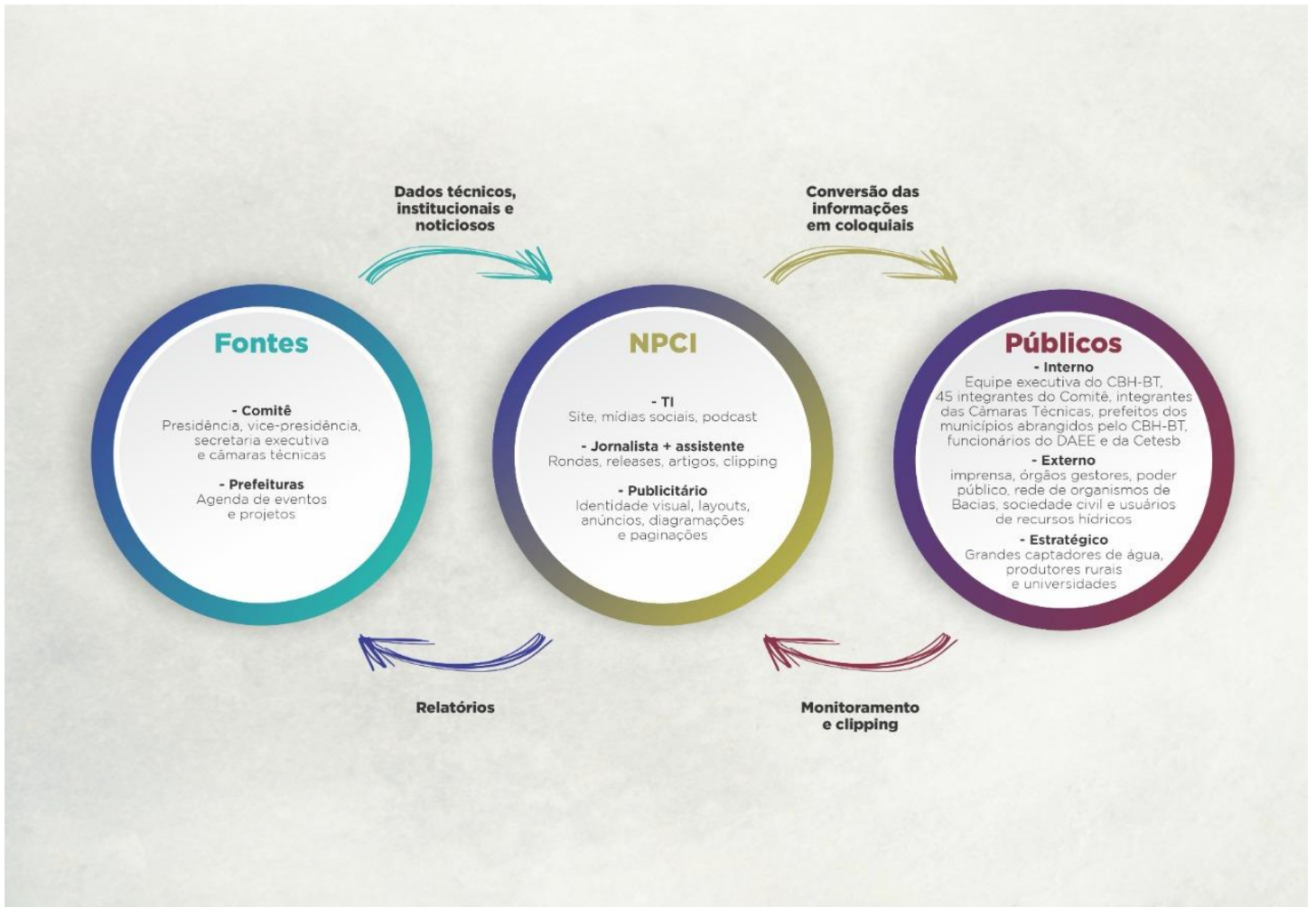
**q) Criação de anúncios impressos, virtuais e banners** – desenvolvimento de layouts institucionais, de eventos, de parcerias e outras ações que forem necessários;

