



DELIBERAÇÃO Nº 14, DE 27 DE NOVEMBRO DE 2020.

Aprova a Revisão Anual do Plano de Comunicação do Comitê de Bacia Hidrográfica dos Afluentes do Rio Maranhão no Distrito Federal – CBH Maranhão-DF para o período de 2021, no âmbito do Procomitês.

O PRESIDENTE do Comitê de Bacia Hidrográfica dos Afluentes do Rio Maranhão no Distrito Federal - CBH Maranhão-DF, tendo por base a Lei nº 2.725, de 13 de junho de 2001, a Resolução nº 5, de 29 de julho de 2005, do Conselho de Recursos Hídricos do Distrito Federal e no uso das atribuições que lhe são conferidas pelo Regimento Interno do Comitê da Bacia Hidrográfica dos Afluentes do Rio Maranhão no DF, e, considerando a decisão da Plenária na 30ª Reunião Ordinária, ocorrida em 27 de novembro de 2020, e:

Considerando a avaliação das atividades do CBH Maranhão-DF descritas no Plano de Trabalho aprovado por meio da Deliberação nº 05, de 17 de fevereiro de 2020, para o Exercício de 2020;

Considerando o Art. 1º da Resolução CRH-DF nº 02, de 17 de outubro de 2018, que aprova o Quadro de Indicadores e Metas do Programa Nacional de Fortalecimento dos Comitês de Bacias Hidrográficas – Procomitês;

Considerando o objetivo de dar conhecimento das atividades desenvolvidas por este Comitê à população inserida na região, bem como tornar o exercício das atribuições mais próximo e ativo na conscientização da sociedade;

**DELIBERA:**

Art. 1º Aprovar a Revisão Anual do Plano de Comunicação do Comitê de Bacia Hidrográfica dos Afluentes do Rio Maranhão no Distrito Federal – CBH Maranhão-DF para o período de 2021, nos termos do Anexo I, em conformidade com o Componente III – Comunicação/Indicador III.2 do Quadro de Metas do Procomitês.

Art. 2º Esta deliberação entra em vigor na data da sua assinatura.

RODOLFO SIQUEIRA DE BRITO  
Presidente



**CBH MARANHÃO - DF**

# Comitê de Bacia Hidrográfica dos Afluentes do Rio Maranhão no Distrito Federal

*Plano de Comunicação 2019-2023*

*Revisão 2021*

Coordenação de Agência de Bacias Hidrográficas – CABH

Superintendência de Recursos Hídricos - SRH

Agência Reguladora de Águas, Energia e Saneamento Básico do Distrito  
Federal – Adasa

Brasília, 2020

## 1. Apresentação

Os Comitês de Bacia Hidrográficas – CBHs são órgãos de estado previstos na política nacional e distrital das águas, de natureza colegiada, que promovem gerenciamento participativo e democrático dos recursos hídricos, visando o melhor uso possível da água. Os CBHs são compostos pelo poder público, membros da sociedade civil e usuários de água. No Distrito Federal – DF, existem três Comitês de Bacia: CBH dos Afluentes do Rio Paranaíba no DF, CBH dos Afluentes do Rio Maranhão no DF, CBH dos Afluentes do Rio Preto no DF.

O braço executivo dos CBHs é a Agência de Bacia, que no DF a função hoje é desempenhada pela Agência Reguladora de Águas, Energia e Saneamento Básico do DF – Adasa, por meio da Coordenação de Agência de Bacias Hidrográficas – CABH, da Superintendência de Recursos Hídricos, nos termos do art. 41 da Lei Distrital nº 2.725, de 13 de junho de 2001, ressalvadas aquelas atribuídas à Adasa pelo art. 8º da Lei Distrital nº 4.285, de 26 de dezembro de 2008.

