

Comitês PCJ

Criados e instalados segundo a Lei Estadual (SP) nº 7.663/91 (CBH-PCJ), a Lei Federal nº 9.433/97 (PCJ FEDERAL) e a Lei Estadual (MG) nº 13.199/99 (CBH-PJ1)



Deliberação dos Comitês PCJ nº 532/25 de 11/12/2025

Aprova o Plano de Comunicação dos Comitês PCJ para o período 2026 a 2030.

Os Comitês das Bacias Hidrográficas dos Rios Piracicaba, Capivari e Jundiaí, criados e instalados segundo a Lei Estadual (SP) nº 7.663/91 (CBH-PCJ) e a Lei Federal nº 9.433/97 (PCJ FEDERAL) e o Comitê da Bacia Hidrográfica dos Rios Piracicaba e Jaguari, criado e instalado segundo a Lei Estadual (MG) nº 13.199/99 (CBH-PJ1), denominados Comitês PCJ, no uso de suas atribuições legais, em sua 34ª Reunião Ordinária, no âmbito de suas respectivas competências:

Considerando a Deliberação dos Comitês PCJ nº 332/20, de 31/08/2020, que aprovou o Relatório Final e o Relatório Síntese do Plano de Recursos Hídricos das Bacias Hidrográficas dos Rios Piracicaba, Capivari e Jundiaí para o período de 2020 a 2035, estabelece como Tema Estratégico 4 - Educação Ambiental, Integração e Difusão de Pesquisas e Tecnologias, o Eixo Temático 2 - Comunicação institucional dos Comitês PCJ e difusão de pesquisas e tecnologias em recursos hídricos;

Considerando a Deliberação dos Comitês PCJ nº 379/21, de 07/10/2021, que aprovou o Mapa Estratégico e o Plano de Ações do Planejamento Estratégico dos Comitês PCJ para o período 2022 a 2025, estabelece temas, objetivos e iniciativas estratégicas para aperfeiçoar a comunicação entre os membros dos Comitês PCJ, a Fundação Agência das Bacias PCJ e a sociedade;

Considerando que o Plano de Aplicação Plurianual das Bacias Hidrográficas dos Rios Piracicaba, Capivari e Jundiaí – PAP-PCJ para o exercício 2026 a 2030, aprovado nos termos da Deliberação dos Comitês PCJ nº 525/25, de 11/12/2025, prevê o programa "Comunicação social voltada ao fortalecimento do comitê de bacia hidrográfica" e a ação 1.11.1 - "Elaboração e execução de um Plano de Comunicação para o fortalecimento entre a sociedade civil e os Comitês PCJ";

Considerando a Deliberação dos Comitês PCJ nº 399/21, de 10/12/2021 que aprova o Plano de Comunicação dos Comitês PCJ, para o período 2022 a 2025, o qual se aproxima do final de sua vigência;

Considerando que o assunto foi apreciado na 98ª Reunião Ordinária da Câmara Técnica de Planejamento (CT-PL) dos Comitês PCJ, realizada em 07/11/2025, por videoconferência;

Deliberam:

Art. 1º Fica aprovado o Plano de Comunicação dos Comitês PCJ para o período 2026 a 2030, constante do Anexo desta deliberação.

Art. 2º A Fundação Agência das Bacias PCJ prestará o apoio necessário à implementação das ações previstas no Plano de que trata o artigo 1º desta deliberação.

§ 1º O acompanhamento da execução do Plano de Comunicação dos Comitês PCJ será realizado pelo Grupo de Trabalho para Integração de Ações das Câmaras Técnicas dos Comitês PCJ (GT-Integração) da Câmara Técnica de Planejamento (CT-PL) dos Comitês PCJ, por meio da análise de relatório de execução anual a ser elaborado pela Fundação Agência das Bacias PCJ.

§ 2º O relatório mencionado no § 1º deverá ser encaminhado, para análise do GT-Integração, até 31/03 do ano subsequente à execução das ações.

Comitês PCJ

Criados e instalados segundo a Lei Estadual (SP) nº 7.663/91 (CBH-PCJ), a Lei Federal nº 9.433/97 (PCJ FEDERAL) e a Lei Estadual (MG) nº 13.199/99 (CBH-PJ1)



Art. 3º Esta deliberação entra em vigor na data de sua publicação no Diário Oficial.

(assinado digitalmente)
MYLENA NASCIMENTO RODRIGUES
DE OLIVEIRA
Presidente do CBH-PJ1

(assinado digitalmente)
HÉLIO DONIZETE ZANATTA
Presidente do CBH-PCJ e do PCJ FEDERAL

(assinado digitalmente)
ADILSON RAMOS DE SOUZA
Secretário-executivo do CBH-PJ1

(assinado digitalmente)
DENIS HERISSON DA SILVA
Secretário-executivo do CBH-PCJ e do PCJ
FEDERAL

Publicada no DOE em 15/12/2025

Comitês PCJ

Criados e instalados segundo a Lei Estadual (SP) nº 7.663/91 (CBH-PCJ), a Lei Federal nº 9.433/97 (PCJ FEDERAL) e a Lei Estadual (MG) nº 13.199/99 (CBH-PJ1)



ANEXO – Deliberação dos Comitês PCJ nº 532/25, de 11/12/2025

PLANO DE COMUNICAÇÃO DOS COMITÉS DAS BACIAS HIDROGRÁFICAS DOS RIOS
PIRACICABA, CAPIVARI E JUNDIAÍ – PERÍODO 2026-2030



COMITÊS PCJ

**Plano de Comunicação dos
Comitês das Bacias Hidrográficas
dos Rios Piracicaba, Capivari e Jundiaí**

Vigência 2026 - 2030

Comitês PCJ

Criados e instalados segundo a Lei Estadual (SP) nº 7.663/91 (CBH-PCJ), a Lei Federal nº 9.433/97 (PCJ FEDERAL) e a Lei Estadual (MG) nº 13.199/99 (CBH-PJ1)



Diretoria do Comitê das Bacias Hidrográficas dos Rios Piracicaba,

Capivari e Jundiaí - CBH-PCJ (comitê estadual paulista)

Mandato 2025-2027

Presidente

Hélio Donizete Zanatta

Prefeitura Municipal de Piracicaba

Vice-presidente

Marco Antônio dos Santos

Associação Nacional dos Serviços Municipais de Saneamento (ASSEMAE)

Secretário-executivo

Denis Herisson da Silva

Secretaria de Agricultura e Abastecimento (SAA)

Secretário-executivo Adjunto

André Luiz Sanchez Navarro

Secretaria de Meio Ambiente, Infraestrutura e Logística (SEMIL)

Comitês PCJ

Criados e instalados segundo a Lei Estadual (SP) nº 7.663/91 (CBH-PCJ), a Lei Federal nº 9.433/97 (PCJ FEDERAL) e a Lei Estadual (MG) nº 13.199/99 (CBH-PJ1)



Diretoria do Comitê das Bacias Hidrográficas dos Rios Piracicaba, Capivari e Jundiaí - PCJ FEDERAL (comitê federal)

Mandato 2025-2027

Presidente

Hélio Donizete Zanatta

Prefeitura Municipal de Piracicaba

1^a Vice-presidente

Mylena Nascimento Rodrigues de Oliveira

Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais – FIEMG

2^a Vice-presidente

Marco Antônio dos Santos

Associação Nacional dos Serviços Municipais de Saneamento (ASSEMAE)

3^a Vice-presidente

Raquel Landgraf de Siqueira

Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima

Secretário-executivo

Denis Herisson da Silva

Secretaria de Agricultura e Abastecimento (SAA)

Comitês PCJ

Criados e instalados segundo a Lei Estadual (SP) nº 7.663/91 (CBH-PCJ), a Lei Federal nº 9.433/97 (PCJ FEDERAL) e a Lei Estadual (MG) nº 13.199/99 (CBH-PJ1)



**Diretoria do Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio Piracicaba
e Jaguari - CBH-PJ1 (comitê estadual mineiro).**

Mandato 2021-2022

Presidente

Mylena Nascimento Rodrigues de Oliveira

Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais – FIEMG

Vice-presidente

Reginaldo Aparecido de Godoi

Prefeitura Municipal de Itapeva

Secretário-executivo

Adilson Ramos de Souza

Sindicato dos Trabalhadores nas Indústrias de Purificação e Distribuição de Água e em Serviços de Esgoto do Estado de Minas Gerais – SINDÁGUA

Secretário-executivo Adjunto

Maurício Djalles Costa

Conselho Regional de Biologia da 4ª Região – CRBIO-04

Comitês PCJ

Criados e instalados segundo a Lei Estadual (SP) nº 7.663/91 (CBH-PCJ), a Lei Federal nº 9.433/97 (PCJ FEDERAL) e a Lei Estadual (MG) nº 13.199/99 (CBH-PJ1)



SUMÁRIO

1.	Introdução	4
2.	Metodologia	5
3.	Objetivos	6
3.1.	Objetivos específicos	6
4.	A gestão de recursos hídricos.....	6
4.1.	Comitês PCJ.....	6
4.2.	As Bacias PCJ	10
4.3.	Usos da água e disponibilidade hídrica nas Bacias PCJ	12
4.4.	A cobrança pelo uso dos recursos hídricos nas Bacias PCJ.....	14
5.	Diretrizes	15
5.1.	Plano de Recursos Hídricos das Bacias PCJ 2020-2035.....	15
5.2.	Planejamento Estratégico dos Comitês PCJ	17
5.3.	Procomitês.....	19
5.4.	Pesquisa.....	21
6.	Públicos	23
6.1.	Tipos de públicos	23
6.2.	Objetivo com cada público	24
6.3.	Linguagens	25
7.	Praça.....	25
8.	Mecanismos de comunicação.....	27
8.1.	Site dos Comitês PCJ	27
8.2.	Newsletter dos Comitês PCJ	27
8.3.	E-mail marketing	28
8.4.	WhatsApp Business	28
8.5.	Revista de Gestão das Bacias PCJ	29
8.6.	Mailing de imprensa	29
8.7.	Clipping.....	30
8.8.	YouTube dos Comitês PCJ	30
8.9.	Facebook	30
8.10.	Instagram	31
8.11.	Linked-in.....	32

Comitês PCJ

Criados e instalados segundo a Lei Estadual (SP) nº 7.663/91 (CBH-PCJ), a Lei Federal nº 9.433/97 (PCJ FEDERAL) e a Lei Estadual (MG) nº 13.199/99 (CBH-PJ1)



8.12. Patrocínios	32
8.13. Agência de Publicidade	33
9. Campanhas	34
9.1. Dia Mundial da Água	34
9.2. Dia do Meio Ambiente.....	34
9.3. Aniversário dos Comitês PCJ	35
9.4. Campanha Institucional	35
9.5. Conclusão de projeto e empreendimentos	35
9.6. Eventos das Câmaras Técnicas	36
9.7. Campanha de estiagem	36
9.8. Eleições dos Comitês PCJ.....	36
9.9. Renovação das Câmaras Técnicas	37
10. Comunicação da Agência das Bacias PCJ	37
10.1. Planejamento Estratégico da Agência das Bacias PCJ	37
10.2. Contrato de Gestão ANA.....	39
10.3. Públicos prioritários da Agência das Bacias PCJ	40
10.4. Assessoria de Comunicação da Agência das Bacias PCJ.....	41
10.5. Site da Agência das Bacias PCJ	42
10.6. YouTube da Agência das Bacias PCJ.....	43
10.7. Newsletter da Agência das Bacias PCJ	43
10.8. E-mails da Agência das Bacias PCJ	43
10.9. Relatório Institucional GRI.....	44
10.10.Campanha “cobrança pelo uso da água”	44
10.11.Divulgação de abertura de editais	45
11. Cronograma de execução e investimentos	6
12. Acompanhamento e revisões	6

1. Introdução

Propagar a gestão de recursos hídricos é corresponder a um interesse universal que a disponibilidade hídrica, sendo a água um item primordial para a sobrevivência das pessoas nos municípios, tanto quanto é uma ferramenta importante para processos produtivos no meio rural, no meio industrial e entre outros usos múltiplos pela sociedade.

Divulgar os trabalhos realizados pelos Comitês PCJ resulta no incentivo ao modelo participativo de sua gestão, tal como se configuram as reuniões Plenárias, as Câmaras Técnicas e outras instâncias desse órgão colegiado.

Tratando de comunicação, nas últimas décadas, o rádio jornalismo recuou, tornando-se restrito a poucas emissoras, em horários pontuais e/ou em redes de rádios noticiosas que prosperam apenas em grandes centros. Ainda assim, com audiência limitada, se comparado com rádios musicais e de entretenimento.

No mesmo declínio nota-se que os jornais impressos estão desaparecendo e, aqueles que se mantêm no mercado, vêm diminuindo significativamente suas tiragens, periodicidade e variedade de seus conteúdos em seus cadernos especiais. Como constatado no item “5.4 - Pesquisa”, a queda é grande destes meios de comunicação frente à tarefa de informar a população nas Bacias PCJ.

Olhando para o teor dos conteúdos, a imprensa televisiva no município de Campinas (maior polo gerador de conteúdo das Bacias PCJ) vive um crescente editorial cada vez mais factível - com notícias policiais ou de acidentes - cenário que nos aproxima de aparições negativas em momentos estiagem de possível intermitência na distribuição de água de algumas cidades. Em detrimento, a linha editorial televisiva de conteúdos culturais, informativos e comportamentais tem reduzido, sendo justamente nesta vertente jornalística a maior afinidade com temática “gestão de recursos hídricos”, “gestão do meio ambiente” e temas de interesse coletivo.

Esse recuo dos meios de comunicação tradicionais, passa a representar ameaça ao êxito da assessoria de imprensa na tentativa de repercussão de suas “pautas positivas” relacionadas às Bacias PCJ. A redução de número de rádio jornalísticas e a redução dos jornais impressos, calham na redução de capilaridade da assessoria de imprensa para atingir a massa, configurando outro cenário preocupante atrelado ao perca de eficiência das mídias tradicionais.

Ao mesmo tempo, o cenário de avanço tecnológico calhou no surgimento de novas plataformas de comunicação digitais e on-line. Com isso, o mercado de comunicação digital esteve criando e

fundamentando uma nova forma de se comunicar, com base na interação com a audiência, tratando o público muito além de um simples espectador, pois agora ele interage e também cria conteúdo.

Adventos como o usuário on-line produzindo conteúdo, a crescente dos sites e portais de notícias e o aumento da presença da imprensa tradicional nas redes sociais, calhou em um enorme aumento da oferta de informação, tornando a audiência cada vez mais pulverizada e dispersa. Por isso, os conteúdos que se destinam a este ambiente digital precisam ser obrigatoriamente mais sucintos e objetivos.

Ainda no ambiente digital, o avanço das ferramentas de inteligência artificial dedicadas a comunicação tem gerado pontos positivos frente as facilidades do levantamento de dados sobre a audiência, rápida identificação dos temas mais aceitos em cada rede social, auxílio na formulação de conteúdos mais assertivos e alta velocidade na produção de conteúdo. São fatores extremamente positivos quando tratamos de um meio de comunicação muito dinâmico e que requer altas taxas de conteúdo.

Ao mesmo tempo, a aplicação desordenada das inteligências artificiais tem trazido insegurança no público quanto a veracidade dos conteúdos, frente ao aumento das “fake news” e produção de imagens e vídeos “generativos” que simulam a realidade com cada vez mais competência.

Frente ao momento, a estratégia de comunicação dos Comitês PCJ deve continuar visando o estreitamento de laços com a imprensa tradicional e o fortalecimento de seus canais próprios de comunicação. No ambiente on-line, investir na diversificação de linguagens e formatos, tanto quanto em novas linhas editoriais que possam engajar com públicos novos, aumentando o alcance de seus canais.

Este Plano de Comunicação dos Comitês PCJ (PCom-PCJ) destina-se à convergência e ao alinhamento de mecanismos e diretrizes atuais da comunicação dos Comitês PCJ com a sociedade e públicos internos.

