



COMITÊ DA BACIA HIDROGRÁFICA DOS AFLUENTES DO ALTO SÃO FRANCISCO – CBH SF1

DELIBERAÇÃO “AD REFERENDUM” CBH-SF1 Nº 07/2021 de 29 de dezembro de 2021

Aprova o Plano de Comunicação do Comitê da Bacia Hidrográfica dos Afluentes do Alto São Francisco CBH SF1 em atendimento aderiu ao Programa Procomitês.

O COMITÊ DA BACIA HIDROGRÁFICA DOS Afluentes do Alto São Francisco CBH-SF1, no uso de suas atribuições legais conferidas pela Lei Estadual nº 13.199, de 29 de janeiro de 1999;

CONSIDERANDO que o Comitê de Bacia Hidrográfica dos Afluentes do Alto São Francisco (CBH-SF1) aderiu ao Programa Nacional de Fortalecimento dos Comitês de Bacias Hidrográficas – Procomitês;

CONSIDERANDO as metas pactuadas e acordadas no Programa Procomitês;

CONSIDERANDO que não houve reunião plenária do comitê agendada no mês de dezembro/2021;

DELIBERA “Ad referendum”:

Art. 1º - Fica aprovado o Plano de Comunicação (anexo I) em atendimento ao Programa Procomitês;

Art.2º - Essa deliberação entra em vigor na data de sua assinatura.

Lagoa da Prata, 29 de dezembro de 2021

Dirceu de Oliveira Costa

Presidente do Comitê da Bacia Hidrográfica dos Afluentes do Alto São Francisco CBH SF1

PLANO DE COMUNICAÇÃO

COMITÊS DE BACIA HIDROGRÁFICA DE MINAS GERAIS



Comitê da Bacia Hidrográfica dos Afluentes do Alto São Francisco – CBH SF1

Dezembro / 2021

#1 – CONTEXTUALIZAÇÃO DOS CBHS EM MINAS

Os comitês são órgãos de Estado, colegiados, compostos por representantes dos poderes públicos, sociedade civil e usuários de recursos hídricos (indústria, mineração, abastecimento, saneamento, dentre outros). Eles são responsáveis por discutir e deliberar sobre a gestão das águas em sua área de abrangência.

O estado de Minas Gerais foi dividido em [36 Unidades de Planejamento e Gestão de Recursos Hídricos](#) e, no período de 1998 a 2009, foi criado um comitê de bacia para cada unidade. Deste modo, o estado de Minas Gerais conta com 36 Comitês de Bacias Hidrográficas (CBHs) instituídos.

SOBRE A COMPOSIÇÃO DOS COMITÊS

São considerados candidatos elegíveis à participação nos comitês, as instituições que se enquadrem nos seguintes segmentos:

1. Poder Público Estadual
2. Poder Público Municipal
3. Usuários de Recursos Hídricos
4. Organizações Cívicas.

RELAÇÃO DOS COMITÊS DE BACIA ESTADUAIS

Comitês Estaduais - MG

BACIA DO RIO SÃO FRANCISCO

- [SF1 - Comitê da Bacia Hidrográfica dos Afluentes do Alto São Francisco](#)
- [SF2 - Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio Pará](#)
- [SF3 - Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio Paraopeba](#)
- [SF4 - Comitê da Bacia Hidrográfica do Entorno da Represa de Três Marias](#)
- [SF5 - Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio das Velhas](#)
- [SF6 - Comitê da Bacia Hidrográfica dos Rios Jequitai e Pacuí](#)
- [SF7 - Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio Paracatu](#)
- [SF8 - Comitê da Sub Bacia Mineira do Rio Urucuia](#)
- [SF9 - Comitê da Bacia Hidrográfica dos Afluentes Mineiros do Médio São Francisco](#)
- [SF10 - Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio Verde Grande](#)

BACIA DO RIO GRANDE

- [GD1 - Comitê da Bacia Hidrográfica dos Afluentes Mineiros do Alto Rio Grande](#)
- [GD2 - Comitê da Bacia Hidrográfica Vertentes do Rio Grande](#)
- [GD3 - Comitê da Bacia Hidrográfica do Entorno do Reservatório de Furnas](#)
- [GD4 - Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio Verde](#)
- [GD5 - Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio Sapucaí](#)
- [GD6 - Comitê da Bacia Hidrográfica dos Afluentes Mineiros dos Rios Mogi-Guaçu e Pardo](#)

