



PLANO DE COMUNICAÇÃO



COMITÊ DA BACIA HIDROGRÁFICA DO PARDO

SECRETARIA EXECUTIVA CBH-PARDO

RIBEIRÃO PRETO

2021/2023

SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO	3
2. METODOLOGIA	3
3. OBJETIVO GERAL	4
4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	4
5. CONTEXTUALIZAÇÃO.....	4
6. A BACIA HIDROGRÁFICA DO PARDO	5
7. ESTRUTURA ORGANIZACIONAL	6
8. PLENÁRIA	7
9. DIRETORIA	7
10. CÂMARAS TÉCNICAS.....	7
11. DIAGNÓSTICO.....	7
12. PESQUISA	8
13. ANÁLISE DA PESQUISA QUANTITATIVA.....	8
14. COMUNICAÇÃO	9
14.1 Identidade Visual	9
14.2 Site	9
14.3 E-mail institucional	10
14.4 Grupos de WhatsApp	10
14.5 Redes Sociais.....	10
14.6 Boletim Informativo	10
14.7 Mapeamento do público	11
14.8 Públicos essenciais.....	11
14.9 Públicos adicionais	11
14.10 Conclusão.....	11

15. PROGNÓSTICO	12
15.1 Objetivo de Comunicação	12
15.2 Posicionamento.....	12
15.3 Promessa Básica	12
15.4 Imagem Atual.....	13
15.5 Imagem Desejada	13
16. PLANO DE AÇÕES	13
16.1 Comunicação Organizacional	13
16.1.1 Identificação da Bacia	13
16.1.2 Ações de Mobilização e Difusão de Conhecimento	14
16.2 Comunicação Interna	14
16.2.1 Comunicação Institucional	14
16.2.2 Capacitação	15
16.3 Comunicação Externa.....	15
16.3.1 Informativo.....	15
16.3.2 Redes Sociais.....	15
16.4 Demandas Específicas	16
16.4.1 Divulgação e Material de Apoio em Eventos	16
16.4.2 Campanhas.....	17
17. PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO	17
17.1 Cronograma de Execução	17
17.2 Cronograma Financeiro	18
18. ACOMPANHAMENTO E CONTROLE.....	18
19. ANEXO - RESULTADOS DA PESQUISA.....	19

1. APRESENTAÇÃO

O Comitê da Bacia Hidrográfica do Pardo, designado CBH-PARDO, em conformidade com a Lei Estadual nº 7.663, de 30 de dezembro de 1991, é um órgão colegiado, de caráter consultivo e deliberativo do Sistema Integrado de Gerenciamento de Recursos Hídricos - SIGRH, com atuação na bacia hidrográfica do Rio Pardo e estabelecido pelo Plano Estadual de Recursos Hídricos.

Compõem o Comitê três segmentos: Poder Público Estadual, Poder Público Municipal e Sociedade Civil (ONGs ambientalistas, instituições de ensino e associações técnicas).

O mecanismo de gestão, os organismos envolvidos e a atuação pretendida são fundamentais para identificar as necessidades de comunicação e capacitação e as ferramentas que poderão auxiliar no fortalecimento do conhecimento dos membros do Comitê.

Esse documento apresenta um Plano de Comunicação para o CBH-PARDO, de acordo com as suas necessidades. Para isso, o Plano foi elaborado em 3 etapas: Diagnóstico, Prognóstico e Plano de Ações.

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

2. METODOLOGIA

Para a construção deste Plano de Comunicação da Bacia Hidrográfica do Pardo foram buscadas informações junto aos membros do Órgão Plenário, Câmaras Técnicas e Grupos de Trabalhos por meio de questionário eletrônico; levantamento de dados disponíveis em endereços eletrônicos sobre o Comitê e o Sistema em que ele faz parte.

3. OBJETIVO GERAL

Promover ações de comunicação que permitam o fortalecimento institucional e aumento da visibilidade do Comitê da Bacia Hidrográfica do Pardo, junto à opinião pública, fazendo com que seu trabalho seja reconhecido e valorizado.

4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Estabelecer áreas prioritárias para executar ações de comunicação voltadas à gestão participativa e descentralizada dos recursos hídricos, a nível local e regional;
- Planejar sistematicamente as ações de comunicação, levando-se em conta as demandas do Colegiado, individuais e organizacionais.

5. CONTEXTUALIZAÇÃO

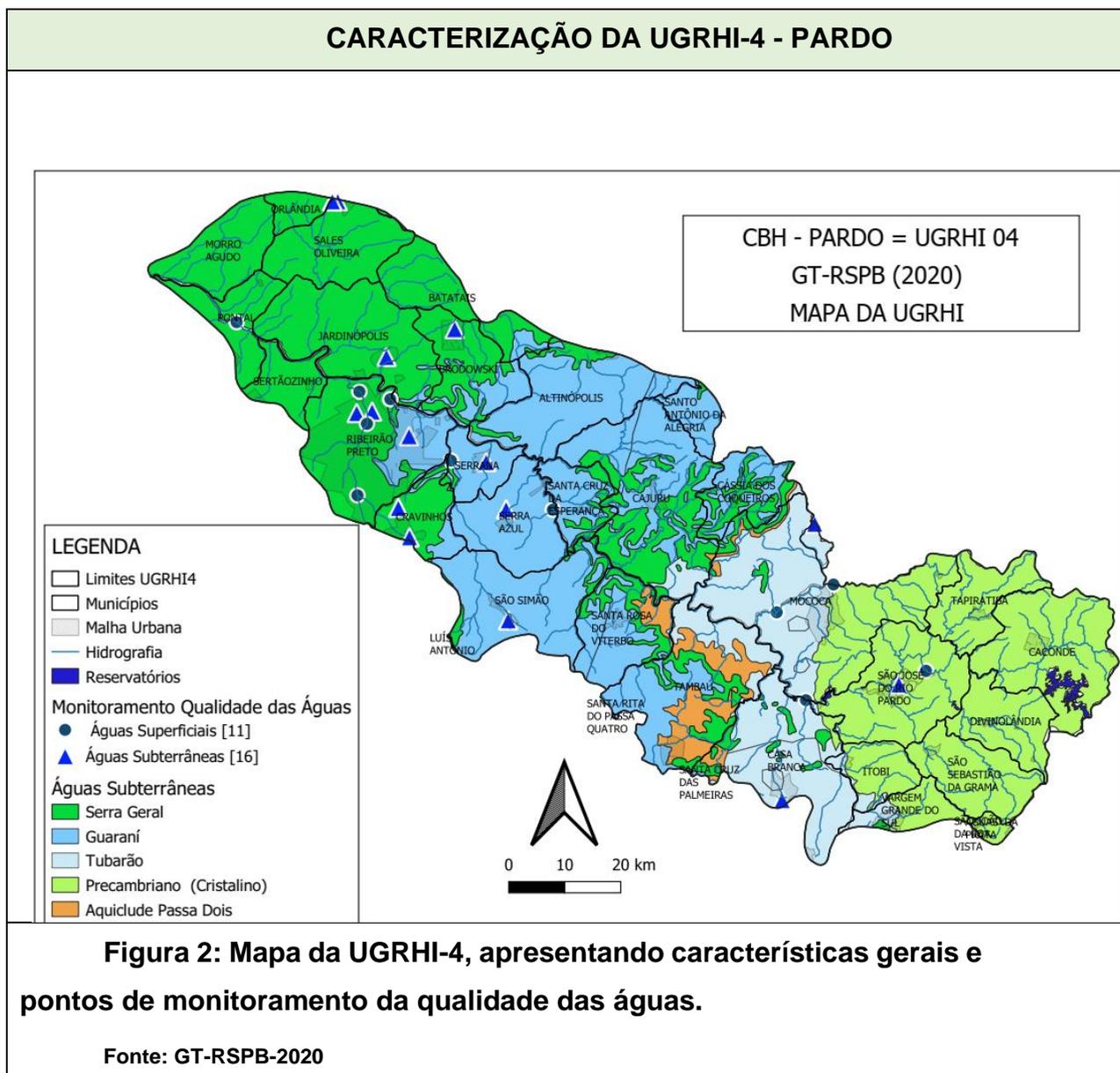
A Política Estadual de Recursos Hídricos tem por objetivo assegurar que a água, recurso natural essencial à vida, ao desenvolvimento econômico e ao bem-estar social, possa ser controlada e utilizada, em padrões de qualidade satisfatórios, por seus usuários atuais e pelas gerações futuras, em todo território do Estado de São Paulo.