2. Metodologia

O PCom-PCJ dedica-se em primeira etapa em afirmar seus objetivos de comunicação com base nas diretrizes específicas do Plano de Recursos Hídricos das Bacias Hidrográficas dos Rios Piracicaba, Capivari e Jundiaí 2020-2035 (PBH-PCJ 2020-2035), tanto quanto em outros instrumentos norteadores como o Planejamento Estratégico dos Comitês PCJ, as diretrizes do Procomitês, do Contrato de Gestão com a Agência Nacional de Águas e os resultados de uma pesquisa de opinião primária referentes à comunicação.

Em segunda etapa, este plano visa elencar, analisar e propor melhorias nas ferramentas de comunicação já existentes, bem como sugerir ampliações.

Por fim, detalhar um cronograma de ação e investimentos para os próximos anos, no intervalo de 2026 a 2030.

3. Objetivos

Objetiva-se com este instrumento estabelecer condições e metas para o fortalecimento da comunicação dos Comitês PCJ para com seu público interno e públicos externos, de modo a ampliar o reconhecimento, mobilização e participação em prol da gestão dos recursos hídricos nas Bacias PCJ.

3.1. Objetivos específicos

- Evidenciar a existência, as atribuições e as realizações dos Comitês PCJ perante a sociedade;
- Incentivar à participação dos atores envolvidos na gestão dos recursos hídricos e a sociedade civil;
- Aprimorar o uso dos canais de comunicação com os públicos de interesse.
- Aumentar o reconhecimento de marca aferido pela pesquisa de opinião.
- Aumentar os números de interações nos canais digitais.

4. A gestão de recursos hídricos

Os Comitês de Bacias Hidrográficas (CBHs) são entes dos sistemas de gerenciamento de recursos hídricos que promovem o debate das questões relacionadas a gestão das águas em sua área de atuação.

Os CBHs são compostos por membros de diversos setores da sociedade, como do poder público nas esferas municipal, estadual e federal, quanto da sociedade civil, representada pelas organizações civis e pelos usuários de recursos hídricos.

4.1. Comitês PCJ

Os Comitês das Bacias Hidrográficas dos Rios Piracicaba, Capivari e Jundiaí ([Comitês PCJ](#)) atuam no território das Bacias Hidrográficas dos Rios Piracicaba, Capivari e Jundiaí (Bacias PCJ), integrando três comitês de bacias, a saber, o Comitê das Bacias Hidrográficas dos Rios Piracicaba, Capivari e Jundiaí (CBH-PCJ), no âmbito da legislação paulista, instalado em 1993, o Comitê das Bacias

Hidrográficas dos Rios Piracicaba, Capivari e Jundiaí (PCJ FEDERAL), no âmbito da legislação federal, instalado em 2003, e o Comitê da Bacia Hidrográfica dos Rios Piracicaba e Jaguari (CBH-PJ1), no âmbito da legislação mineira, instalado em 2008. Isso se dá pelo fato de as Bacias PCJ terem parte de seu território no Estado de São Paulo e parte no território do Estado de Minas Gerais.

A integração entre os três CBHs está disposta na [Deliberação Conjunta do CBH-PCJ/PCJ FEDERAL/CBH-PJ de 27/06/2008](#), que estabelece forma de atuação integrada dos comitês CBH-PCJ, PCJ FEDERAL e CBH-PJ1 e uniformiza a denominação.

No estado de São Paulo, através da [Lei nº 7.663/91](#), foi estabelecida as normas para orientação da Política Estadual de Recursos Hídricos bem como ao Sistema Integrado de Gerenciamento de Recursos Hídricos. Neste instrumento legal existem diversas diretrizes para a gestão dos recursos hídricos, do mesmo modo que estabelece normas para a criação de entidade denominada Agência de Bacia. A nível federal, a [Lei nº 10.881/04](#) dispõe sobre a possibilidade do estabelecimento de contrato de gestão entre a Agência Nacional de Águas e Saneamento Básico (ANA) e entidade sem fins lucrativos para exercer a competência das Agências de Água, previstas nos arts. 41 e 44 da [Lei nº 9.433/97](#) (Política Nacional de Recursos Hídricos e o Sistema Nacional de Gerenciamento de Recursos Hídricos), relativas a rios de domínio da União.

A Fundação Agência das Bacias PCJ, criada em 2009, exerce as funções de Secretaria Executiva do CBH-PCJ e de entidade delegatária das funções de agência de água do PCJ FEDERAL, fornecendo suporte técnico e administrativo e realizando a gestão financeira dos recursos arrecadados com as Cobranças PCJ (federal e paulista) e oriundos da Compensação Financeira/Royalties do setor hidroelétrico. Quanto ao CBH-PJ1, as funções de Secretaria Executiva são exercidas pelo Instituto Mineiro de Gestão das Águas (IGAM).

O Plano das Bacias Hidrográficas dos Rios Piracicaba, Capivari e Jundiaí para o período de 2020 a 2035 (PBH-PCJ 2020-2035) é o documento que dirige a gestão dos recursos hídricos nas Bacias PCJ. Nele, é apresentado diagnóstico, prognóstico, plano de ações e investimento necessários para o atendimento às metas definidas para os diversos setores. O Relatório Final do PBH-PCJ 2020-2035 e informações sobre seu processo de elaboração encontram-se disponíveis [nesta link](#).

Os Comitês PCJ são compostos pelos Plenários, Diretorias, Secretarias Executivas e Câmaras Técnicas. Embora atuem de maneira integrada, cada CBH possui sua organização específica, orientadas pelos seus Regimentos Internos ([PCJ FEDERAL](#) e [CBH-PJ1](#)) ou Estatuto ([CBH-PCJ](#)), baseados nas respectivas legislações incidentes.

Comitês PCJ

Criados e instalados segundo a Lei Estadual (SP) nº 7.663/91 (CBH-PCJ), a Lei Federal nº 9.433/97 (PCJ FEDERAL) e a Lei Estadual (MG) nº 13.199/99 (CBH-PJ1)

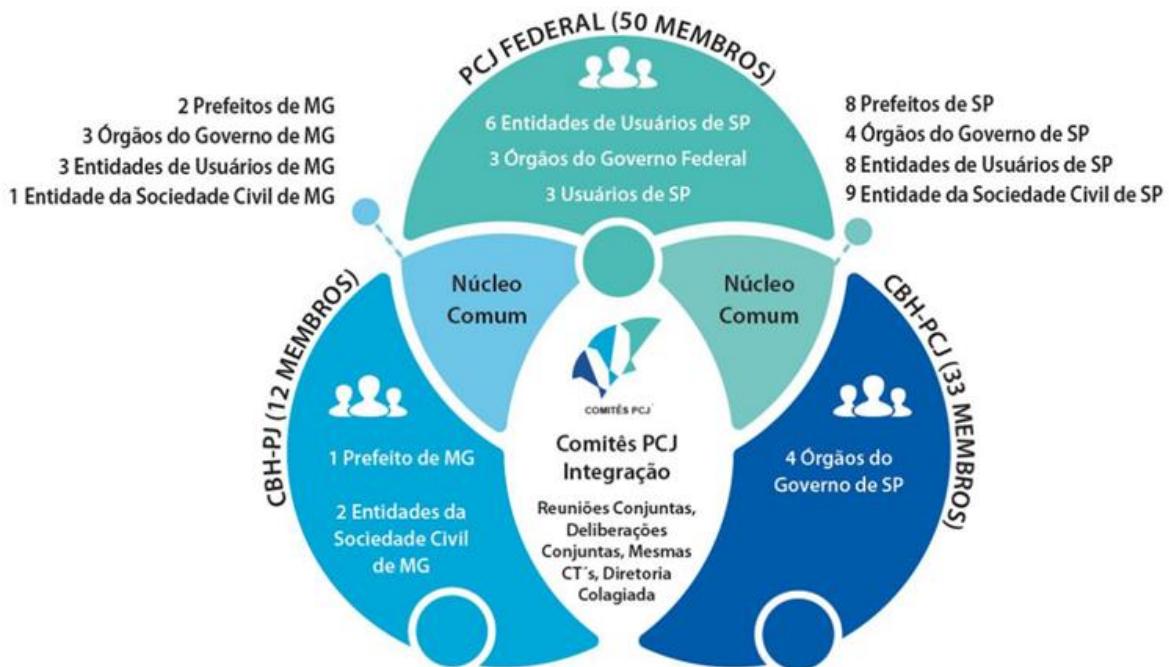


Figura 1: Integração dos plenários dos Comitês PCJ.
Fonte: Secretaria Executiva dos Comitês PCJ, 2021.

As Câmaras Técnicas (CTs) são espaços nos quais ocorrem discussões e aprofundamento sobre diversos temas relacionados ao gerenciamento dos recursos hídricos nas Bacias PCJ, possibilitando dessa forma subsidiar as decisões dos Comitês PCJ. As CTs possuem caráter consultivo e funcionam como um espaço democrático e participativo, com o envolvimento de diversos segmentos da sociedade. Também, no âmbito das CTs pode ocorrer a criação dos Grupos de Trabalho (GTs) e Grupos de Acompanhamento (GAs), que permitem o aprofundamento de assuntos específicos relacionados aos recursos hídricos.

No âmbito dos Comitês PCJ, estão instaladas, atualmente, doze Câmaras Técnicas: Águas Subterrâneas (CT-AS); Educação Ambiental (CT-EA); Integração e Difusão de Pesquisas e Tecnologias (CT-ID); Uso e Conservação da Água na Indústria (CT-Indústria); Monitoramento Hidrológico (CT-MH); Outorgas e Licenças (CT-OL); Plano de Bacias (CT-PB); Planejamento (CT-PL); Conservação e Proteção de Mananciais (CT-Mananciais); Uso e Conservação da Água no Meio Rural (CT-Rural); Saneamento (CT-SA); e Saúde Ambiental (CT-SAM). As atribuições de cada uma das CTs mencionadas são dadas pela [Deliberação dos Comitês PCJ nº 243/15](#), de 04/12/2015. À exceção da CT-PL, as CTs

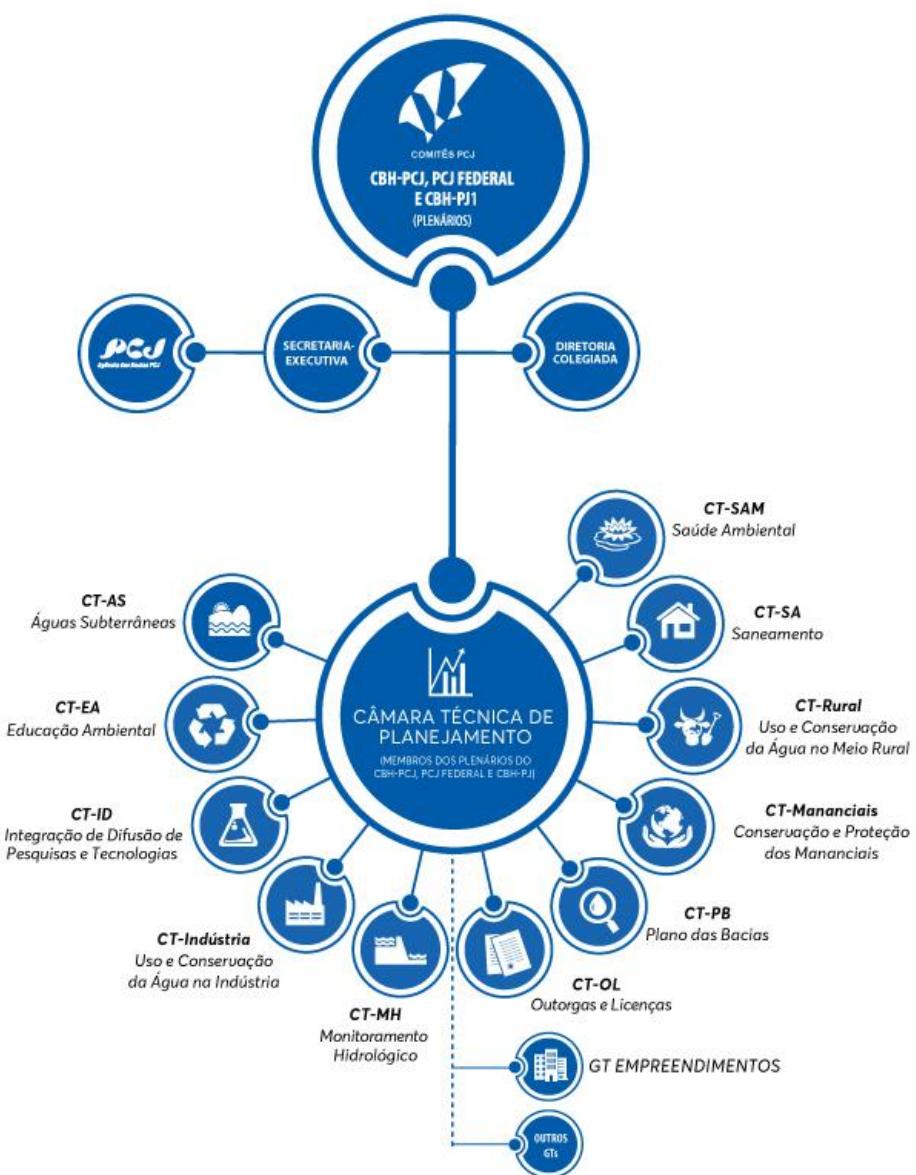
Comitês PCJ

Criados e instalados segundo a Lei Estadual (SP) nº 7.663/91 (CBH-PCJ), a Lei Federal nº 9.433/97 (PCJ FEDERAL) e a Lei Estadual (MG) nº 13.199/99 (CBH-PJ1)



tem seu funcionamento regulamentado pelo Regimento Geral das CTs, aprovado pela [Deliberação dos Comitês PCJ nº 362/21](#), de 30/03/2021, e elaboram, bianualmente, seu Plano de Trabalho, que conta com um orçamento a ele associado para o desenvolvimento das atividades planejadas. Participam, nas diversas instâncias dos Comitês PCJ, aproximadamente 200 (duzentas) entidades, representadas por cerca de 900 (novecentas) pessoas.

Figura 2 - Organograma dos Comitês PCJ



Fonte: Secretaria Executiva dos Comitês PCJ, 2021.

Comitês PCJ

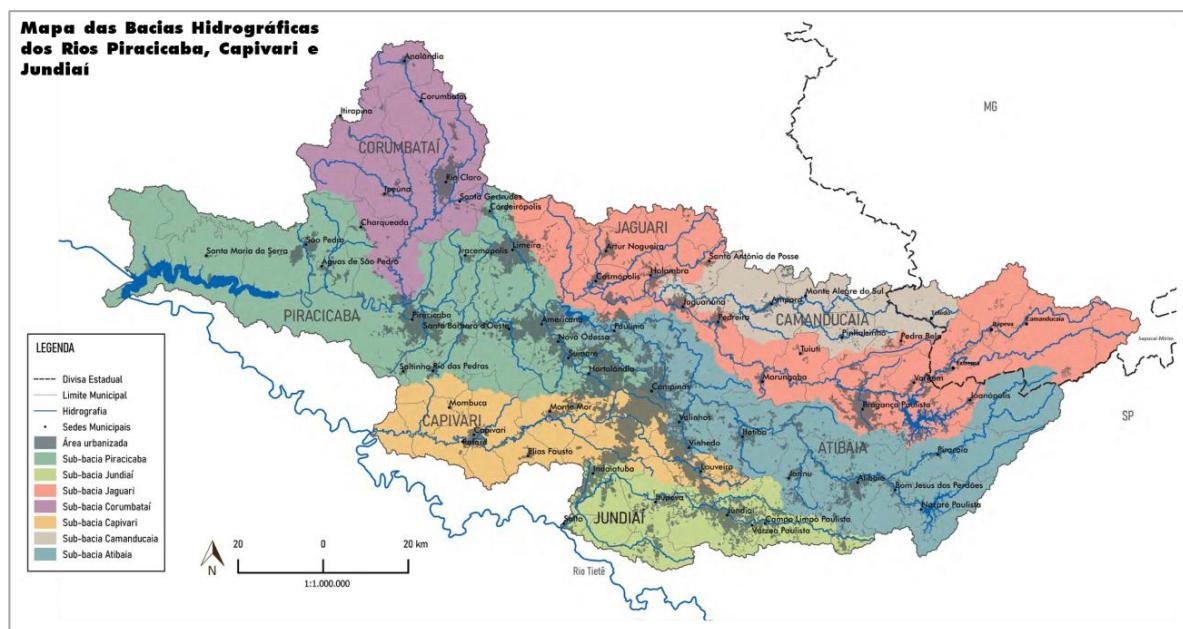
Criados e instalados segundo a Lei Estadual (SP) nº 7.663/91 (CBH-PCJ), a Lei Federal nº 9.433/97 (PCJ FEDERAL) e a Lei Estadual (MG) nº 13.199/99 (CBH-PJ1)



4.2. As Bacias PCJ

A área de atuação dos Comitês PCJ abrange as bacias hidrográficas dos Rios Piracicaba, Capivari e Jundiaí, denominadas conjuntamente para fins de gestão de “Bacias PCJ”, as quais possuem território nos Estados de São Paulo e Minas Gerais. Ressalta-se a ocorrência, nas Bacias PCJ, de rios e aquíferos de domínio dos Estados (São Paulo e Minas Gerais) e de rios de domínio da União.

