

Proposta:
Projeto de Comunicação CBH-PS
Deliberação 014-
2021

Proponente: Suinã Instituto Socioambiental

1. Introdução

O Comitê das Bacias Hidrográficas do Rio Paraíba do Sul (CBH-PS) faz parte do Sistema Integrado de Gerenciamento de 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 (Lei 7.663/1991). O CBH-PS atua em 34 municípios do Vale do Paraíba, que fazem parte da Unidade de Gerenciamento de Recursos Hídricos 2 (UGRHI 2), e desde 1994, ano de sua criação, vem realizando um importante trabalho na região e necessita de um plano de comunicação para que seus objetivos e políticas sejam conhecidas, com uma imagem sólida junto aos diferentes segmentos da sociedade. O objetivo deste documento é apresentar um Projeto de Comunicação para o CBH-PS com a pretensão de identificar os anseios do Comitê e aprimorar e propor ferramentas para se alcançar uma comunicação alinhada às expectativas institucionais.

2. Objetivo

O objetivo principal do **PROJETO DE COMUNICAÇÃO** é constituir um canal de comunicação contínuo entre o CBH-PS e a sociedade como um todo. Para o efetivo alcance de público, nossa proposta contempla o uso da Educomunicação, pois ela se demonstra uma ferramenta viável na criação de uma comunicação social dialógica, com viés mais democrático e igualitário, atendendo a pluralidade e diversidade cultural.

2.1. Objetivos específicos

- Utilizar a comunicação social como instrumento estratégico para que o CBH-PS participe do processo de formação da opinião pública;
- Tornar o CBH-PS e suas atuações conhecidas pela sociedade que reside ao entorno das áreas prioritárias da Bacia Hidrográfica;
- Criar padrões visuais para o fortalecimento institucional;
- Identificar e criar canais de comunicação com o público interno e externo;

- Utilizar ferramentas pedagógicas educomunicativas para fomentar temáticas pertinentes as questões socioambientais;
- Proporcionar uma cobertura jornalística de qualidade;
- Melhorar a articulação de parceria entre o CBH-PS, sociedade civil, instituições de ensino, instituições privadas, poder público e sociedade em geral;
- Criar estratégias para promover uma maior participação dos atores da gestão integrada dos Recursos Hídricos;
- Ambientar os canais de comunicação social do CBH-PS, tornando mais acolhedor e intuitivo;
- Sensibilizar a sociedade em geral, para torná-los agentes multiplicadores de informações responsáveis relacionadas a preservação da água.

3. Área de abrangência

Nosso projeto contempla a população dos 34 municípios pertencente ao Comitê de Bacias Hidrográficas Rio Paraíba do Sul, com a população estimada de aproximadamente 2,5 milhões de habitantes. (IBGE/2010).

4. Tomador

Somos o Instituto Suinã uma Organização da Sociedade Civil (OSC) fundada em 2014, sediada em Guararema e com atuação na região das bacias hidrográficas do Vale do Paraíba e Alto do Tietê. Nosso objetivo social é a defesa e conservação da sociobiodiversidade por meio da educação, pesquisa e sensibilização a fim de contribuir na transição para uma sociedade mais justa e sustentável.

Promovemos ações e projetos que envolvem mobilização social e educação socioambiental, buscando despertar a responsabilidade individual e coletiva que resulte na necessária e urgente transformação social, uma vez que visa articular conhecimentos teóricos e práticos em prol de todos os elementos que interagem nos diferentes territórios.

Como direcionadores nos inspiramos na Convenção sobre Diversidade Biológica e no Tratado de Educação Ambiental para Sociedades Sustentáveis e Responsabilidade Global, que sustenta que a educação socioambiental é um processo de permanente construção para busca das sociedades sustentáveis e equitativas e que integra os saberes e valoriza desde pequenas ações articuladas no território até mudanças estruturais que priorizem a resolução de problemas e culminam em políticas públicas. Além disso, nos pautamos também nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável que contemplam 17 objetivos e suas metas a serem consideradas no desenvolvimento de nossas atividades.

Nossas ações são pautadas pelos seguintes valores:

Cuidado: Conosco, com os outros e com o meio ambiente;

Respeito: Respeitar a diversidade de vida, culturas e saberes;

Ética: Agir de forma íntegra e responsável para com todos os seres vivos;

Equidade: É a base para a sociedade mais justa e de oportunidade para todas e todos.