O Sistema Integrado de Gerenciamento dos Recursos Hídricos (SIGRH) é baseado nos princípios de participação, descentralização e integração na gestão sustentável dos recursos hídricos do Estado de São Paulo, tendo como referência a bacia hidrográfica para planejamento e gerenciamento, fortalecendo 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 viabiliza financeiramente projetos ligados aos Recursos Hídricos.

6. A BACIA HIDROGRÁFICA DO PARDO

Na caracterização da UGRHI-4 são considerados os municípios contidos total ou parcialmente na Unidade, as sub-bacias e áreas de drenagem e dados gerais, relacionados a população, área, principais rios e reservatórios, bem como aquíferos livres, principais mananciais, disponibilidade hídrica superficial e subterrânea, principais atividades econômicas, tipo de vegetação remanescente e áreas protegidas.



Características Gerais

Instalação: 12 de junho de 1996

Secretaria Executiva: Departamento de Águas e Energia Elétrica-DAEE

Site: www.sigrh.sp.gov.br/cbhparado

Área de drenagem: 8.993 km²

População: 1.205.046 hab.

Principais rios e reservatórios: Pardo, Canoas, Tambaú e Verde da Fartura.

Ribeirões: São Pedro, da Floresta, da Prata e Tamanduá.

Reservatórios: das Usinas de Caconde (Graminha), Euclides da Cunha e Armando Sales de Oliveira (Limoeiro).

Principais atividades econômicas: Economia baseada na agropecuária, indústria, comércio e serviços consolidados na região de Ribeirão Preto. Na agropecuária destaca-se as culturas de cana de açúcar, laranja e café, além das pastagens. Existem áreas de culturas irrigadas como cebola, batata e milho, que tem importância econômica no consumo de água.

Vegetação remanescente: Apresenta 1.197 km² de vegetação natural remanescente que ocupa, aproximadamente 13% da área da UGRHI. A categoria de maior ocorrência é a Florestal Estacional Semidecidual.

Unidades de Conservação: APA Morro de São Bento, EE Ribeirão Preto, EE Santa Maria, FE Cajuru, RPPN Fazenda Palmira.

7. ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

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

Conta com um plenário composto por 13 membros titulares e suplentes de órgãos do Estado, 13 membros titulares e suplentes dos Municípios e 13 membros titulares e suplentes representantes da Sociedade Civil, num total de 39 membros titulares e suplentes.

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

8. PLENÁRIA

O Comitê se reúne anualmente em reuniões ordinárias ou extraordinárias, quando necessário, também chamadas de plenária. Nesta instância, os membros titulares ou suplentes, em exercício da titularidade, deliberam acerca dos assuntos tratados no seu âmbito.

9. DIRETORIA

A diretoria é responsável por conduzir os trabalhos do Comitê, além de desempenhar o papel político e institucional. Quatro membros ocupam os cargos de Presidente, Vice-Presidente, Secretário Executivo e Secretário Executivo Adjunto; eleitos em plenária.

10. CÂMARAS TÉCNICAS

As Câmaras Técnicas são grupos de trabalho, que possuem caráter consultivo e permanente. Desenvolvendo entre outras competências, pareceres e propostas de deliberações, para subsidiar as decisões da plenária.

O CBH-PARDO possui quatro câmaras instaladas, quais sejam:

- Câmara Técnica de Planejamento e Gerenciamento de Recursos Hídricos - CT-PGRH;
- Câmara Técnica da Agenda 21 e Educação Ambiental - CT-AEA;
- Câmara Técnica de Outorgas e Licenças, Institucional e Legal - CT-OL/IL;
- Câmara Técnica de Saneamento e de Água Subterrânea - CT-SAN/AS.

11. DIAGNÓSTICO

A partir das informações coletadas e compiladas na pesquisa, realizou-se o diagnóstico da comunicação desenvolvida, acerca do público identificado em que o Comitê atua, além de analisar a identidade visual e os canais de comunicação, utilizados

para comunicação externa e interna, para a partir da análise propor novos mecanismos no prognóstico.

12. PESQUISA

Para entender e atender a necessidade de comunicação específica do Comitê foi realizada, em setembro de 2021, uma pesquisa junto a todos os membros titulares e suplentes.

A pesquisa quantitativa contou com as perguntas objetivas, acerca da comunicação, com o objetivo de identificar os canais e assuntos de maior interesse dos membros do Comitê. Já a pesquisa qualitativa teve o objetivo de aprofundar nas pesquisas de comunicação, de forma que houvesse troca de ideias.

13. ANÁLISE DA PESQUISA QUANTITATIVA

Apresentamos a seguir análise da pesquisa quantitativa:

Foi possível identificar que 90,2% dos participantes, consideram importante se manterem informados e para isso usam, principalmente, os meios digitais focando nos canais de fontes oficiais, em seus portais eletrônicos e redes sociais. Os participantes da pesquisa também apontaram ser importante manter os meios tradicionais para fazer comunicação.

Os canais também foram apontados como os ideais para receber informações, sendo o e-mail a preferência de 77,2%. Em redes sociais, o WhatsApp tem maior aderência.