- [GD7 - Comitê da Bacia Hidrográfica dos Afluentes do Médio Rio Grande](#)
- [GD8 - Comitê da Bacia Hidrográfica dos Afluentes do Baixo Rio Grande](#)

BACIA DO RIO PARANAÍBA

- [PN1 - Comitê da Bacia Hidrográfica dos Afluentes Mineiros Alto Paranaíba](#)
- [PN2 - Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio Araguari](#)
- [PN3 - Comitê da Bacia Hidrográfica dos Afluentes Mineiros do Baixo Paranaíba](#)

BACIA DO RIO DOCE

- [DO1 - Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio Piranga](#)
- [DO2 - Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio Piracicaba](#)
- [DO3 - Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio Santo Antônio](#)
- [DO4 - Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio Suaçuí](#)
- [DO5 - Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio Caratinga](#)
- [DO6 - Comitê da Bacia Hidrográfica Águas do Rio Manhuaçu](#)

BACIA DO RIO JEQUITINHONHA

- [JQ1 - Comitê da Bacia Hidrográfica dos Afluentes Mineiros do Alto Jequitinhonha](#)
- [JQ2 - Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio Araçuaí](#)
- [JQ3 - Comitê da Bacia Hidrográfica dos Afluentes Mineiros do Médio e Baixo Rio Jequitinhonha](#)

BACIA DO RIO PARDO

- [PA1 - Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio Mosquito e Demais Afluentes Mineiros do Rio Pardo](#)

BACIA DO RIO PARAÍBA DO SUL

- [PS1 - Comitê da Bacia Hidrográfica dos Afluentes Mineiros dos Rios Preto e Paraíbuna](#)
- [PS2 - Comitê da Bacia Hidrográfica dos Afluentes Mineiros dos Rios Pomba e Muriaé](#)

BACIA DOS RIOS PIRACICABA, CAPIVARI E JUNDIAÍ

- [PJ1 - Comitê da Bacia Hidrográfica dos Rios Piracicaba e Jaguari](#)

BACIA DO RIO MUCURI

- [MU1 - Comitê da Bacia Hidrográfica dos Afluentes Mineiros do Rio Mucuri](#)

BACIA DO RIO SÃO MATEUS

- [SM1 - Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio São Mateus](#)

#1.1 – CONTEXTUALIZAÇÃO DO CBH SF1

A bacia hidrográfica dos Afluentes do Alto São Francisco (SF1), localizada no Estado de Minas Gerais, inserida na região hidrográfica da bacia do Rio São Francisco, ocupa uma área de 14.155,09 km². São 29 municípios com área na bacia e população estimada em 260.698 mil habitantes