Figura 3 - Mapa das Bacias PCJ



Fonte: Secretaria Executiva dos Comitês PCJ, 2021.

As Bacias PCJ abrangem, total ou parcialmente, área territorial de setenta e seis municípios, sendo que setenta e um pertencem ao Estado de São Paulo e cinco ao Estado de Minas Gerais. Boa parte desses municípios possui área urbana ou parte expressiva da população nas áreas de contribuição das Bacias PCJ.

Em termos de unidade físico-territorial de planejamento e gestão, as Bacias PCJ, no Estado de São Paulo, compreendem a Unidade de Gerenciamento de Recursos Hídricos nº 05 ([UGRHI 05](#)), e no Estado de Minas Gerais compreendem a Unidade de Planejamento e Gestão de Recursos Hídricos da Bacia dos Rios Piracicaba e Jaguari ([UPGRH PJ1](#)).

As Bacias PCJ possuem uma área de drenagem superficial total de aproximadamente 15.377 km² (quinze mil, trezentos e setenta e sete quilômetros quadrados), sendo que 92,45% dessa área encontram-se na porção territorial paulista e 7,55% na porção territorial mineira, onde se localizam as nascentes dos Rios Atibaia, Camanducaia e Jaguari (COMITÊS PCJ, 2020).

São três as bacias hidrográficas que compõem as Bacias PCJ: (i) a bacia do Rio Capivari, com área de 1.568 km² (um mil, quinhentos e sessenta e oito quilômetros quadrados); (ii) a bacia do Rio Jundiaí, com área de 1.154 km² (um mil, cento e cinquenta e quatro quilômetros quadrados); e (iii) a bacia do Rio Piracicaba, sendo a maior entre elas, com área de 12.655 km² (doze mil, seiscentos e cinquenta e cinco quilômetros quadrados), que se subdivide em cinco sub-bacias principais: Piracicaba, Corumbataí, Jaguari, Camanducaia e Atibaia. No contexto regional, as Bacias PCJ fazem parte da bacia hidrográfica do Rio Tietê, que, por sua vez, pertence à Região Hidrográfica do Paraná (COMITÊS PCJ, 2020).

Em relação à distribuição populacional nas Bacias PCJ, segundo dados do Censo Demográfico de 2010, realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), as Bacias PCJ contam com aproximadamente 5,1 milhões de habitantes. A bacia do Rio Piracicaba concentra aproximadamente 3,4 milhões de habitantes, o que corresponde a 70% do total populacional das Bacias PCJ, dos quais 3,25 milhões são residentes em áreas urbanas, correspondendo a 66,7% da população urbana das Bacias PCJ. A bacia do Rio Piracicaba também concentra a maior população rural, com aproximadamente 164 mil pessoas, o que corresponde a 74,5% do total da população rural das Bacias PCJ (COMITÊS PCJ, 2020).

A região possui uma expressiva ocupação urbana e industrial com notáveis indicadores de desenvolvimento socioeconômico. O conjunto dos municípios das Bacias PCJ representa 7% do Produto Interno Bruto (PIB) do país, 17% do PIB do Estado de São Paulo e 14,3% da população estadual paulista (IBGE, 2014). Os três municípios com maior participação no PIB estadual paulista são Campinas com 18,3%, Jundiaí com 11,5% e Piracicaba com 7%. Para o conjunto dos municípios das Bacias PCJ, no que tange ao Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), pouco mais de 10% dos municípios são classificados como médio desenvolvimento humano, e a maioria se enquadra na faixa de alto desenvolvimento humano.

O uso e a ocupação do solo nas Bacias PCJ se caracteriza da seguinte forma: (i) áreas com vegetação campestre ocupam 25,3% da área total das Bacias PCJ; (ii) áreas de mata nativa ocupam 20,4%; (iii) áreas de lavouras de cana-de-açúcar ocupam 19,01%; (iv) áreas de cultivos temporários e permanentes ocupam respectivamente 6,95% e 3,96%; (v) áreas de silvicultura ocupam 6,43%; e (vi) áreas urbanizadas ocupam 12,11%. Os corpos d'água representam 2,02% da área das Bacias PCJ, que correspondem sobretudo às áreas alagadas geradas por barramentos, com destaque para os reservatórios do Sistema Cantareira, o reservatório de Barra Bonita, e o reservatório de Salto Grande (COMITÊS PCJ, 2020).

As Bacias PCJ apresentam índices elevados de abastecimento público de água nas áreas urbanas, da ordem de 98%, com índice médio de perdas nos sistemas de 34%. Quanto ao esgotamento sanitário, o índice médio de coleta de esgoto é de 90%, e o índice médio de tratamento é de 83% em relação ao total de esgoto coletado é de 75% em relação ao total de esgoto gerado (COMITÊS PCJ, 2020).

4.3. Usos da água e disponibilidade hídrica nas Bacias PCJ

Os usos múltiplos da água nas Bacias PCJ são caracterizados pelos usos consuntivos (captação para o abastecimento público, industrial, rural, irrigação e dessedentação animal) e usos não consuntivos (recreação de contato primário e secundário, geração de energia elétrica, lançamento de efluentes provenientes de estações de tratamento de esgotos e industriais, pesca, navegação, entre outros).

As Bacias PCJ possuem uma disponibilidade hídrica bastante limitada, considerada de alta criticidade. O crescimento populacional associado ao desenvolvimento econômico da região, frente a uma disponibilidade hídrica constante, evidencia uma tendência de contínua redução da quantidade de água disponível por habitante.

Apesar da UGRHI 05 ter uma quantidade significativa de mananciais superficiais de grande porte e de interesse regional, nota-se a contínua redução da disponibilidade per capita, passando de 1.000,97 m³/hab.ano (um mil e noventa e sete litros) em 2015 para 961,29 m³/hab.ano (novecentos e sessenta e um litros) em 2019, o que representa uma redução de cerca de 4% em cinco anos, conforme apresentado no [Relatório de Situação dos Recursos Hídricos 2020 das Bacias PCJ](#) (ano base 2019). Os Relatórios de Situação dos Recursos Hídricos das Bacias PCJ podem ser consultados [neste link](#).

O Plano Estadual de Recursos Hídricos do Estado de São Paulo adotou a referência da Organização das Nações Unidas (ONU) para avaliação de níveis de criticidade, que caracteriza como crítica situações em que a disponibilidade per capita é inferior a 1.500 m³/hab.ano (um milhão e quinhentos mil litros de água). Diante do que se apresenta, a UGRHI 05 encontra-se em uma posição delicada, tendo em vista que desde 2014 apresenta valores bem abaixo do limite para serem considerados críticos.

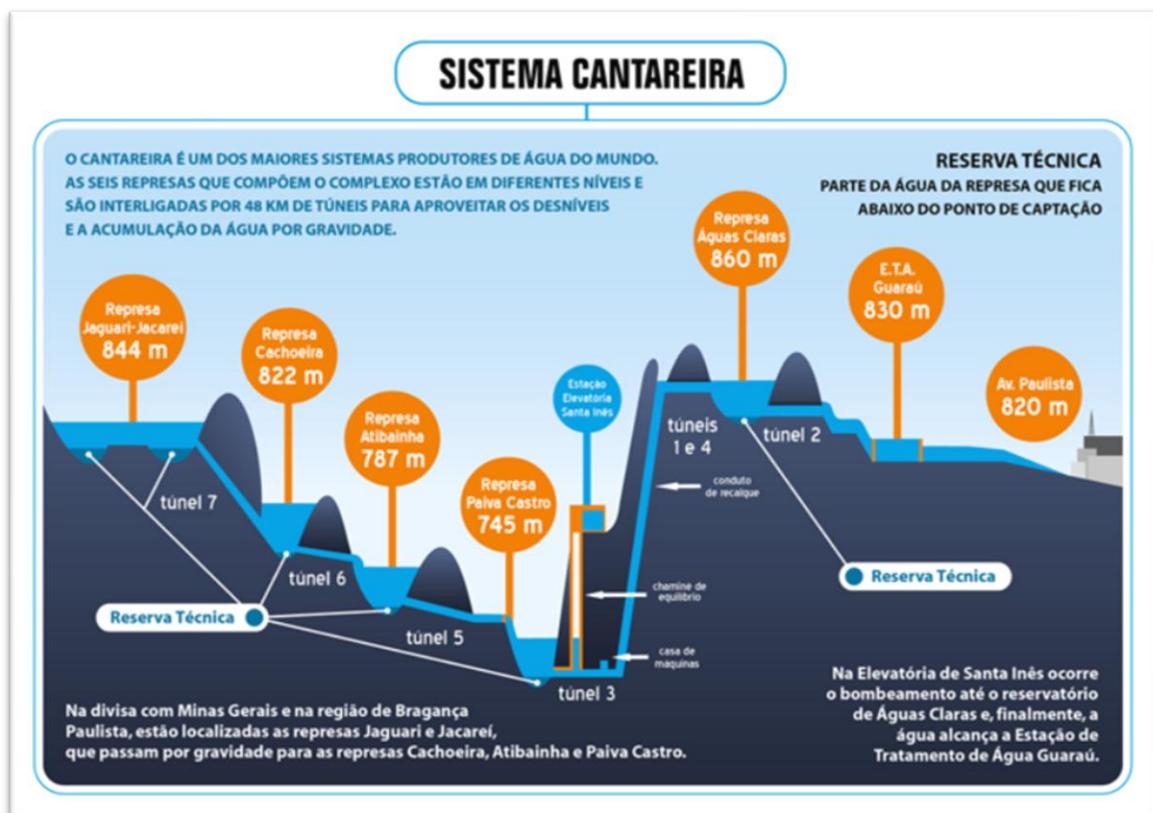
As Bacias PCJ apresentam durante o período de um ano dois momentos hidrológicos distintos, sendo um período de estiagem seguido de um período chuvoso com considerável volume de precipitação.

É importante destacar, ao tratar da disponibilidade hídrica nas Bacias PCJ, que o potencial de recursos hídricos superficiais não está, em sua totalidade, à disposição para uso na própria região, pois uma parcela substancial é transposta, por meio do Sistema Cantareira, para a bacia hidrográfica do Alto

Tietê, responsável pelo abastecimento de aproximadamente 9 milhões de habitantes da Região Metropolitana de São Paulo (RMSP).

O Sistema Cantareira é o maior sistema produtor de água da RMSP, abrangendo doze municípios, sendo quatro deles situados no Estado de Minas Gerais (Camanducaia, Extrema, Itapeva e Sapucaí-Mirim) e oito no Estado de São Paulo (Bragança Paulista, Caieiras, Franco da Rocha, Joanópolis, Mairiporã, Nazaré Paulista, Piracaia e Vargem), cinco bacias hidrográficas e possuindo seis reservatórios (Jaguari, Jacareí, Cachoeira, Atibainha, Paiva Castro e Águas Claras) dos quais os quatro primeiros localizam-se nas Bacias PCJ e funcionam como um sistema equivalente, interligados através de canais e túneis.

Figura 4 – Esquema do Sistema Cantareira



Fonte: Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo, 2021.

Em 2014, ocorreu uma das maiores crises hídricas registradas no Estado de São Paulo, quando os corpos hídricos e os reservatórios do Sistema Cantareira apresentaram significativa redução de

disponibilidade, atingindo níveis preocupantes e poucas vezes vistos na história, com a utilização quase que total do seu volume útil de armazenamento.

Em 29/05/2017, foi publicada a [Resolução Conjunta ANA/DAEE nº 926, de 29/05/2017](#), que outorgou à Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo (SABESP), pelo prazo de dez anos, o uso das vazões máximas médias mensais do Sistema Cantareira, para fins de abastecimento público, de até 33 m³/s (trinta e três mil litros por segundo). Na mesma data, publicou-se também a [Resolução Conjunta ANA/DAEE nº 925](#), que dispôs sobre suas condições de operação. Com as novas regras, a garantia de vazão à jusante para as Bacias PCJ, que era de 5 m³/s (cinco mil litros por segundo) durante a estiagem, foi dobrada, podendo chegar a até 12 m³/s (doze mil litros por segundo) no período úmido.

Os Comitês PCJ, juntamente com a Fundação Agência das Bacias PCJ e os órgãos gestores, nos âmbitos estaduais e nacional, trabalham de forma integrada para estabelecer um conjunto de mecanismos e de regras, decididas coletivamente, que buscam equacionar os diferentes interesses sobre os usos da água nas Bacias PCJ.

4.4. A cobrança pelo uso dos recursos hídricos nas Bacias PCJ

A cobrança pela utilização dos recursos hídricos nas Bacias PCJ é um dos instrumentos de gestão previstos nas políticas nacional e estaduais paulista e mineira de recursos hídricos, e têm dentre seus objetivos reconhecer a água como bem público de valor econômico, incentivar o seu uso racional e sustentável e obter recursos financeiros para promover a conservação, manutenção e recuperação das bacias hidrográficas, sendo atribuições dos Comitês PCJ o estabelecimento dos mecanismos de cobrança e a sugestão de valores a serem cobrados.

As Bacias PCJ têm parte de sua área no Estado de São Paulo e parte no Estado de Minas Gerais, e, por isso, possuem corpos hídricos que são de dominialidades distintas de acordo com suas características. A cobrança, portanto, é subdividida conforme as três dominialidades, a saber:

- I. Cobrança PCJ Paulista: é regida pela [Lei Paulista nº 12.183, de 29/12/2005](#) e realizada pela Agência das Bacias PCJ, aplicável sobre os recursos hídricos de domínio do Estado de São Paulo;
- II. Cobrança PCJ Mineira: é realizada pelo Instituto Mineiro de Gestão das Águas ([IGAM](#)), prevista na [Lei Estadual Mineira nº 13.199, de 29/01/1999](#), que dispõe sobre a Política Estadual de Recursos Hídricos de Minas Gerais e o Sistema Estadual de Gerenciamento de Recursos Hídricos (SEGRH-MG), e é aplicável sobre os recursos hídricos de domínio do Estado de Minas Gerais;

III. Cobrança PCJ Federal: é realizada pela Agência Nacional de Águas e Saneamento Básico (ANA) e se aplica aos recursos hídricos de domínio da União. Compete à ANA arrecadar e repassar os valores arrecadados com a Cobrança PCJ Federal à Fundação Agência das Bacias PCJ, conforme determina a [Lei Federal nº 10.881, de 09/06/2004](#).