**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 técnica 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.

<b>Solução de comunicação</b>	<b>Prazo de implantação</b>	<b>Periodicidade</b>	<b>Responsável</b>
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 inclusas 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 Qualitativas	No último mês do período de 12 meses	Anual	Empresa especializada

## 12 PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO

<b>Prazo</b>	<b>Ações</b>
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 incluídas em plano de implementação futuro:

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

### 13 ORÇAMENTO ESTIMADO

A seguir, apresenta-se estimativa de custo atualizados (2021) para execução dos serviços, conforme adequações debatidas junto à CT-TEA, em especial a conversão de mídias impressas (propostas no TR) em mídias digitais.

<b>Ação</b>	<b>Item</b>	<b>Un</b>	<b>Preço/Ano</b>
Anúncios publicitários off e on line	208 cm/col em jornais da região Referência - Folha da Região/O Liberal Regional (R\$ 15,00 cm/col)  12 Banners on line Referência - Site RP10	1	R\$ 3.120,00   R\$ 6.240,00
Assessoria de Imprensa, Monitoramento e Clipping	Produção de releases Produção de artigos Produção de fotos Contato com as CT Contato com a imprensa Postagens nas mídias soc.	1	R\$ 99.648,00 - Correspondente aos custos de 2 dos jornalistas ou profissionais da área de comunicação (item 10.1 - alíneas de E a N)
WhatsApp	Alteração para Business Definição de imagens de identificação Mensagem inicial aos grupos Otimização de ferramentas	1	R\$ 76.800,00 - Correspondente aos custos do TI ou profissionais equivalentes (item 10.1, alíneas de A a D)
Podcast	Projeto-piloto Pauta Produção de textos Validação dos textos Gravação Edição Entrega	53	Inserido nos custos dos jornalistas e do TI ou profissionais equivalentes
Identidade Organizacional	Informe inicial aos integrantes Duas reuniões para definição de missão, visão e valores Definição dos textos Validação Entrega	1	Correspondente aos custos do publicitário ou profissional equivalente R\$ 21.600,00 (item 10.1 - alíneas de O a T)

Identidade Visual e Logomarca	Ajustes Logomarca Desenv. Manual de Idend.	1	Inserido nos custos do publicitário ou profissional equivalente
Folder Institucional (virtual)	Formato proporcional ao A3, 4 x 4 cores, com 4 páginas (em PDF)		Inserido nos custos dos jornalistas e do publicitário ou profissionais equivalentes
Mídias sociais	Criação e gerenciamento do Facebook	1	Inserido nos custos dos jornalistas, publicitário e do TI ou profissionais equivalentes
	Criação e gerenciamento do Instagram	1	
	Criação e gerenciamento do YouTube	1	
	Criação e gerenciamento do LinkedIn	1	
Banners	Lona 80 cm x 1,20 m Acabamento com ilhós e vareta	4	R\$ 400,00
Spots/Anúncios de rádio	Produção de textos Gravações Edição	730 730 730	Inserido nos custos dos jornalistas e TI  R\$ 30,00 unitário R\$ 21.900,00 anual
	Veiculação Referência - Clube FM e Band FM Araçatuba	730	
Site e e-mails corporativos com domínio próprio	Criação do site Criação dos e-mails Hospedagem e manutenção	1 1	R\$ 28.926,00
Newsletter Trimestral virtual	Projeto gráfico Pauta Produção de textos Produção de fotos Seleção de outras imagens Diagramação Validação Entrega	4	Inserido nos custos dos jornalistas e do publicitário ou profissionais equivalentes
Revista corporativa virtual	Projeto gráfico (em PDF) Pauta Produção de textos Produção de fotos Seleção de outras imagens Diagramação Validação	1	Inserido nos custos dos jornalistas e do publicitário ou profissionais equivalentes
<b>Total</b>			<b>R\$ 258.634,00</b>

