



COMITÊ DA BACIA HIDROGRÁFICA DOS RIOS JEQUITAI, PACUI E TRECHOS DO SÃO FRANCISCO

DELIBERAÇÃO AD REFERENDUM CBH-SF6 Nº 04/2021 de 23 de dezembro de 2021

Aprova o Plano de Comunicação do Comitê da Bacia Hidrográfica dos Rios Jequitai, Pacui e Trechos do São Francisco – SF6 em atendimento ao Programa Procomitês.

O COMITÊ DA BACIA HIDROGRÁFICA DOS RIOS JEQUITAI, PACUI E TRECHOS DO SÃO FRANCISCO – SF6, 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 Rios Jequitai, Pacui e Trechos do São Francisco (CBH SF6) aderiu ao Programa Nacional de Fortalecimento dos Comitês de Bacias Hidrográficas – Procomitês;

CONSIDERANDO as metas pactuadas e acordadas no Programa Procomitês;

DELIBERA:

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

Art.2º - Essa deliberação entra em vigor a partir da data da sua aprovação.

José Valter Alves

Presidente do Comitê da Bacia Hidrográfica dos Rios Jequitai, Pacui e Trecho do São Francisco

PLANO DE COMUNICAÇÃO

COMITÊS DE BACIA HIDROGRÁFICA DE MINAS GERAIS



Comitê dos Rios Jequitaiá, Pacuí e Trecho do São Francisco – CBHSF6
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 Civis.

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 Jequitaiá 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 Paraíba](#)
- [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 CBHSF6

“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 dos 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.