Sobre a comunicação feita pelo Comitê a grande maioria considera boa. O tema de maior interesse dos participantes é acerca do Plano de Recursos Hídricos da Bacia, seguidos de: Cobrança pelo Uso da Água e Enquadramento dos Corpos D'Água.

14. COMUNICAÇÃO

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

- Identidade visual - o Comitê já possui uma identidade visual que é adotada em todo material de papelaria e/ou institucional;
- Identidade Organizacional - apesar de haver um senso comum acerca da missão, visão e valores, o conjunto não está descrito e instituído;
- Site - o sítio sigrh.sp.gov.br abriga as principais informações e documentos do Comitê;
- E-mail institucional - principal canal de comunicação junto aos membros;
- Grupos de WhatsApp - ferramenta facilitadora para agendamento de reuniões e comunicados;
- Redes sociais: Facebook e Instagram - já com bom engajamento, porém pouco utilizadas;
- Boletim informativo - documento com frequência trimestral, rico em informação e já consolidado pelos membros do Colegiado.

14.1 Identidade Visual

O Comitê possui identidade visual, que foi criada na instituição do Comitê. O logo, que representa o rio Pardo, utilizando as cores azul, branco e verde.

14.2 Site

O site do Comitê é integrado ao site do Sistema de Integrado de Gerenciamento de Recursos Hídricos do Estado de São Paulo (www.sigrh.sp.gov.br/comitepardo). O Site é alimentado e atualizado pela secretaria executiva periodicamente com dados cadastrais dos membros do Colegiado, deliberações, atas, relatórios etc. Apesar de não ser um site específico do Colegiado, atende perfeitamente ao que se destina.

14.3 E-mail institucional

O correio digital tornou-se um dos principais canais de comunicação para envio e recebimento de convocações de reuniões, comunicados, informações etc. O Comitê possui um e-mail para assuntos gerais, comitepardo@yahoo.com.br. Este meio de comunicação tem se apresentado eficaz, uma vez que não há mais envio de correspondências da maneira tradicional para convocações de reuniões, comunicados e informações e o número de participação se manteve bom.

14.4 Grupos de WhatsApp

Outro principal canal de comunicação para envio e recebimento de convocações de reuniões, comunicados, informações etc. Este meio de comunicação tem se apresentado muito eficaz, apresentando um constante aumento no número de participação dos membros nas reuniões e melhora da comunicação entre a secretaria executiva e os membros, e entre os próprios membros.

14.5 Redes Sociais

O Colegiado possui duas contas em redes sociais sendo uma na página do Facebook e outra no Instagram. As duas redes sociais têm bom engajamento, porém são pouco utilizadas. Necessitam de design gráfico e abrangência de informações.

14.6 Boletim Informativo

O Colegiado apresenta um boletim informativo relatando assuntos diversos que ocorreram no intervalo de uma plenária e outra, como andamento dos trabalhos da secretaria executiva e das câmaras técnicas. Este documento com frequência aproximadamente trimestral, está consolidado pelos membros do Colegiado e apresenta um ótimo resultado de comunicação acerca das informações gerais do Colegiado e gestão de recursos hídricos.

14.7 Mapeamento do público

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

14.8 Públicos essenciais

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

- Consultivos: Membros; Órgãos Gestores.
- Não consultivo: Equipe Executiva.

14.9 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).

14.10 Conclusão

O Diagnóstico aponta para a necessidade de se estruturar e organizar a comunicação externa e interna no Comitê, sistematizando-a, estabelecendo fluxo e periodicidade. Verificamos a necessidade de investimento em modernização, conhecimento e empresa especializada em comunicação, para que possamos nos comunicar de forma clara e objetiva com os membros do comitê e sociedade como um todo.

A contratação de uma empresa capacitada com profissionais na área de comunicação, possibilitada pelo repasse de custeio para alimentar as redes sociais periodicamente irá contribuir para ações específicas e eficientes de comunicação nos primeiros anos de funcionamento. Contudo, o planejamento da comunicação é fundamental para alcançar resultados tangíveis.

15. PROGNÓSTICO

Atualmente a sociedade em geral pouco conhece os comitês de bacias. Organizados por bacia hidrográfica e pode-se afirmar que poucos são reconhecidos pela população da respectiva bacia. A partir do Prognóstico do Plano de Comunicação serão traçados os objetivos da comunicação, baseados no diagnóstico, e definido as ferramentas para alcançá-los.

15.1 Objetivo de Comunicação

Gerar conhecimento acerca das ações e competências do Comitê da Bacia Hidrográfica do Pardo para os públicos interno e externo.

15.2 Posicionamento

O Comitê da Bacia Hidrográfica do Pardo é responsável pela gestão dos recursos hídricos da Bacia de sua abrangência.

15.3 Promessa Básica

Promover a gestão dos recursos hídricos na Bacia Hidrográfica do Pardo de forma integrada, descentralizada e participativa, garantindo água para os diversos usos e usuários, para a atual e futuras gerações.

15.4 Imagem Atual

Em geral, o Comitê é visto como mais um organismo do Governo ou, ainda, como uma Organização não Governamental (ONG).

15.5 Imagem Desejada

Órgão colegiado responsável por promover a participação, integração e articulação da sociedade para a gestão de recursos hídricos na Bacia Hidrográfica do Pardo.

16. PLANO DE AÇÕES

No Plano de Ações são apontados os mecanismos e canais sugeridos para se alcançar as metas do prognóstico, previstas a curto e médio prazo. Este Plano é proposto para o período de 2021 a 2023. Para isso, a comunicação foi dividida em quatro segmentos: Comunicação Organizacional, Comunicação Interna, Comunicação Externa e Demandas Específicas.

No entanto, para o cumprimento das ações do Plano de Comunicação sugere-se **a contratação de empresa especializada em comunicação para o desenvolvimento dos conteúdos dos meios de comunicação, bem como da diagramação do material informativo.**

16.1 Comunicação Organizacional

Na comunicação organizacional sugere-se ações que serão focadas no fortalecimento institucional da Bacia.

16.1.1 Identificação Da Bacia

Para reforçar a identificação da bacia e, ao mesmo tempo, criar memória dela na população em geral, propõe-se criar folder on-line e/ou vídeos que identificam as

características da Bacia, identificação dos rios, pontos turísticos, projetos relevantes e atividades desenvolvidas pelo Comitê.

16.1.2 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 ou data de fundação do CBH-PARDO) sejam desenvolvidas ações junto à população (público geral, usuários de água, ONGs etc.) para aproximá-la do Comitê de Bacia. Os temas e metodologias a serem abordados devem remeter aos 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.

