

MINISTERIO DO MEIO AMBIENTE – MMA

SECRETARIA DE RECURSOS HÍDRICOS E QUALIDADE AMBIENTAL – SRHQ

PROGRAMA DE DESENVOLVIMENTO DO SETOR ÁGUA - INTERÁGUAS

PLANO NACIONAL DE RECURSOS HÍDRICOS

PLANO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO



Consultora: Célia Chaves
Brasília-DF Outubro/2018

PLANO NACIONAL DE RECURSOS HÍDRICOS

Relatório contendo o Plano de Comunicação do PNRH para o SINGREH e a Sociedade a ser Implementado Durante o Processo de Elaboração do PNRH a Vigorar em 2021

IDENTIFICAÇÃO

Nome	Célia Maria do Socorro Chaves de Sousa
Número do Contrato	118127
Nome do Projeto	Projeto de Cooperação Técnica Internacional BRA/IICA/14/004 - Gestão Integrada de Recursos Hídricos – SRQ/MMA
Oficial/Coordenador Técnico Responsável	
Data/Local	29 de outubro de 2018 - Brasília-DF
Classificação	Comunicação e Gestão do Conhecimento

RESUMO

Título do Produto: Relatório contendo o Plano de Comunicação do PNRH para o SINGREH e a Sociedade a ser implementado durante o Processo de Elaboração do PNRH a Vigorar em 2021.

Resumo do Produto

Este produto apresenta um conjunto de estratégias de comunicação articuladas com os respectivos públicos alvo para serem executadas durante o processo de construção e implementação do Plano Nacional de Recursos Hídricos que entrará em vigor em 2021.

Qual Objetivo Primário do Produto?

Este Plano Estratégico de Comunicação tem como objetivo geral propor e viabilizar a execução de estratégias integradas de comunicação, visibilidade, mobilização e agregação social e institucional no âmbito do PNRH que passará a vigorar a partir de 2021, em articulação com as ações que serão executadas em seu processo de construção, implementação e revisão e em consonância com os princípios e fundamentos da Política Nacional de Recursos Hídricos vigente no país.

Que Problemas o Produto Deve Resolver?

Com a elaboração deste Plano Estratégico de Comunicação será suprida uma lacuna importante no âmbito do Plano Nacional de Recursos Hídricos, com relação a ausência de um instrumento norteador das ações de comunicação. A comunicação pode ser uma importante aliada para contribuir com o processo de informação e mobilização para a construção do novo PNRH quanto para potencializar os seus resultados e os seus impactos.

Como se Logrou Resolver os Problemas e Atingir os Objetivos?

Foi elaborado um amplo Diagnóstico de Comunicação a partir de uma metodologia previamente definida. Neste diagnóstico foram apresentadas as contribuições aportadas pelos atores envolvidos nas diversas instâncias do PNRH, as quais foram a base de fundamentação deste Plano Estratégico de Comunicação.

Quais Resultados Relevantes?

Os resultados relevantes estão sintetizados na consolidação deste Plano Estratégico de Comunicação que apresenta estratégias de comunicação, os públicos alvo para os

quais são destinadas as estratégias de comunicação e os componentes e as dimensões que irão compor o ciclo sistêmico da comunicação no âmbito do PNRH.

O Que Se Deve Fazer com o Produto para Potencializar o seu Uso?

Este produto pode ser usado para nortear a execução das estratégias de comunicação como também para subsidiar e potencializar as ações institucionais implementadas no âmbito da gestão. Irá contribuir para dar visibilidade ao PNRH e abrirá possibilidades para o estabelecimento e a consolidação de parcerias que irão ajudar a ampliar o potencial de impacto do PNRH em conformidade com os seus objetivos. Também pode contribuir para inspirar o Planejamento Estratégico de Comunicação na esfera de outros Planos, Programas e Projetos implementados na área governamental para o fortalecimento e a consolidação da gestão integrada dos recursos hídricos no país.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1: ETAPAS METODOLÓGICAS PERCORRIDAS	23
FIGURA 2: CICLO DA COMUNICAÇÃO NO ÂMBITO DO PNRH	89

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1: OBJETIVOS DO DIAGNÓSTICO DE COMUNICAÇÃO	22
QUADRO 2: DEMONSTRATIVO DAS ENTREVISTAS REALIZADAS PARA O DIAGNÓSTICO DE COMUNICAÇÃO	24
QUADRO 3: COMPONENTES E PROGRAMAS DO PNRH	27
QUADRO 4: FORÇAS E FRAQUEZAS NO PNRH	31
QUADRO 5: OPORTUNIDADES E AMEAÇAS IDENTIFICADAS DO PNRH	32
QUADRO 6: FORÇAS E FRAQUEZAS DA COMUNICAÇÃO NO PNRH	38
QUADRO 7: AÇÕES PRELIMINARES DE COMUNICAÇÃO PARA A CONSTRUÇÃO DO PNRH/2021	49
QUADRO 8: TIPOLOGIAS DE PÚBLICO ALVO E OBJETIVO DAS AÇÕES DE COMUNICAÇÃO	67
QUADRO 9: INICIATIVAS DESENVOLVIDAS PELA ANA PARA CONTRIBUIR COM A EXECUÇÃO DO SUBPROGRAMA IV.3	78
QUADRO 10: INICIATIVAS DO DEA PARA A GESTÃO INTEGRADA DAS ÁGUAS	80
QUADRO 11: CAPACITAÇÃO PARA A GESTÃO DAS ÁGUAS NA ANA	85
QUADRO 12: FERRAMENTAS DE COMUNICAÇÃO	92
QUADRO 13: PRODUTOS E SERVIÇOS DA ASSESSORIA DE IMPRENSA	92
QUADRO 14: ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DIRECIONADAS PARA O PÚBLICO PRIORITÁRIO	97
QUADRO 15: ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DIRECIONADAS PARA O PÚBLICO USUÁRIO	100
QUADRO 16: ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DIRECIONADAS PARA O PÚBLICO DE INTERESSE – PODER EXECUTIVO	102
QUADRO 17: ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DIRECIONADAS PARA O PÚBLICO DE INTERESSE – PODER EXECUTIVO	105
QUADRO 18: ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DIRECIONADAS PARA O PÚBLICO SOCIEDADE CIVIL	108
QUADRO 19: ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DIRECIONADAS PARA O PÚBLICO SISTEMA EDUCACIONAL FORMAL	110
QUADRO 20: ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DIRECIONADAS PARA O PÚBLICO DIFUSO	113
QUADRO 21: ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DIRECIONADAS PARA O PÚBLICO IMPRENSA	114

QUADRO 22: DIVULGAÇÃO INSTITUCIONAL E OUTRAS INICIATIVAS PARA O FORTALECIMENTO DOS CANAIS DE COMUNICAÇÃO DA SRHQ	116
QUADRO 23: PARCEIROS PARA A COMUNICAÇÃO NO PNRH.....	122
QUADRO 24: DESAFIOS PARA O PNRH E AÇÕES DE COMUNICAÇÃO	124

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ANA	Agência Nacional de Águas
Ascom/ANA	Assessoria de Comunicação da Agência Nacional de Águas
Ascom/MMA	Assessoria de Comunicação do Ministério do Meio Ambiente
Ciágua	Coordenação de Comunicação Integrada do Sistema Nacional de Gerenciamento dos Recursos Hídricos
CNRH	Conselho Nacional de Recursos Hídricos
CTEM	Câmara Técnica de Educação, Capacitação, Mobilização Social e Informação em Recursos Hídricos
CTPNRH	Câmara Técnica do Plano Nacional de Recursos Hídricos
DEA	Departamento de Educação Ambiental
EAD	Ensino à Distância
Encob	Encontro Nacional de Comitês de Bacia
Fenaj	Federação Nacional dos Jornalistas
GIRH	Gestão Integrada dos Recursos Hídricos
Ibama	Instituto Brasileiro de Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis
IICA	Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura
IPC-IG	Centro Internacional de Políticas para o Crescimento Inclusivo (sigla em inglês)
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
MC	Ministério das Cidades
MCM	Meios de Comunicação de Massa
MEC	Ministério da Educação
MIN	Ministério da Integração Nacional

MMA	Ministério do Meio Ambiente
MME	Ministério de Minas e Energia
Mapa	Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
MT	Ministério dos Transportes, Portos e Aviação
ODM	Objetivos de Desenvolvimento do Milênio
PCJ	Piracicaba, Capivari e Jundiaí
PNEA	Política Nacional de Educação Ambiental
PNRH	Plano Nacional de Recursos Hídricos
Proágua	Programa Nacional de Desenvolvimento dos Recursos Hídricos
Rebob	Rede de Organismos de Bacia
SAIC	Secretaria de Articulação Institucional e Cidadania Ambiental
SINGREH	Sistema Nacional de Gerenciamento dos Recursos Hídricos
SRHQ	Secretaria de Recursos Hídricos e Qualidade Ambiental

ENTREVISTADOS/COLABORADORES

SECRETARIA DE RECURSOS HÍDRICOS E QUALIDADE AMBIENTAL - SRHQ

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE - MMA

Gabinete do Secretário

Secretário: Jair Vieira Tannus Júnior

Chefe de Gabinete: Cláudia Monique Frank de Albuquerque

Departamento de Recursos Hídricos

Coordenadora do PNRH: Adriana Lustosa da Costa

Equipe Técnica

Cláudia Ferreira Lima

Daniel Martinelli Duarte

Davi Rocha

Leonardo Julian Rodrigues Klosowski

Mirela Garaventa

Rachel Landgraf de Siqueira

Consultor do Plano Nacional de Recursos Hídricos: Antônio Eduardo Lanna

Assessoria de Comunicação - Ascom

Chefe da Ascom: Renata Leite

Jornalismo: Alethea Muniz

SECRETARIA DE ARTICULAÇÃO INSTITUCIONAL E CIDADANIA AMBIENTAL - SAIC

Departamento de Educação Ambiental - DEA

Diretora do DEA: Renata Rozendo Maranhão

MINISTÉRIO DE MINAS E ENERGIAS - MME

Conselheiro do CNRH: Igor Souza Ribeiro

Especialista em Infraestrutura: Carlos Novaes

AGÊNCIA NACIONAL DE ÁGUAS - ANA

Assessoria de Comunicação: Cláudia Dianne

Coordenação de Capacitação do SINGREH: Taciana Neto Leme

Coordenação Programa Progestão: Ludmila Rodrigues e Flávia Rodrigues

Programa Procomitês: Augustin Trigo

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA - IPEA

IPC-IG: Luiz Augusto Bronzatto

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA – CNI

CNRH – Câmara Técnica de Assuntos Legais: Percy Soares

SECRETARIA DE MEIO AMBIENTE DE CANOAS - RS

Ex-Conselheiro do CNRH: Renato Paim

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA - UnB

Ex-Gerente de Projeto do Departamento de Recursos Hídricos: Franklin de Paula Júnior

COMPANHIA DE SANEAMENTO DE MINAS GERAIS - COPASA

Ex-Secretário de Recursos Hídricos do MMA: João Bosco Senra

CONSELHO NACIONAL DE RECURSOS HÍDRICOS

Câmara Técnica do Plano Nacional de Recursos Hídricos: Sérgio Ayrimoraes

Conselheiro CNRH Ceará: Ramon Flávio Gomes Rodrigues

COMITÊ DA BACIA HIDROGRÁFICA DO RIO SÃO FRANCISCO

Assessoria de Comunicação: Mariana Salazar Martins

COMITÊ DA BACIA HIDROGRÁFICA DO RIO PARAÍBA DO SUL

Assessoria de Comunicação: Ana Luiza Purri e Aline Alvarenga

COMITÊS DAS BACIAS HIDROGRÁFICAS PCJ

Assessoria de Comunicação: Ivanise Pachane Milanez

COMITÊ DA BACIA HIDROGRÁFICA DO RIO DAS VELHAS

Assessoria de Comunicação: Luiz Ribeiro



COMITÊ DA BACIA HIDROGRÁFICA PIANCÓ-PIRANHAS-AÇÚ

Assessoria de Comunicação: Geraldo Oliveira

SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS	6
LISTA DE QUADROS.....	7
ENTREVISTADOS/COLABORADORES.....	11
1. INTRODUÇÃO METODOLÓGICA	16
1.1. O DIAGNÓSTICO DE COMUNICAÇÃO NO ÂMBITO DO PNRH	19
1.1.1. Instrumentos/Procedimentos Metodológicos	22
1.1.2. Resultados	23
2. O PLANO NACIONAL DE RECURSOS HÍDRICOS	24
2.1. TRAJETÓRIA E EVOLUÇÃO.....	24
2.1.1. Processos de Revisão e Prioridades para o Último Ciclo de Implementação....	28
2.2. FORÇAS E FRAQUEZAS DO PNRH.....	30
2.3. OPORTUNIDADES E AMEAÇAS	32
2.4. A COMUNICAÇÃO NO ÂMBITO DO PLANO NACIONAL DE RECURSOS HÍDRICOS	33
2.4.1. Forças e Fraquezas da Comunicação.....	36
2.4.2. Rede de Comunicação do PNRH.....	40
2.5. O SISTEMA NACIONAL DE GERENCIAMENTO DOS RECURSOS HÍDRICOS	40
2.5.1. Comunicação Faz a Diferença nos Comitês de Bacia	41
3. CONTRIBUIÇÕES PARA O NOVO PLANO NACIONAL DE RECURSOS HÍDRICOS.....	42
3.1. VISÃO DE CENÁRIO.....	43
3.2. MISSÃO/OBJETIVOS	44
3.3. CRENÇAS E VALORES	44
3.4. SERVIÇOS A SEREM OFERECIDOS À SOCIEDADE	45
3.5. ESTRUTURA DE PODER	46
3.6. MARCOS TEMPORAIS PARA A DIVULGAÇÃO DO PNRH/2021	47
4. A COMUNICAÇÃO NO ÂMBITO DO NOVO PLANO NACIONAL DE RECURSOS HÍDRICOS	55
4.1. POSICIONAMENTO	55
4.2. BASES CONCEITUAIS.....	58
4.3. DIRETRIZES ESTRATÉGICAS	60
4.4. JUSTIFICATIVA.....	62
4.5. OBJETIVOS.....	64