Em 2019 foi realizado convênio entre a Adasa e a Agência Nacional da Água – ANA no âmbito do Programa Nacional de Fortalecimento dos Comitês de Bacias Hidrográficas – Procomitês. A partir deste acordo foi traçado um conjunto de metas a serem realizadas entre 2019 e 2023, pelos CBHs com o apoio da CABH/SRH, para alcance dos objetivos do programa. Entre as metas indicadas pela ANA, o componente III requer a elaboração e implementação de um planejamento de comunicação para os CBHs.

### **CBH-Maranhão DF**

O CBH-Maranhão é um dos três comitês existentes no DF. Ele contém partes de 6 RAs: Brazlândia; Sobradinho II; Fercal; Sobradinho; Planaltina; Plano Piloto e abriga porções das seguintes unidades de conservação: APA Cafuringa; APA do Planalto Central; REBIO Contagem; Parque Nacional de Brasília e Estação Ecológica de Águas Emendadas. Nesta bacia está a exploração mineral para produção de calcário, cimento e brita.

O Comitê possui 19 membros, com representantes titulares e suplentes, dos quais 7, representam a sociedade civil, 7 são membros institucionais do governo federal

e distrital e 5 são membros do setor usuários (abastecimento urbano e diluição de efluentes; irrigação e uso agropecuário; indústria e mineração; lazer e turismo).

## 2. Diagnóstico

Apesar da existência de sites para os comitês, eles não possuem amplo acesso. Isto porque sua existência não é de conhecimento comum e os sites encontram-se desatualizados. Com aprimoramento e atualização frequente, é possível transformá-lo em um sítio confiável de informação com o auxílio de outras plataformas de divulgação, como corrente de e-mails e redes sociais.

A única rede social em que os comitês estão presentes é o Facebook, com uma página correspondente a cada comitê. Assim como site, as páginas não são atualizadas com frequência e não possuem um planejamento de conteúdo. Além disso, os CBHs não possuem uma identidade consolidada, dentro e fora do âmbito das redes sociais. O fato de cada CBH possuir uma página própria desatualizada gera falta de engajamento e divisão do público em três contas diferentes sobre assuntos similares.

Esta desatualização das plataformas justifica-se pela ausência de uma pessoa exclusivamente responsável pela gestão da comunicação das organizações. Isto resulta também na falta de uma comunicação eficiente, deixando assim a imagem dos comitês como algo confuso ou desconhecida para grande parte da sociedade.

Os grupos de WhatsApp desempenham um papel importante na interação dos membros dos comitês, sendo este o principal meio de comunicação interna do CBH atualmente. Esses grupos têm potencial de serem utilizados como um canal de divulgação de material informativo sobre capacitações e notícias de assuntos correlatos aos objetivos do comitê.

Os comitês se reúnem ordinariamente duas vezes por ano, e extraordinariamente, sempre que houver pauta ou demanda dos membros, nos termos regimentais.

### 3. Objetivo Geral

Os processos de comunicação estruturados têm se mostrado de suma importância no âmbito das organizações públicas. Para os CBHs, um plano de comunicação tem objetivo de promover reconhecimento dos colegiados pela sociedade, contribui para a democratização do acesso à informação a respeito do gerenciamento dos recursos hídricos, empodera múltiplos agentes da sociedade para a gestão dos recursos hídricos e reitera a importância da participação ativa da comunidade e da função dos comitês.

Ademais objetiva-se desenvolver a comunicação dos CBHs do DF com outros setores do Sistema Distrital de Gerenciamento de Recursos Hídricos, com a sociedade civil e usuários, como indústria, turismo, agricultura, etc, além trazer maior reconhecimento público do trabalho desenvolvido pelos comitês, haja vista que a unidade de planejamento, conforme a política das águas, é a bacia hidrográfica.