16.2 Comunicação Interna

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

16.2.1 Comunicação Institucional

Como apontado pela pesquisa, para comunicação interna junto aos membros, as melhores ferramentas são o WhatsApp e o e-mail. Nesse aspecto, sugere-se que mantenha o que já é feito, mantendo o envio, recebimento e divulgação do e-mail já existente.

16.2.2 Capacitação

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

Propõe-se que a execução das atividades e ações de capacitação dos membros e público em geral siga o Plano de Capacitação do CBH-PARDO.

16.3 Comunicação Externa

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

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

16.3.1 Informativo

Aprimoramento do informativo já realizado, adequando-o em formato on-line com notas rápidas que levem ao site e mídias sociais, pautas com atividades do Comitê, curiosidades, informações sobre o SIGRH e agenda do semestre. A periodicidade continuaria a ser trimestral e o público-alvo seriam os órgãos gestores, estudantes, professores, pesquisadores e comunidade em geral.

16.3.2 Redes Sociais

Página no Facebook:

- Cronograma de publicação: frase motivacional ou reflexão, informação sobre o Comitê da Bacia, curiosidade, vídeo dos membros e relatos das CTs;
- Periodicidade: duas a três vezes por semana;

- Público-alvo: órgãos gestores, estudantes, professores, pesquisadores e comunidade em geral.

Perfil no Instagram: diferentemente do Facebook, o Instagram demanda imagens conceituais na timeline. Porém, é possível replicar o conteúdo do Facebook nos Stories do Instagram sem prejuízo de conceito adotado no perfil;

- Pautas para publicação: belezas naturais da Bacia Hidrográfica, fotos de reuniões, artes para comemoração de datas especiais, frases motivacionais, reflexões, vídeos dos membros, relatos das CTs;
- Periodicidade: duas a três vezes por semana;
- Público-alvo: comunidade em geral.

16.4 Demandas Específicas

Durante o período de vigência do Plano, 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.

16.4.1 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.

16.4.2 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.

17. PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO

17.1 Cronograma de Execução

Para o cumprimento das ações do Plano de Comunicação sugere-se **Contratação de empresa especializada para desenvolvimento das atividades/ações do Plano de Comunicação do CBH-PARDO, conforme o seguinte cronograma:**

ATIVIDADES/AÇÕES	Execução 2021	Execução 2022	Execução 2023
1. Comunicação Organizacional			
1.1. Identificação da Bacia			
1.2. Folder on-line e/ou vídeos que identificam as características do CBH-PARDO			
1.3. Identificação do CBH-PARDO			
1.3.1. Ações de mobilização e difusão de conhecimento			
2. Comunicação Interna			
2.1. Comunicação Institucional			
2.2. Capacitação			
3. Comunicação Externa			
3.1. Informativo			
3.2. Redes sociais			
4. Demandas Específicas			
4.1. Divulgação e material de apoio em eventos			
4.2. Campanhas			

17.2 Cronograma Financeiro

ATIVIDADES/AÇÕES	Execução 2021	Execução 2022	Execução 2023
Contratação de empresa especializada para desenvolvimento das atividades/ações do Plano de Comunicação do CBH-PARDO do conteúdo em comunicação on-line	17.500,00	17.500,00	17.500,00

18. ACOMPANHAMENTO E CONTROLE

Serão apresentados relatórios mensais com as atividades executadas e a mensuração de resultados.

Este Plano de Comunicação deverá ser revisto anualmente, a fim de se manter atualizado ao cenário em que organismo se insere.

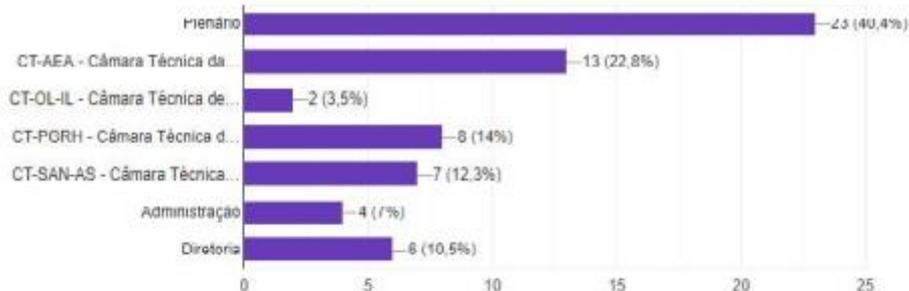
Espera-se que ao fim de sua implementação, haja um aumento na difusão de conhecimento acerca do Comitê. Este índice será medido por meio de inserções na imprensa, engajamento nas redes sociais, acesso aos canais de comunicação do Comitê e interação junto ao Comitê por meio do e-mail.