4.6. PÚBLICOS ALVO	65
4.7. DEMANDAS DE COMUNICAÇÃO E POTENCIALIDADES COMUNICACIONAIS IDENTIFICADAS NO PNRH	68
4.7.1. PNRH na Comunicação Institucional do MMA e da ANA	76
4.7.2. Comunicação, Educação Ambiental e Capacitação	79
4.8. DEFINIÇÕES PRELIMINARES DA COMUNICAÇÃO	87
4.9. DIMENSÕES E COMPONENTES DA COMUNICAÇÃO.....	88
5. COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL INTEGRADA	90
5.1. ASSESSORIA DE IMPRENSA	92
5.2. RELAÇÕES PÚBLICAS.....	94
5.3. PUBLICIDADE	94
6. CONSOLIDAÇÃO DOS COMPONENTES ESTRUTURANTES DA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO.....	96
6.1. PÚBLICOS ALVO, ESTRATÉGIAS, OBJETIVOS DAS ESTRATÉGIAS, DIMENSÕES/COMPONENTES DA COMUNICAÇÃO, MODALIDADES DE COMUNICAÇÃO E PARCERIAS.....	96
6.2. POTENCIAIS PARCEIROS PARA A EXECUÇÃO DO PLANO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO	122
7. COMUNICAÇÃO COMO POTENCIAL ALIADA PARA VENCER DESAFIOS	123
8. CONSIDERAÇÕES E RECOMENDAÇÕES FINAIS	125
ANEXOS	129
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	130

1. INTRODUÇÃO METODOLÓGICA

O presente Plano Estratégico de Comunicação reúne as estratégias de comunicação a serem executadas no âmbito do novo Plano Nacional de Recursos Hídricos (PNRH) que começará a ser implementado a partir de 2021. Constitui-se, portanto, no segundo produto desta consultoria individual especializada em comunicação, contratada no âmbito da Secretaria de Recursos Hídricos e Qualidade Ambiental (SRHQ) do Ministério do Meio Ambiente (MMA), por meio de Edital publicado pelo Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura (IICA).

Esta consultoria se enquadra no Programa de Desenvolvimento do Setor Águas – Interáguas – fruto de acordo de empréstimo firmado entre o Governo brasileiro e o Banco Mundial (Acordo 8074-BR), com vigência entre 2012-2018, no intuito de fortalecer iniciativas de articulação que buscam aumentar a eficiência no uso da água e na prestação de serviços associados, auxiliando para a criação de um ambiente favorável à contribuição de programas setoriais exitosos.¹

A fundamentação deste Plano Estratégico de Comunicação provém das contribuições aportadas ao Diagnóstico de Comunicação desenvolvido no âmbito do PNRH e no qual são apresentadas sugestões para a definição dos públicos alvo e das estratégias de comunicação, que juntamente com as dimensões e os componentes que integram o ciclo sistêmico da comunicação no âmbito do PNRH, se encontram consolidados no **item 7** deste Plano Estratégico de Comunicação (Consolidação dos Componentes Estruturantes da Comunicação). Assim, o Diagnóstico constitui o primeiro produto desta consultoria e sua elaboração foi baseada em pesquisa bibliográfica e consultas aos atores que integram as instâncias institucionais e sociais do PNRH. Um dos objetivos do Diagnóstico é dar legitimidade ao Plano Estratégico de Comunicação e validá-lo perante os seus públicos alvo.

Aprovado em 2006 pelo CNRH (Resolução nº 58 de 30 de janeiro de 2006)² para um horizonte temporal de 15 anos, o PNRH atravessa atualmente o seu último ciclo de implementação (2006-2020), o qual também será contemplado com ações neste Plano Estratégico de Comunicação.

¹ AGÊNCIA NACIONAL DE ÁGUAS - <http://interaguas.ana.gov.br/Paginas/Programa.aspx>.

² Aprova do Plano Nacional de Recursos Hídricos e dá outras providências.

As consultas realizadas para o Diagnóstico de Comunicação demonstraram que além de disseminar informações para os públicos alvo a respeito do PNRH e sobre temas relacionados com os interesses da gestão integrada dos recursos hídricos no país, a função da comunicação é, também, contribuir para potencializar os processos de articulação, mobilização, engajamento social e institucional desenvolvidos por este instrumento de gestão no cumprimento de sua missão, qual seja: orientar a implementação da Política Nacional dos Recursos Hídricos e a atuação do Sistema Nacional de Gerenciamento dos Recursos Hídricos (SINGREH), conforme estabelece a Lei Federal nº 9.433 de 8 de janeiro de 1997³.

Em face disso a abordagem adotada neste Plano de Comunicação segue um roteiro cíclico e apresenta uma visão sistêmica, processual, continuada e integradora da comunicação sob quatro dimensões, articuladas aos quatro componentes que vão reger o processo comunicativo no âmbito do PNRH: (i) **dimensão informativa** (divulgação e informação); (ii) **dimensão articuladora e mobilizadora** (articulação e mobilização para a sensibilização e participação); (iii) **dimensão agregadora** (engajamento social e institucional); e (iv) **dimensão avaliativa** (feedback e retroalimentação).

Neste sentido e considerando a perspectiva comunicacional salientada no parágrafo anterior, convém destacar que este Plano de Comunicação é norteado por um conjunto de diretrizes estratégicas, conceitos, valores e princípios consolidados a partir das contribuições agregadas no Diagnóstico de Comunicação como também dos instrumentos e normativos legais norteadores das ações do PNRH e da Política Nacional de Recursos Hídricos, no âmbito do CNRH e da Lei Federal nº 9.433/97. Conforme prevê o Termo de Referência que rege esta consultoria, a elaboração deste Plano Estratégico de Comunicação também deve ter como instrumentos norteadores o marco lógico e a estratégia desenhados para orientar o processo de construção do novo PNRH, que iniciará em 2021.

Dito isto, cabe informar que este Plano Estratégico de Comunicação está organizado em oito capítulos que abrangem os seguintes temas: **Capítulo 1:**

³ Institui a Política Nacional de Recursos Hídricos, cria o Sistema Nacional de Gerenciamento dos Recursos Hídricos, regulamenta o inciso XIX do artigo 21 da Constituição Federal e altera o art. 1º da Lei nº 8.001, de 13 de março de 1990, que modificou a Lei nº 7.990, de 28 de dezembro de 1989.

Introdução Metodológica, que traz informações sobre o Diagnóstico de Comunicação realizado no âmbito do PNRH, com foco nos seus Objetivos, Instrumentos e Procedimentos Metodológicos, bem como em seus Resultados. O **Capítulo 2** faz uma abordagem sucinta do **Plano Nacional de Recursos Hídricos**, considerando a sua Trajetória e Evolução, os Processos de Revisão e as Prioridades para o seu último Ciclo de Implementação (2016-2020). Trata, ainda, das Forças e das Fraquezas do PNRH, das Oportunidades e Ameaças que se configuram em seu horizonte. Este **Capítulo** ainda inclui análise das forças e fraquezas da comunicação no âmbito do PNRH, trata da Rede de Comunicação, apresenta o SINGREH e faz referência ao trabalho de comunicação desenvolvido em cinco Comitês de Bacias Hidrográficas.

Contribuições para o Novo Plano Nacional de Recursos Hídricos é o tema de abertura do **Capítulo 3**. Neste **Capítulo** são tratados os seguintes aspectos: (i) Visão de Cenário; (ii) Missão/Objetivos; (iii) Crenças e Valores; (iv) Serviços a Serem Oferecidos à Sociedade; (v) Estrutura de Poder no PNRH; e (vi) Marcos Temporais para a Divulgação do PNRH/2021.

O **Capítulo 4** apresenta a **Comunicação no Âmbito do Novo Plano Nacional de Recursos Hídricos** com destaque para: (i) Posicionamento; (ii) Bases Conceituais; (iii) Diretrizes Estratégicas; (iv) Justificativa; (v) Objetivos; (vi) Públicos Alvo; (vii) Demandas de Comunicação e Potencialidades Comunicacionais Identificadas no PNRH; (viii) PNRH na Comunicação Institucional do MMA e da ANA; (ix) Comunicação, Educação Ambiental e Capacitação; (x) Definições Preliminares da Comunicação; (xi) Dimensões e Componentes da Comunicação.

A **Comunicação Institucional Integrada** é o tema abordado no **Capítulo 5**, a partir dos seguintes aspectos: Assessoria de Imprensa, Relações Públicas e Publicidade. Já o **Capítulo 6** apresenta, de forma consolidada, os **Públicos Alvo, as Estratégias de Comunicação, as Dimensões e os Componentes da Comunicação, as Modalidades de Comunicação e Parcerias**. Apresenta ainda os **Potenciais Parceiros Estratégicos para a Execução do Plano Estratégico de Comunicação** como um todo.

Em seguida vêm os **Capítulos 7 e 8** que tratam, respectivamente, da **Comunicação como Potencial Aliada para Vencer Desafios no PNRH** e das

Considerações e Recomendações Finais. Por fim, os **Anexos** e as **Referências Bibliográficas**.

OBS. Conforme o Termo de Referência que rege esta consultoria, uma das atividades previstas no âmbito deste Produto seria a participação da Consultora em reunião a Câmara Técnica de Educação, Capacitação, Mobilização Social e Informação em Recursos Hídricos (CTEM), para a coleta de contribuições para este Plano Estratégico de Comunicação. Entretanto, esta participação não foi possível porque a reunião não ocorreu dentro do previsto.

1.1. O DIAGNÓSTICO DE COMUNICAÇÃO NO ÂMBITO DO PNRH

A Pesquisa e o Diagnóstico de Comunicação constituem a primeira etapa do processo de elaboração de um Plano Estratégico de Comunicação. As etapas seguintes são constituídas do Planejamento Estratégico das Ações de Comunicação, da Gestão, Execução e do Monitoramento do Plano.

Conceitualmente, entende-se o Diagnóstico de Comunicação como uma importante ferramenta para a construção coletiva do processo comunicativo por meio do qual se busca identificar os fatores contextuais que direta ou indiretamente influenciam a eficácia da comunicação, buscando-se focalizar principalmente na observação e análise dos elementos comunicativos.⁴

O Diagnóstico de Comunicação, no âmbito do PNRH, foi o ponto de partida para a abertura e o estabelecimento de canal de diálogo com os diferentes segmentos envolvidos em sua gestão, acompanhamento e implementação. A partir de uma estratégia de envolvimento e participação desses segmentos em seu processo de elaboração, por meio de entrevistas presenciais e online, o objetivo foi canalizar para dentro do Plano Estratégico de Comunicação – na qualidade de instrumento de divulgação de informações pertinentes ao PNRH e aos temas de seu interesse - as demandas comunicacionais apresentadas por esses segmentos em alinhamento com as dimensões e os componentes da comunicação explicitados na Introdução Metodológica.

⁴ BELTRAND, Marcelo Vernet. **Manual de Comunicação e Meio Ambiente**, WWF, IEB, pag. 23, São Paulo/SP.

A base de fundamentação do Diagnóstico foram os dados e as informações coletados nos depoimentos de representantes das instâncias que integram o PNRH, além de subsídios extraídos de pesquisa documental, relatórios, publicações e outros meios que compõem a sua base de informações institucionais, técnicas, jurídicas e processuais.

Durante a elaboração do Diagnóstico foram coletadas contribuições para subsidiar a elaboração dos componentes estruturantes do Plano Estratégico da Comunicação, tais como: objetivos, públicos alvo, ferramentas e demandas de comunicação, além da identificação dos problemas e das soluções para a execução de ações de comunicação que sejam impactantes e alinhadas com as demandas e os objetivos do PNRH. Buscou-se também identificar as suas forças e fraquezas, assim como os cenários, as oportunidades e ameaças que se desenham no horizonte para a construção do novo PNRH.

Dentre os colaboradores para a construção do Diagnóstico de Comunicação também se destacam os comitês de bacia hidrográfica dos Rios São Francisco, Paraíba do Sul, PCJ, Piancó-Piranhas-Açu e Rio das Velhas, que aportaram relevantes contribuições oriundas das experiências de comunicação desenvolvidas em cada um deles com destaque para os impactos positivos causados pela comunicação no âmbito desses organismos integrantes do SINGREH.

Ainda cabe destacar que o Diagnóstico de Comunicação também aporta contribuições para o novo Plano de Comunicação que inicia em 2021 com relação aos seguintes aspectos: (i) Visão de Cenário para a Construção de um novo PNRH em 2021; (ii) Missão/Objetivos; (iii) Crenças e Valores; (iv) Serviços a Serem Oferecidos à Sociedade; e (v) Estrutura de Poder.