### 4. Objetivos Específicos

- a. Fortalecimento de imagem dos CBHs.
- b. Veiculação integrada e sistêmica de informações e notícias referentes aos CBHs do DF, respeitando diferenças estruturais e independência de cada CBH.
- c. Facilitar o acesso a notícias, eventos e trabalho dos CBHs para a sociedade civil, Sistema Distrital de Gerenciamento de Recursos Hídricos, órgãos públicos, demais outros usuários e interessados.
- d. Conscientizar pessoas diversas sobre o uso dos recursos hídricos.

### 5. Público-alvo

O público-alvo do CBH possui três eixos:

- Os próprios Comitês, público interno, com o objetivo de difundir informações importantes e notícias acerca das atividades que os envolvem, além de reforçar sua importância.

- A sociedade civil, ambientes urbanos, para facilitar o acesso à informação e para que a população no geral tenha subsídios para se informar e saiba como contribuir na gestão dos recursos hídricos.
- A sociedade civil, ambientes urbanos, rurais e outros setores, que além das questões similares ao item anterior, possuem outras mais específicas, como por exemplo, notificação quanto à irrigação e compartilhamento de água em período de seca.

## 6. Estratégia de comunicação

A gestão da comunicação dos comitês está sob responsabilidade da CABH/SRH/Adasa. É necessário que haja um profissional responsabilizado pela implementação deste planejamento e cumpra funções de um assessor de comunicação. Este profissional precisa estar disponível diariamente para desenvolver produção de conteúdo, assessoria de imprensa e gestão de redes sociais em diálogo com os membros dos CBHs.

### 6.1 Produção de conteúdo

- **Notícias**

As notícias devem ser essencialmente sobre os acontecimentos mais recentes referentes à bacia, ações do comitê e CABH. Na ausência de pautas recentes sobre esses temas, deve-se publicar sobre atividades da Adasa, ANA e outras entidades e eventos relacionados aos recursos hídricos e meio-ambiente, no DF, Brasil e mundo. O ideal é que aconteça a publicação de no mínimo uma notícia por semana. Este material é direcionado para publicação no site do CBH e visa um público geral e diversificado.

Além disso, é importante que o conteúdo dessas publicações trate de temas informativos que mostrem as riquezas naturais das regiões da bacia hidrográfica, além de trazer dados geográficos sobre a localidade. Da mesma forma, é essencial tratar sobre os problemas enfrentados pela comunidade no que se refere a preservação dos recursos hídricos. Recomenda-se a utilização de linguagem menos técnica para melhor compreensão do material pelos mais diversos públicos.

- **Boletim de Notícias**

Os boletins de notícias devem ser um compilado das notícias produzidas referentes a cada mês. Esse material deve conter as notícias que foram publicadas nos sites dos três comitês que estão sob coordenação da CABH, devem ter no mínimo três notícias e serão enviados via mailing.

- **Materiais informativos**

Este material tem finalidade educativa, busca informar e conscientizar a população sobre o que é e o que faz um CBH, explicando o que são bacias hidrográficas e quais suas implicações na vida das pessoas. Busca-se com este material falar sobre as riquezas geográficas de fauna e flora da região, também clarificar problemas enfrentados. Este conteúdo pode ser publicado nos mais diversos formatos, como vídeos, fotografias, textos, peças gráficas, cartilhas, revistas e gibis. O objetivo é atingir diversificados grupos. Deve-se planejar este material tanto para ser publicado no site, quanto nas redes sociais.

- **Press Release**

Este formato de texto é mais específico e voltado para divulgação de pautas e eventos para a imprensa. Deve ser enviado via mailing e produzido sempre que houver demanda. Os *press releases* são úteis para geração de mídia espontânea, o que gera para o CBH credibilidade e conhecimento público.

- **Divulgação e cobertura de eventos**

É necessário que os eventos realizados pelo Comitê sejam, além de divulgados internamente e externamente, também sejam noticiados durante sua realização e após. A divulgação e cobertura de eventos são importantes para mostrar publicamente as atividades que têm sido realizadas e decisões tomadas a partir destes eventos. Deve-se utilizar todas as plataformas disponíveis para esta atividade.