A Cobrança pelo uso dos recursos hídricos é um instrumento de gestão previsto em lei, que possibilita mostrar ao usuário o real valor do recurso hídrico; incentivar o uso racional e sustentável e arrecadar recursos financeiros para aplicação em programas, obras e serviços constantes nos Planos de Recursos Hídricos, visando a proteção e recuperação destes. Um percentual, também previsto em lei (federal e estaduais) prevê que parte do recurso seja para custeio da entidade Agência de Bacias.

5. Diretrizes

Colocam-se a seguir todas as diretrizes que demandam metas ou realizações por meio da comunicação. São elas: Plano de Recursos Hídricos das Bacias PCJ 2020-2035, Planejamento Estratégico dos Comitês PCJ, Contrato de Gestão nº 033/2020/ANA, PROCOMITÊS – Programa Nacional de Fortalecimento dos Comitês de Bacias Hidrográficas e uma pesquisa de opinião realizada em 2021.

5.1. Plano de Recursos Hídricos das Bacias PCJ 2020-2035

Ao analisar o relatório final do [Plano de Recursos Hídricos das Bacias PCJ 2020-2035](#), com foco nos propósitos associados à Câmara Técnica de Educação Ambiental (CT-EA) dos Comitês PCJ, nota-se a objetividade de algumas ações de comunicação na “Ação 5.1.1.1”, do eixo temático de Fortalecimento institucional, planejamento e gestão de recursos hídricos, o qual detalha:

“Descrição resumida: *Elaboração e execução de um Plano de Comunicação, que envolve a criação e a manutenção de canais de comunicação para disponibilizar informações, bem como o estabelecimento de estratégias para o fortalecimento dos canais de comunicação entre a sociedade civil, públicos de interesse e as CTs dos Comitês PCJ.*

Descrição detalhada: *Esta ação visa elaboração e execução de um Plano de Comunicação, que envolve a criação e a manutenção de canais de comunicação para disponibilizar informações, bem como o estabelecimento de estratégias para o fortalecimento dos canais de comunicação entre a sociedade civil, públicos de interesse e as CTs dos Comitês PCJ e a elaboração, divulgação e distribuição dos materiais educativos. Inicialmente, a ação visa criar e manter ferramentas para a comunicação entre os Comitês PCJ e diversos atores sociais, abertas ao público. Essa ferramenta consistirá em um ambiente virtual (Portal/Plataforma Digital e aplicação móvel), indicadas também em outras ações, com as seguintes funcionalidades:*

- *Comunicação com conselhos e outros espaços de participação social, para a apresentação de informações, demandas e propostas;*
- *Comunicação entre os membros das CTs e disponibilização de informações, documentos, demandas e propostas;*
- *Comunicação entre os membros da Rede de Áreas Protegidas dos Comitês PCJ, para que os participantes possam se reconhecer, localizar ações em andamento nas áreas protegidas e entorno, trocar experiências e informações entre eles e com instâncias dos Comitês PCJ, como o GT Rede de Áreas Protegidas;*
- *Comunicação entre os diversos públicos envolvidos em ações de educação ambiental previstas pelo Tema Estratégico de Educação Ambiental, Integração e Difusão de Pesquisas e Tecnologias dos Comitês PCJ (produtores rurais, educadores, representantes dos poderes legislativos, executivos e judiciário, jovens etc.);*
- *Ambiente de divulgação de notícias e informações; biblioteca virtual dos projetos, editais e documentos; ambiente colaborativo (pode ser um drive virtual onde é possível a liberação de acessos para upload e download dos documentos);*
- *Ambiente para a realização de cursos de Educação à Distância - EAD (onde poderão ser disponibilizadas videoaulas, arquivos e apostilas e um chat/sala de bate-papo para interação entre facilitadores e audiência dos cursos);*
- *Estima-se ainda o desenvolvimento de uma aplicação mobile do Portal/Plataforma Digital e a elaboração de jogos digitais educativos.*

Quando da contratação dessa ferramenta, o design e linguagem de programação disponível e adotada, deverão observar que a mesma seja: atrativa; de fácil acesso; que permita a troca de informações, demandas e experiências; e que permita a construção conjunta de propostas entre os membros das CTs. Pode ser estruturada com: ambientes de divulgação de notícias e informações (blog e hotsite); uma biblioteca virtual (armazenamento, upload e download desses arquivos); um ambiente EAD (armazenamento, upload e download de videoaulas, arquivos e apostilas e um chat/sala de bate-papo); e um ambiente para recebimento de contribuições (podendo ser um formulário eletrônico e drive para compartilhamento e colaboração de arquivos). Além disso, visando fortalecer os canais de comunicação entre sociedade civil e Comitês PCJ, a ação contempla:

- *Realização de um diagnóstico sobre formas de comunicação possíveis entre sociedade civil e Comitês PCJ, a fim de aumentar a capilaridade de atuação das Câmaras Técnicas;*
- *Incentivo à formação de grupos organizados locais que participem da gestão de recursos hídricos nas Bacias PCJ;*
- *Elaboração de material educativo para formação de grupos organizados voltados para a gestão de recursos hídricos no ambiente formal e não formal;*
- *Realização de cadastro dos grupos interessados em participar da proposta;*
- *Realização de encontros para divulgação da proposta para interessados;*

- *Manutenção e eventual aperfeiçoamento das ferramentas para comunicação entre os grupos organizados e os Comitês PCJ, para apresentação de demandas e propostas, na mesma plataforma de comunicação.*

Dentre os temas importantes para a comunicação social, estão a conscientização da importância das águas subterrâneas nas Bacias PCJ, assim como temas voltados às boas práticas na área rural e sobre a importância das áreas protegidas, bem como a capacitação em saneamento.”

5.2. Planejamento Estratégico dos Comitês PCJ

Nos últimos anos, os Comitês PCJ desenvolveram seu Planejamento Estratégico, composto por duas fases. A primeira fase teve seus resultados aprovados por meio da [Deliberação Conjunta dos Comitês PCJ nº 116/20, de 30/06/2020](#), e compreendeu a elaboração das Declarações Corporativas dos Comitês PCJ de Missão, Visão de Futuro, Atributos da Visão de Futuro, e Valores, e a Análise SWOT. A segunda fase do Planejamento compreendeu a elaboração do Mapa Estratégico e Plano de Ações dos Comitês PCJ e teve seus resultados aprovados por meio da [Deliberação dos Comitês PCJ nº 379/21, de 07/10/2021](#). Neste, foram definidas três perspectivas, compostas por temas estratégicos. Estes são detalhados em objetivos, e, por fim, em iniciativas estratégicas para efetivação do planejamento.

Dentre as 51 (cinquenta e uma) iniciativas definidas, 12 (doze) delas têm interface direta com ações de comunicação. Na sequência, estão apresentadas as iniciativas:

Tabela 1

3.1. PERSPECTIVA DE PESSOAS, GESTÃO E GOVERNANÇA

3.1.1. Perspectiva de pessoas, gestão e governança – tema 01

TEMA 1: Atração e engajamento de instituições e capacitação dos participantes.	Objetivo Estratégico 1 Estabelecer mecanismos atrativos de participação, de reconhecimento e de responsabilização social.	Iniciativa 1 Estruturar plano de trabalho dos Comitês PCJ com pautas estratégicas de interesse dos setores que compõem os colegiados visando à atração de novos grupos de atores.
	Iniciativa 2 Criar diretrizes para modelo que inclua reuniões presenciais e não presenciais das instâncias dos Comitês PCJ, aprimorando os mecanismos de incentivo existentes.	
	Iniciativa 3 Realizar ações periódicas para potencializar o reconhecimento e a divulgação dos trabalhos dos Comitês PCJ.	
Objetivo Estratégico 2 Desenvolver e disseminar a gestão do conhecimento e investir na capacitação dos participantes.	Iniciativa 1 Descentralizar atividades formativas sobre gestão de recursos hídricos, por meio de oferecimento EaD ou semipresencial.	
	Iniciativa 2 Realizar atividades formativas sobre os Comitês PCJ e seu contexto de atuação, com gestores e formadores de opinião.	
	Iniciativa 3 Definir estratégias para a formação de novas lideranças para atuação junto às diversas instâncias dos Comitês PCJ.	

Fonte: Planejamento Estratégico dos Comitês PCJ – Fase 2.

Comitês PCJ

Criados e instalados segundo a Lei Estadual (SP) nº 7.663/91 (CBH-PCJ), a Lei Federal nº 9.433/97 (PCJ FEDERAL) e a Lei Estadual (MG) nº 13.199/99 (CBH-PJ1)



Tabela 2

3. 1.3. Perspectiva de Pessoas, Gestão e Governança – tema 03			
TEMA 3: Melhoria contínua do modelo de governança institucional.	Objetivo Estratégico 6 Assegurar os princípios e mecanismos de governança.	Iniciativa 1	Aperfeiçoar a gestão de resultados e de mecanismos de regulação e controle das atividades.
	Objetivo Estratégico 7 Potencializar a capacidade de inovação de processos de governança.	Iniciativa 1	Realizar estudos para avaliar e definir os processos que evidenciam e sustentam a transparência informativa, a equidade, a prevenção de conflitos, a prestação de contas e a gestão da responsabilidade, a imagem e a reputação dos Comitês PCJ.
		Iniciativa 2	Aprimorar, por meio da atuação do GT-Integração da CT-PL, os processos de governança voltados para o fortalecimento e a integração das diversas instâncias dos Comitês PCJ, com ênfase nas câmaras técnicas.
	Objetivo Estratégico 8 Fortalecer a comunicação sobre o modelo com os públicos interessados.	Iniciativa 1	Incluir no Plano de Comunicação ações para explicitação sobre os elementos do modelo de governança dos Comitês PCJ.

Fonte: Planejamento Estratégico dos Comitês PCJ – Fase 2.

Tabela 3

3.3. PERSPECTIVA DE ORGANIZAÇÃO, ESTRUTURA E PROCESSOS INTERNOS			
3.3.1. Perspectiva de Organização, Estrutura e Processos Internos – tema 4			
TEMA 4: Busca de atuação integrada entre as instâncias internas e articulada com demais atores dos sistemas de gerenciamento de recursos hídricos.	Objetivo Estratégico 9 Consolidar o empoderamento das instâncias internas nos âmbitos da autonomia funcional, administrativa e orçamentária.	Iniciativa 1	Garantir aporte financeiro para o orçamento das câmaras técnicas.
	Objetivo Estratégico 10 Intensificar a comunicação, a integração e o entendimento entre as instâncias internas nas tomadas de decisões.	Iniciativa 2	Aperfeiçoar a comunicação dos membros dos comitês PCJ e da agência das bacias PCJ em relação a solicitações e demandas da SE.
		Iniciativa 3	Intensificar as discussões entre as principais instâncias e atores envolvidos, visando o fortalecimento da tomada de decisão.
		Iniciativa 1	Utilizar a <i>Newsletter</i> como instrumento de divulgação e difusão das informações nas diversas instâncias do Comitê PCJ.
		Iniciativa 2	Reestruturar e atualizar o site dos Comitês PCJ.
		Iniciativa 3	Promover ações de Tecnologia da informação junto a SE para melhoria de cadastro e ferramentas de comunicação.
	Objetivo Estratégico 11 Aperfeiçoar o intercâmbio de informações e conhecimento entre os atores dos sistemas de gerenciamento de recursos hídricos.	Iniciativa 1	Aperfeiçoar a forma de comunicação das decisões do plenário dos Comitês PCJ para os membros das câmaras técnicas.
	Iniciativa 2		Reforçar a imagem institucional, as atribuições e atividades dos Comitês PCJ e suas instâncias, considerando a assertividade junto aos diversos públicos interessados.
		Iniciativa 3	Implementar o plano de capacitação dos Comitês PCJ com horizonte 2021-2025.

Fonte: Planejamento Estratégico dos Comitês PCJ – Fase 2.

Comitês PCJ

Criados e instalados segundo a Lei Estadual (SP) nº 7.663/91 (CBH-PCJ), a Lei Federal nº 9.433/97 (PCJ FEDERAL) e a Lei Estadual (MG) nº 13.199/99 (CBH-PJ1)



Tabela 4

3.3. PERSPECTIVA DE SOCIEDADE E USUÁRIOS

3.3.1. Perspectiva de Sociedade e Usuários - tema 7

TEMA 7: Envolvimento da sociedade na gestão dos recursos hídricos.	Objetivo Estratégico 16 Expandir e acurar os canais e os meios de comunicação que estimulem a colaboração da sociedade no gerenciamento participativo de recursos hídricos.	Iniciativa 1	Estimular o desenvolvimento de processos interativos entre os Comitês PCJ e sociedade.
		Iniciativa 2	Potencializar o plano de comunicação dos Comitês PCJ ampliando a sua visibilidade perante a sociedade.
		Iniciativa 3	Difundir de forma sistêmica e contínua o conhecimento sobre as problemáticas específicas dos Comitês PCJ.
	Objetivo Estratégico 17 Contribuir para o pleno exercício da cidadania em relação à gestão dos recursos hídricos.	Iniciativa 1	Garantir a divulgação e o acesso à informação de forma transparente.
		Iniciativa 2	Inovar a dinâmica cultural de participação e representação dos segmentos.
		Iniciativa 3	Fomentar a criação de políticas públicas, voltadas para a participação da sociedade, na gestão de recursos hídricos.

Fonte: Planejamento Estratégico dos Comitês PCJ – Fase 2.

Tabela 5

TEMA 8: Promoção constante de diálogo e conciliação entre usuários de recursos hídricos.	Objetivo Estratégico 18 Prover canais de comunicação acessíveis, permanentes e efetivos.	Iniciativa 1	Disseminar conhecimento sobre os Comitês PCJ e o sistema de gestão de recursos hídricos para todos os usuários de água.
		Iniciativa 2	Garantir acesso à informação por meio de canais apropriados a diversidade de usuários.
	Objetivo Estratégico 19 Contribuir de forma sistêmica e contínua para o ambiente harmônico na gestão de recursos hídricos.	Iniciativa 1	Criar processos contínuos de comunicação entre os usuários de recursos hídricos.
		Iniciativa 2	Promover integração entre os usuários, com ações de reconhecimento com enfoque de <i>benchmarking</i> .
		Iniciativa 3	Promover o desenvolvimento de iniciativas tecnológicas de forma replicável em escala.

Fonte: Planejamento Estratégico dos Comitês PCJ – Fase 2.

5.3. Procomitês

As demandas de comunicação no âmbito dos Comitês PCJ também se fazem úteis para o atendimento das exigências previstas no “Programa Nacional de Fortalecimento dos Comitês de Bacias Hidrográficas – PROCOMITÊS”, instituído pela [Resolução ANA 1.190/2016](#) e aderido pelo Governo

Comitês PCJ

Criados e instalados segundo a Lei Estadual (SP) nº 7.663/91 (CBH-PCJ), a Lei Federal nº 9.433/97 (PCJ FEDERAL) e a Lei Estadual (MG) nº 13.199/99 (CBH-PJ1)



do Estado de São Paulo, orientando os CBHs do Estado de São Paulo as seguintes demanda de comunicação, conforme descritas abaixo:

“III – Comunicação

Objetivo: *Promover ações de comunicação que permitam ampliar o reconhecimento dos comitês de bacias hidrográficas e conselhos³ de recursos hídricos pela sociedade em geral, como capazes de bem exercer suas atribuições no âmbito dos sistemas nacional e estaduais de recursos hídricos.*

Justificativa: *O baixo conhecimento que a sociedade em geral tem dos comitês e conselhos, da política de recursos hídricos e de seus fundamentos - especialmente o que trata da descentralização e da participação do Poder Público, dos usuários e das comunidades - acabam por limitar a atuação política dos comitês. Entes que são essencialmente políticos tem invariavelmente sua relevância estabelecida no mesmo patamar em que são conhecidos pela sociedade.*

Assim, o fortalecimento dos comitês e conselhos e seu reconhecimento pela sociedade em geral, como capazes de exercer suas competências legais, não devem prescindir da definição e implementação de estratégias de comunicação que propiciem a necessária visibilidade social do comitê como fórum de representação, negociação e concertação dos rumos da gestão dos recursos hídricos nas respectivas bacias hidrográficas, zelando pelo uso adequado e sustentável da água.