19. ANEXO - RESULTADOS DA PESQUISA

Pesquisa - Plano de Comunicação do CBH-PARDO

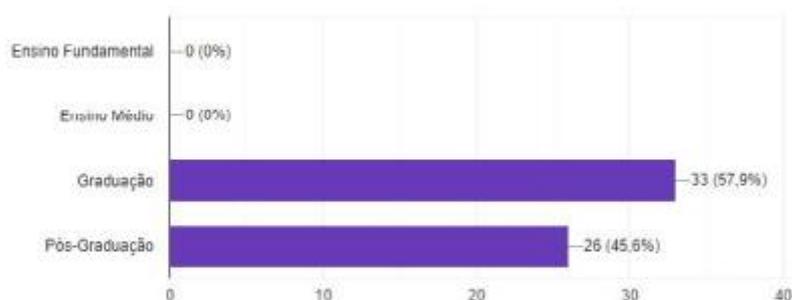
1 - Instâncias que participa*

57 respostas



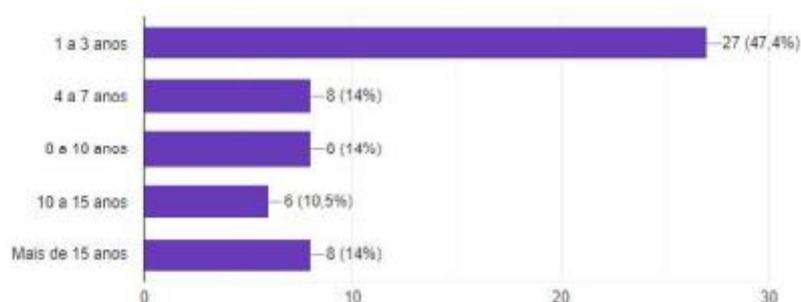
2 - Formação *

57 respostas



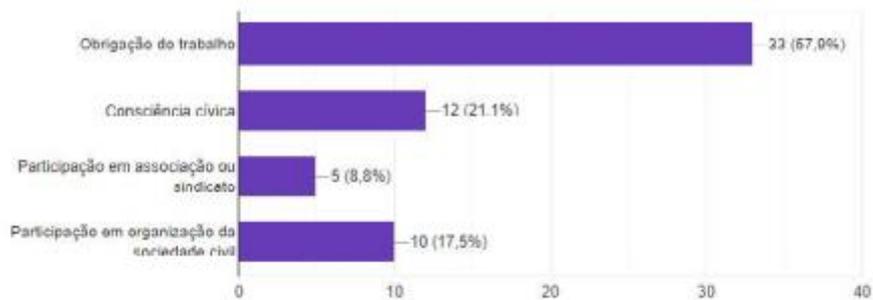
3 - Há quanto tempo participa? *

57 respostas



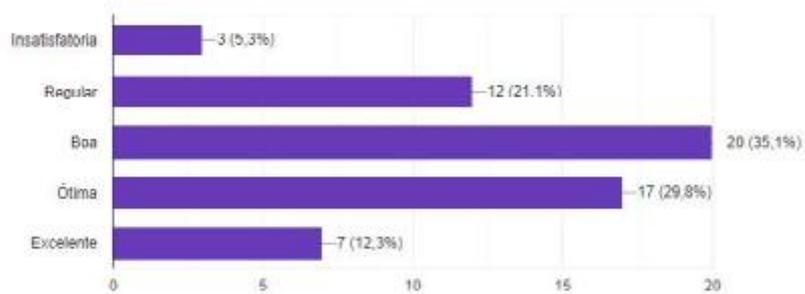
4 - Por que começou a participar?*

57 respostas



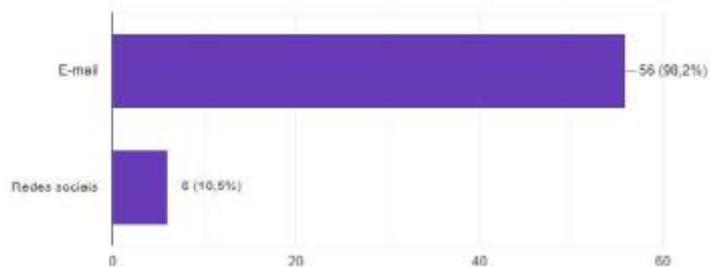
5 - De modo geral como você classifica a comunicação feita pelo CBH-Pardo?*

37 respostas



6 - Quais canais de comunicação do CBH-Pardo você utiliza para se manter informado? *

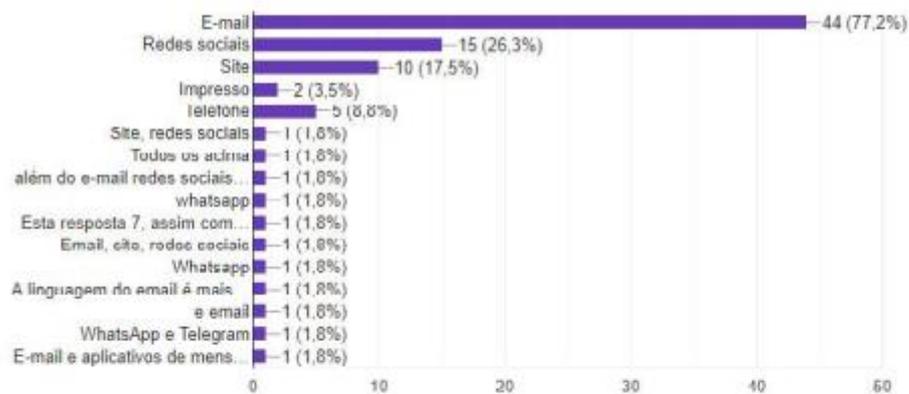
57 respostas



7 - Por quais canais de comunicação você gostaria de receber informações sobre o Comitê?

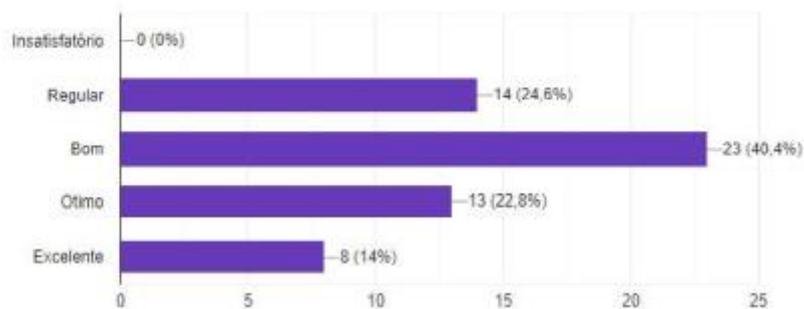
*

57 respostas



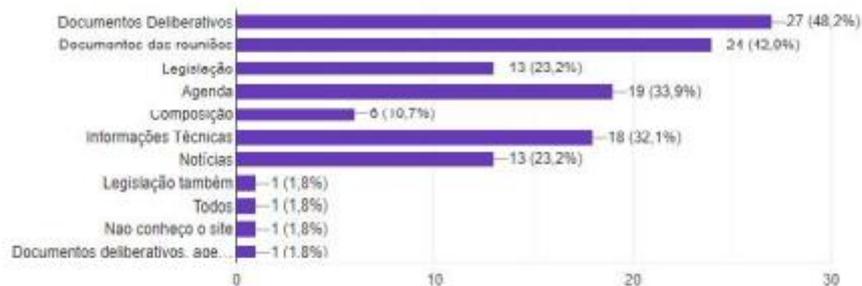
8 - Como você avalia o sistema de comunicação do Comitê (informativo, redes sociais, WhatsApp)?

57 respostas



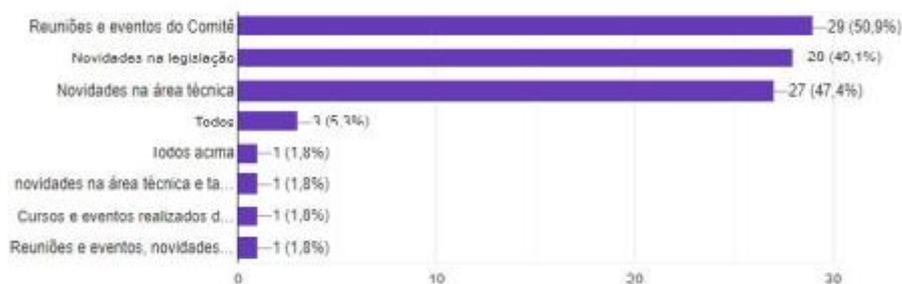
9 - Qual conteúdo prioritário no acesso ao site utilizado, no caso do SIGRH?

57 respostas



10 - Qual conteúdo você gostaria de ser mais ou melhor informado?