Por fim, é necessário salientar que o processo de elaboração do Diagnóstico de Comunicação representa uma etapa propícia para captar expectativas, frustrações e sentimentos que irão contribuir para esta etapa, conferindo caráter participativo, interativo e dinâmico ao processo de elaboração do Plano Estratégico de Comunicação, cuja estrutura segue formato “circular” e não “piramidal”.

Dito isto, são destacados, abaixo, os objetivos que nortearam a construção do Diagnóstico de Comunicação, assim como os instrumentos e procedimentos metodológicos:

Objetivo Geral

- Levantar informações bibliográficas e coletar contribuições entre os diversos segmentos que integram a estrutura do PNRH, para subsidiar a elaboração do presente Plano Estratégico de Comunicação.

Objetivos Específicos

- Abrir e estabelecer canal de diálogo e de intercâmbio de informações com os gestores, técnicos, executores, parceiro e conselheiros com atuação no âmbito do PNRH, na qualidade de fontes de informação e também como potenciais aliados para a fase de elaboração e execução da estratégia de comunicação.
- Levantar dados e informações para auxiliar na elaboração dos produtos de comunicação para o PNRH, previstos no Termo de Referência que rege esta consultoria de comunicação.
- Identificar cenários e os componentes estruturantes da estratégia de comunicação, tais como: objetivos da comunicação, públicos alvo, ferramentas de comunicação, demandas de comunicação, dentre outros.

Tais objetivos são apresentados resumidamente no **Quadro 1** a seguir:

Quadro 1: Objetivos do Diagnóstico de Comunicação

Objetivo Geral		
Levantar informações bibliográficas e coletar contribuições entre os diversos segmentos que integram a estrutura do PNRH, para subsidiar a elaboração do presente Plano Estratégico de Comunicação, além de contribuições para o novo PNRH		
Objetivo Específico 1 Abrir e estabelecer canal de diálogo e de intercâmbio de informações/identificar fontes e aliados	Objetivo Específico 2 Levantar dados e informações para subsidiar produtos de divulgação	Objetivo Específico 3 Identificar cenários e os componentes estruturantes da estratégia de comunicação

1.1.1. Instrumentos/Procedimentos Metodológicos

A metodologia empregada para a realização do Diagnóstico de Comunicação foi executada em três etapas:

Primeira Etapa

- Proposta Metodológica
- Roteiro de Entrevistas
- Agendamento de Entrevistas
- Cronograma de Entrevistas
- Follow-Up diário

Segunda Etapa

- Realização das entrevistas e gravação dos conteúdos
- Follow-Up com menor frequência

Terceira Etapa

- Sistematização das informações pesquisadas e das contribuições coletadas
- Elaboração do Diagnóstico de Comunicação



Figura 1: Etapas Metodológicas Percorridas

1.1.2.Resultados

O Relatório de Diagnóstico foi apresentado em Reunião no MMA no dia 21 de setembro de 2018, da qual participaram integrantes da SRHQ, Secretaria Executiva do CNRH/MMA e ANA.

Além das contribuições dos colaboradores indicados pela SRHQ/MMA o Diagnóstico contou com a colaboração dos setores de comunicação dos Comitês de Bacia Hidrográfica São Francisco, Paraíba do Sul, PCJ, Velhas e Piancó-Piranhas-Açu. Inclui também contribuições do Departamento de Educação Ambiental (DEA) do MMA, Coordenação de Capacitação para a Gestão das Águas da ANA, Coordenação dos Programas Progestão e Procomitês, ambos também da ANA.

O resultado final das contribuições é apresentado no Quadro a seguir:

Quadro 2: Demonstrativo das Entrevistas Realizadas para o Diagnóstico de Comunicação

Ordem	Representação	Status
01	Ascom – Ministério do Meio Ambiente	Ok
02	Ascom – Agência Nacional de Águas	Ok
03	Equipe Técnica SRHQ – Ministério do Meio Ambiente	Ok
04	Conselheiro CNRH – Ministério do Planejamento	Não
05	Ex-Gerente de Projeto do Departamento de Recursos Hídricos e Qualidade Ambiental do Ministério do Meio Ambiente	Ok
06	Conselheiro CNRH – Ministério das Minas e Energia	Ok
07	Gabinete da Secretaria de Recursos Hídricos do Ministério do Meio Ambiente	Ok
08	Ex-Secretário de Recursos Hídricos do Ministério do Meio Ambiente	Ok
09	Conselheiro CNRH – Sociedade Civil	Não
10	Conselheiro CNRH – Organização de Ensino e Pesquisa	Não
11	Representante do IPC-IG	Ok
12	Agência Nacional de Águas – Regulação	Não
13	Conselheiro CNRH – Paraná	Não
14	Conselheiro CNRH – Espírito Santo	Ok
15	Câmara Técnica de Assuntos Legais e Institucionais – Indústria	Ok
16	Conselheiro CNRH – Ceará	Ok
17	Conselheiro CNRH – São Paulo	Não
18	Agência Nacional de Águas – Câmara Técnica do PNRH	Ok
19	Conselheira CNRH – Sociedade Civil	Não

2. O PLANO NACIONAL DE RECURSOS HÍDRICOS

2.1. TRAJETÓRIA E EVOLUÇÃO

Aprovado em 2006 pelo CNRH (Resolução nº 58 de 30 de janeiro de 2006), o PNRH vigente é resultado de um intenso e dinâmico processo de mobilização e participação social que envolveu sete mil pessoas de todas as regiões do país, no período de 2004 a 2005. É, portanto, o principal instrumento norteador da Política Nacional de Recursos Hídricos e da atuação do SINGREH, conforme prevê a Lei Federal nº 9.433/97. Também são instrumentos previstos na Lei Federal nº 9.433/97

para a Gestão Integrada dos Recursos Hídricos (GIRH) no país: (i) o enquadramento dos corpos de água; (ii) a outorga de direito de uso dos recursos hídricos; (iii) a cobrança pelo uso de recursos hídricos; e (iv) o Sistema Nacional de Informações sobre Recursos Hídricos (Snirh). Este último tem por objetivos:

- Reunir, dar consistência e divulgar os dados e as informações sobre a situação qualitativa e quantitativa dos recursos hídricos no Brasil.
- Atualizar permanentemente as informações sobre disponibilidade e demanda de recursos hídricos em todo o território nacional.
- Fornecer subsídios para a elaboração dos Planos de Recursos Hídricos.

De acordo com a Lei Federal já mencionada, os Planos de Recursos Hídricos são planos diretores que visam a fundamentar e orientar a implementação da Política Nacional de Recursos Hídricos e o gerenciamento dos recursos hídricos. A bacia hidrográfica é a unidade territorial para implementação da Política Nacional de Recursos Hídricos, bem como para atuação do SINGREH. Os planos podem ser elaborados por bacia hidrográfica, por estado e para o país, inserindo-se neste último caso o PNRH, cujas **bases conceituais** foram estabelecidas em consonância com os **fundamentos**, os **objetivos** e as **diretrizes** gerais de ação previstos na citada Lei, nos quais são destacadas questões estratégicas para a Gestão Integrada dos Recursos Hídricos no país.

O **PNRH** estabelece as diretrizes norteadoras para a implementação da Política Nacional dos Recursos Hídricos e a atuação do SINGREH, bem como os programas e as metas, alinhados com os seguintes **objetivos estratégicos**: (i) melhoria das disponibilidades hídricas, superficiais e subterrâneas, em qualidade e quantidade; (ii) redução dos conflitos reais e potenciais de uso da água, bem como dos eventos hidrológicos críticos; (iii) percepção da conservação da água como valor socioambiental relevante.

Os **objetivos estratégicos** do PNRH estão consubstanciados em seu **objetivo geral**, que busca “estabelecer um pacto nacional para a definição de diretrizes e políticas públicas voltadas para a melhoria da oferta de água, em qualidade e quantidade, gerenciando as demandas e considerando a água um elemento estruturante para a implementação das políticas setoriais, sob a ótica do

desenvolvimento sustentável e da inclusão social.” Além das bacias hidrográficas, o PNRH envolve instituições nos níveis federal, dos estados da Federação e do Distrito Federal que atuam no campo dos recursos hídricos.

Tais objetivos traduzem o legado de experiências e conhecimentos agregados pelos diversos segmentos sociais e institucionais que participaram ativamente de todas as fases de sua elaboração e ainda permanecem ativos em seu processo de implementação.

Os estudos técnicos, as reuniões e discussões desenvolvidas durante sua elaboração, com representações do poder público, dos setores usuários dos recursos hídricos e da sociedade em geral, conduziram ao estabelecimento de uma dinâmica de planejamento flexível, descentralizada e participativa que buscou considerar a pluralidade social, ambiental, econômica e cultural do país, favorecendo a internalização dos pressupostos do Pacto Federativo, por meio do envolvimento nas discussões dos sistemas estaduais de gerenciamento dos recursos hídricos.

Os princípios da descentralização e da participação preconizados na Lei Federal nº 9.433/97 nortearam todas as etapas do processo de construção e revisão do PNRH, tanto em nível regional - inicialmente por meio da articulação e instituição das 12 comissões regionais, representando cada uma das 12 regiões hidrográficas do país, quanto em nível nacional e no Distrito Federal, por meio de oficinas setoriais envolvendo segmentos técnicos institucionais, organizações da sociedade civil e setores usuários.

No intuito de estabelecer uma base organizacional e a integração das informações sobre recursos hídricos, o CNRH, por meio da Resolução nº 32 de 15 de outubro de 2003,⁵ dividiu a **área de abrangência** do PNRH em 12 regiões hidrográficas, restritas ao espaço territorial das 27 unidades federativas brasileiras, conforme especificadas a seguir: regiões hidrográficas Amazônica, Tocantins-Araguaia, Atlântico Nordeste Ocidental, Parnaíba, Atlântico Nordeste Oriental, São Francisco, Atlântico Leste, Atlântico Sudeste, Paraná, Paraguai, Uruguai e Atlântico Sul. Devido ao seu

⁵Institui a Divisão Hidrográfica Nacional em regiões hidrográficas (...) com a finalidade de orientar, fundamentar e implementar o Plano Nacional de Recursos Hídricos. Parágrafo Único: Considera-se como região hidrográfica o espaço territorial brasileiro compreendido por uma bacia, grupo de bacias ou sub-bacias hidrográficas contíguas com características naturais, sociais e econômicas homogêneas ou similares com vistas a orientar o planejamento e o gerenciamento dos recursos hídricos.

caráter nacional, o PNRH passa por revisões periódicas que buscam adequá-lo às dinâmicas e às realidades das regiões hidrográficas.

O PNRH conta com um portfólio de 13 programas e 30 subprogramas distribuídos em três componentes, discriminados no quadro que segue:

Quadro 3: Componentes e Programas do PNRH

PLANO NACIONAL DE RECURSOS HÍDRICOS	
Componente	Programa
Desenvolvimento da GIRH no Brasil	I. Estudos Estratégicos sobre Recursos Hídricos
	II. Desenvolvimento Institucional da GIRH no Brasil
	III. Desenvolvimento e Implementação de Instrumentos de Gestão de Recursos Hídricos
	IV. Desenvolvimento Tecnológico, Capacitação, Comunicação e Difusão de Informações em Gestão Integrada dos Recursos Hídricos
Articulação Intersectorial, Inter e Intrainstitucional da GIRH	V. Programa Articulação Intersectorial, Inter e Intrainstitucional da Gestão dos Recursos Hídricos
	VI. Programa de Usos Múltiplos e Gestão Integrada dos Recursos Hídricos
	VII. Programas Setoriais Voltados aos Recursos Hídricos
Programas Regionais de Recursos Hídricos	VIII. Programa Nacional de Águas Subterrâneas
	IX. Gestão dos Recursos Hídricos Integrados ao Gerenciamento Costeiro, Incluindo as Áreas Úmidas
	X. Gestão Ambiental dos Recursos Hídricos na Região Amazônica
	XI. Gestão Sustentável dos Recursos Hídricos e Convivência com o Semiárido Brasileiro
	XII. Conservação das Águas do Pantanal, em Especial suas Áreas Úmidas
Gerenciamento da Implementação do PNRH	XIII. Gerenciamento Executivo e de Monitoramento e Avaliação da Implementação do PNRH.

Aprovação, Implementação e Acompanhamento

Os processos de aprovação, implementação, revisão e acompanhamento do PNRH são coordenados pela **SRHQ/MMA** de forma compartilhada e articulada com o **CNRH**, a **ANA** e os entes integrantes do **SINGREH**.

De acordo com a Lei Federal nº 9.433/97, cabe ao CNRH aprovar o PNRH, assim como acompanhar a sua execução e determinar as providências necessárias ao cumprimento de suas metas.

A **SRHQ/MMA** e a **ANA** compartilham responsabilidades relacionadas com o apoio à implementação, ao monitoramento e às revisões periódicas do PNRH, de forma compartilhada, integrada e articulada com os entes do **SINGREH**, visando à melhoria da disponibilidade hídrica e a redução dos conflitos pelo uso da água em âmbito nacional.

O PNRH conta, ainda, com dois instrumentos de acompanhamento de sua implementação: os informes do Sistema de Gerenciamento Orientado para Resultados do PNRH (Sigeor/PNRH) e os Relatórios de Conjuntura dos Recursos Hídricos no Brasil produzidos pela ANA.