III.1 - Sítio Eletrônico ou página pública em rede social: *Manutenção e atualização de sítio eletrônico, ou página pública em rede social, como instrumento de divulgação da atuação do Comitê. **Cumprimento:** Sítio eletrônico ou página pública em rede social mantida e atualizada com as principais atividades desenvolvidas pelo Comitê (reuniões, eventos, encontros, notícias a respeito da atuação do Comitê, deliberações, moções, etc.).*

III.2 - Plano de Comunicação (aprovação/revisão): *Plano de Comunicação, elaborado para o Comitê de acordo com as suas necessidades e peculiaridades, aprovado e vigente. (o Plano de Comunicação deverá ser revisado ou validado a cada ciclo). **Cumprimento:** Deliberação ou ata que evidencie a aprovação (revisão ou validação anual) do Plano de Comunicação pelo Comitê.*

Comitês PCJ

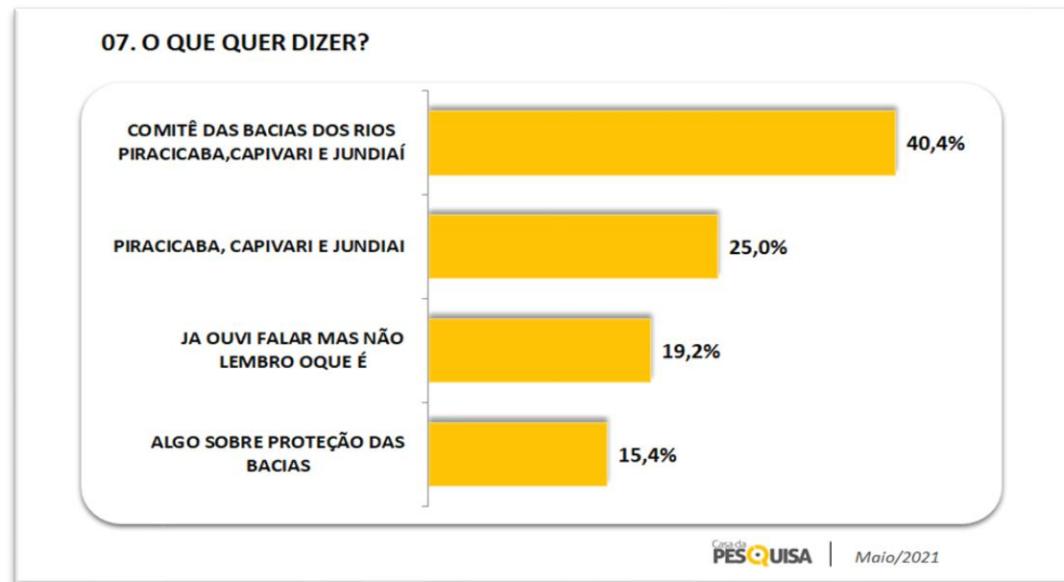
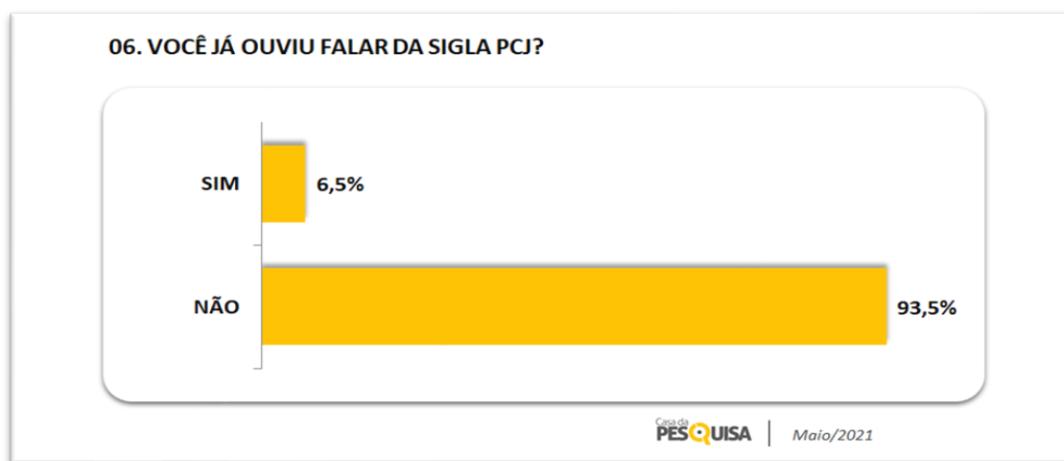
Criados e instalados segundo a Lei Estadual (SP) nº 7.663/91 (CBH-PCJ), a Lei Federal nº 9.433/97 (PCJ FEDERAL) e a Lei Estadual (MG) nº 13.199/99 (CBH-PJ1)



III.3 - Implementação do Plano de Comunicação: Ações previstas no Plano de Comunicação encontram-se em implementação conforme cronograma (indicar % de atendimento). **Cumprimento:** Inserção, no Relatório Anual de Atividades do Comitê devidamente aprovado, de informações acerca do grau de implementação do Plano de Comunicação.

5.4. Pesquisa

Realizada em 2021 e balizadora do Plano de Comunicação dos Comitês PCJ 2021-2025, uma pesquisa de opinião e reconhecimento de marca foi coletada no perímetro dos 76 municípios das Bacias PCJ. A finalidade foi aferir o conhecimento da população sobre a sigla PCJ, bem como o entendimento das pessoas sobre a existência e as realizações dos Comitês PCJ e da Agência das Bacias PCJ. De forma espontânea, 6,5% das pessoas reconheceram a sigla, entre elas, 80,8% souberam descrever o significado:



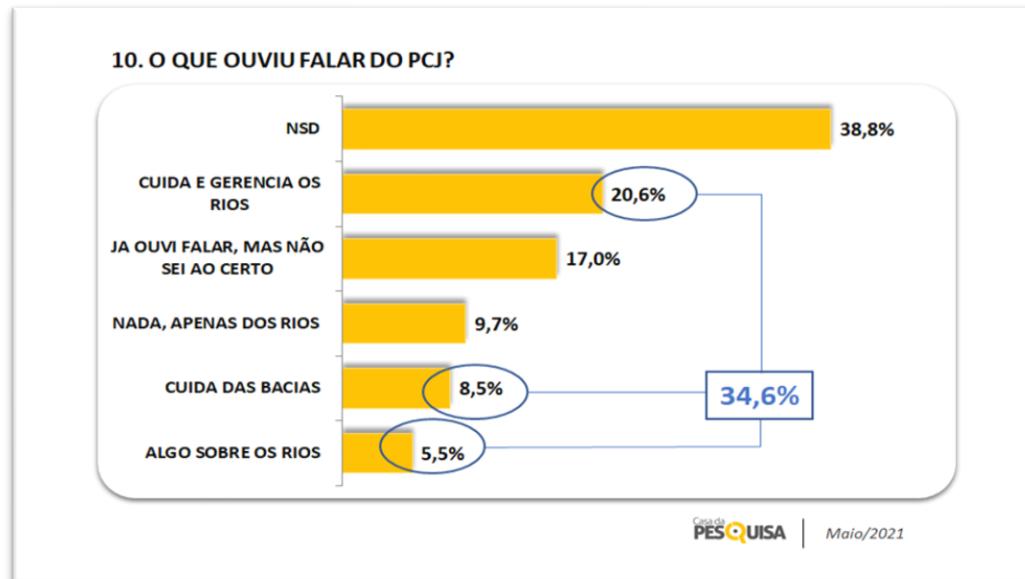
Referência: [Pesquisa de Opinião Comitês PCJ e Agência das Bacias PCJ, Casa da Pesquisa/Kadoshi 2021.](#)

Comitês PCJ

Criados e instalados segundo a Lei Estadual (SP) nº 7.663/91 (CBH-PCJ), a Lei Federal nº 9.433/97 (PCJ FEDERAL) e a Lei Estadual (MG) nº 13.199/99 (CBH-PJ1)

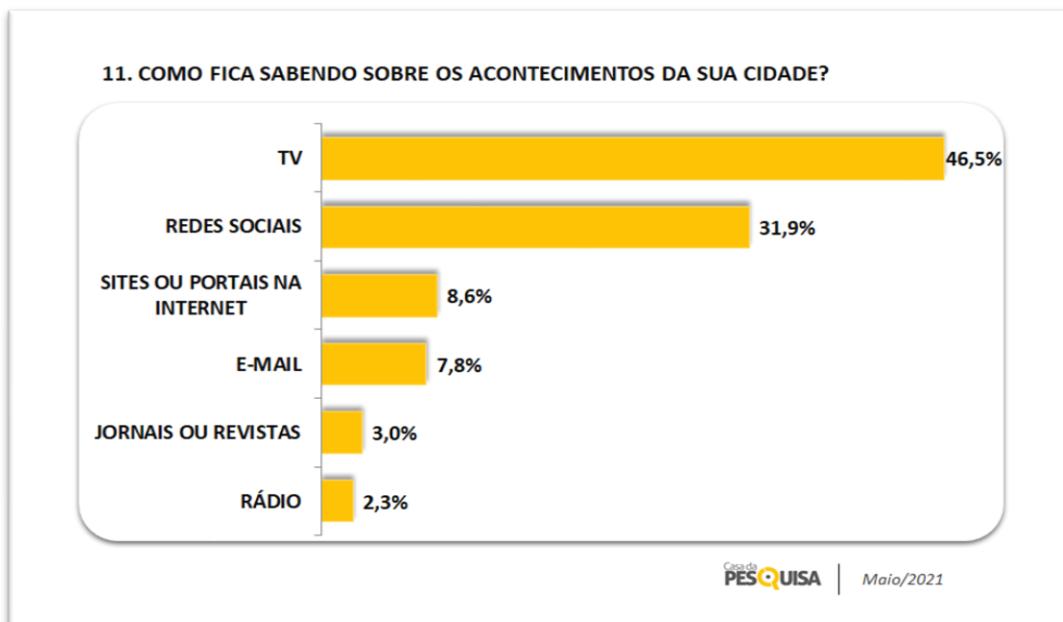


De forma estimulada, a memória das pessoas permitiu um reconhecimento de 20,6%, conforme, inclusive um maior detalhamento sobre a atuação das entidades:



Referência: [Pesquisa de Opinião Comitês PCJ e Agência das Bacias PCJ, Casa da Pesquisa/Kadoshi 2021.](#)

A pesquisa dedicou-se ainda a entender como as pessoas se informam sobre questões locais, considerando oito setores macroeconômicos orbitando entre as cidades de: Campinas-SP, Jundiaí-SP, Piracicaba-SP, Rio Claro-SP, Bragança Paulista-SP e Extrema-MG.



Referência: [Pesquisa de Opinião Comitês PCJ e Agência das Bacias PCJ, Casa da Pesquisa/Kadoshi 2021.](#)

Visando a continuidade do monitoramento dos dados e sustentação dos balizadores, esta pesquisa deve coletar nova amostra no início da vigência deste Plano de Comunicação, em 2026. Outra coleta fica recomendada para o encerramento da vigência, no segundo semestre de 2030. Com isso será possível avaliar os resultados do período e reunir parâmetros para o Plano de Comunicação 2031-2035.

6. Públicos

Sendo a água um objeto de interesse censitário e, considerando ainda a variedade de atuação dos Comitês PCJ, é possível elencar tipos diferentes de públicos. Muitos destes perfis pertencem a mais de um grupo de público-alvo e que serão detalhados a seguir.

6.1. Tipos de públicos

Cada instrumento citado no capítulo anterior intitula nomes diferentes para públicos iguais ou semelhantes, como por exemplo “sociedade em geral” e “comunidade”. Citam ainda “sociedade civil”, “comunidade”, “usuários”, “públicos de interesse”, “atores sociais”, “produtores rurais”, “educadores”, “representantes dos poderes legislativos, executivos e judiciário”, “jovens”, entre outras denominações. Em alguns casos há públicos bem específicos como: “Diretoria de ensino,” “membros das CTs”, “membros da Rede de Áreas Protegidas”, “funcionários envolvidos no Saneamento Básico” entre outros públicos comuns na gestão de recursos hídricos.

Focado em estabelecer equidade no planejamento das ações práticas fixadas neste Plano de Comunicação, vamos aglutinar e uniformizar os públicos principais nas seguintes denominações:

- **Sociedade**

- Moradores
- Estudantes
- Instituições diversas
- Terceiro setor

- **Usuários**

- Setor da Indústria
- Meio Rural
- Autarquias Municipais de Água e Esgoto
- Concessionárias de Água e Esgoto

- **Setor Hídrico**

- Profissionais da área
- Membros dos Comitês PCJ
- Funcionários da Agência das Bacias PCJ

- Outros CBHS, Agências de Bacias e Entidade Delegatárias.
- Órgãos setoriais (ex.: ANA/CRHi/SPÁguas/CETESB)

● Órgãos de Governo

- Executivo/Legislativo/Judiciário de todas as esferas
- Ministério Público/TCE/TCU/CGU

6.2. Objetivo com cada público

Este tópico dedica-se a atingir os propósitos lançados pelo Planejamento Estratégico dos Comitês PCJ, com citado no item 5.2. Para a comunicação ser um instrumento estratégico, é preciso antes entender o interesse nato de cada público, assim como seu conhecimento prévio sobre cada tema lançado.

Considerando uma comunicação focada na ampla sociedade, a linguagem deve ser simples e objetiva, evitando termos técnicos que possam causar *ruidos* na mensagem, afinal, estimular o interesse do cidadão não é, necessariamente, torná-lo especialista em recursos hídricos e sim comunicar a existência dos Comitês, seu papel e realizações.

Já no caso de gestores públicos, geralmente são interessados em informações técnicas. Recebem atentamente todas as informações encaminhadas por órgãos externos motivados pela necessidade obter rápida visão de todas as entidades que interagem e que orbitam a gestão pública. Neste cenário temos uma oportunidade de um público aquecido para a divulgação da abertura de editais para tomadores de recursos, lançados via Agência das Bacias PCJ, por exemplo.

Assim, sendo, é imprescindível que o início de todo briefing desenvolvido para os Comitês PCJ, percorra a tabela a seguir para encontrar o objetivo equivalente para cada público pretendido, tanto para confecção de materiais simples quanto para formulação de conceitos de campanhas:

Público	Nicho	Objetivos da comunicação
Sociedade	Sociedade Civil	Dar ciência sobre nossa existência, funções e importância.
	Entidades	Incentivar a participação.
	Moradores	Advertir para o uso racional dos recursos.
	Jovens	Mobilizar para estudos na área.
	Crianças	Educar para uma conduta futura sustentável.
Usuários	Industrial	Elucidar que a cobrança é um investimento de manutenção.
	Rural	Mobilizar para preservação de mananciais.
	Autarquias	Instruir para adesões aos editais.
	Concessionárias	Comunicar sobre os editais.

Comitês PCJ

Criados e instalados segundo a Lei Estadual (SP) nº 7.663/91 (CBH-PCJ), a Lei Federal nº 9.433/97 (PCJ FEDERAL) e a Lei Estadual (MG) nº 13.199/99 (CBH-PJ1)



Setor Hídrico	Membros e funcionários	Engajar e formar multiplicadores.
	CBHs e EDs	Fortalecer-se como referência.
	Órgãos setoriais	Demonstrar domínio e competência técnica.
Governos	Órgãos de governo	Promover alinhamento sobre as metas do Plano de Bacias.
	Ministério Público	Demonstrar responsabilidade social.

6.3. Linguagens

Considerando a variedade de perfil de cada público, formado por tipos diferentes de pessoas, com entendimentos diversificados e níveis culturais variados, também passa a ser necessário que sejam elencados temas específicos para cada qual. Da mesma maneira, o vocabulário aplicado nos textos e materiais de comunicação, também devem ser gradativos e compatíveis com cada público.