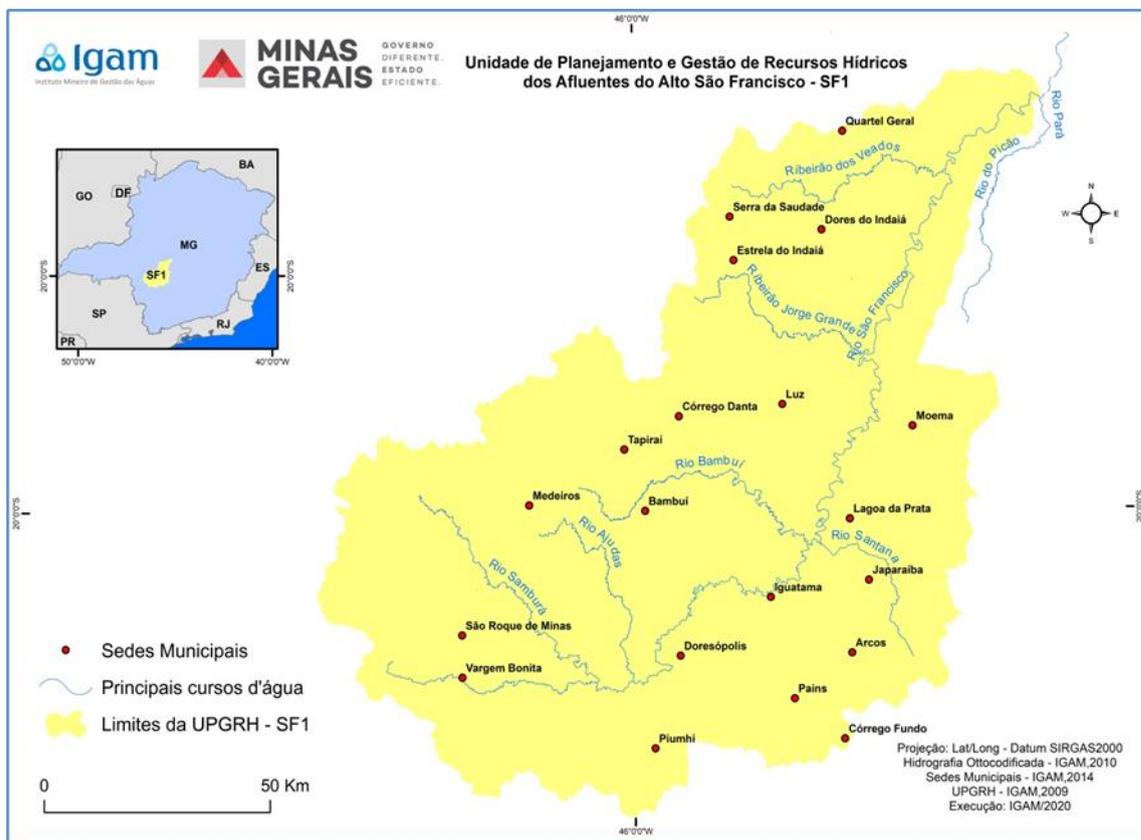


Figura 1. Mapa Bacia dos Afluentes do Alto São Francisco

#2 – EXPECTATIVAS EM RELAÇÃO À COMUNICAÇÃO

Em pesquisa realizada pelo Igam com os Comitês de Bacia de Minas Gerais, e respondida por 24 desses comitês, foram constatado que são positivas as expectativas em relação às ações de comunicação para as ações do comitê.

Entre as respostas, que classificam como “boa”, “ótima ideia”, “positiva” e até mesmo “urgente”, estão anseios de que o plano de comunicação contribua para “melhorar a comunicação e a interação entre os diversos comitês e melhor relacionamento com o Igam, a Semad, o Governo do Estado, Prefeituras e a comunidade”.

Também se busca que o plano possa, conforme respostas do levantamento, criar um ambiente para “melhorar a comunicação, dar visibilidade, e dar conhecimento do comitê à comunidade” e que seja favorável para “divulgar as ações dos Comitês, apresentando os trabalhos do comitê a toda população, visando à promoção do comitê”.

Que o plano seja de fato uma ferramenta do Sistema de Informação que atenda à realidade da bacia em questão e que possa auxiliar no processo de popularização e reconhecimento por parte da

sociedade civil como um todo, também é uma das respostas que está entre as recebidas no questionário.

Abaixo, seguem outras expectativas destacadas:

“Que os comitês tenham maior visibilidade, e que tenham maior poder decisão sobre ações governamentais na temática do meio ambiente”.

“Que ele possa promover a divulgação do Comitê e das suas ações e instrumentos, e promover o engajamento da população na gestão dos recursos hídricos.”

“Que seja um plano que realmente possa fazer com que as informações cheguem a população.”

“Que possa melhorar a interlocução dos comitês entre eles e com a sociedade.”

“Que seja a organização das Relações Públicas que o comitê precisa manter com suas comunidades clientes.”

“Expectativa Total! Que seja especialmente virtual, pela constituição de redes sociais (de recepção e envio de mensagens) segmentadas e territorializadas, e que faça uso das rádios locais, com notícias ou informes pagos. Que tenha um jornalista/designer pago por conta do CBH, que seja da região.”

“Diferente de um plano que divulga ações interna do Comitê e/ou da Agência da Bacia Hidrográfica, com objeto de aproximação/parceria, conhecimento, mobilização, sensibilização e até de ganho em escala, um plano com caráter descentralizado externo que priorize, valorize e divulgue os programas e projetos ambientais ocorridos nos municípios sejam públicos e/ou privados urbanos e rurais podem gerar modelos e exemplos trazendo retornos em arranjos locais. Ainda, um plano que pense os proprietários rurais com agentes de transformação quanto zelo com os recursos ambientais de produção.”

“Tornar o Comitê conhecido na bacia e com isto ter o envolvimento da comunidade nas ações sugeridas e implementadas pelo CBH.”