2.1.1. Processos de Revisão e Prioridades para o Último Ciclo de Implementação

Desde o início de sua implementação, em 2006, foi objeto de duas revisões para orientar as suas ações: (i) a primeira contemplou o período compreendido entre 2012-2015; (ii) e a segunda o período 2016-2020, seu último ciclo vigente dentro do horizonte temporal previsto para a sua implementação (2006-2020).

As revisões do PNRH são conduzidas e executadas pela SRHQ/MMA com o apoio técnico da ANA. Consultas públicas, debates técnicos, dentre outros, são os instrumentos de mobilização social utilizados para envolver as instituições responsáveis pelo gerenciamento das políticas relacionadas com os recursos hídricos e a sociedade.

Sua última revisão, realizada por meio de consulta pública no site do Governo Federal www.participa.br/recursoshidricos, ocorreu de 1º de fevereiro a 1º de maio de 2016, e recebeu 1.500 respostas aos questionários disponibilizados online, dos quais 20% foram respondidos por pessoas integrantes de colegiados dos recursos hídricos e 80% da sociedade em geral, englobando participantes de todos os estados da Federação e do Distrito Federal, totalizando 408 municípios.

Os resultados da consulta pública foram consolidados em um Seminário Nacional que apontou 16 Prioridades, desdobradas em 45 Ações e 75 Metas, somando

um conjunto de iniciativas que buscam frear a crise hídrica, os efeitos do aquecimento global e a necessidade de integração dos esforços nas áreas do governo para enfrentar os desafios. As prioridades, a serem implementadas até 2020, foram aprovadas e publicadas pelo CNRH, por meio da Resolução nº 181 de 7 de dezembro de 2016⁶. Seguem abaixo:

Desenvolver planejamento de longo prazo para a conservação e o uso racional das águas do país, considerando as mudanças climáticas.

- Promover a melhoria da disponibilidade das águas em quantidade e qualidade, visando a sua conservação e adequação aos diversos usos.
- Ampliar o conhecimento a respeito dos usos das águas, das demandas atuais e futuras, além dos possíveis impactos na sua disponibilidade, em quantidade e qualidade.
- Integrar a política de recursos hídricos com a política ambiental e demais políticas setoriais (saneamento, irrigação, energia, turismo etc.).
- Apoiar o desenvolvimento institucional e a difusão de tecnologias sociais para a melhoria da gestão das águas e desenvolver ações executivas para a sociedade.
- Estabelecer critérios de autorização para o uso da água e fiscalização dos usuários, considerando as particularidades das bacias hidrográficas.
- Identificar, avaliar e propor ações para áreas com risco de ocorrência de inundações, secas entre outros eventos extremos relacionados à água, que gerem situações adversas à população.
- Ampliar e fortalecer a participação da sociedade na gestão das águas.
- Compartilhar informações, em linguagem clara e acessível, a respeito da situação da qualidade e quantidade das águas e de sua gestão.
- Ampliar o conhecimento sobre a ocorrência de chuvas e sobre a quantidade e qualidade das águas superficiais e subterrâneas.
- Destinar recursos financeiros para a implantação de projetos de instituições públicas ou privadas e pessoas físicas que promovam a recuperação e conservação de bacias hidrográficas.

⁶ Aprova as Prioridades e Metas do PNRH para 2016-2020.

- Desenvolver ações para a resolução de conflitos pelo uso da água nas bacias hidrográficas.
- Implantar a cobrança para usos insignificantes da água, visando incentivar a sua racionalização e obter recursos financeiros para a conservação das bacias hidrográficas.
- Desenvolver ações para a gestão da água em rios compartilhados com outros países.
- Desenvolver ações para a promoção do uso sustentável e reuso da água.
- Integrar as zonas costeiras ao Sistema de Gerenciamento dos Recursos Hídricos.

Todas as Prioridades constituem insumos relevantes para subsidiar ações de comunicação no âmbito do PNRH. Contudo, as prioridades 8 e 9 se destacam por estarem estritamente ligadas aos objetivos de elaboração e execução da estratégia de comunicação, visto que preconizam, respectivamente, (i) o fortalecimento dos canais de participação da sociedade na gestão das águas e (ii) o compartilhamento de informações, em linguagem clara e acessível, a respeito da situação da qualidade e quantidade das águas e de sua gestão.

2.2. FORÇAS E FRAQUEZAS DO PNRH

Um Plano ou uma Política Nacional não se faz só de forças e nem só de fraquezas. Mas é do confronto entre esses dois polos que surgem as oportunidades de autoavaliação e, conseqüentemente, de mudanças de condutas e perspectivas que apontam para novos caminhos.

Um olhar para as forças e fraquezas do PNRH torna evidente onde esses caminhos se juntam e onde eles se bifurcam, trazendo à tona as potencialidades e as dificuldades identificadas em seu processo de implementação.

A seguir, são apresentadas em forma de tópicos as principais forças e fraquezas identificadas no PNRH, conforme entrevistas realizadas para o Diagnóstico de Comunicação. As respostas dos entrevistados constituem subsídio importante para orientar as ações de comunicação no âmbito deste Planejamento Estratégico.

Quadro 4: Forças e Fraquezas no PNRH

FORÇAS
Institucionalidade/poder normativo respaldado pelo CNRH. Resolução nº 58/2006. Previsto na Lei nº 9.433/97. Implementação e coordenação sob a responsabilidade do MMA (Decreto nº 8.975 de 24/01/2017)
Plano de Estado e não de Governo
Instrumento que aponta as diretrizes e orientações para o fortalecimento do SINGREH
Instrumento da Política Nacional de Recursos Hídricos
Possui programas importantes
Costura visão de água como elemento transversal entre todos os setores
Processo participativo na sua construção e nas revisões/Potencial de mobilização da sociedade
Orientador da aplicação dos recursos financeiros da ANA provenientes da cobrança pelo uso da água
A equipe técnica que atua no PNRH.
Possibilidade de monitoramento das ações pela sociedade
Organização das informações sobre recursos hídricos no país e engajamento dos atores sociais envolvidos com esta temática, favorecendo visão unificada da questão
Política Nacional de Recursos Hídricos estabelecida
Influenciou a elaboração dos planos estaduais e do PPA do Governo Federal
Diagnóstico sobre o Panorama e Estado dos Recursos Hídricos no Brasil
Orientou a criação e a realização de sistemas e programas com vistas a integrar todo o país, tais como: Siagas, Progestão etc.
Proposta de elaboração de estratégia de comunicação como uma das prioridades do PNRH para o ciclo 2016-2020 (Resolução CNRH nº 181 de 7/12/2016)
FRAQUEZAS
Falta peso político para fazer valer a sua institucionalidade e para que seja efetivamente incorporado nas estruturas de estado como instrumento coordenador da gestão das águas e orientador para a implementação de políticas públicas
Falta ação de governança para fazer com que suas diretrizes aconteçam/agenda de articulação ociosa/não faz articulação com as demais políticas
Extenso e genérico. Não atinge seus objetivos de coordenação e direcionamento das ações dentro do SINGREH
Captura por quem não quer fazer gestão participativa
Falta de diálogo entre os programas que fazem parte do PNRH e entre estes e com o Planejamento e as ações prioritárias do Governo
Não consegue desempenhar o seu papel para atingir a transversalidade
Fragilidade dos cenários prospectivos por falta de planos setoriais que subsidiem a elaboração dos cenários
Sucateamento da SRHQ/MMA por falta de recursos financeiros e de pessoal
Não faz orientação política da Política Nacional de Recursos Hídricos
Falta Estratégia de Comunicação e área responsável com estrutura de pessoal e material adequada para desempenhar essa tarefa

Falta estrutura forte por trás dos documentos para que as ações sejam efetivamente implementadas de forma articulada
Não teve êxito na integração entre as várias realidades/regiões hidrográficas do país, por falta de espaços de intercâmbio entre os estados, os usuários e a sociedade civil
Não propiciou a rediscussão da Lei nº 9.433/97 e possíveis incorporações e modificações após vinte anos de sua aprovação

2.3. OPORTUNIDADES E AMEAÇAS

Assim como as forças e fraquezas, as ameaças e oportunidades identificadas no PNRH por meio das contribuições coletadas para o Diagnóstico de Comunicação, também representam insumos para subsidiar as ações deste Plano Estratégico de Comunicação. Seguem no Quadro abaixo:

Quadro 5: Oportunidades e Ameaças Identificadas do PNRH

OPORTUNIDADES
Potencial agregador da água
Água como elemento estruturante para subsidiar processos de desenvolvimento e pautar escolhas no âmbito das políticas públicas
Contribuições para a implementação de outros instrumentos da Política Nacional de Recursos Hídricos
Correção de rumos e alinhamentos do PNRH a outros planejamentos setoriais a partir de avaliações e análises já existentes
Aproveitamento das lições extraídas da crise hídrica para agregar envolvimento no PNRH
Integração das instâncias do SINGREH dentro de uma visão estratégica de longo prazo
Abertura de espaço para a participação social
AMEAÇAS
Não considerar as fragilidades do atual PNRH para correção de rumos tendo em vista a construção do novo Plano
Não considerar os atores/ <i>stakeholders</i> no processo de construção e implementação do novo PNRH
Falta de articulação com as demais políticas
Captura do PNRH por determinados setores
Falta de estruturas robustas para fazer valer o que é discutido nas instâncias do PNRH
Corporativismo por quem não quer compartilhar com a sociedade o processo de decisão
Falta de recursos técnicos, financeiros e institucionais
Falta de diretrizes mais objetivas que ajudem os comitês de bacia a se fortalecerem para desempenhar o seu papel com maior qualidade
Estruturas pouco robustas para implementar o que é discutido e deliberado no âmbito do PNRH
Discurso anticológico com a quebra de acordos internacionais por parte de grandes potências mundiais
Falta de planos setoriais dificulta planejamento adequado do uso dos recursos hídricos

2.4. A COMUNICAÇÃO NO ÂMBITO DO PLANO NACIONAL DE RECURSOS HÍDRICOS

As diretrizes, os objetivos e as ações de comunicação no âmbito do PNRH Hídricos estão consolidadas no Programa IV - Desenvolvimento Tecnológico, Capacitação, Comunicação e Difusão de Informações em Gestão Integrada dos Recursos Hídricos - especificamente no Subprograma “Comunicação e Difusão de Informações em Gestão Integrada dos Recursos Hídricos”, como partes integrantes do componente “Desenvolvimento da Gestão Integrada dos Recursos Hídricos no Brasil”.

Além do Subprograma de Comunicação, o Programa agrega outros dois subprogramas: (i) “Desenvolvimento, Consolidação de Conhecimentos Tradicionais, e de Avanços Tecnológicos em Gestão dos Recursos Hídricos”; e (ii) “Capacitação e Educação, em especial Ambiental, para a Gestão Integrada dos Recursos Hídricos”.

A “difusão de conceitos, iniciativas e demais informações relativas à gestão integrada dos recursos hídricos no Brasil, buscando-se fortalecer os canais de comunicação existentes e possibilitando a criação de novos canais para que se desenvolva interlocução social”⁷ constitui o objetivo geral da comunicação no campo do PNRH, conforme definição apresentada no Subprograma. Este objetivo geral foi desdobrado em três objetivos específicos:

- Promover a melhoria da comunicação de informações entre os entes do SINGREH, qualificando o processo de tomada de decisão.
- Contribuir para o exercício de representatividade no SINGREH, fortalecendo a transparência sobre as deliberações e os encaminhamentos desses colegiados.
- Desenvolver a articulação do SINGREH com a sociedade, difundindo os conceitos da Política Nacional de Recursos Hídricos de forma acessível, clara e educativa.

Para viabilizar a implementação do Subprograma de Comunicação, o MMA constituiu a Coordenação de Comunicação Integrada do Sistema Nacional de Gerenciamento dos Recursos Hídricos (Ciágua), por meio da Portaria nº 463 de 23 de

⁷ MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE - Secretaria de Recursos Hídricos e Qualidade Ambiental, op. cit. pag. 125, 2008.

dezembro de 2009. A comissão foi composta por representantes das Ascom do MMA e da ANA e da SRHQ/MMA, com as seguintes atribuições:

- Coordenar e implementar um plano de comunicação para o Sistema Nacional de Gerenciamento de Recursos Hídricos – SINGREH – de forma participativa.
- Identificar os comunicadores em GIRH para a estruturação de uma rede de comunicadores envolvendo as instituições do SINGREH.
- Coordenar o processo de organização e disseminação de informações e bases de dados em GIRH entre as instituições federais do SINGREH e as demais esferas governamentais, e entre estas e a sociedade em geral, além de avaliar o processo comunicativo.
- Organizar, definir e estabelecer as diretrizes de formação dos educadores para atuação na comunicação e na aprendizagem em GIRH.
- Coordenar a edição de boletins virtuais e impressos a partir das estruturas federais do SINGREH e promover a articulação e cooperação, utilizando os diferentes instrumentos de comunicação do SINGREH nas demais esferas.
- Organizar e/ou apoiar encontros presenciais de formação de educadores no âmbito do SINGREH.
- Ampliar a visibilidade das instituições de Recursos Hídricos e Ambiente Urbano e Agência Nacional de Águas.