Quanto a escolha da mídia preferencial, a análise deve percorrer a preocupação de qual meio se adequa melhor a mensagem pretendida. Ainda assim não fica dispensado uma análise dos objetivos de mídia quanto aos critérios de alcance e frequência exposição à mensagem.

O quadro seguinte apresenta o princípio que deve orientar a confecção de cada projeto de comunicação.

Linguagem para cada tipo de público			
Público	Temas	Vocabulário	Mídia
-Sociedade.	-O que somos? -O que fazemos? -A importância do que fazemos.	-Água -Esgoto -Tratamento -Caixa d'água -Barragem -Agência e Comitês.	(Audiovisual) ● Redes sociais. ● Publicidade em Rádio. ● Publicidade em TV. ● Notícias na mídia.
-Usuários. -Órgãos de gov.	-Como fazemos. -Calendários. -Reuniões. -Andamentos obras. -Contrato de Gestão. -Técnicas	-Saneamento -Resíduo doméstico e industrial -Estação de tratamento -Reservatório -EDs e CBHs	(Texto informativo) ● Nosso site. ● Newsletter. ● Sites de notícias. ● E-mails.
-Setor Hídrico.	Estudos, publicações, dados e técnicas.	-Recursos Hídricos. -Efluentes -Eutrofização -Tratamento terciário -Estação elevatória -Plano de Bacias -Marco do Saneamento.	(Eventos/dados) ● Boletins técnicos. ● Revista técnica ● Revistas especializada ● Simpósios ● Webinares

7. Praça

Principalmente para os públicos “Sociedade” e “Usuários”, as delimitações de alcance da comunicação são compatíveis justamente com o mapa das Bacias PCJ, que congrega seus 76 municípios.

Comitês PCJ

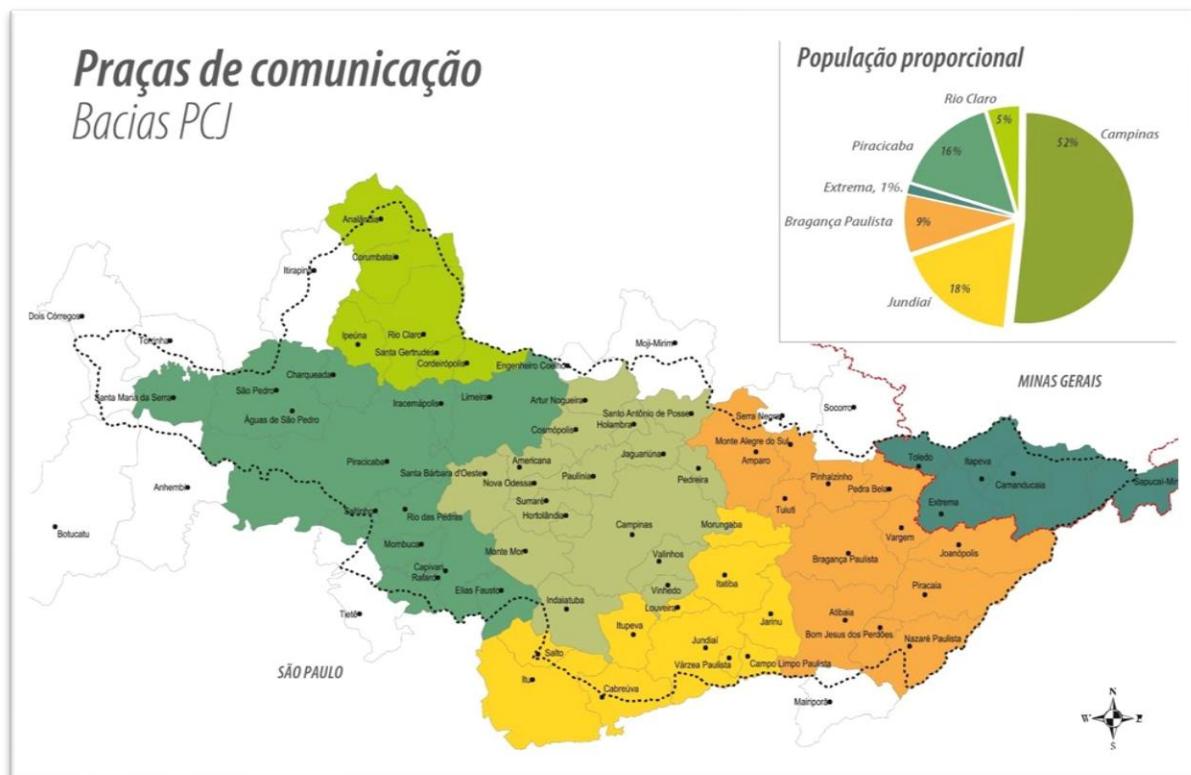
Criados e instalados segundo a Lei Estadual (SP) nº 7.663/91 (CBH-PCJ), a Lei Federal nº 9.433/97 (PCJ FEDERAL) e a Lei Estadual (MG) nº 13.199/99 (CBH-PJ1)



Pode haver direcionamento de comunicação para além dessas fronteiras em pontuais materiais que objetivem relacionamentos com entidades do setor hídrico e/ou governos em esferas estaduais e federais.

Contudo, para efeitos de distribuição da comunicação e respectivo monitoramento, foram segmentados seis setores macroeconômicos, orientados pelas cidades de Campinas-SP, Jundiaí-SP, Piracicaba-SP, Rio Claro-SP, Bragança Paulista-SP e Extrema-MG.

Esta divisão geográfica considera, principalmente, a orientação do discurso e direcionamento de cobertura dos principais veículos de comunicação de cada um destes grandes centros. Foi levando em consideração o alcance das rádios, a distribuição dos jornais impressos, a cobertura frequente dos portais de notícias e atuação das emissoras de televisão.



Referência: [Assessoria de Comunicação da Agência das Bacias PCJ, 2021.](#)

Com isso, conteúdos personalizados e mais compatíveis com os interesses e características de cada sub-região elencada poderão ser produzidos e distribuídos de forma estratégica.

Comitês PCJ

Criados e instalados segundo a Lei Estadual (SP) nº 7.663/91 (CBH-PCJ), a Lei Federal nº 9.433/97 (PCJ FEDERAL) e a Lei Estadual (MG) nº 13.199/99 (CBH-PJ1)



8. Mecanismos de comunicação

8.1. Site dos Comitês PCJ

Recém remodelado e lançado em 2025, o site dos Comitês se mantém exemplar na organização arquivística e documental de todos os materiais circulantes no âmbito dos Comitês PCJ. Importante ferramenta cronológica, o site dos Comitês reforça sua utilidade também por apresentar agenda assertiva para orientar os membros quanto as próximas datas de reuniões plenárias, de câmaras técnicas, grupos de trabalho e eventos dos Comitês PCJ.

No quesito conteúdo, a Assessoria de Comunicação deve contribuir para incrementos no que diz respeito ao acréscimo de *landing pages* para interagir com a comunidade, com os conteúdos de fotos históricas, das paisagens das Bacias PCJ e com a implantação de uma galeria de vídeos (vinculados ao YouTube).

Na questão estrutural, a incorporação da NewsComitês na atual estrutura, sendo que atualmente a programação está vinculada domínio da Agência das Bacias PCJ.

Como melhoria continuada no campo do desenvolvimento de programação, é necessária uma revisão para aprimoramento da intuitividade da usabilidade da navegação nos quesitos *webdesign* e *User Experience* (UX), além da instalação de mecanismos de monitoramento da navegação como Google Analytics.

Monitoramento e mensuração: quantidade de acessos mensais.

8.2. Newsletter dos Comitês PCJ

Voltada para difusão de informação para o público interno, a Newsletter dos Comitês presta cobertura a todas as reuniões plenárias, reuniões de Câmaras Técnicas e eventos dos Comitês PCJ, com publicação dos textos e das fotos em até 24 horas.

O acervo já acumula atividades desde o ano de 2021, organizado em ordem cronológica, permitindo busca por palavra-chave e filtro de assuntos por Câmara Técnica.

Atualmente a hospedagem segue no domínio <https://agencia.baciaspcj.org.br/newscomitespcj/> até que seja possível a efetiva hospedagem no domínio www.comitespcj.org.br, conforme citado no item 8.1.

Monitoramento e mensuração: quantidade de acessos mensais.

8.3. E-mail marketing

A estrutura de e-mails dos Comitês PCJ operam sob o domínio @comites.baciaspcj.org.br, com endereços de e-mails nominais para o Secretaria Executiva ([@sepcj@](mailto:sepcj@)) pelo qual é estabelecida a comunicação com os membros dos Comitês.

Cada Câmara Técnica dos Comitês PCJ possui e-mail institucional próprio @comitespcj.baciaspcj.org.br para andamento dos trabalhos, comunicação com membros e com a Secretaria Executiva dos Comitês.

Para o disparo de informes aos membros dos Comitês PCJ, conta-se com o e-mail informes@comites.baciaspcj.org.br, destinado ao envio de novidades, eventos, cursos e notícias dos Comitês. Este e-mail atua apenas como um mailing para membros que declaram interesse em receber estas informações, em conformidade com a LGPD.

Para oficializar um canal de divulgação institucional, tanto dirigido aos membros quanto para a sociedade, um e-mail institucional exclusivo será criado, observando a Lei Geral de Proteção de Dados, devendo os contatos estarem sob responsabilidade da Assessoria de Comunicação da Agência das Bacias PCJ.

Para automação dos disparos, atualmente a Agência das Bacias PCJ estabeleceu contrato com uma ferramenta e que segue atendendo com suficiência no quesito criação de mensagens em HTML quanto o volume de disparos mensais necessários.

Monitoramento e mensuração: quantidade e-mails cadastrados nos mailing e quantidade de disparos de mensagens anuais.

8.4. WhatsApp Business

Não reconhecida por muitos como uma genuína rede social, o WhatsApp pode ajudar muito os Comitês PCJ no atingimento de seus públicos, principalmente no quesito velocidade e penetração. Frequência de exposição à mensagem não é o forte desta plataforma que reluta contra a insistente disseminação de *Spam*. As listas de públicos PCJ devem receber conteúdos esporádicos e extremamente objetivos. O enfraquecimento do canal pode se dar pelo excesso de envios e conteúdos longos. Diante da necessidade de aprofundamento da mensagem, uma *landing page* no site dos Comitês PCJ pode ser dedicada para cada pauta mais complexa, como citado no item 8.1.

Não se objetiva com essa ferramenta a criação de grupos para interação e sim apenas de listas de transmissão. Perante este Plano de Comunicação, o foco está na entrega de conteúdos e obtenção de suas estatísticas e para isso, um software de automação passa a ser requerido.

Para a criação da lista de contatos telefônicos, a Lei Geral de Proteção de Dados será observada. Para obtenção dos contatos dos membros dos Comitês e da comunidade em geral, campanhas de ativação podem ser periodicamente desenvolvidas.

Monitoramento e mensuração: quantidade telefones cadastrados e quantidade de disparos anuais.

8.5. Revista de Gestão das Bacias PCJ

Destinada a facilitar o entendimento da comunidade sobre a gestão de recursos hídricos nas Bacias PCJ, de forma leve e descomplicada, esta publicação anual revisa o posicionamento institucional dos Comitês PCJ, seu trabalho de planejamento e os resultados mais recentes dos projetos executados pela Agência das Bacias PCJ.

Ao longo de um pouco mais de sessenta páginas, um compilado de textos, fotos, diagramas e tabelas faz com que os temas da revista, mesmo com relativa carga técnica, sejam mais atrativos para o leitor. [Conheça!](#)

Cabe neste este item, ainda sob responsabilidade da Coordenação Gestão da Agência das Bacias PCJ, o permanente desafio de modernização da linguagem visual e textual, com inserção de gráficos, infográficos e outros itens que cativem o leitor e, ao mesmo tempo, zelar pela manutenção das informações técnicas necessárias.

Monitoramento e mensuração: cumprimento da publicação anual.

8.6. Mailing de imprensa

Atualmente, aos cuidados da Assessoria de Comunicação da Agência PCJ, um mailing de imprensa está estruturado e reúne os contatos de veículos jornalísticos de todas as regiões e municípios das Bacias PCJ, listando e-mail e telefone institucionais de ao menos um profissional da equipe, e ser atualizado a cada semestre. Este mailing também está segmentado conforme a divisão geográfica fundamentado no item “7-Praça”, facilitando o envio de assuntos de interesses locais e microrregionais.

Como aprimoramento, um breve descritivo deve qualificar a linha editorial do veículo com informações potenciais para alinhamento, como periodicidade, tipos de matéria (comportamental ou

factível), cadernos ou blocos temáticos, colunistas especializados, tipo de suporte a conteúdo (texto, foto, áudio ou vídeo) que sejam favoráveis.

Monitoramento e mensuração: quantidade veículos cadastrados.

8.7. Clipping

O levantamento de aparições dos Comitês PCJ e Agência das Bacias PCJ em jornais, revistas e sites é realizado diariamente, de forma manual. Também reúne matérias de temas e instituições correlatas. Um relatório diário é concluído e encaminhando por e-mail para ciência das diretorias e conhecimento das demais áreas internas da Agência das Bacias PCJ.

A implantação de uma plataforma de monitoramento automático (software) pode aprimorar a varredura de termos diretos e ase otimizar tempo dedicado da equipe da assessoria de comunicação nesta tarefa.

Monitoramento e mensuração: quantidade matérias selecionadas no ano.

8.8. YouTube dos Comitês PCJ

Um canal dedicado aos trabalhos e funções da Secretaria Executiva foi criado durante a vigência anterior deste Plano, com o título “[Secretaria Executiva dos Comitês PCJ](#)”, está estabelecido pontualmente para transmissões de suas atividades de trabalho, sejam elas reuniões plenárias, webinários e outros atos ao vivo.

Com olhar institucional, este canal poderia passar a se chamar “Comitês PCJ”, ajustando a sua identidade visual, além de incrementar o acervo de vídeos, acrescentando vídeos institucionais já existentes sobre os Comitês PCJ, até então hospedado no [canal da Agência das Bacias PCJ](#).

Monitoramento e mensuração: quantidade de vídeos publicados, de interações e de seguidores.

8.9. Facebook

Atualmente com 5.200 seguidores, a fanpage passa por constante atualização, com no mínimo 4 postagens por semana com conteúdo que diversifica entre fotos, vídeos e textos que retratam os trabalhos das entidades e as realizações.

O alcance orgânico das publicações é baixo, porém satisfatório para o público já estabelecido. A composição de seguidores é, predominantemente, de profissionais, estudantes e instituições ligadas à gestão de recursos hídricos e com alto grau de instrução.

A inserção de conteúdos mais cotidianos, menos formais, ainda assim com pertinência aos temas atuais tende a alavancar seguidores da ampla sociedade. Também é preciso fundamentar critérios claros para replicação de conteúdos de outras organizações, para demonstrar o envolvimento social da página com outras páginas e com temas correlatos.

Como complemento a este Plano de Comunicação, um planejamento estratégico dedicado a redes sociais deve ser criado, visando aumento do engajamento com o público atual e otimização das conversões para o site e outros canais dos Comitês PCJ e da Agência PCJ. Para ampliação de públicos, a criação de um planejamento editorial para alcançar novos públicos e o crescimento de adesões pela ampla sociedade.

Para aumento do alcance e visibilidade dos conteúdos, especialmente dos eventos dos Comitês, periódicos impulsãoamentos devem ser viabilizados via contratação de Agência de Publicidade, conforme tratado no item 8.12 deste plano.

Monitoramento e mensuração: quantidade de conteúdo publicado, de interações e de seguidores.

8.10. Instagram

Igualmente o perfil passa por constante atualização, com no mínimo 4 postagens por semana com conteúdo que se diversifica entre fotos, vídeos e textos que retratam os trabalhos das entidades e as realizações. Nos últimos anos o canal amentou significativamente a quantidade de conteúdo de vídeo, tanto para stories quanto para reels, correspondendo aos formatos preferidos dos usuários da plataforma.