#3 – OBJETIVOS COM AS AÇÕES DE COMUNICAÇÃO

GERAL

- Divulgar para os públicos interno e externo aos Comitês e ao Igam informações, atividades e trabalhos desenvolvidos pelos Comitês de Bacia Hidrográfica de Minas Gerais;

ESPECÍFICOS

- Apresentar e popularizar a estrutura dos Comitês de Bacia, difundindo seu papel e atribuições, divulgando informações sobre os instrumentos de gestão e ações desenvolvidos pelo comitê;
- Ampliar a comunicação dos Comitês, sendo um canal direto com a sociedade e diversos setores e entidades acerca dos temas relacionados a recursos hídricos, especialmente aqueles de impacto nas comunidades, a exemplo da Cobrança pelo uso da água, da escassez hídrica, dos programas voltados para usuários, entre outros;
- Garantir maior celeridade, visibilidade, clareza e transparência às discussões e deliberações dos Comitês;
- Padronizar ações e procedimentos de comunicação entre os Comitês, facilitando a execução interna das ações e os trâmites nesta área;

- Buscar maior envolvimento da sociedade nos assuntos tratados pelos Comitês, com foco na representatividade deste setor dentro do Comitê e na garantia do interesse público e bem-estar da população local;
- Fazer com que a sociedade reconheça os Comitês como espaço de gestão de recursos hídricos;
- Fortalecer/empoderar os Comitês e efetivar a gestão de recursos hídricos de forma descentralizada e participativa nas bacias hidrográficas de Minas Gerais;
- Criar cenários/momentos de formação e arranjos que discutam e promovam a educação ambiental e a melhoria dos índices de qualidade ambiental ao longo da bacia hidrográfica abrangida pelo Comitê;
- Criar redes de colaboradores para o trabalho dos Comitês, sensibilizar e informando usuários de recursos hídricos quanto a seu papel na conservação hídrica do Estado;
- Auxiliar a área técnica dos Comitês na promoção de eventos, workshops e oficinas, para ações de capacitação de seu público-alvo;
- Reduzir substancialmente os questionamentos recebidos pelos Comitês em relação à gestão hídrica estadual.

#4 – GARGALOS DOS CBHs PARA A COMUNICAÇÃO

Ainda é insipiente a estrutura de comunicação existente nos Comitês de Bacia, o que torna ainda mais premente a necessidade da implantação de um plano de comunicação e, conseqüentemente, da criação de uma estrutura humana e física para execução das ações.

De modo geral, os Comitês têm logomarca/identidade visual, e redes sociais.

Já em relação à profissionais de comunicação ou equipamentos para ações de cobertura jornalística/divulgações em redes sociais, é unânime a afirmação de que **NENHUM DOS COMITÊS CONTA COM ESTRUTURA OU PROFISSIONAIS PARA TAL ATIVIDADE**. Exceção para os Comitês que contam com apoio da Agência de Bacia em função da cobrança pelo uso de recursos hídricos

No que tange à organização de eventos, três Comitês pouquíssimos Comitês relatam dispor de plataformas de videoconferências para realização de reuniões, eventos virtuais, webinars e afins.

#5 – PÚBLICO ALVO PARA AS AÇÕES DE COMUNICAÇÃO

- Servidores do Sisema;
- Gestores públicos;
- Consultores ambientais;
- Produtores rurais;
- Companhias de água e abastecimento público;
- Agricultores;
- Setor produtivo e usuários de recursos hídricos em geral.
- Prefeituras;
- Ministério Público;
- Polícia Militar;
- Estudantes;
- Público em geral.

#6 – PARCEIROS

- Órgãos do Sisema e escritórios regionais: Semad, IEF e Feam;
- Companhia de Saneamento de Minas Gerais (Copasa);
- Companhia Energética de Minas Gerais (Cemig);
- Empresa de Assistência Técnica e Rural do Estado de Minas Gerais (Emater);
- Secretaria de Estado de Agricultura, Pecuária e Abastecimento de Minas Gerais (Seapa);
- Instituto Mineiro de Agropecuária (IMA);
- Agência Nacional de Águas e Saneamento Básico (ANA);
- Conselho Regional de Engenharia e Agronomia de Minas Gerais (CREA-MG);
- Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (Fiemg);
- Federação da Agricultura e Pecuária do Estado de Minas Gerais (Faemg);
- Federação dos Trabalhadores na Agricultura do Estado de Minas Gerais (Fetaemg);
- Ministério Público do Estado de Minas Gerais - Centro de Apoio Operacional do Meio Ambiente (Caoma);
- Comando de Policiamento de Meio Ambiente da Polícia Militar de Minas Gerais;
- Prefeituras e Secretarias Municipais de Meio Ambiente e Agricultura;
- Conselhos Municipais de Meio Ambiente;
- Associação Mineira de Municípios (AMM);
- Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais (Epamig);
- Universidades Federais, Estaduais e privadas.