A organização possui 3 principais linhas de atuação:

- Educação Socioambiental
- Conservação e Manejo da Biodiversidade
- Fortalecimento e Mobilização Social

5. Equipe técnica

A equipe técnica será composta de forma multidisciplinar por profissionais qualificados atendendo as demandas de Educomunicação, jornalismo, social mídia, designer gráfico, audiovisual, mobilização social e educação ambiental.

6. Metodologia

Para o desenvolvimento desse projeto vamos utilizar ferramentas pedagógicas de Educomunicação, comunicação social, educação ambiental e mobilização e fortalecimento social.

7. Comunicação

O CBH-PS não mantém uma equipe profissional dedicada para o desenvolvimento das ações de comunicação social do Comitê, sendo necessário a contratação de uma equipe técnica qualificada para suprir essa demanda.

Nosso plano de divulgação conta com Assessoria de Imprensa e Social Mídia que por meio dos principais meios de veiculação, redes sociais, sites, jornais, rádio e TVs, serão trabalhados materiais compostos por textos, release, curtos, médios e longos, artes gráficas e fotos promocionais das ações. Os canais de comunicação para divulgações diretas serão: *Website, Instagram, Facebook, LinkedIn, Youtube* e *e-mail* institucional.

O Comitê desde a sua instalação tem a comunicação baseada nas seguintes ações:

- E-mail institucional (cbh-ps@comiteps.sp.gov.br), o principal canal de comunicação junto aos membros do comitê e sociedade em geral;
- Site institucional (<http://www.comiteps.sp.gov.br/>), principal canal de transparência de informativos periódicos e documentos do Comitê;
- Página na rede social *Facebook* (<https://www.facebook.com/CBHPS>), o nível de engajamento é muito baixo, sendo a última postagem no ano de 2019;
- Banners institucionais, utilizados para identificação em eventos;
- Revista em comemoração aos 25 anos do Comitê.

O relacionamento institucional com diferentes públicos requer processos integrados de comunicação social. O CBH-PS não possui um plano estratégico de comunicação com a função de identificar quais são as necessidades comunicativas do público interno e externo do comitê. Atualmente a secretária executiva que mantém de forma sucinta a comunicação de informativos para os membros do comitê através do e-mail institucional.

Nosso propósito é criar uma comunicação dialógica, transparente e responsável apresentando as propostas e atuação do CBH-PS.

8. Plano de comunicação

Para a criação do plano de comunicação social para o CBH-PS, serão utilizadas ferramentas metodológicas que contribuem para um planejamento estratégico eficiente e coerente com o projeto. Nosso plano de comunicação será dividido em etapas, sendo elas:

1. Diagnóstico;
2. Análise geral da comunicação;
3. Análise dos canais de comunicação;
4. Estratégias.

8.1. Diagnóstico

Realizar um diagnóstico geral da comunicação social do Comitê de Bacias Hidrográficas do Paraíba do Sul é extremamente importante para gerar um contexto para a criação de um plano estratégico de comunicação. Nosso projeto contempla o mapeamento das necessidades comunicativas referentes aos seguintes itens:

8.1.1. Instituição

Como premissa do Comitê é ser amplo e múltiplo, além de ser integrador, os públicos são os mais diversos. Nossa proposta é identificar especificidades e interesses do público interno e externo.

8.1.2. Públicos essenciais

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

Consultivos:

- Membros;
- Órgãos Gestores.

Não consultivo:

- Equipe executiva.

8.1.3. Públicos adicionais

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

Redes de consultoria:

- Fórum Estadual de Comitês de Bacias Hidrográficas.

Redes de interferência:

- Sociedade Civil;
- Poder Público (Estadual e Municipal);
- Imprensa.

8.2. Análise geral da comunicação

Após analisar o histórico e o cenário atual do CBH-PS e entender quais diretrizes que devem guiar a comunicação social, será elaborado uma análise geral de comunicação.

A análise geral da comunicação propõe escutar e acolher sugestões para a melhoria da comunicação, através da identificação das potencialidades e limitações do comitê.

8.3. Análise dos canais de comunicação

A análise dos canais de comunicação proporciona gerar *insights* sobre qual canal

é o mais adequado para o público do comitê e quais formatos de divulgação geram mais engajamento.

Canais de comunicação que serão analisados:

- Website;
- Facebook;
- E-mail institucional;
- Instagram;
- LinkedIn;
- Youtube.

8.4. Estratégias

A sociedade em geral conhece muito pouco sobre a atuação dos comitês de bacias. A partir do diagnóstico, análise geral da comunicação social e análise dos canais de comunicação do Plano de Comunicação social serão traçados os objetivos da comunicação social e definição das ferramentas para alcançá-los.