Com 2.700 seguidores, o canal é mais recente em relação à fanpage do Facebook e tem menor adesão do público, o que sugere a imediata necessidade de aumentos do número de seguidores, uma vez que o Instagram é a terceira maior rede social no Brasil, com 134,6 milhões de usuários, na frente do facebook com 111,3 milhões de inscritos. [Estes dados são da RDStation, 2.025.](#)

Para aumento do alcance e visibilidade dos conteúdos, especialmente dos eventos dos Comitês, periódicos impulsãoamentos devem ser viabilizados via contratação de Agência de Publicidade, conforme tratado no item 8.12 deste plano.

Monitoramento e mensuração: quantidade de conteúdo publicado, de interações e de seguidores.

8.11. Linked-in

O LinkedIn é uma rede social voltada para conexões e interações profissionais, que permite compartilhar experiências, divulgar projetos, buscar oportunidades e participar de discussões técnicas e setoriais.

Para os profissionais do setor de recursos hídricos das Bacias Hidrográficas PCJ, o LinkedIn pode ser uma ferramenta produtiva para fortalecer redes de contato entre especialistas, gestores públicos, pesquisadores e empresas ligadas à gestão da água e divulgar iniciativas e resultados de projetos sobre monitoramento, saneamento e sustentabilidade hídrica no território.

Esta rede protagoniza também por promover o intercâmbio de conhecimento técnico, por meio de artigos, eventos e grupos de discussão, além de estimular a colaboração interinstitucional, favorecendo por oportuno a divulgação dos eventos realizados pelas Câmaras Técnicas dos Comitês PCJ.

Assim, a criação de um canal no LinkedIn para os Comitês PCJ se torna um espaço estratégico para entreter e engajar profissionais comprometidos com a gestão eficiente e sustentável dos recursos hídricos.

Monitoramento e mensuração: quantidade de conteúdo publicado, de interações e de conexões.

8.12. Patrocínios

Estar presente institucionalmente em eventos é uma das formas de dialogar com a sociedade e de dar notoriedade aos trabalhos administrativos da Agência das Bacias PCJ e dos Comitês PCJ, além de sensibilizar e mobilizar seus públicos.

Com base na [Deliberação Comitês PCJ nº519/2025](#) - Seleção de Patrocínios PCJ 2026, trata-se de uma frente muita ampla para os Comitês PCJ junto a sua variedade de relacionamento com públicos e de entidades. O objetivo está em promover o patrocínio de iniciativas e evento de outras instituições com o objetivo de rápida visibilidade e oportunidade de fala com públicos de seu interesse.

Os patrocínios visam estabelecer parceria com instituições de ensino, Casas de Agricultura, Sindicatos Patronais da Indústria, Associações Comerciais e Industriais, Secretarias, iniciativa privada, entre outras instituições da sociedade civil organizada que estejam focadas na formação e informação de seus públicos na temática gestão de recursos hídricos e valorização da água.

Na prática serão admitidos seminários, congressos, eventos técnicos, projetos de comunicação, culturais, esportivos, de lazer e educativos que se enquadrem nas instruções da deliberação supracitada.

Anualmente a Agência das Bacias PCJ realizará um ato convocatório para a seleção pública de interessados, seguido da celebração dos contratos, transferência dos recursos e supervisionamento da execução.

Monitoramento e mensuração: execução do chamamento, quantidade de projetos selecionados e público total atingido com as realizações.

8.13. Agência de Publicidade

Desde o ano de 2017 até o ano de 2022, a Agência das Bacias PCJ, os Comitês PCJ contam com uma agência de propaganda contratada para serviços de publicidade e mídia. A empresa prestou suporte na criação de temas e conceitos de campanhas publicitárias para as principais datas comemorativas do ano, ligadas aos recursos hídricos, como o Dia Mundial da Água e Dia do Meio Ambiente, entre outras datas marcantes conforme demanda da Agência das Bacias PCJ. Desempenhou isoladamente a criação de peças pontuais como diagramação de materiais impressos, vídeos, animações, *landing pages* de projetos também conforme demanda. Gerou continuamente conteúdos institucionais para serem publicados em redes sociais.

A agência de propaganda dedicou-se também à seleção de fornecedores atrelados às suas entregas, como gráficas, estúdios de filmagens, fotógrafos, institutos de pesquisa e outros serviços de mídia e não mídia.

Coube ainda à agência de publicidade, condução dos projetos de desembolso em mídia, com base em sua visão técnica, estatísticas próprias, informações enviadas pelos veículos de comunicação e pela Pesquisa de Opinião enviada pela Agência das Bacias PCJ.

Outra frente para alavancar alcance de novos públicos nos ambiente digitais, também apoiado no suporte da Agência de Publicidade, é o levantamento, seleção e celebração de parcerias pagas com micro influenciadores e influenciadores digitais na temática água, meio ambiente e temas correlatos que atraiam audiência qualificada para os canais digitais, entre eles o YouTube (item 8.8), facebook (item 8.9) e Instagram (8.10).

Para a vigência deste Plano, cabe atualizar o valor global do contrato conforme as previsões orçamentárias do POA para 2026-2030, tendo em vista que o contrato atual propaganda não passa por incremento de verba desde o processo licitatório do ano de 2017. O incremento de custeio destinado a

agência é quesito indispensável para a execução dos incrementos em ações habituais, tanto quanto para a implantação de novas frentes inclusas neste plano de comunicação. Valores e custo de projetos estão detalhados no cronograma apresentado no item 12 – Cronograma e plano de investimento.

Monitoramento e mensuração: quantidade de projetos executados e índice de desembolso do contrato.

9. Campanhas

A cada ano os Comitês PCJ e a Agência das Bacias PCJ têm referendado efemérides importantes ligadas aos recursos hídricos e que motivam sua aparição pública em forma de publicidade em jornais, rádio, televisão e campanhas *outbounding* na web. O plano de uso das mídias que define as métricas dos meios de comunicação, veículos e frequência das mensagens é criado pela Agência de Propaganda para cada ação demandada.

As campanhas institucionais têm por objetivo imprimir o posicionamento dos Comitês PCJ com base em temas diversos e de conhecimento universal. Para cada temática gera-se uma oportunidade de abordagem diferente. Os posicionamentos a seguir servirão como base para originar os *briefings* das respectivas campanhas.

Frente ao seu funcionamento, o calendário próprio de atividades dos Comitês PCJ desponta momentos que precisam do desempenho da comunicação para campanhas que motivem reações e ações do público. Chamar a sociedade para a participação dos trabalhos é uma delas.

9.1. Dia Mundial da Água

Destinada a revelar a água como item universal e seus usos múltiplos, sendo item de sobrevivência para a população das Bacias PCJ; ferramenta para o setor industrial e insumo para o setor agrícola. Tendo igual importância, respectivamente pela sobrevivência, matriz econômica e de alimentação, esta data comemorativa além de destacar a importância da água, pode desdobrar temas para as questões de disponibilidade hídrica e até sobre a importância da cobrança pelo uso da água.

É uma campanha que deve ser dirigida a sociedade ampla, com grande alcance.

9.2. Dia do Meio Ambiente

Para o dia do meio ambiente, o conceito deve elucidar que “preservar o meio ambiente é essencial para a manutenção da oferta de águas nos ciclos das chuvas, das nascentes e dos lençóis de água”. Esta frente deve desdobrar visibilidade para os trabalhos da Agência das Bacias PCJ e Comitês PCJ na

preservação de mananciais, plantio de árvores, cercamento de áreas protegidas, PSA e fomento a obras cinzas de estações de tratamento de esgoto.

Também é uma campanha que deve ser dirigida a sociedade ampla, com alcance moderado.

9.3. Aniversário dos Comitês PCJ

Mais expressivo de ser comemorado a cada 5 anos, o conceito deve abranger a essência do modelo participativo na gestão dos recursos hídricos ao ponto de lançar o convite à participação. Tal como foi a campanha celebrativa dos 30 anos, o próximo marco de 35 anos deve celebrar a fundação dos Comitês em um ato de valorização, reconhecimento e fortalecimento institucional.

Além de evidenciar a necessária existência do órgão colegiado, as campanhas de aniversário devem também incentivar à participação da sociedade no âmbito dos Comitês. Dado este objetivo, o público prioritário desta campanha está entre o setor de usuários, setor de recursos hídricos e governos.

9.4. Campanha Institucional

Como foco em fortalecer o “senso coletivo”, essa frente de comunicação institucional deve estar focada em instalar “sensação de pertencimento” das populações das sub-bacias. Diferentes de outros CBHs no Brasil que adotaram nomes próprios com algum referencial cultural, as Bacias PCJ levam em sua sigla o nome de três rios que são respectivamente nomes de três cidades. Em recente pesquisa de opinião foi possível detectar que as pessoas reconhecem o significado da sigla como os nomes destas cidades e destes rios. O que se deseja agora é a comunidade seja capaz de entender que, mesmo não estando listados na sigla, a sequência de letras PCJ também representa todos os seus rios afluentes, até alcançar sua foz. Da mesma forma, que se sintam parte e representados todos os municípios do curso destas águas como um grupo cooperando em uma mesma causa.

Com distribuição de mídia em movimento de ondas, a campanhas pode ser implantada em dois ou mais momentos do ano, de acordo com a necessidade de reforço da mensagem, focado na ampla sociedade.

9.5. Conclusão de projeto e empreendimentos

Atrelado e independente do calendário de conclusão das obras/projetos dos tomadores de recursos, esse tipo de divulgação ajuda a dar publicidade e transparência à destinação dos recursos. Ao mesmo tempo, é capaz de materializar, evidenciar, os resultados dos trabalhos deliberados pelos Comitês PCJ para a gestão de recursos hídricos, como inaugurações ou reinaugurações de ETE e outras obras cinzas;

Estudos ambientais e planos de Macrodrrenagem de Jundiaí; Ação de plantio de árvores, cercamentos e outras atividades ambientais. Campanhas de comunicação destas entregas tendem a ajudar a comunidade entender a amplitude na atuação dos Comitês PCJ, por tanto devem ser dirigidas a ampla sociedade.

9.6. Eventos das Câmaras Técnicas

Essencial para gerar estímulo e participação da comunidade de outras entidades nas atividades do Calendário de Eventos das Câmaras Técnicas dos Comitês PCJ, a divulgação destes eventos precisa exatamente de reforço de comunicação com estes públicos.

A base dessas divulgações deve acontecer com o desenvolvimento de e-mail marketing e redes sociais, podendo em casos específicos atingir a grande mídia de rádio ou TV. Como reforço, a inserção de banners e matérias no site da Agência das Bacias PCJ e disparo de releases para a imprensa em geral, quando o evento for aberto a comunidade em geral.

9.7. Campanha de estiagem

Durante o período seco de cada ano, ou até mesmo nos meses subsequentes, a comunicação sobre estiagem deve ter caráter orientativo e conscientização sobre o uso da água. Em períodos agudos e de crise hídrica instalada, pode servir para instruir a população de providências emergenciais. Esse tipo de divulgação aloca maior parte dos recursos financeiros por tratar-se de um tema de interesse censitário (de todos os públicos e localidades) e que requer alta frequência de exposição (muita repetição da mensagem), afinal, o resultado depende de se reverter as condutas de mau uso da água em rotinas diárias de todos.

O início, suspensão e intensidade deste tipo de campanha ficarão anualmente sob orientações e critérios do GT-Estiagem dos Comitês PCJ.

9.8. Eleições dos Comitês PCJ

Com rotina intermitente, a cada dois anos, o evento de eleição das presidências e dos membros dos plenários dos Comitês PCJ é um acontecimento que depende de ampla divulgação. É uma grande oportunidade de também aumentar a gama de participantes no revezamento das lideranças, bem como divulgar os resultados para revelar o conceito de gestão coletiva e participativa em que os Comitês PCJ estão estruturados. Esta tarefa tem mais peso para assessoria de imprensa e relações públicas. Também deve ser estruturada com razoável antecedência.

9.9. Renovação das Câmaras Técnicas

Seguindo o princípio da renovação periódica de seus membros, as Câmaras Técnicas dos Comitês PCJ reúnem representantes do poder público e da Sociedade Civil Organizada, representadas por associações, instituições de ensino, associações de indústrias, autarquias de água e esgoto, empresas de saneamento e entre outras iniciativas.

A tarefa de divulgar a renovação e incentivar a participação deve ser um *mix* de comunicação social e relações públicas focadas neste resultado. A renovação acontece a cada dois anos e deve ter os trabalhos de divulgação iniciados com antecedência suficiente perante as normativas de participação.

10. Comunicação da Agência das Bacias PCJ

Dar publicidade às providências administrativas da Agência das Bacias PCJ é essencial para a transparência, um princípio básico de toda gestão que detêm princípios públicos sob sua responsabilidade. Este ato é também extremamente importante para os Comitês PCJ uma vez que possibilita ampliar a percepção dos resultados e a materialização das ações deliberadas previamente pelos Comitês PCJ.

10.1. Planejamento Estratégico da Agência das Bacias PCJ

As fundamentações e defesas deste Plano de Comunicação também se apoiam no [Planejamento Estratégico 2020 – 2023 da Agência das Bacias PCJ](#), que em sua “Visão de Futuro” de longo prazo, para 2035, atribui uma grande tarefa para a comunicação:

“Visão de Futuro: ser reconhecida pela sociedade por sua eficiência e eficácia na construção de soluções para as políticas de recursos hídricos, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida”.

No detalhamento da Visão, a comunicação faz-se instrumento para 3 de 5 itens:

1 – Conquistar o reconhecimento da sociedade pelos benefícios gerados com a implantação das políticas de recursos hídricos.

2 – Facilitar a comunicação, o relacionamento e o processo de cooperação entre os diversos atores dos Comitês das Bacias PCJ.

3 – Tornar-se uma marca de credibilidade quando associada ao adequado suporte à gestão dos recursos hídricos.

Comitês PCJ

Criados e instalados segundo a Lei Estadual (SP) nº 7.663/91 (CBH-PCJ), a Lei Federal nº 9.433/97 (PCJ FEDERAL) e a Lei Estadual (MG) nº 13.199/99 (CBH-PJ1)



Dentre os “**Objetivos Estratégicos**” ligados diretamente à comunicação, destacamos a perspectiva de resultados junto à sociedade dos tópicos:

S1: Ampliar a visibilidade da Agência das Bacias PCJ junto à sociedade;

S2: Aprimorar os mecanismos de transparência pública;

3. Objetivos Estratégicos		
3.1 Perspectiva dos resultados		
PERSPECTIVA	TEMAS ESTRATÉGICOS	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS
Perspectiva dos resultados	Sociedade Reconhecimento da Sociedade e Transparência Pública	S1: Ampliar a visibilidade da Agência das Bacias PCJ junto à Sociedade; S2: Aprimorar os mecanismos de transparência pública.
	Comitês PCJ Relacionamento, satisfação e atingimento de metas de gestão dos Comitês PCJ	C1: Preservar e elevar o bom relacionamento institucional com os Comitês, Conselhos Fiscal e Deliberativo; C2: Assegurar os resultados relativos à implantação das políticas de Recursos Hídricos.
	Sistema de Gestão de Recursos Hídricos Aperfeiçoamento dos Sistemas	S1: Contribuir para o fortalecimento dos Sistemas Nacional e Estaduais de Gestão de Recursos Hídricos; S2: Fortalecer a relação com as EDs (Entidades Delegatárias) e FABHs (Fundações Agência de Bacias Hidrográficas).

Fonte: [Planejamento Estratégico 2020-2023 da Agência das Bacias PCJ](#).