Além dessas atribuições, a Portaria estabelece que a Ciágua será a responsável pela alimentação de dados e informações do Sistema de Gerenciamento Orientado para Resultados – Sigeor – e deverá elaborar um relatório anual com a descrição das atividades realizadas e análise dos resultados obtidos.

Com relação ao Programa IV, cabe destacar que suas ações são balizadas pelo conjunto de macrodiretrizes do PNRH que objetiva o ordenamento institucional da GIRH, especificamente no tocante aos aspectos transversais relacionados com as ações de capacitação e de comunicação social.

Em 26 de março de 2009, o CNRH publicou a Resolução nº 98 que “estabelece princípios, fundamentos e diretrizes para a educação, o desenvolvimento de

capacidades, a mobilização social e a informação para a Gestão Integrada dos Recursos Hídricos no Sistema Nacional de Gerenciamento dos Recursos Hídricos”.

De acordo com esta Resolução entende-se a comunicação no âmbito da GIRH como “processos educativos que compreendem a produção, acessibilidade e socialização de informações pertinentes à implementação da Gestão Integrada dos Recursos Hídricos e favorecem o diálogo entre as instituições do SINGREH e entre o SINGREH e a sociedade, contribuindo para o fortalecimento da participação e do controle social na gestão democrática da água”.

No CNRH compete à Câmara Técnica de Educação, Capacitação, Mobilização Social e Informação em Recursos Hídricos (CTEM) propor iniciativas no campo da comunicação, inclusive de forma integrada com ações de educação, conforme discriminado abaixo:

- Propor diretrizes, planos e programas de educação e capacitação em recursos hídricos.
- Propor e analisar mecanismos de articulação e cooperação entre o poder público, os setores usuários e a sociedade civil quanto à educação e capacitação em recursos hídricos.
- Propor e analisar mecanismos de mobilização social para O fortalecimento do Sistema Nacional de Gerenciamento de Recursos Hídricos – SINGREH.
- Propor e analisar mecanismos de difusão da Política Nacional de Recursos Hídricos nos sistemas de ensino, tornando efetivos os fundamentos da Lei nº 9.433/97.
- Propor e analisar diretrizes de disseminação da informação sobre os recursos hídricos voltadas para a sociedade, utilizando as formas de comunicação que alcancem a todos.
- Recomendar critérios referentes ao conteúdo de educação em recursos hídricos nos livros didáticos, assim como para os planos de mídia relacionados ao tema de recursos hídricos.
- Exercer competências do CNRH que lhe forem especialmente delegadas pelo Plenário.

De acordo com o Termo de Referência que rege esta consultoria, o PNRH deve priorizar os seguintes objetivos de comunicação:

- Aprimorar e ampliar a comunicação sobre os resultados da implementação das Prioridades e Metas do PNRH para 2016-2020, aprovadas pela Resolução CNRH nº 181/2016, no âmbito do SINGREH e para a sociedade.
- Orientar as ações de comunicação do PNRH considerando o marco lógico do processo de elaboração do Plano Nacional a vigorar em 2021.
- Fortalecer os canais de comunicação da SRHQ a respeito do PNRH com o SINGREH e a sociedade, bem como a atuação da Coordenação de Comunicação Integrada do Sistema Nacional de Gerenciamento de Recursos Hídricos (Ciágua).

2.4.1. Forças e Fraquezas da Comunicação

No Quadro que segue são identificadas as forças e fraquezas da comunicação no âmbito do PNRH a partir das contribuições aportadas para o Diagnóstico de Comunicação. A falta de execução de uma estratégia de comunicação é apontada atualmente como a principal fraqueza deste Plano. Outro aspecto que configura fraqueza é que a Ascom/MMA não faz um acompanhamento sistemático que garanta uma cobertura efetiva do PNRH e de suas ações. A cobertura é meramente factual e se restringe a repercutir as reuniões do CNRH, conforme foi afirmado pela chefia dessa assessoria. Para suprir a lacuna de divulgação do PNRH propõe-se que a SRHQ disponibilize periodicamente para a Ascom sugestões de pauta relacionadas com os interesses do PNRH para divulgação nos veículos internos do MMA e na imprensa tradicional.

Embora não haja uma estratégia de comunicação em curso, algumas iniciativas - que de alguma forma contribuem para que o PNRH não seja totalmente desprovido de comunicação - precisam ser fortalecidas e outras resgatadas para potencializar o poder de ação e impacto da comunicação no âmbito deste Plano. Cabe destacar, por exemplo, a elaboração do Informe Sigeor e dos Relatórios de Conjuntura de Recursos Hídricos no Brasil produzido pela ANA, que são os dois principais instrumentos de acompanhamento da implementação do PNRH, voltados principalmente para o público técnico e especializado.

Para ampliar as suas informações o PNRH conta com uma página no site do CNRH <http://www.cnrh.gov.br/2013-10-27-00-11-8> que ainda não alcança um público massivo, porém um pouco mais acessível ao público leigo, por compor uma linguagem menos técnica.

A Ascom/ANA também é responsável pelo desenvolvimento de iniciativas que objetivam contribuir para a implementação do Subprograma IV.3. Tais iniciativas podem se somar a outras igualmente relevantes que podem somar para fortalecer a comunicação no âmbito do PNRH. A Ciágua, coordenação de comunicação e coordenar a comunicação no SINGREH, é um exemplo de iniciativa que pode ser resgatada para fortalecer a comunicação no PNRH. Outra força que pode somar para potencializar a comunicação no âmbito do PNRH é a Câmara Técnica de Educação, Capacitação, Mobilização Social e Informação em Recursos Hídricos (CTEM) do CNRH à qual compete propor iniciativas no campo da comunicação da GIRH, inclusive de forma integrada com a educação.

Cabe lembrar nesse caso que se o PNRH se associar às iniciativas do DEA, focadas nos cuidados com a água, também irá encontrar aí um espaço estratégico para a divulgação de seus objetivos e metas. O **Coleciona – Ficháried@EducadorAmbiental** é um espaço apropriado para o PNRH disponibilizar conteúdos de seu interesse e ganhar visibilidade e prováveis parcerias para ações de maior impacto, fortalecendo assim, a sua comunicação. Por fim, além dessas iniciativas, o instrumento com maior potencial para fortalecer a comunicação no PNRH será este Plano Estratégico de Comunicação no qual constam as estratégias que devem ser executadas de forma articulada com as dimensões e os componentes da comunicação dentro de uma visão integrada.

No âmbito da sociedade o PNRH não é conhecido. Enquanto algumas opiniões sugerem ser importante ter estratégias de divulgação nos meios de comunicação tradicionais para alcançar a sociedade em geral, outras avaliam que não deve ser esta a prioridade da comunicação no PNRH, sob pena dela se dispersar e perder o seu foco, que deve estar centrado no PNRH e no SINGREH. Neste último caso, a comunicação tem como potenciais parceiros e aliados alguns comitês de bacia hidrográfica que já se encontram em um grau avançado de profissionalismo quanto ao trabalho de comunicação que desenvolvem e que tem demonstrado resultados e impactos relevantes.

Feitas tais considerações são apontadas a seguir as forças e as fraquezas da comunicação no PNRH a partir das contribuições aportadas no Diagnóstico de Comunicação. Uma parte dos entrevistados/colaboradores valia que não existe comunicação no PNRH, logo, para essas pessoas não há como avaliar as suas forças e fraquezas. Outra parte preferiu analisar esses aspectos da comunicação tendo por perspectiva o novo PNRH, portanto, alinhada uma visão de futuro.

Um dos fatores que demonstram força da comunicação no âmbito do PNRH, segundo algumas opiniões, é a existência do Subprograma IV.3, que traz diretrizes e orientações construídas de forma coletiva sobre como deve se dar a comunicação no SINGREH. Em contraposição, a falta de estrutura da SRHQ e de pessoal especializado para executar a comunicação é a sua maior fraqueza. Seguem as opiniões:

Quadro 6: Forças e Fraquezas da Comunicação no PNRH

FORÇAS
<ul style="list-style-type: none">• A comunicação é força se atingir os seus objetivos.
<ul style="list-style-type: none">• A comunicação é força se for direcionada para o PNRH.
<ul style="list-style-type: none">• Uma das forças da comunicação é que o PNRH prevê um Subprograma (IV.3) dedicado à comunicação. Este programa traz diretrizes e orientações construídas de forma coletiva sobre como deve se dar a comunicação no âmbito do SINGREH. O CNRH tem uma Câmara Técnica dedicada ao tema. A ANA desenvolve várias ações de comunicação e capacitação (que, embora de excelente qualidade, podem hegemonizar o discurso de somente uma instituição do SINGREH). O DEA/MMA também tem ações nessa linha e plataforma de capacitação e divulgação de boas práticas.
<ul style="list-style-type: none">• A elaboração de uma estratégia de comunicação do PNRH é meta e uma de suas 16 prioridades até 2020. Essas prioridades foram aprovadas pelo Conselho Nacional de Recursos Hídricos (CNRH) em 7/12/2016 (Resolução CNRH nº 181).
<ul style="list-style-type: none">• Comunicação será força se for um instrumento de intercâmbios e promover o encontro de experiências bem sucedidas desenvolvidas no país com o SINGREH. Além de promover o engajamento deve ser um processo também de divulgação de ações exitosas na gestão de recursos hídricos. Isso pode

facilitar esses processos de intercâmbio e, conseqüentemente, o processo de fortalecimento do Sistema. Essas buscas têm que ser tanto dentro do Sistema quanto fora dele porque existem muitas experiências acontecendo na sociedade.

- Propiciar um amplo debate em todas as regiões brasileiras, podendo enxergar as várias realidades e promover intercâmbio entre os vários Estados, os técnicos do setor, a sociedade civil organizada e os diversos usuários.

FRAQUEZAS

- Atualmente um dos principais fatores que configuram fraqueza na comunicação do PNRH é a falta de uma estratégia de comunicação.
- Não atingir os seus objetivos representa uma fraqueza da comunicação.
- Se a comunicação se dispersar e achar que tem que comunicar com toda a sociedade e que o PNRH vai transformar a vida das pessoas, isso será fraqueza. O PNRH não tem esse poder e está muito longe da vida das pessoas. Muita pretensão e imaginação se a comunicação for direcionada para este ponto. Não se chegará lá. Será frustrante.
- Uma fraqueza da comunicação deve-se ao fato do Programa IV não ter sido implementado em sua integralidade, pois é mais teórico do que prático, porém orienta a atuação das áreas de comunicação e também eventos sobre o tema.
- SRHQ/MMA, responsável pelo PNRH, não possui uma área específica de Comunicação
- Dos poucos servidores lotados no Departamento de Recursos Hídricos (DRH) da SRHQ, nenhum tem a formação ou atuação na área de Comunicação. Portanto, não estão aptos para o desenvolvimento/acompanhamento/articulação do Plano de Comunicação do PNRH.
- O orçamento da SRHQ é pequeno diante da demanda que trará o Plano de Comunicação do PNRH.

2.4.2. Rede de Comunicação do PNRH

Uma iniciativa que poderá ajudar a fortalecer a comunicação no PNRH será a estruturação de uma Rede de Comunicação que agregue os atores chave que atuam com recursos hídricos e também contribua para gerar um processo de integração e de fluxos de informação permanentes.

Esta demanda é apresentada no Termo de Referência que rege esta consultoria, aqui atendida por meio da entrega de um *mailing list* dos Comitês Federais de Bacia Hidrográfica e Agências de Bacia; Comitês de Bacias Hidrográficas Estaduais; Conselhos Estaduais de Recursos Hídricos; Conselho Nacional de Recursos Hídricos; Pontos Focais da Comunicação nos Estados; e Comunicadores do SINGREH.

No próximo item são prestadas informações sobre o SINGREH e o trabalho de comunicação desenvolvido em alguns comitês de bacia hidrográfica.

2.5. O SISTEMA NACIONAL DE GERENCIAMENTO DOS RECURSOS HÍDRICOS

Instância máxima de participação democrática na hierarquia do CNRH, o SINGREH tem os seguintes objetivos previstos na Lei nº 9.433/97: (i) coordenar a gestão integrada das águas; (ii) arbitrar administrativamente os conflitos relacionados com os recursos hídricos; (iii) implementar a Política Nacional de Recursos Hídricos; (iv) planejar, regular e controlar o uso, a preservação e a recuperação dos recursos hídricos; e (v) promover a cobrança pelo uso de recursos hídricos.

Integram o Sistema Nacional de Gerenciamento dos Recursos Hídricos:⁸

- Conselho Nacional de Recursos Hídricos
- Agência Nacional de Águas
- Conselhos dos Recursos Hídricos dos Estados e do Distrito Federal
- Comitês de Bacia Hidrográfica

⁸ Redação dada pela Lei nº 9.984 de 2000.

- Os órgãos dos poderes públicos federal, estaduais, do Distrito Federal e municipais cujas competências se relacionam com a gestão de recursos hídricos
- Agências de Água
- Comitês Estaduais e Federais de bacias hidrográficas e suas respectivas Agências de Bacia.
- Todos os órgãos dos poderes públicos federal, estaduais, do Distrito Federal e municipais cujas competências se relacionem com a gestão de recursos hídricos.

Segundo dados disponibilizados pela Ascom/ANA, o país conta com mais de 200 comitês de bacia estaduais e federais. Os dados referentes aos entes que atualmente estão integrados ao Sistema, embora disponibilizados em planilhas, ainda não estão consolidados, o que impossibilita uma visão global do seu *status* atualmente.