Alguns quesitos já foram levantados como ações prioritárias, sendo eles:

8.4.1. Atualizar e modernizar o *Website*

- Tornar o Website um ambiente mais acolhedor, intuitivo, transparente e atualizado para a sociedade;
- Atualização da Plataforma de Educação Ambiental.

8.4.2. Redes sociais

Devido à falta de profissional para dedicação à comunicação, a página do Facebook não é atualizada com periodicidade, nem de forma sistemática, o que gera pequeno alcance e engajamento junto ao público. As páginas também não possuem uma estratégia de conteúdo, sendo atualizadas, motivadas por apenas necessidades específicas. Dentro das prioridades no quesito redes sociais, estão os seguintes itens:

- Realizar atualizações diárias no Facebook para o alcance do público em massa;

- Criação de uma conta no Instagram para utilizar como uma vitrine de comunicação das ações;
- Criação de uma conta no LinkedIn para uma maior visibilidade e articulação com as partes interessadas;
- Criação de um canal no Youtube para fomentar a utilização da ferramenta audiovisual.

8.4.3. Vídeo institucional

A criação de um vídeo institucional visa buscar a valorização da instituição por meio da ferramenta audiovisual.

Nossa proposta é elaborar 4 Vídeos cinematográficos de linguagem documental de até 5min de duração cada, com teor informativo, contendo imagens da natureza, em específico o "Rio Paraíba do Sul", depoimentos em formato de entrevistas e locução.

Para a realização do vídeo institucional será necessário uma equipe multidisciplinar (Técnico socioambiental, fotógrafo, operador de câmera, técnico de som, jornalista e editor de imagens), equipamentos de filmagem e drone.

Sinopse: Aquela ducha refrescante depois de um longo dia de trabalho. Um copo de água gelada quando a sede aperta. Uma muda de roupas limpas. Um prato de arroz quentinho na mesa.

Todas essas situações, cuja importância não pode passar despercebida, só acontecem e só seguirão acontecendo se mantivermos nossos rios e nascentes preservados. A água que usamos no dia-a-dia não nasce na torneira: ela vem de um rio, que, por sua vez, se formou do brotar de uma ou várias nascentes.

Contado em quatro vídeos, vamos mergulhar na atuação do Comitê das Bacias Hidrográficas do Rio Paraíba do Sul (CBH-PS), para entender sua função na busca ativa na defesa da conservação e recuperação das nossas águas do Rio Paraíba do Sul.

Os vídeos serão elaborados após o diagnóstico geral da comunicação social do Comitê de Bacias Hidrográficas do Paraíba do Sul.

Público: Intergeracional – Municípios das áreas prioritárias de atuação do Comitê de Bacias Hidrográficas do Paraíba do Sul.

Divulgação: Através dos meios de comunicação oficiais do Comitê de Bacias Hidrográficas do Paraíba do Sul.

8.4.4. Assessoria de imprensa

O trabalho junto à imprensa deve ser constante, para isso no plano conta com as seguintes propostas:

- Cobertura jornalística das reuniões e encontros do CBH-PS (reuniões de câmeras técnicas, plenárias e reuniões extraordinárias);
- Construção de mailing: consiste em mapear a imprensa de interesse, e realizar o cadastro com as seguintes informações: veículo, programa, jornalista responsável, produtor, repórter, telefone e e-mail. O mailing deve ter os veículos gerais das cidades da Bacia, bem como os de âmbito estadual que integram a Bacia Hidrográfica;
- Relacionamento com a imprensa: é importante visitar os principais veículos de comunicação presentes na Bacia, apresentando o Comitê, suas atividades e as possibilidades de informações que se pode oferecer. Devido à abrangência da Bacia, sugere-se realizar visitas quando há deslocamento devido às reuniões do Comitê e de suas câmaras técnicas;
- Envio de sugestão de pautas e informações: a construção e envio de releases deve se atentar a importância da pauta. Os textos não podem ser adjetivados ou com foco de interesse específico. Sugere-se limitar-se o envio de informações quando são de interesse público;
- Clipping: todo conteúdo que é divulgado na mídia acerca do Comitê deve ser registrado e catalogado.

8.4.5. Divulgação e material de apoio em eventos

É de fundamental importância que o Comitê esteja presente nos eventos e ações que envolvam os recursos hídricos. Por isso e para isso, é necessário prever

investimentos para materiais de divulgação, como, cartilhas, material publicitário, vídeos, entre outras ferramentas que deverão ser pontuadas, de acordo com a característica do evento, do público e do objetivo de comunicação.