57 respostas



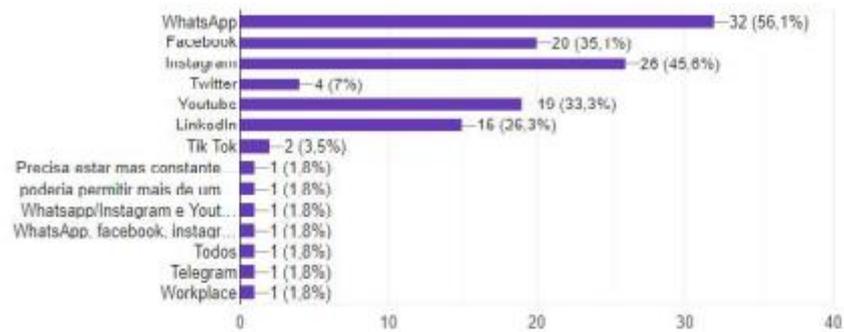
11 - Você segue as redes sociais do CBH-Pardo?

57 respostas



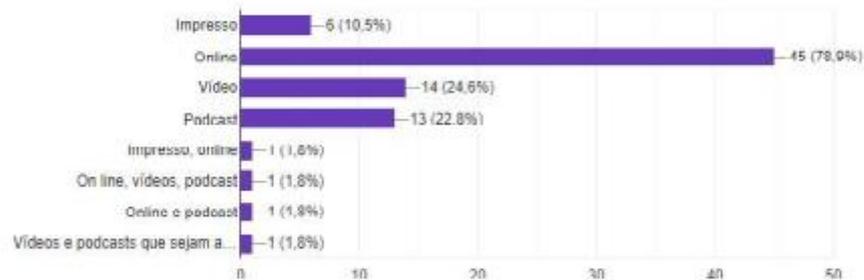
12 - Em quais redes sociais você acredita que o CBH-Pardo deveria estar presente? *

57 respostas



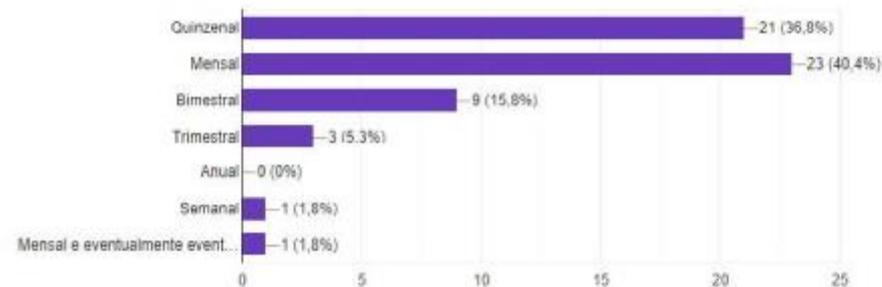
13 - Qual formato de informativo você acha mais atrativo?

57 respostas



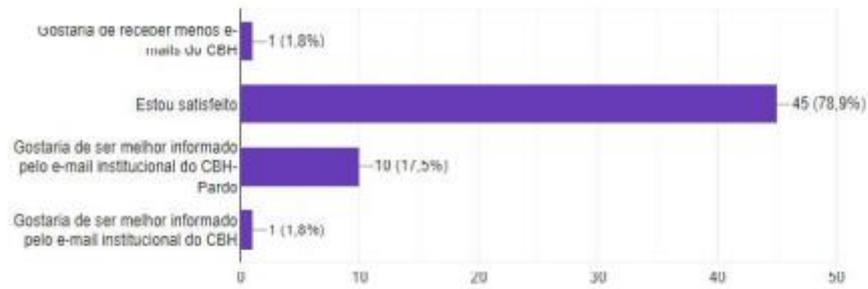
14 - Qual a periodicidade para este informativo?

57 respostas



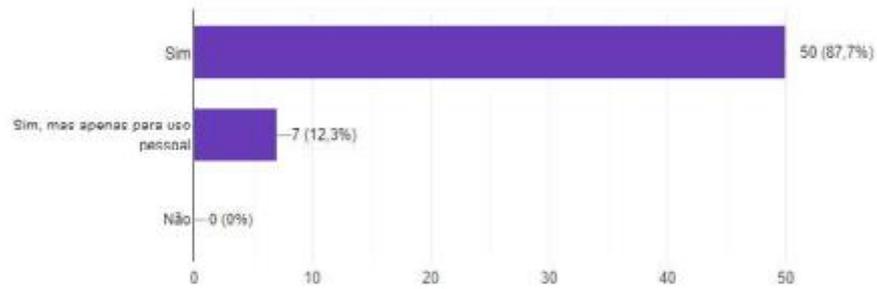
15 - Qual sua expectativa em relação ao e-mail institucional do CBH-Pardo?

57 respostas



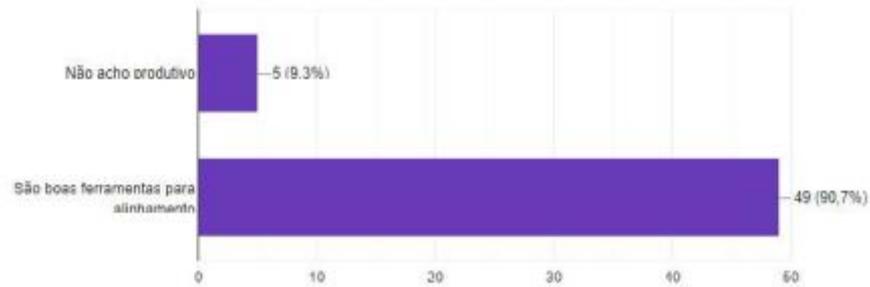
16 - Você utiliza WhatsApp?

57 respostas



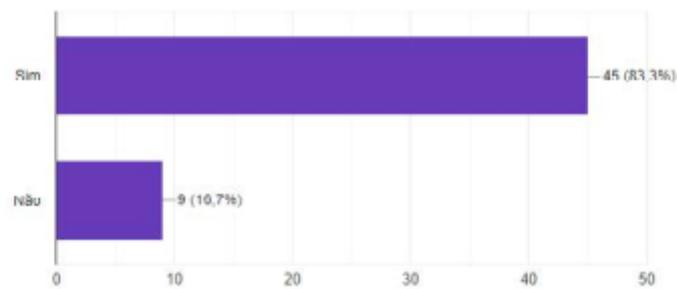
17 - Qual sua opinião sobre grupos de trabalho do WhatsApp?

57 respostas



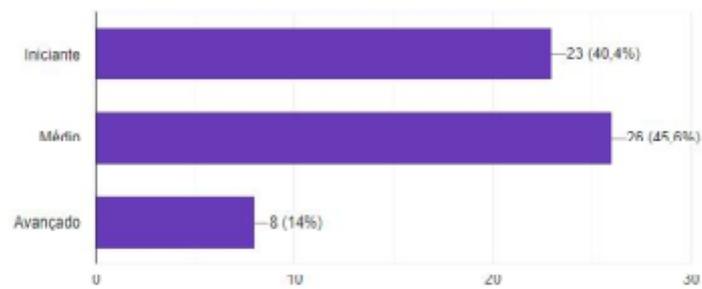
18 - Você gosta de receber informações sobre o CBH-Pardo pelo WhatsApp?