2.5.1. Comunicação Faz a Diferença nos Comitês de Bacia

Entre os entes que integram o SINGREH, os comitês de bacia hidrográfica cumprem um papel estratégico para a gestão participativa, integrada e descentralizada das águas. Alguns desses comitês têm na comunicação uma importante aliada para as suas atividades e para o fortalecimento de sua relação com a sociedade, o poder público e seus públicos alvo.

Neste Plano Estratégico de Comunicação são apontados como exemplos de comunicação exitosa, no âmbito desse Sistema, as experiências desenvolvidas nos comitês das bacias hidrográficas do Rio São Francisco, Rio Paraíba do Sul, Rios PCJ (Piracicaba, Capivari e Jundiaí), Rio das Velhas, Rio Piancó-Piranhas-Açu e Rio Doce, a partir de consulta às pessoas que colaboraram para a elaboração deste diagnóstico. Para estes comitês foi encaminhado, via e-mail, um roteiro de perguntas sobre o trabalho desenvolvido na área de comunicação. À exceção do comitê da Bacia do Rio Doce, que até o momento não retornou, os demais responderam ao questionário e se mostraram bastante interessados em colaborar todas as vezes que foram solicitados. São as informações enviadas pelos comitês que compõem este capítulo.

Uma característica comum identificada nos comitês é o fato de já terem profissionalizado os seus serviços de comunicação, seja por meio da contratação de empresas especializadas, seja por meio da contratação de profissionais da área. Do ponto de vista estratégico enxergam a comunicação como instrumento de suporte à gestão, além de ser instrumento de divulgação das ações com potencial para agregar, criar referências, provocar empatias, estimular a participação, estabelecer pactos e relações recíprocas de confiança, promover a transparência na gestão, incentivar o controle social, mobilizar, contribuir para a legitimidade e o reconhecimento dessas instituições. O potencial dessas experiências para influenciar outros comitês e entidades, no âmbito do SINGREH, a desenvolverem as suas estratégias de comunicação, é um legado que não deve ser desperdiçado (Informações completas sobre o trabalho de comunicação desenvolvido nos comitês de bacia são encontradas no Diagnóstico de Comunicação do PNRH).

3. CONTRIBUIÇÕES PARA O NOVO PLANO NACIONAL DE RECURSOS HÍDRICOS

O processo de construção do novo PNRH que passará a vigorar a partir de 2021, além de absorver os aprendizados gerados no curso de sua implementação (2006-2020), será também um momento de reflexão para o seu aprimoramento e ampliação do seu escopo de atuação de modo a associá-lo a uma estratégia mais ampla de desenvolvimento, na qual sejam envolvidas e influenciadas outras esferas do planejamento e outros planos setoriais.

O marco lógico e a estratégia que irão orientar o processo de construção e de revisão do novo PNRH estão em fase de elaboração na SRHQ/MMA e, posteriormente, serão apresentados à Câmara Técnica do Plano Nacional de Recursos Hídricos (CTPNRH) e ao plenário do CNRH para apreciação e votação.

Tal qual ocorreu nas fases de elaboração e implementação do PNRH para o horizonte temporal 2006-2020, neste momento de elaboração do marco lógico e da estratégia para a construção do novo PNRH, serão imprescindíveis a participação e o envolvimento do SINGREH e da sociedade em geral. Esse aporte será fundamental para dar sustentação ao enfrentamento dos desafios institucionais previstos para o aprimoramento de seu processo de implementação no novo ciclo que se avizinha.

No contexto das entrevistas realizadas para a elaboração do Diagnóstico de Comunicação, as contribuições aportadas para o novo PNRH estão classificadas em sete itens principais: (i) Visão de Cenário para um Novo PNRH em 2021; (ii) Missão/Objetivos; (iii) Crenças e Valores; (iv) Serviços Oferecidos à Sociedade; (v) Estrutura de Poder; (vi) Forças e Fraquezas; (vii) Oportunidades e Ameaças.

Nos parágrafos a seguir são apresentadas sínteses que buscam refletir a essência das proposições correspondentes a cada um desses itens⁹.

3.1. VISÃO DE CENÁRIO

Com relação a este primeiro item, as opiniões apontam para um cenário de incertezas e até certo ponto pessimista, com possibilidades de reversão – ou não – desse quadro, dependendo do espectro político nacional que se formará a partir das eleições de outubro do ano corrente. Dentre as dificuldades apontadas para a configuração de um cenário propício à construção do novo PNRH se destacam o “processo de sucateamento da SRHQ/MMA, a falta de orçamento e de técnicos para fortalecer a gestão e implementação. Porém, mesmo nesse cenário de incertezas e dificuldades há quem vislumbre um novo PNRH como um Plano enxuto e orientativo das ações no âmbito do SINGREH.

De qualquer forma, em qualquer um dos cenários, os desafios do PNRH continuam proporcionais ao tamanho de sua missão institucional: orientar o uso de 12 por cento das reservas de água doce do planeta. Com este desafio institucional o PNRH atrai para si a responsabilidade e a honra de ser um dos planos mais importantes do mundo, na avaliação de um dos colaboradores, segundo o qual o papel da ANA - como agente propulsor do processo de construção do novo PNRH - é fundamental e indispensável para reverter o que ele chama de “cenário de fragilidade” e viabilizar as condições para a construção de um “Plano de altíssimo nível”.

⁹ As proposições são encontradas, na íntegra, no **Relatório Técnico Contendo o Diagnóstico de Comunicação do Plano Nacional de Recursos Hídricos, no Âmbito do SINGREH, as suas Potencialidades e Recomendações para o Processo de Elaboração do novo PNRH**. Projeto de Cooperação Técnica Internacional. BRA/IICA/14/004 – Gestão Integrada de Recursos Hídricos – SRHQ/MMA, setembro--2018, Brasília-DF.

3.2. MISSÃO/OBJETIVOS

Quanto à Missão/Objetivos as contribuições sugerem que o PNRH estabeleça diretrizes e uma agenda sociopolítica de articulação com o poder público (articulação horizontal) e a sociedade (articulação vertical) de forma coordenada e integrada com as políticas setoriais para nortear a gestão dos recursos hídricos no país, no âmbito da Política Nacional de Recursos Hídricos e do SINGREH, respeitando as peculiaridades socioeconômicas, culturais e ambientais de cada região além de possibilitar o avanço e a consolidação desse Sistema em âmbito nacional - na qualidade de órgão coordenador da gestão integrada das águas no Brasil, conforme institui a Lei Federal nº 9.433/97.

São também contribuições para a formulação da Missão/Objetivos do PNRH no ciclo que se inicia em 2021: apresentar diagnóstico de como está a situação dos recursos hídricos no país, com cenários prospectivos baseados em diferentes premissas, sinalizando ações que devem ser feitas, inclusive pelos setoriais, mas que não sejam impositivas e visem à busca de uma melhor segurança hídrica em termos de quantidade e qualidade; e orientar a implementação da Política de Recursos Hídricos nos estados e nas bacias hidrográficas, além de criar um ambiente institucional favorável para fortalecer o SINGREH e estabelecer um pacto nacional para a definição de diretrizes e políticas públicas voltadas para a melhoria da oferta de água, em quantidade e qualidade, buscando gerenciar as demandas e considerando ser a água um elemento estruturante para a implementação de políticas setoriais (saneamento, conservação ambiental, agricultura, indústria etc.) sob a ótica do desenvolvimento sustentável e da inclusão social.

3.3. CRENÇAS E VALORES

Neste item foi enfatizada a ideia de que as crenças e os valores que devem conduzir o processo de construção e implementação do novo PNRH estão dados pela própria Lei Federal nº 9.433/97, especificamente nos artigos I, II e III que tratam da participação e descentralização, do uso múltiplo das águas e da bacia hidrográfica.

Aos valores defendidos na lei acima citada são agregados outros complementares ou reforçadores dos princípios contidos na referida lei, tais como: a água tem valor econômico que deve incitar o seu uso racional; o PNRH é nacional, portanto, deve lidar com questões de recorte nacional, inclusive auxiliando na implementação de outros instrumentos de gestão, no âmbito da Política Nacional de

Recursos Hídricos; o PNRH é um Plano de Estado, não um Plano de Governo; a água deve ser vista como valor socioambiental para além da visão de seus usos múltiplos.

Além disso, são ressaltados aspectos relacionados com a necessidade de o PNRH olhar para a poluição das águas e identificar os responsáveis por esse dano ao meio ambiente. Deve também priorizar a participação social em sua elaboração e nas suas revisões, buscar desmistificar a ideia de que o Brasil é um país de riquezas infinitas e águas abundantes e, ainda, não esquecer que a água é um elemento estruturante para a implementação das políticas setoriais sob a ótica do desenvolvimento sustentável e da inclusão social.

3.4. SERVIÇOS A SEREM OFERECIDOS À SOCIEDADE

Algumas das possibilidades de ação que o PNRH pode desenvolver no ciclo que começa em 2021 na perspectiva de servir a sociedade são as seguintes: contribuir para organizar os atores envolvidos na gestão dos recursos hídricos no país, dentro e fora do SINGREH; definir agenda forte e permanente de articulação com a política ambiental e com outras políticas setoriais; apontar diretrizes para processos de educação ambiental; e ser um guia norteador das agendas dos órgãos gestores nos estados e da ANA”.

Mas além disso, é necessário que o PNRH busque alinhar a sua atuação a questões estratégicas do ponto de vista nacional, tais como: segurança hídrica e mudanças climáticas, secas e cheias, transporte hidroviário (potenciais rios navegáveis), reservação de água, dentre outros. Assim como também deve fortalecer o seu papel de ente coordenador das ações relacionadas com a gestão dos recursos hídricos no país e buscar se consolidar como referência, no âmbito do SINGREH. Sendo este grande norteador das ações, de modo que estas não aconteçam à revelia e de forma descoordenada, o PNRH assegura à sociedade a aplicação correta e adequada dos recursos financeiros destinados à gestão.

São ainda considerados serviços relevantes que podem ser prestados pelo PNRH à sociedade a articulação dos outros instrumentos de planejamento com as políticas ambiental e setoriais, assim como deve buscar processos mais efetivos de articulação de planejamentos envolvendo os setores usuários de água (saneamento, agricultura, transporte aquaviário, geração de energia elétrica, turismo etc.) no intuito de discutir como se articulam esses setores que têm na água elemento estruturante.

Ainda são demandas de serviço para o PNRH questões relacionadas com o setor de agricultura no país, no que diz respeito ao que se espera deste setor e quanto às áreas nas quais a agricultura deve ser reduzida ou desenvolvida.

Outras ações relevantes que irão auxiliar a compreensão da sociedade com relação aos recursos hídricos, englobam: disponibilizar documentos/estudos para orientar sobre o uso múltiplo das águas (diagnósticos setoriais por regiões hidrográficas, diretrizes, metas, programas e ações), que irão contribuir para a formulação dos planos estaduais de recursos hídricos e dos planos de bacia. Além disso, a sistematização das informações sobre a água em âmbito nacional, coordenação política e orientação na gestão das águas, transparência nas ações e diretrizes e programas visando a solução de crises e conflitos relacionados com os recursos hídricos, garantia do uso sustentável da água, dentre outros.

3.5. ESTRUTURA DE PODER

As opiniões a respeito da estrutura de poder no PNRH caminham em três direções: aquelas que consideram essa questão somente do ponto de vista da Lei nº 9.433/97; outras que a tratam sob o ponto de vista da referida lei, mas agregam avaliações e análises políticas; há quem polarize a questão entre o MMA e ANA; e, ainda, quem evoque para o próximo ciclo do PNRH o compartilhamento de sua coordenação - atualmente prerrogativa do MMA - com a ANA, sob a avaliação de que ambos são igualmente importantes, em seu contexto de implementação, cada qual cumprindo o seu papel: “O MMA como elemento político e a ANA como conhecedora e executora das ações”.

A falta de priorização do PNRH, no âmbito do MMA, o esvaziamento das reuniões do CNRH tanto do ponto de vista técnico quanto político contribuem para enfraquecer a instância máxima da estrutura do PNRH, segundo a Lei das Águas. “O CNRH foi objeto de avaliações críticas

Instância máxima na estrutura do PNRH segundo a Lei das Águas, o CNRH foi objeto de avaliações e críticas, assim como “o processo de enfraquecimento político institucional da SRHQ do MMA” que traz reflexos também enfraquecedores sobre as estruturas de poder no âmbito do PNRH. Avaliações indicam que o CNRH atravessa uma grande crise de representação e representatividade visto que a sociedade e os estados estão sub-representados neste Conselho, embora argumentem que é melhor

tê-lo do que não ter nenhum. Porém, “está muito aquém do que deveria ser para se chegar a um grau de compartilhamento de poder”.

Apesar da Lei nº 9.433/97 ter entre seus fundamentos a participação e a descentralização nas decisões, no âmbito da gestão das águas, o “poder de decisão no CNRH ainda é centralizado e mesmo tendo reflexo nas decisões em nível de bacia hidrográfica e dos sistemas hídricos pouco é percebido pelos entes envolvidos que fazem parte do PNRH”.