Situando no cronograma os prazos para implementação e resultados:

5. Plano de Ação dos Temas Estratégicos

Realização das Estratégias									
Mapa Estratégico		Painel de Controle							
Perspectiva	Temas	Primeira Fase				Segunda Fase			
		2020		2021		2022		2023	
		Semestre	Semestre	Semestre	Semestre	Semestre	Semestre	1º	2º
Perspectiva dos Resultados	Sociedade Reconhecimento da Sociedade e Transparência Pública			●		●		●	●

Fases de Desenvolvimento Caminho estratégico a ser percorrido			
A Fase Inicial De 0% a 30%	B Fase Intermediária De 31% a 69%	C Fase Avançada 70% a 89%	D Fase Conclusiva 90% a 100%
●	●	●	●

Comitês PCJ

Criados e instalados segundo a Lei Estadual (SP) nº 7.663/91 (CBH-PCJ), a Lei Federal nº 9.433/97 (PCJ FEDERAL) e a Lei Estadual (MG) nº 13.199/99 (CBH-PJ1)



Fonte: [Planejamento Estratégico 2020-2023 da Agência das Bacias PCJ](#).

10.2. Contrato de Gestão ANA

Como Entidade Delegatária da Agência Nacional de Águas - ANA, a Agência das Bacias PCJ preza por atender as metas específicas de comunicação, conforme item 6.1.3 do Anexo I do seu [Contrato de Gestão nº 033/2020/ANA](#), para promover difusão de informação entre membros dos Comitês PCJ e também com a sociedade:

6.1.3 Comunicação, capacitação e mobilização social:

a) implementar as atividades de comunicação e desenvolver ações básicas de comunicação social, as quais serão objeto de atividade contínua e serão realizadas em conformidade com o Plano de Comunicação, elaborado pela CONTRATADA, quando houver, visando atender no mínimo as seguintes ações:

- veicular notícias e avisos de interesse dos membros do COMITÊ, e incentivar a participação em demais eventos na bacia hidrográfica de interesse do COMITÊ;*
- divulgar assuntos de interesse do COMITÊ na bacia hidrográfica ou fora dela quando pertinente;*
- elaborar e divulgar, no mínimo, 2 (dois) boletins eletrônicos, por ano, com notícias sobre a gestão de recursos hídricos na bacia hidrográfica;*
- manter endereço eletrônico institucional do COMITÊ e dar encaminhamento às demandas recebidas por este meio;*
- manter, organizar, atualizar e reformular, quando couber, o sítio eletrônico do COMITÊ; e*
- revisar o Plano de Comunicação, quando couber, e submeter ao Plenário do COMITÊ as alterações propostas;*
- b) desenvolver ações de mobilização social para fortalecer a gestão participativa nas atividades do COMITÊ; e*
- c) divulgar e apoiar o planejamento e a realização de atividades de capacitação voltadas para o COMITÊ.*

10.3. Públicos prioritários da Agência das Bacias PCJ

O [Código de Ética da Agência das Bacias PCJ](#) revela um pouco mais sobre o perfil de cada *stakeholder*, e detalha:

Órgãos de Governo: *Cultivamos o diálogo com os parceiros do segmento de órgãos de governo, que atuam nas esferas federal, estadual e municipal. (...) bem como outros Estados que se envolvam com a instituição de forma direta ou indireta.*

Ministério Público: *Prezamos por nosso relacionamento com o Ministério Público, principalmente pela conduta íntegra e transparente, o trabalho com responsabilidade na prestação de informações e no atendimento às solicitações, de forma cooperativa e dialogada, em conformidade com os prazos estabelecidos.*

Órgãos de controle externo: *Pautamos nossa relação com os órgãos de controle externo pelo atendimento às suas solicitações de forma responsável, objetiva e clara e comprometida com a legislação, visando ao melhor uso dos recursos públicos empregados.*

Sociedade civil: *Todas as ações da Agência das Bacias PCJ são em prol da melhoria da qualidade de vida da Sociedade Civil. Estas ações são relacionadas à gestão de recursos hídricos. Assim, procuramos contribuir para a promoção do desenvolvimento econômico e social das bacias PCJ. Buscamos atuar com parceiros, contribuindo com financiamentos e contratações de estudos, projetos e obras, visando à conservação, preservação, recuperação e o uso racional da água nas bacias PCJ. Neste sentido, primamos por uma conduta cooperativa e integrada, transparente e acessível, para que possamos conquistar e manter o devido reconhecimento com quem nos relacionamos.*

Usuários de Recursos Hídricos: *Prestamos atendimento e contas, de forma eficiente, ágil, transparente e íntegra, aos usuários de recursos hídricos sobre as atividades desenvolvidas pela Agência e Comitês PCJ, sempre considerando a postura responsável no tratamento das informações prestadas referentes às solicitações e/ou reclamações feitas, por meio de canais permanentes de comunicação e diálogo com tais usuários.*

Comitês PCJ: *Pautamos nosso relacionamento com os Comitês PCJ, principalmente, no comprometimento e responsabilidade para com o atendimento de suas deliberações. Valorizamos a parceria, construindo relações duradouras*

Comitês PCJ

Criados e instalados segundo a Lei Estadual (SP) nº 7.663/91 (CBH-PCJ), a Lei Federal nº 9.433/97 (PCJ FEDERAL) e a Lei Estadual (MG) nº 13.199/99 (CBH-PJ1)



baseadas na confiança, integridade e respeito, gerando valores que estejam em sintonia com os legítimos interesses dos Comitês e da Agência das Bacias PCJ, objetivando, com isso, a excelência na gestão dos recursos hídricos nas bacias dos rios Piracicaba, Capivari e Jundiaí.

Fornecedores/prestadores de serviços: *Valorizamos o relacionamento com nossos fornecedores e prestadores de serviços, com cooperação e respeito, de forma íntegra, sempre agindo com transparência no contato com esses profissionais, por meio da construção e manutenção de relacionamentos sólidos (...).*

Mídia: *Sabemos da importância das mais diversas mídias para a comunicação de nossas ações frente à sociedade civil e demais parceiros. Tais canais são meios fundamentais para a divulgação de nossas atividades. Para tanto, zelando pela imagem dos Comitês e Agência das Bacias PCJ, prestamos informações transparentes e com credibilidade, por meio de nossa assessoria de comunicação.*

Sistemas de Gerenciamento de Recursos Hídricos: *Atuamos no acompanhamento e cumprimento das deliberações dos conselhos nacional e estaduais de recursos hídricos, bem como no compartilhamento de experiências com órgãos gestores, com outras agências de bacia, entidades delegatárias e/ou equiparadas e com as secretarias executivas de outros comitês de bacia. Promovemos comunicação clara e participativa com todas as instâncias nacionais e estaduais dos Sistemas de Gerenciamento de Recursos Hídricos. Nossa foco está em agir de forma transparente, cooperativa e integrada a esses diversos agentes mencionados para que possamos atingir e manter a excelência na gestão de recursos hídricos.*

Demais parceiros: *Ao desenvolvermos nossas atividades, lidamos com diferentes públicos. Nestas relações devemos agir de forma ética, transparente e de acordo com a legislação vigente. Esperamos de todos os que conosco se relacionam o mesmo comportamento. Além disso, buscamos o apoio e a cooperação de organizações internacionais relevantes para a implementação e exercício de nossas ações, atendendo aos mais altos padrões da ética.*

10.4. Assessoria de Comunicação da Agência das Bacias PCJ

Este setor de Comunicação da Agência das Bacias PCJ é a ponte entre a instituição e os veículos de comunicação existentes nos 76 municípios da sua área de atuação.

Responsável por construir um bom relacionamento com a imprensa para fortalecer a imagem da entidade repercutida na mídia, a ASCOM desenvolve peças de comunicação e artigos para divulgação. Além disso, a área é responsável por convocar entrevistas, coletivas e divulgar eventos e conteúdos relevantes gerados pela entidade. Para isso, elabora releases (que contém informações do antes, durante e do depois dos acontecimentos).

Dedica-se ainda a abastecer e a gerenciar os canais digitais, assim como manter uma comunicação integrada. Cabe à equipe pensar no público externo e interno, nos ajustes finos e aplicação dos conceitos, parâmetros e objetivos do Plano de Comunicação. A área também promove a gestão dos contratos ligados à comunicação, como agência de publicidade e empresa de implantação de apoio técnico operacional.

Atualmente a área conta com 01 colaborador na função e Assessor de Comunicação, diretamente ligado ao quadro de funcionários da Agência das Bacias PCJ. O investimento em um contrato com empresa terceira tem possibilitado a implantação de reforço operacional para a ASCOM, que atualmente conta com 06 (seis) profissionais equiparados na função de analistas, entre eles: 02 jornalistas, 03 publicitários e 01 programador web, todos com dedicação exclusiva.

O investimento neste mesmo contrato anual, viabiliza de forma contínua, alguns equipamentos para dar suporte a execução dos trabalhos destes profissionais na cobertura e geração de conteúdo, como por exemplo 02 smartphones, 02 gimbals estabilizadores, 02 microfones digitais, 01 drone, 02 caixas de som de estúdio, 01 fone de ouvido de estúdio e 03 notebooks intermediários com aprimorados para edição de vídeos.

A título de aprimoramento deste suporte, contratos futuros podem passar a contar com suporte de plataformas de gestão de conteúdo on-line como RDStation, BuzzMonitor e inteligências artificiais focadas na otimização de trabalhos de comunicação como Claude, V0, ChatGPT5, VEO3, Nano Banana, Gemini e DeepSeek.

10.5. Site da Agência das Bacias PCJ

O site atual da Agência das Bacias PCJ tem linguagem de programação moderna, atualizada com o mercado e visual agradável. Cumpre plenamente a função de noticiar os projetos e realizações da Agência e dos Comitês PCJ, informar a sociedade e exercer transparência sobre a gestão pública. Para fins de auditoria de diversas instâncias disponibiliza todos os arquivos necessários.

Atualmente o mapa do site conflita entre os interesses de ser um competente depositório e um eficiente canal de comunicação. A lógica de organização necessária para fins administrativos não contempla a fluidez de comunicação para um novo visitante.

Melhorias necessárias: em curto prazo, uma revisão geral do mapa para aproximação de páginas correlatas; inserção de “menu gaveta” com todas as principais áreas de interesse público, *criterização* do uso do “carrossel” da página *home*, conclusão da migração de conteúdos de domínios anteriores que estressam os certificados de navegação, otimizar em 10 vezes o tempo de carregamento da página “home”,, mitigação de páginas duplicadas, mitigação de URLs divergentes, inventário de hyperlinks vinculados a relatórios oficiais, ajustes finos na padronização de ícones, legendas e cadência tipográfica, padronização da linguagem textual e inclusão de novos textos explicativos nas “páginas tronco”.

10.6. YouTube da Agência das Bacias PCJ

Este canal passou a ter maior atualização, com replicação de vídeos shots, equiparando a publicação de vídeos das outras plataformas como Instagram e facebook.

Os vídeos agora contam com nomenclaturas lógicas de suas legendas e descrições e listas foram criadas para agrupar vídeos de mesmos temas e campanhas. TAGs também foram inclusas para aumentar o “*rankeamento*” dos vídeos

Um acervo de vídeo não listados, por tanto ocultos ao grande público ainda precisa passar por revisão.

10.7. Newsletter da Agência das Bacias PCJ

Já ultrapassado o marco de 100 edições, o periódico mensal da Agência das Bacias PCJ é remetido via e-mail para toda a equipe e destina-se a divulgar ações entre as áreas internas da instituição. Com foco no alinhamento dos trabalhos, relatos de projetos que estejam sendo elaborados, em andamento ou concluídos são compartilhados pelas áreas em suas notas. O mecanismo também ajuda no atendimento de metas do Programa A3P nas recomendações de dicas culturais, bem-estar, saúde e engajamento da equipe.

10.8. E-mails da Agência das Bacias PCJ

Os endereços de e-mail da instituição apresentam-se em domínio próprio: @agencia.baciaspcj.org.br. A estrutura prevê e-mail nominais aos colaboradores com nomenclatura

padronizada. O mesmo acontece com as coordenações e departamento. Ambos os grupos seguem padronização das assinaturas de rodapé.

Para o disparo de releases e relacionamento com veículos de comunicação, conta-se com o comunicapcj@agencia.baciaspcj.org.br. Este e-mail atua apenas como um mailing de usuários que declararam interesse em receber estas informações.

Para otimizar a comunicação da Agência das Bacias PCJ, em 2025 foi implantado um sistema de disparo em massa devidamente homologado, com construtor de conteúdos em HTML e gestão de lista de contatos. O próximo passo para viabilizar os disparos com regularidade é a criação de critérios junto a LGPD e estruturação documental de um mailing. Campanhas de divulgação devem ser feitas com públicos de interesse para viabilizar a adesão.

10.9. Relatório Institucional GRI

Esta publicação anual da Agência das Bacias PCJ é um excelente e necessário documento para evidenciar e materializar os resultados dos trabalhos desempenhados pela Fundação mediante o direcionamento dos Comitês PCJ.

O material que é elaborado em formato revista, tem ganho nos últimos anos mais interatividade dado sua editoração seguindo o método GRI (*Global Reporting Initiative*) e disposto em plataforma digital, o que torna a leitura mais fluída e aumenta a retenção do leitor por mais tempo.

Melhorias necessárias: a iniciativa está sendo desempenhada de forma muito adequada. As melhorias devem vir na ampliação da divulgação deste conteúdo, de modo a gerar conversão de mais leitores on-line para o conteúdo. Uma série cadenciada de postagens em redes sociais com fracionamento dos temas pode ajudar no aumento do tráfego.

10.10. Campanha “cobrança pelo uso da água”

O objetivo desta campanha é falar com grandes usuários, reforçando a importância do pagamento pelo uso da água. A intenção é valorizar o pagamento como algo positivo e necessário. Para isso o foco deve estar na responsabilidade ambiental e social.

Um importante tópico desta campanha é fazer o usuário entender que o pagamento dele retorna em benfeitorias ao meio ambiente, entre outras ações que colaboram para a continuidade da oferta de água, um item importante para o funcionamento do seu negócio.

Para o usuário com outorga recente e que irá receber a cobrança pela primeira vez, cabe uma comunicação antecipada para ampliar o entendimento e aceitação sobre o tema.

A campanha deve ainda se desdobrar em conteúdos explicativos que facilitem trâmites de autoatendimento, como ensinar a emitir boleto, alterar ou complementar cadastros, entre outras tarefas administrativas junto a Agência das Bacias PCJ.

10.11. Divulgação de abertura de editais

Focada principalmente nos tomadores de recursos, estas campanhas devem incentivar e preparar autarquias, prefeituras e empresas de saneamento para melhor adesão aos editais anuais que visam selecionar tomadores para aplicação dos recursos financeiros da cobrança. Conteúdos formativos e que envolvam a opinião pública local são os mais potenciais na busca por cooperação. Como complemento, a comunicação pode auxiliar na confecção de vídeos, cartilhas, manuais e transmissões de treinamentos.

11. Cronograma de execução e investimentos

Obs.: *centro de custo fora da área de comunicação. **custo operacional já contabilizado na licitação de equipe, vide item 10.4

Comitês PCJ

Criados e instalados segundo a Lei Estadual (SP) nº 7.663/91 (CBH-PCJ), a Lei Federal nº 9.433/97 (PCJ FEDERAL) e a Lei Estadual (MG) nº 13.199/99 (CBH-PJ1)



12. Acompanhamento e revisões

O acompanhamento deste Plano de Comunicação dar-se-á por meio de relatórios anuais a serem apreciados e aprovados pela Câmara Técnica de Educação Ambiental dos Comitês PCJ. Estes relatórios terão amostras de todos os materiais desenvolvidos perante a este Plano de Comunicação, além da inclusão de gráficos de evolução das métricas citadas em cada subitem citado no item “8-Mecanismos de Comunicação”.

A revisão dos mecanismos e direcionamento deste plano deve acontecer a cada dois anos, considerando ainda os resultados das pesquisas de opinião prevista no item “5.4 - Pesquisa”, sendo estes extratos capazes de mensurar a eficiência das campanhas que trata o item “9 - Campanhas”.