## **6.2 Planejamento de conteúdo**

Para melhor organização e gerenciamento da comunicação, é necessário que exista um planejamento que indique quando, onde e quais conteúdos serão publicados.

Sugere-se a criação de planilhas mensais com essas indicações. Este planejamento além de organizar melhor a rotina de produção, ainda facilita a avaliação e acompanhamento do que têm se realizado no âmbito da gestão da comunicação dos CBHs.

### **6.3 Assessoria de imprensa**

A assessoria de imprensa é geralmente composta por jornalista que fica responsável pelo contato com a mídia, divulgação das atividades e acompanhamento da imagem da organização a partir do que tem sido publicado. É importante que a assessoria de imprensa domine os temas e termos abordados pelo CBH, para a partir disso fazer a ponte entre CBH, mídia, e público geral.

### **6.4 Plataformas**

Indica-se o uso do site do comitê como principal fonte de conteúdo e o uso das redes sociais, Facebook e Instagram, para fomentar seu acesso. Além disso, deve-se utilizar mailing para divulgação de boletins semanais das atividades e chamadas para eventos, além de servir para contatar a imprensa.

- **Site**

O site deve ser uma plataforma informativa e atualizada. O portal deverá conter materiais informativos referentes à bacia hidrográfica e o comitê, o objetivo é que seja utilizado como um repositório de conteúdo, com apresentação do comitê e órgão relacionados, galeria de fotos, agenda de atividades e cursos, planos de trabalho, entre outras seções. A plataforma deve conter abas com informações sobre os diversos setores que integram o grupo.

É necessário que a seção de notícias seja atualizada no mínimo semanalmente. Sugere-se tornar o portal mais atrativo, com linguagem menos técnica, valorização da participação da comunidade, informações acerca da natureza e comunidade da região da bacia hidrográfica.

- **Mailing**

Mailing é uma ferramenta que consiste numa lista de e-mails utilizada para estabelecer e manter vínculo direto e contínuo entre corporações, empresas e



organizações não governamentais e seu público, que pode ser constituído por pessoas físicas, sociedade civil, mídia e outras corporações. Propõe-se a criação e utilização de uma corrente de e-mails para divulgação e de eventos e atividades realizadas pelo CBH. Na prévia de eventos é necessário o envio de release sobre a atividade para esta lista, assim como materiais informativos após o evento. Ademais, sugere-se a utilização do mailing para envio de boletins informativos com frequência trimestral com as notícias do site.

- **Grupos de WhatsApp**

WhatsApp é um aplicativo de mensagens para Smartphones que permite a criação de grupos, onde os usuários conversam entre si. Atualmente, os grupos de WhatsApp com membros dos comitês têm se mostrado como uma plataforma útil para comunicação entre a CABH e disseminação de informações internas, além de ser uma forma de interação entre essas pessoas. Sugere-se que estes grupos estejam inclusos no planejamento de conteúdo como um canal transmissor de materiais informativos, como notícias do site do comitê e de demais veículos, cursos de capacitação e conteúdo geral relacionado às temáticas relacionadas aos comitês.

- **Fortalecimento das Redes Sociais**

Sugere-se a utilização do Facebook e Instagram, ambas plataformas são muito populares pelos mais diversos públicos da sociedade civil. Estas redes sociais devem ser utilizadas para proporcionar visibilidade e publicização das atividades do comitê para o público externo. É preciso haver publicações toda semana em ambas plataformas. Além disso, as redes sociais também podem ser utilizadas como um canal de divulgação de outras atividades e notícias de temas correlatos aos dos CBHs.

Atualmente, cada CBH possui uma conta no Facebook e está ausente no Instagram. Como a gestão da comunicação dos comitês é realizada pela CABH, sugere-se a centralização do conteúdo que seria dividido ou triplicado em três páginas diferentes nas redes sociais de cada comitê em uma única conta no Instagram e Facebook. Sendo assim, criada uma conta para a CABH que contemplaria os três CBHs que estão sob sua coordenação. O objetivo desta ação é unir o atual público disperso em três páginas

diferentes em apenas uma, almejando alcançar maior engajamento e distribuição das informações.