3.6. MARCOS TEMPORAIS PARA A DIVULGAÇÃO DO PNRH/2021

A identificação de marcos temporais para a divulgação do novo PNRH é uma das atividades previstas no Termo de Referência norteador desta consultoria de comunicação. As informações para atender a esta demanda foram extraídas da proposta do Marco Lógico que irá nortear o processo de construção do novo PNRH, em fase de avaliação na SRHQ; estando, portanto, sujeitas a modificações até que o Marco Lógico seja aprovado definitivamente.

Conforme consta da Proposta de Marco Lógico o processo de construção do PNRH deverá ser dividido em cinco fases iniciais (i) Diagnóstico; (ii) Prognóstico; (iii) Objetivo, Diretrizes e Metas; (iv) Programas; (v) Avaliação Ambiental Estratégica e (vi) a Fase Final (Plano Nacional Estatutário de Recursos Hídricos).

A Proposta sugere que o processo participativo de construção do PNRH/2021 seja mais enxuto com relação ao processo ocorrido na construção do PNRH aprovado em 2006, por duas razões: (i) o prazo reduzido para elaboração do PNRH (18 meses) e (ii) por causa do acúmulo de conhecimento gerado no processo de construção e implementação do PNRH vigente já ser suficiente para subsidiar a elaboração do Plano que será construído. A sugestão é que a participação na construção do novo PNRH seja canalizada via Conselhos Estaduais de Recursos Hídricos, Comitês de Bacias Hidrográficas e Setor Usuários aos quais caberá capilarizar entre os segmentos representados o processo de elaboração do PNRH 2021, obter e sistematizar os subsídios para a elaboração dos Relatórios para as cinco fases e a Fase Final de construção do PNRH.

Se aprovada esta proposta de Marco Lógico, será possível deduzir que os Comitês de Bacia Hidrográfica, os Conselhos Estaduais de Recursos Hídricos e o setor

Usuário serão os públicos potenciais previamente definidos para as ações de comunicação a serem implementadas durante o processo de construção do novo PNRH.

Entretanto, no Marco Lógico a metodologia de participação no processo de construção do PNRH ainda não está definida. Portanto, no Quadro a seguir são apresentadas sugestões de ações de comunicação para as fases de construção do PNRH/2021, porém, ainda em caráter preliminar. Somente a partir das ações que serão definidas, no âmbito desta estratégia, é que será possível traçar ações de comunicação mais concretas.

Quadro 7: Ações Preliminares de Comunicação para a Construção do PNRH/2021

PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DO NOVO PNRH					
DATA	AÇÃO	ESTRATÉGIAS E PRODUTOS DE COMUNICAÇÃO		PÚBLICO ALVO	PARCERIA/APOIO
MAR/2019	Evento de abertura do processo de construção do PNRH/2019	ARTICULAÇÃO, MOBILIZAÇÃO E DIVULGAÇÃO	<ul style="list-style-type: none"> Folder informando como será o processo de participação no processo de construção do PNRH Vídeo com o mesmo enfoque Spots de rádio 	Entes do Governo Federal que integram o CNRH	<ul style="list-style-type: none"> Ascom MMA Ascom ANA Ascom dos órgãos que compõem o SINGREH (especialmente os comitês de bacia que já têm comunicação estruturada) Secretarias de Meio Ambiente dos Estados Secretarias de Recursos Hídricos dos Estados Universidades
-	-	-	<ul style="list-style-type: none"> Vídeo com o mesmo enfoque 	—	
-	-	-	<ul style="list-style-type: none"> Ação de mobilização e articulação no Parlamento para divulgação do processo de construção do PNR/2021 e busca de apoio 	Deputados e Senadores	<ul style="list-style-type: none"> Agendar visita aos gabinetes dos deputados federais/distritais e senadores que são envolvidos com

					a questão ambiental e dos recursos hídricos
DATA	AÇÃO	ESTRATÉGIAS E PRODUTOS DE COMUNICAÇÃO		PÚBLICO ALVO	PARCERIA/APOIO
Mar/2019	Evento de abertura do processo de construção do PNRH/2019	ASSESSORIA DE IMPRENSA	<ul style="list-style-type: none"> • Produção e distribuição de releases e sugestões de pauta aos veículos de comunicação (Jornais, rádios e TVs) • Agendamento de entrevista nas emissoras de TV e Rádios 	Imprensa	<ul style="list-style-type: none"> • Ascom MMA • Ascom ANA • Ascom dos órgãos componentes do SINGREH

DATA	AÇÃO	ESTRATÉGIAS E PRODUTOS DE COMUNICAÇÃO		PÚBLICO ALVO	PARCERIA/APOIO
Mar/2019	Evento de abertura do processo de construção do PNRH/2019	DIVULGAÇÃO NAS MÍDIAS/REDES SOCIAIS	Definição das Redes Sociais que serão usadas	A definir	Ascom MMA
FASES DE ELABORAÇÃO DO PNRH					
Fase 1 Diagnóstico	ATIVIDADE	RELATÓRIOS	AÇÃO DE COMUNICAÇÃO	CANAIS DE COMUNICAÇÃO	PARCERIA/APOIO
	Processo de elaboração dos Relatórios que irão compor o diagnóstico	<ul style="list-style-type: none"> Relatórios de Situação dos Recursos Hídricos de região hidrográfica Brasileira – RHB Relatórios da Situação da Gestão de Recursos Hídricos nas Unidades da Federação – UF Relatórios da Situação da Implementação do PNRH/2006 	Divulgação nos canais de comunicação institucional	Canais de comunicação do MMA Canais de Comunicação da ANA Canais de comunicação dos entes que integram o SINGREH Canais de comunicação dos entes que integram o CNRH	Os mesmos citados na coluna anterior
Fase 2 Prognóstico	Entrevistas a especialistas da área para consolidação das visões de futuro do país, considerando	<ul style="list-style-type: none"> Relatório de Consolidação de Visões de Futuro do Brasil para subsidiar o PNRH/2021 	Contribuição para o agendamento das entrevistas	Canais de comunicação do MMA	-

	o horizonte temporal de elaboração do PNRH/2021	<ul style="list-style-type: none"> Relatório com identificação de cenários de bacias hidrográficas que demandem a intervenção gerencial da União 	<p>Acompanhamento das entrevistas para registro fotográfico a fim de memorizar a atividade</p> <p>Contribuição para a organização e sistematização dos conteúdos das entrevistas</p> <p>Divulgação (se for o caso) nos canais de comunicação institucional</p>	<p>Canais de Comunicação da ANA</p> <p>Canais de comunicação dos entes que integram o SINGREH</p> <p>Canais de comunicação dos entes que integram o CNRH</p>	
Fase 2 Prognóstico	Estudos prospectivos elaborados por agências internacionais	-	Contribuir para identificar os estudos prospectivos e as respectivas agências	-	-
Fase 3 Objetivos, Diretrizes e Metas	-	Relatório de Bases para uma Estratégia de Gerenciamento de Recursos Hídricos no Brasil	Divulgação nos canais de comunicação institucional	<p>Canais de comunicação do MMA</p> <p>Canais de Comunicação da ANA</p> <p>Canais de comunicação dos entes que integram o SINGREH</p>	-

				Canais de comunicação dos entes que integram o CNRH	
Fase 4 Programas	-	Relatório de Programas do Plano Nacional de Recursos Hídricos		Canais de comunicação do MMA Canais de Comunicação da ANA Canais de comunicação dos entes que integram o SINGREH Canais de comunicação dos entes que integram o CNRH	Os mesmos citados na coluna anterior
Fase 5 Avaliação Ambiental Estratégica	-	Relatório de Avaliação Estratégica dos Programas do Plano Nacional de Recursos Hídricos	-	Canais de comunicação do MMA Canais de Comunicação da ANA Canais de comunicação dos	-

				entes que integram o SINGREH	
				Canais de comunicação dos entes que integram o CNRH	
Fase Final	Plano Nacional Estatutário de Recursos Hídricos	-	-	<p>Canais de comunicação do MMA</p> <p>Canais de Comunicação da ANA</p> <p>Canais de comunicação dos entes que integram o SINGREH</p> <p>Canais de comunicação dos entes que integram o CNRH</p>	Os mesmos citados na coluna anterior

4. A COMUNICAÇÃO NO ÂMBITO DO NOVO PLANO NACIONAL DE RECURSOS HÍDRICOS

No intuito de reforçar o que já foi explicitado na Introdução Metodológica, os fundamentos deste capítulo foram extraídos do Diagnóstico de Comunicação. O capítulo é composto dos seguintes itens: (i) Posicionamento; (ii) Bases Conceituais; (iii) Diretrizes Estratégicas; (iv) Justificativa; (v) Objetivos; (vi) Públicos Alvo; e (vii) Demandas de Comunicação e Potencialidades Comunicacionais identificadas no PNRH.

4.1. POSICIONAMENTO

O **Posicionamento** é uma ferramenta de auditoria de imagem muito usada no marketing para aferir a percepção de públicos alvo com relação a produtos e serviços. No Planejamento Estratégico da Comunicação Institucional o **Posicionamento** tem por objetivo investigar de que forma (imagem) a organização, instituição, plano ou projeto são percebidos pelos seus públicos alvo. A intenção é verificar se a ideia presente no imaginário das pessoas está de acordo com a imagem que se pretende projetar e se esta imagem mantém coerência com os objetivos definidos. Dependendo dos resultados apontados na pesquisa caberá avaliar se o **Posicionamento** carece ou não de correções e adequações.¹⁰

No caso do PNRH, buscou-se identificar qual a percepção que gestores, conselheiros, técnicos, entre outros têm a seu respeito e como na opinião deles o PNRH é percebido pela sociedade. Os depoimentos coletados para subsidiar a elaboração do Diagnóstico de Comunicação indicam percepções diferenciadas quando se trata de olhar o PNRH em seu ambiente interno, porém é consenso que para a sociedade em geral - incluindo as comunidades tradicionais – se trata de um instrumento totalmente desconhecido.

Entretanto, o maior desafio da comunicação não será tornar o PNRH um instrumento conhecido da sociedade, embora seja importante que a sociedade o conheça. Mas sobretudo contribuir para legitimá-lo perante o SINGREH e torná-lo não apenas “conhecido” deste público mas “reconhecido” por ele como o seu principal

¹⁰ BELTRAND, Marcelo Vernet. **Manual de Comunicação e Meio Ambiente**, 2004, pag. 24, São Paulo/SP.

instrumento orientador”. Segundo alguns colaboradores é fundamental este reconhecimento, pois entende-se que atualmente, mesmo considerados a sua importância e o seu peso institucional, o PNRH ainda é frágil e desprestigiado no âmbito desse Sistema.

Ainda com relação ao SINGREH foi destacado que o PNRH é percebido mais pela sua institucionalidade do que pelo seu poder real. Entretanto há quem considere quem nem isso, ou seja, que o PNRH não é percebido pelo SINGREH e nem pelos seus comitês de bacia hidrográfica, nem tampouco pelo CNRH. Segundo opiniões a ANA percebe o PNRH porque tem estrutura e recursos que permitem maior divulgação de suas ações. No entanto, avalia-se que “isto faz com que sobressaia apenas um aspecto da Política Nacional de Recursos Hídricos pelo fato de estar a cargo desta instituição, sendo que outros aspectos ficam de fora”. É ressaltado que neste contexto “acaba havendo homogeneização do discurso e da informação para fora, mas não igualmente para dentro da ANA”. Advoga-se, nesse caso, a necessidade de se fortalecer a comunicação das outras instâncias de gestão das águas.

Com relação a percepção que os usuários de água têm do PNRH, as opiniões sugerem que o mesmo representa um avanço metodológico importante para esses setores, porém seus resultados são generalistas. Outras acreditam que é o PNRH é percebido como um instrumento de consulta, sobretudo com relação ao Diagnóstico que traça o Panorama e o Estado dos Recursos Hídricos no Brasil. Há também quem o veja como um instrumento extremamente técnico, que demanda um esforço grande de compreensão e interpretação.

Houve também quem opinasse sobre as percepções predominantes acerca do PNRH no ambiente governamental. No âmbito do Governo Federal o entendimento é de que o PNRH é visto como um instrumento burocrático. Com relação aos gestores estaduais avalia-se que o PNRH é visto neste segmento como pouco eficaz, enquanto nos comitês de bacia as opiniões são de que o PNRH ainda não alcançou o reconhecimento que já deveria ter alcançado como instrumento de referência nessas instituições. Em contraposição, há quem o perceba como um instrumento de altíssimo potencial para a articulação e a integração das ações para o setor água entre os diferentes níveis de governo e as bacias hidrográficas, buscando uma coordenação entre esses segmentos para a maior efetividade dos resultados.

Em meio aos diversos olhares se destacam também aqueles que o percebem a partir de seus programas e subprogramas, os quais segundo algumas avaliações “foram construídos de forma burocrática e sem o engajamento real de quem precisa implantá-los”. O PNRH também é percebido como a apresentação dos recursos hídricos de forma genérica e como um instrumento de formulação de políticas públicas pouco divulgado nos meios de comunicação.

Ao longo das opiniões apresentadas fica evidente que a diversidade de olhares demonstra não haver entre os atores um ponto de referência que unifique um **Posicionamento** em torno do PNRH sob uma visão estratégica e coerente com a sua condição de maior e mais importante instrumento de orientação da Política Nacional de Recursos Hídricos no país e do SINGREH, conforme prevê a Lei Federal nº 9.433/97.