57 respostas



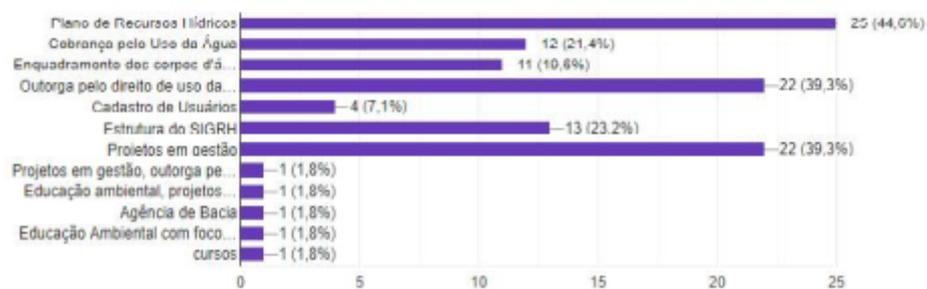
19 - Qual o conhecimento sobre a maioria dos temas do Sistema? *

57 respostas



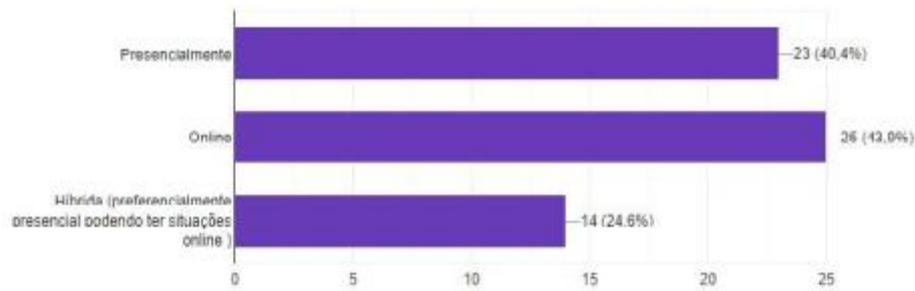
20 - Sobre Gestão de Recursos Hídricos, qual tema gostaria de se aprofundar?

57 respostas



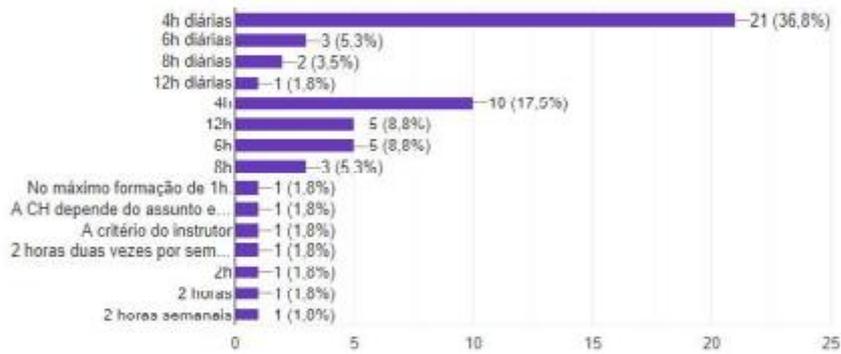
21 - Qual o melhor formato para capacitação? *

57 respostas



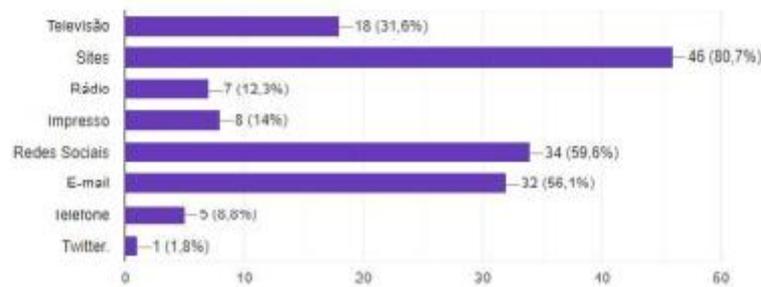
22 - Qual a carga horária ideal? *

57 respostas



23 - Em qual canal de comunicação normalmente você busca informações? * pode marcar mais de uma opção

57 respostas



24 - Dê um exemplo (Facebook de jornais, site de revistas, versões impressas, e-mails de órgãos oficiais...)

E-mails de Órgãos Oficiais - 05

E-mails - 04

E-mail do comitepardo@yahoo.com.br - 01

E-mail do FEHIDRO - 01

Sites de Órgãos Oficiais - 09

Sites em geral - 03

Sites de jornais, de associações/instituições diversas - 02

Sites confiáveis - 01

Sites de notícias em geral - 01

Sites de instituições e imprensa - 01

Sites de revistas - 01

Sites de Organizações sem tendência político partidária - 01

Site do FEHIDRO - 01

Portais de notícias - 01

Google - 01

Linkedin - 05

Facebook do Comitê do Pardo - 04

Perfil no Twitter de BBC News Brasil, El País Brasil, The Intercept Brasil... - 03

Instagram - 03

Instagram de revistas - 01

Instagram da Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo - 01

Instagram de órgãos públicos - 01

Redes sociais dos órgãos oficiais federais, estaduais e municipais - 01

Facebook - 01

OMS - WHO - CDC - UN - UNDP - SEMA-SP - Cetesb - MS - ANA - Sec Nac Saneamento - Instituto

Trata Brasil - ABPL - ABNT - Abes - 01

Governo do Estado de São Paulo - 01

Youtube notícias - 01

Vídeos informativos pelo youtube - 01

Uol - 03

Jornais - 03

Revista Bacia do Pardo - 03

Folha de São Paulo online - 02

Televisão - Um pequeno espaço na TV (que é o veículo de comunicação de maior acesso) - 02