- **Facebook**

Facebook é uma mídia social com mais de 2 bilhões de usuários, muito utilizada para compartilhamento de publicações de texto, imagens e eventos de forma simples e interativa. A plataforma oferece análise simples de dados que mostram quais horários e pessoas que mais interagem com suas publicações e possibilidade de agendar publicações. A rede é gratuita, mas existe a opção de pagar para que as publicações alcancem maior número de pessoas de acordo com as preferências do anunciante.

A mídia deve ser utilizada com publicações informativas, simples e não muito longas, pois publicações muito longas geralmente geram menos engajamento. Para informações mais completas deve-se utilizar o site, mas sempre compartilhando o link das notícias no Facebook para atrair pessoas para o site. Apesar disso, não deve-se descartar a possibilidade de haver campanhas específicas sobre as bacias hidrográficas e comitês direcionadas para as mídias sociais, é necessário levar em consideração que para alcançar mais público é preciso pensar em linguagens que abranjam pessoas que costumam abrir links para o site e também pessoas que somente ficam nas redes sociais. Ademais, o Facebook pode ser utilizado para compartilhar notícias de outros portais e publicações de diversas páginas com a mesma temática e mesmos ideais do CHB.

- **Instagram**

Assim como o Facebook, o Instagram é também uma rede social com bilhões de usuários e muito utilizada para o compartilhamento de informações, a rede é cada vez mais popular entre usuários mais jovens. A mídia é altamente imagética, sendo inicialmente criada para compartilhamento de fotos. Atualmente, a plataforma permite a publicação das mais diversas formas de imagens, como fotografias, vídeos e ilustrações.

A ferramenta não permite compartilhamento de links para contas com menos de 10 mil seguidores, portanto é interessante que a rede funcione de forma pouco mais independente do site. Deve ser utilizada para compartilhar imagens pré, pós e durante

eventos, seja em formato de vídeo, fotografia, ou peça gráfica. Também deve ser usada para compartilhamento de campanhas informativas específicas.

### 6.5 Plano Plurianual de Comunicação

Ação	Tipo	Frequência	Ano				
			2019	2020	2021	2022	2023
Produção de Conteúdo	Notícias	Semanal					
	Boletins	Trimestral					
	Materiais Informativos	Conforme demanda					
	Press Releases	Conforme demanda					
	Divulgação e cobertura de Eventos	Conforme demanda					
Planejamento de conteúdo	Diário						
Assessoria de Imprensa	Diário						
Atualização das plataformas	Site	Semanal					
	Mailing	Trimestral					
	Grupos de WhatsApp	Semanal					
	Redes Sociais	Semanal					

### 6.6 Frequência das ações e prazo de implementação - 2021

Ação	Tipo	Frequência	Mês											
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Produção de Conteúdo	Notícias	Semanal												
	Boletins	Trimestral												
	Materiais Informativos	Conforme demanda												

Ação	Tipo	Frequência	Mês											
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Produção de Conteúdo	Press Releases	Conforme demanda												
	Divulgação e cobertura de Eventos	Conforme demanda												
Planejamento de conteúdo	Diário													
Assessoria de Imprensa	Diário													
Atualização das plataformas	Site	Semanal												
	Mailing	Trimestral												
	Grupos de WhatsApp	Semanal												
	Redes Sociais	Semanal												

## 7. Resultados esperados

Objetiva-se cumprir com o quadro de metas pactuadas pelo DF referente à adesão ao Procomitês, no período entre 2019 e 2023. Pretende-se alcançar a fomentação de diálogo e publicização entre o comitê e sociedade civil para legitimação conhecimento de suas atividades. Ademais espera-se consolidar uma imagem firme e organizada do CBH Maranhão-DF.