#7 – TOM DA MENSAGEM

- Clara, concisa e direta;
- Gramaticalmente e ortograficamente perfeita;
- Com linguagem adequada ao público-alvo (formal ou informal);
- Em tom adequado ao seu público-alvo e seus objetivos;
- Mensagem com conteúdo de acordo com as necessidades e interesses do seu público-alvo.

#8 – CANAIS DE COMUNICAÇÃO

- Site Igam, Portal dos Comitês e redes sociais do Sisema (@meioambienteminasgerais); no Instagram haverá um destaque especial para o MTR
- Agência Minas;
- Rádio Agência Minas;
- Veículos de comunicação (rádio, TV, jornal impresso, revistas, portais de notícias);
- Sites, redes sociais e eventos de parceiros;
- Participações em eventos de parceiros com palestras técnicas;
- Eventos técnicos organizados pelo próprio Sisema ou em co-realização com parceiros
- Seminários virtuais;
- Reuniões de Colegiados e Câmaras Técnicas;

- Edições do Diálogos com o Sisema;
- Boletins virtuais e impressos explicando de maneira didática o funcionamento do SEGRH e Comitês;
- Mailling e linhas de transmissão no whatsapp com sindicatos e associações representativas do público-alvo e empreendedores, diretamente;
- Demais canais a serem avaliados após avaliação sobre público-alvo e parceiros.

#9 – PLANO DE AÇÃO

- Criar identidade visual para todos os Comitês;
- Criar e manter ativas e atualizadas as redes sociais dos comitês de bacia (Instagram, Facebook e Youtube);
- Adquirir licença de plataforma virtual para realização de eventos e reuniões técnicas;
- Estruturar os Comitês de Bacia para as ações de comunicação (profissional de comunicação e equipamentos básicos, como computador, câmera fotográfica e outros);
- Criar uma campanha de comunicação intitulada **CONHEÇA SEU COMITÊ DE BACIA**, com conceito e identidade visual para embasar todos os materiais;
- Construir um mailling para envio de conteúdos a partir da definição do público-alvo;
- Produzir release para apresentar à imprensa do Estado os detalhes do funcionamento dos comitês e sua atuação;
- Produzir matéria em texto e áudio detalhando todos os benefícios do trabalho de gestão hídrica para site do Igam, Portal dos Comitês, Agência Minas e rádios do interior;
- Criar pequenas matérias ou spots em áudio para divulgação das ações dos Comitês em rádios do interior;
- Produção de vídeo (Reels), para o Instagram, apresentando a estrutura dos Comitês de Bacia Hidrográfica;
- Produção de um carrossel para o Instagram com quatro ou cinco telas apresentando: o que é o Comitê, suas funcionalidades, ações e programas;
- Criar um DESTAQUE no Instagram para concentrar as postagens dos Comitês de Bacia;
- Realizar eventos técnicos com gestores municipais e com o público alvo para esclarecimento de dúvidas sobre a atuação e ações dos Comitês;
- Realizar campanhas sobre temas importantes da gestão das águas em Minas, como escassez hídrica, Cobrança pelo uso da água e outros.
- Compartilhar com órgãos parceiros peças gráficas e posts em redes sociais sobre as ações dos Comitês;
- Acompanhar, junto ao gabinete Igam e presidências dos Comitês, reclamações, dúvidas e queixas sobre a atuação desses órgãos com o objetivo de trabalhar em conteúdos de comunicação voltados ao esclarecimento de tais pontos;
- Solicitar atualização no site Igam e no Portal dos Comitês, sempre que necessário, informações sobre o trabalho dos Comitês;

#2.6 CALENDÁRIO DE AÇÕES

As ações se iniciam em janeiro de 2022 e continuam ao longo dos próximos anos, conforme orçamento destinado a este Plano de Comunicação.