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 (os orçamentos precisam ser refeitos no momento da operacionalização):

<b>Ação</b>	<b>Item</b>	<b>Un</b>	<b>Preço/Ano</b>
Novos materiais de papelaria	Layouts  Cartão de visitas – formato 9 x 5 cm, 4 x 4 cores, laminação fosca – 5 mil unidades  Envelopes saco grande – formato A4, 4 x 0 cores – 2 mil unidades  Papel timbrado – formato A4, 4 x 0 cores, 75 g – 10 mil unidades		Inserido nos custos do jornalista, publicitário  Custos da gráfica R\$ 950,00  R\$ 3 mil  R\$ 4.100,00
Vídeo institucional	Roteiro e texto Captação Escolha de trilha Gravação de áudio Edição Alterações Finalização	1	Custo da produtora de vídeo R\$ 23,5 mil
Pesquisas Qualitativas	Etapa 1: Questão inicial Etapa 2: Exploração Etapa 3: Problemática Etapa 4: Construção do Modelo de Análise Etapa 5: Coleta de Dados Etapa 6: Análise das Informações Etapa 7: Conclusões	1	Custo da empresa de pesquisa R\$ 18 mil
<b>Total</b>			<b>R\$ 49.550,00</b>

## 14 CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO



Criação e início da execução



Período de operacionalização

AÇÃO	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL
Núcleo												
AI												
Whats												
Podcast												
IO												
IV												
MS												
Papel.												
Rádio												
Site												
Newslet.												
Revista												

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

AÇÃO	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL
Vídeo												
Pesquisas												

## **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.

O parâmetro de desempenho utilizado será o aumento da divulgação das ações do Comitê, cuja meta mensal já descrita é de 50% em relação ao mesmo mês de 2019, assim como anualmente também 50% dos 12 meses anteriores.

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 através do e-mail.

## 16 BIBLIOGRAFIA

- BUENO, Wilson da Costa. A Auditoria de imagem na mídia como estratégia de inteligência empresarial. *Revista Comunicação e Sociedade*. Número 32, 1999, Unesp, São Paulo.
- CHAPARRO, Manuel Carlos. Pragmática do jornalismo. *Buscas práticas para uma teoria da ação jornalística*. São Paulo: Summus, 1994
- GATES, Bill. *A empresa na velocidade do pensamento*. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.
- GEERTZ, Clifford. *A Interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: LTC, 1989.
- KATZ, Chaim Samuel; DORIA, Francisco Antonio; LIMA, Luiz Costa. *Dicionário de Relações Públicas*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1975.
- RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo Guimarães. *Dicionário de Comunicação*. Rio de Janeiro: Campus, 2002.
- REGO, Francisco Torquato Gaudêncio do. *Comunicação empresarial, comunicação institucional*. São Paulo: Summus, 1986.
- SINGER, Peter. *Ética prática*. São Paulo: Martins Fontes, 1994.
- Site da Secretaria de Projetos, Orçamento e Getsão do Estado de São Paulo ([www.planejamento.sp.gov.br](http://www.planejamento.sp.gov.br)), acessado em 02/12/2020.
- Site do Sistema Integrado de Gerenciamento de Recursos Hídricos do Estado de São Paulo (<http://www.sigrh.sp.gov.br/cbhbt/apresentacao>), acessado em 03/12/2020.
- Site do Sistema Nacional de Gerenciamento de Recursos Hídricos (SINGREH) (<https://www.ana.gov.br/aguas-no-brasil/sistema-de-gerenciamento-de-recursos-hidricos/o-que-e-o-singreh>), acessado em 03/12/2020.
- VIANA, Francisco. *De cara com a mídia*. São Paulo: Negócio, 2001.
- VILVERT, Cassiane. *Um panorama das ferramentas de Comunicação Interna no Brasil*. Florianópolis: Social Base, 2017. <https://culturacolaborativa.socialbase.com.br/panorama-ferramentas-comunicacao-interna-brasil/> (acessado em 03/12/2020).