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

Os materiais serão elaborados após o diagnóstico geral da comunicação social do Comitê de Bacias Hidrográficas do Paraíba do Sul.

Público: Intergeracional – Municípios das áreas prioritárias de atuação do Comitê de Bacias Hidrográficas do Paraíba do Sul.

Divulgação: Através dos meios de comunicação oficiais do Comitê de Bacias Hidrográficas do Paraíba do Sul.

8.4.6. Campanhas

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

Público: Intergeracional – Municípios das áreas prioritárias de atuação do Comitê de Bacias Hidrográficas do Paraíba do Sul.

Divulgação: Através dos meios de comunicação oficiais do Comitê de Bacias Hidrográficas do Paraíba do Sul.

8.4.7. Cobertura áudio visual

Realizar a gravação audiovisual das reuniões e encontros do CBH-PS, para fins documentais.

8.4.8. Boletins informativos

- Reformulação e produção de boletins informativos institucional do CBH-PS no formato digital;
- Divulgação, de forma didática, do Plano de Recursos Hídrico da Bacia, assim como os programas e projetos para os usos da água;

Os materiais serão elaborados após o diagnóstico geral da comunicação social do Comitê de Bacias Hidrográficas do Paraíba do Sul.

Público: Intergeracional – Municípios das áreas prioritárias de atuação do Comitê de Bacias Hidrográficas do Paraíba do Sul.

Divulgação: Através dos meios de comunicação oficiais do Comitê de Bacias Hidrográficas do Paraíba do Sul.

8.4.9. Ações de Mobilização e difusão de conhecimento

Sejam por meio de oficinas, palestras, workshops, ou atividades de campo, em formato on-line ou presencial, sugere-se que ao menos uma vez ao ano (Dia Mundial da Água, Dia Mundial do Meio Ambiente e Aniversário do CBH-PS) sejam desenvolvidas ações junto à população (público geral, usuários de água, ONGs, etc) para aproximá-lo do Comitê de Bacia. Os temas e metodologias a serem abordados remetendo os temas tratados no Comitê. É uma forma de materializar e envolver a população na gestão de recursos hídricos, além de disseminar o conceito e missão do Comitê.

Durante o ano, ações específicas e pontuais podem se fazer necessárias, de acordo com os trabalhos desenvolvidos pelo Comitê. Destaca-se que essas ações, por serem esporádicas e específicas, deverão ter planejamento e justificativas individuais, feitas à medida que se reconhecer sua necessidade e de acordo com a verba disponível, portanto, elas estão previstas no orçamento, mas não no cronograma de execução e plano de implementação.

Os materiais serão elaborados após o diagnóstico geral da comunicação social do Comitê de Bacias Hidrográficas do Paraíba do Sul.

Público: Intergeracional – Municípios das áreas prioritárias de atuação do Comitê de Bacias Hidrográficas do Paraíba do Sul.

Divulgação: Através dos meios de comunicação oficiais do Comitê de Bacias Hidrográficas do Paraíba do Sul.

8.4.10. Impressão e Divulgação do Livro de Educação Ambiental

O livro de Educação Ambiental, da Câmara Técnica de Educação Ambiental e Mobilização Social (CT-EAMS) do CBH-PS tem o objetivo de registrar as informações técnicas e pedagógicas que foram apresentadas nos 15 anos do curso de Gestão e Educação Ambiental. Ele se encontra revisado para ser diagramado e impresso. A finalização do livro, assim como o seu lançamento, também faz parte do Plano de Comunicação Social.

Os materiais serão elaborados após o diagnóstico geral da comunicação social do Comitê de Bacias Hidrográficas do Paraíba do Sul.

Tiragem: Serão impressos 20.000 exemplares do livro de Educação Ambiental.

Público: Intergeracional – Municípios das áreas prioritárias de atuação do Comitê de Bacias Hidrográficas do Paraíba do Sul através de ações socioambientais.

Divulgação: Através dos meios de comunicação oficiais do Comitê de Bacias Hidrográficas do Paraíba do Sul.

9. Acompanhamento

As estratégias desse projeto serão acompanhadas diariamente pela equipe multidisciplinar do Suinã Instituto Socioambiental e será encaminhado semestralmente um relatório de atividades referente a comunicação social do CBH-PS.

10. Orçamento

Para a realização desse empreendimento em atendimento a demanda induzida do CBH-PS será necessário o montante de R\$ 414.044,00 (Quatrocentos e quatorze mil e quarenta e quatro reais), sendo distribuídos em 24 meses de acordo com o cronograma físico-financeiro. (AnexoVII).