Globo.com - 02

G1 - 01

Estadão - 01

Radio CBN - 01

Jornal Nacional - 01

O Dia - 01

Terra - 01

Valor Econômico - 01

Versão impressa de jornais - 01

EPTV - 01

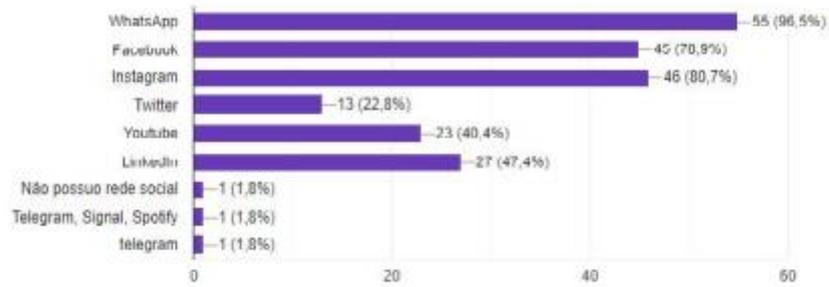
Nenhum específico - 02

Todos - 01

Não sei dizer - 01

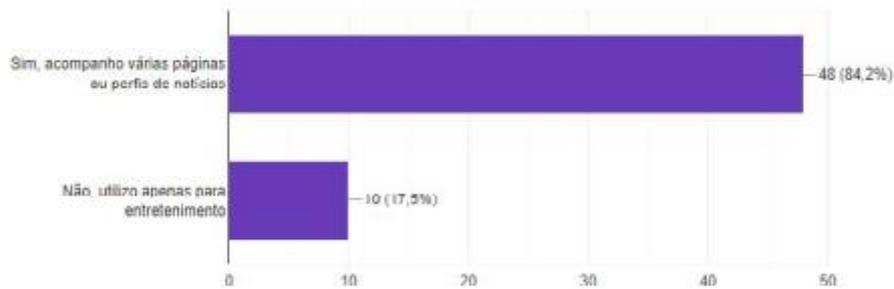
25 - Quais redes sociais você possui? *

57 respostas



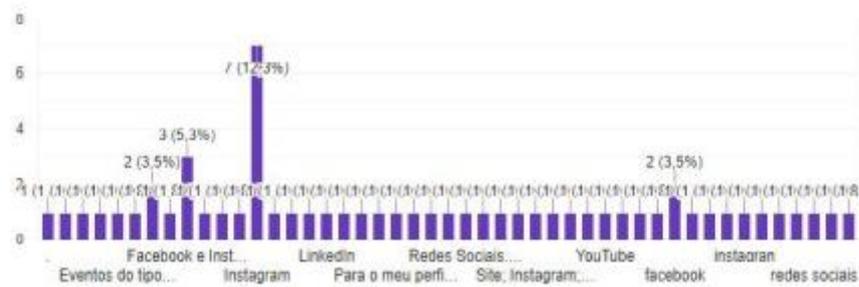
26 - Você se informa pelas redes sociais? *

57 respostas



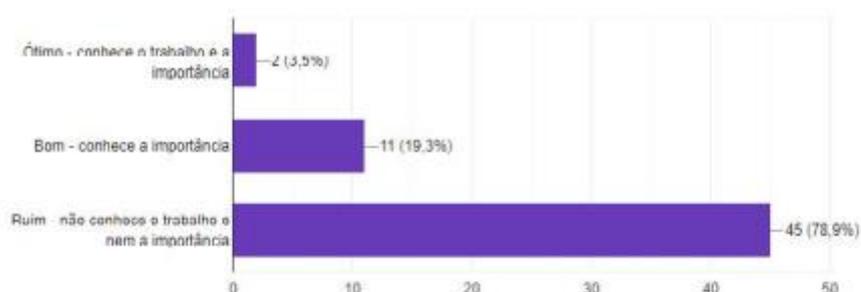
27 - Por qual meio de comunicação você acredita que o CBH-Pardo teria mais exposição? *

57 respostas



28 - Na sua cidade qual o grau de conhecimento da população sobre o Comitê? *

57 respostas



29 - Como você levaria informação sobre o CBH-Pardo para a sua cidade?

Redes sociais - 021 - (Instagram; Facebook)

Grupos de WhatsApp e Facebook - 02

Redes sociais de Prefeituras - 02

Grupos de Whatsapp de cada município - 01

Sites de Prefeituras - 04

Sites - 03

Site de governo - 02

Sites de Universidades e Faculdades - 02

Sites das Secretarias de Meio Ambiente dos municípios - 01

Divulgação entre Prefeitura e Sindicato - 01

Divulgação em eventos online - 01

E-mail de alunos - 01

TV - 04

Imprensa - 03

Rádio - 03

Jornal - 03

Jornal Local - 02

Outdoors - 02

Impresso, panfletos - 02

Palestras - 01

Reuniões - 01

Campanhas informativas - 01

Não sei - 02

Não tenho sugestões - 01

30 - Os órgão municipais conhecem as atribuições e finalidade do Comitê?

Sim - 20

Sim, parcialmente - 01

Provável que sim, especialmente os municípios detentores de bacias - 01

Conhecem, mas não dão a devida importância, raramente participam - 01

Não - 10

Não totalmente - 01

Não. As atribuições e finalidades do comitê são pouco conhecidas pela população e órgãos públicos do município - 01

Raramente - 03

Pouco conhecimento e engajamento - 02

Muito pouco - 02

Nem todos - 02

Em parte - 02

Parcialmente - 02

Alguns - 01

Somente os de interesses específico - 01

Não dão a importância devida. Participação apenas formal - 01

Não sei - 05

Nada a declarar - 01

31 - Como mostrar aos órgãos municipais a importância e o trabalho do Comitê?

Reuniões - 014 - (Plenárias e de Câmaras Técnicas)

Incentivando a participação em projetos, nas Câmaras Técnicas por técnicos efetivos, níveis de chefia e prefeitos - 03

Reuniões em cada um dos municípios com representantes do Comitê, órgãos municipais e a população em geral, levando os objetivos, as ações e resultados obtidos pelo Comitê - 01

Convidar os técnicos dos municípios, Vigilância Sanitária (Visa), agentes do município para participarem das Câmaras - 01

Redes sociais - 05

Palestras - 05

Divulgações dos trabalhos do Comitê - 05

Publicações e Informativos - 04

Oficinas - 03

Impressos - 03

Imprensa dos municípios - 02

Projetos realizados, demonstrando o bom gerenciamento dos recursos hídricos - 01

Eventos de capacitação (formação) - 01

Visitas presenciais - 01

E-mail - 01

Site - 01

Youtube - 01

Revistas e jornais - 01

Vídeos - 01

Jornais locais - 01

Informativos digitais - 01

Ter grupos locais de conscientização - 01

Convidando pessoal técnico para participar das ações do Comitê - 01

Melhorando a comunicação do Comitê e capacitando as prefeituras - 01

Mostrando os avanços nos últimos 25 anos, promovendo palestras online, campanhas de e-mail marketing, entre outros - 01

A participação dos representantes de cada cidades já deveria ser o suficiente e estes por sua vez transmitirem tais informações até mesmo nos portais de informações das cidades - 01

Cobrança da participação ativa por parte de representantes da prefeitura - 01

Acredito que os órgãos conhecem a importância do trabalho do Comitê - 01

A prefeitura tem conhecimento do trabalho realizado pelo CBH, inclusive já é membro da plenária - 01

Apresentação em comitês municipais, COMDEMA. Apresentar o trabalho realizado e o objetivo do Comitê - 02

Nada a declarar - 01

Não sei - 01