É possível que a falta de execução de uma estratégia de comunicação durante o seu processo de implementação tenha contribuído para a não construção e consolidação de um **Posicionamento** mais coeso e unificado entre os seus atores contribuindo, assim, para a sua total invisibilidade social.

Nas entrevistas realizadas para o Diagnóstico de Comunicação foi enfatizado que a comunicação no âmbito do PNRH deve contribuir para dar visibilidade às suas ações, mas não somente na perspectiva de torná-lo conhecido da sociedade como também para fortalecer o seu papel institucional e torná-lo reconhecido e respeitado no âmbito do SINGREH, na qualidade de seu principal instrumento orientador. Ao abraçar este desafio a comunicação estará dando importante contribuição para firmar um **Posicionamento** sobre o PNRH, entre os atores e a sociedade, que seja condizente com os seus fundamentos e objetivos estratégicos.

Cabe destacar, por fim, que este **Posicionamento** só será firmado e consolidado se houver compromisso com um processo continuado e sistêmico de comunicação e mobilização social par além dos seus processos de construção e revisão, superando, assim, uma tradição de comunicação e mobilização que só ocorre de quatro em quatro em quatro anos. Segundo algumas avaliações os momentos mais expressivos de mobilização e visibilidade do PNRH, durante a sua trajetória, remontam aos períodos de sua construção e aos processos de revisão, sendo o ápice no processo de construção com a realização dos seminários nas 12 regiões hidrográficas do país. O desafio da comunicação é ativar esse potencial mobilizador na agenda diária do PNRH forjando as

condições para firmar um **Posicionamento** adequado e coerente com a sua missão e objetivos.

4.2. BASES CONCEITUAIS

As bases conceituais balizadoras deste Plano Estratégico de Comunicação consubstanciam as definições e os objetivos da comunicação no âmbito do PNRH e da GIRH, propugnados no Termo de Referência que rege esta consultoria de comunicação como também nas Resoluções do CNRH, nos objetivos definidos para a comunicação no Programa IV, no conceito de educomunicação norteador das ações de comunicação desenvolvidas pelo Departamento de Educação Ambiental (DEA) do MMA e, ainda, nas contribuições auferidas ao Diagnóstico de Comunicação por cinco comitês de bacias hidrográficas em atividade no país.

No âmbito do CNRH, a Resolução nº 98 de 26 de março de 2009¹¹ foi a primeira a tratar da temática comunicacional. Esta Resolução define a comunicação no âmbito da GIRH como “processos educativos que compreendem a produção, acessibilidade e socialização de informações pertinentes à implementação da GIRH e favorecem o diálogo entre as instituições que integram o SINGREH e entre este Sistema e a sociedade, contribuindo para o fortalecimento da participação e do controle social na gestão democrática da água”.

Já o Termo de Referência que rege esta consultoria afirma que o PNRH deve priorizar os seguintes objetivos de comunicação:

- Aprimorar e ampliar a comunicação sobre os resultados da implementação das Prioridades e Metas do PNRH para 2016-2020, aprovadas pela Resolução CNRH nº 181/2016, no âmbito do SINGREH e para a sociedade.
- Orientar as ações de comunicação do PNRH considerando o marco lógico do processo de elaboração do PNRH a vigorar em 2021.
- Fortalecer os canais de comunicação da SRHQ/MMA a respeito do PNRH com o SINGREH e a sociedade, bem como a atuação da Coordenação de

¹¹ Estabelece princípios, fundamentos e diretrizes para a educação, o desenvolvimento de capacidades, a mobilização social para a informação e a mobilização para a GIRH no SINGREH.

Comunicação Integrada do Sistema Nacional de Gerenciamento de Recursos Hídricos (Ciágua).

Esses objetivos estão alinhados com o que preconiza a Resolução do CNRH nº 181 de 7 de dezembro de 2016¹², com relação ao papel da comunicação no PNRH: “Ampliar e fortalecer a participação da sociedade na gestão das águas e promover o compartilhamento de informações em linguagem clara e acessível sobre a situação da qualidade e quantidade das águas e de sua gestão”.

No âmbito do Programa IV (Subprograma “Comunicação e Difusão de Informações em Gestão Integrada dos Recursos Hídricos”) a comunicação tem por objetivo geral a “difusão de conceitos, iniciativas e demais informações relativas à gestão integrada dos recursos hídricos no Brasil, buscando-se fortalecer os canais de comunicação existentes e possibilitando a criação de novos canais para que se desenvolva interlocução social”¹³. Este objetivo geral foi desdobrado em três objetivos específicos:

- Promover a melhoria da comunicação de informações entre os entes do SINGREH, qualificando o processo de tomada de decisão.
- Contribuir para o exercício de representatividade no SINGREH, fortalecendo a transparência sobre as deliberações e os encaminhamentos desses colegiados.
- Desenvolver a articulação do SINGREH com a sociedade, difundindo os conceitos da Política Nacional de Recursos Hídricos de forma acessível, clara e educativa.

Além disso, este Plano Estratégico de Comunicação é balizado conceitualmente sobre os preceitos da “educomunicação”, difundidos no Programa Nacional de Educação Ambiental (Pronea) em articulação com a Política Nacional de Educação Ambiental (PNEA), instituída pela Lei Federal nº 9.795 de 27 de abril de 1999. No âmbito do Departamento de Educação Ambiental (DEA) do MMA, a comunicação nos processos de educação ambiental tem um papel educativo e fomentador de um tipo de prática comunicacional que valoriza tanto a peça comunicativa quanto o processo de

¹² Estabelece as Metas, Ações e Prioridades para o PNRH no ciclo 2016-2020.

¹³ MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE - Secretaria de Recursos Hídricos e Qualidade Ambiental, op. cit. pag. 125, 2008.

produção, por meio da ação reflexiva e participativa que envolve diferentes olhares e sujeitos.

Enquanto a mídia tradicional atua com base em um padrão massificante e em estreita consonância com a lógica do mercado, a comunicação no âmbito da educação ambiental busca ser um contraponto a esse “modelo” demolidor de consciências. “Esse processo que busca tirar reflexões, construir conhecimentos e observar os diversos olhares” diante do fazer comunicativo, conceitualmente é denominado “educomunicação”.

Por fim, este Plano Estratégico de Comunicação foi buscar inspiração conceitual nas experiências exitosas de comunicação desenvolvidas no âmbito do SINGREH por meio dos Comitês de Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco, Rio Paraíba do Sul, Rios PCJ, Rio das Velhas e Rio Piancó-Piranhas-Açu. Praticamente todos eles adotam em suas estratégias de comunicação os princípios da comunicação integrada¹⁴ em busca não apenas de divulgar e disponibilizar informações relacionadas com a gestão dos recursos hídricos como também de se consolidar como referências nessa área frente aos seus públicos alvo, a fim de promover a transparência na gestão e de estimular a participação, a integração, o engajamento e o controle social nas suas áreas de atuação¹⁵.

4.3. DIRETRIZES ESTRATÉGICAS

Diretrizes consubstanciam princípios e fundamentos de “caráter permanente para a tomada de decisões e o estabelecimento de ações”¹⁶. São, portanto, guias para identificar oportunidades e sinais de mudança em determinada instituição, planos, programas ou projetos, que ajudam a planejar ações de modo coerente com os objetivos a serem alcançados.

¹⁴ KUNSCH Margarida, **Comunicação integrada: “Visão holística das várias modalidades da comunicação que é produzida nas organizações. Pode ser entendida como uma junção da comunicação institucional, interna, administrativa e mercadológica”**, “Nós da Comunicação”, vídeo publicado na internet, Faculdade Cásper Líbero, São Paulo/SP, 02/07/2018.

¹⁵ MMA/SRHQ/IICA, **Plano Nacional de Recursos Hídricos – Diagnóstico de Comunicação – A Comunicação no Âmbito do Sistema Nacional de Gerenciamento dos Recursos Hídricos - O Olhar Profissional que Faz a Diferença nos Comitês de Bacia**, pag. 62, setembro, 2018, Brasília/DF

¹⁶ MMA/SRHQ, **Plano Nacional de Recursos Hídricos – Síntese Executiva** – pág. 95, 2006, Brasília-DF.

As diretrizes estratégicas que nortearão as ações de comunicação no PNRH estão alinhadas com as bases conceituais acima propostas e referendadas pelas contribuições aportadas no Diagnóstico de Comunicação, essencialmente aquelas relacionadas com a Missão, os Objetivos, as Crenças e os Valores que devem ser observados e cultivados no processo de construção e implementação do novo PNRH, bem como deste Planejamento Estratégico de Comunicação.

No âmbito deste Plano Estratégico de Comunicação as diretrizes estratégicas também estão alinhadas com os princípios e fundamentos da Lei Federal nº 9.433/97, especialmente os relacionados com a descentralização e a participação na gestão dos recursos hídricos que, igualmente, devem ser incorporados e aplicados à comunicação como meios de assegurar coerência nos processos comunicativos com relação às dimensões e aos componentes que irão reger o ciclo da comunicação no PNRH, mencionados na Introdução Metodológica e detalhados no **item 5 (subitem 5.9)**.

Dito isto, seguem descritas as diretrizes estratégicas norteadoras das ações planejadas neste instrumento comunicacional, segundo as quais a comunicação no âmbito do PNRH deve:

- Estar estruturalmente vinculada ao Planejamento Estratégico do PNRH, com orçamento próprio e condições materiais e de pessoal adequadas para a execução de suas ações com êxito.
- Ter perspectiva e alcance nacional abrangendo as 12 regiões hidrográficas do país.
- Atuar como instrumento de divulgação de informações e de visibilidade do PNRH, mas também de mobilização e de estímulo ao engajamento social e institucional visando ao fortalecimento do SINGREH tanto do ponto de vista dos atores que atuam neste Sistema, quanto daqueles que estão fora e precisam ser incorporados.
- Atuar para que o PNRH seja conhecido e reconhecido pelo SINGREH como o seu principal instrumento de coordenação.
- Usar linguagem clara e objetiva para prestar informações de qualidade adequadas aos diferentes públicos.

- Ser suporte nas ações do PNRH que visem ampliar e fortalecer a participação da sociedade na gestão integrada dos recursos hídricos.
- Ser única, comum, refletir ação e ter foco bem direcionado.
- Focar suas ações no acompanhamento das metas do PNRH e promover a sua visibilidade social e institucional.
- Mostrar à sociedade que a água é elemento escasso que precisa ser valorizado em quantidade e qualidade, desmistificando a ideia de abundância predominante no senso comum.
- Interpretar os instrumentos da gestão e trabalhar as informações do ponto de vista dos benefícios proporcionados pela gestão à sociedade.
- Atuar buscando contribuir para ampliar o conhecimento da sociedade a respeito dos usos das águas, das demandas atuais e futuras, além dos possíveis impactos na sua disponibilidade em quantidade e qualidade.
- Quebrar possíveis resistências à mudança de formato e de conteúdo do PNRH e mostrar que o novo é bom!
- Dar visibilidade e suporte comunicacional às ações de articulação do PNRH com a Política Ambiental e demais políticas setoriais.
- Estabelecer diretrizes para a comunicação no âmbito do SINGREH.

4.4. JUSTIFICATIVA

Os fundamentos que justificam a necessidade de elaboração e execução de um Plano Estratégico de Comunicação no âmbito do PNRH são identificados em várias passagens do Diagnóstico de Comunicação. Aqui serão apontados alguns.

Nos fatores que configuram forças e fraquezas, por exemplo, essa demanda é perceptível tanto pela ausência de uma estratégia de comunicação, que tem contribuído para a sua invisibilidade social, quanto pelo seu potencial comunicativo e mobilizador, confirmado durante o seu processo de construção e nas revisões ocorridas em sua implementação, embora na maior parte do tempo este potencial de mobilização se encontre ocioso devido à falta de uma agenda política permanente de articulação que induza à ação comunicativa simultânea e sistemática. Ainda nessa direção, o potencial agregador da água, principal fonte da atuação institucional e política do PNRH, foi

reiteradamente salientado como fator positivo para alavancar e fortalecer a comunicação sob uma visão estratégica, processual, participativa, continuada e integradora.

Observa-se, ainda, que além da invisibilidade social, o PNRH é pouco conhecido até mesmo entre técnicos de instituições vinculados à sua estrutura de planejamento, implementação e acompanhamento. Dentre as várias propostas apresentadas no processo de construção de Diagnóstico de Comunicação uma delas foi de realização de um curso que venha suprir as lacunas de conhecimentos e informações sobre este importante instrumento da Política Nacional de Recursos Hídricos vigente no país.

Sob a perspectiva dos conceitos e das definições atribuídos à comunicação no âmbito do PNRH e da GIRH, no âmbito do Programa IV e nas Resoluções do CNRH, também é notório a falta de articulação desses conceitos e definições com uma estratégia de comunicação mais ampla que demande ações estrategicamente elaboradas para o estabelecimento e a consolidação de processos comunicativos aptos a gerar resultados e impactos duradouros.

Por fim, vem dos comitês de bacia um bom e inspirador exemplo da relevância de se planejar estrategicamente a comunicação. As experiências desenvolvidas nesses comitês e compartilhadas no Diagnóstico de Comunicação pelos assessores de comunicação e as empresas responsáveis pelo planejamento e execução das estratégias, revelam o poder que tem a comunicação para agregar esforços e recursos em torno de objetivos comuns, criar referências, estabelecer empatias e sinergias, informar, proporcionar transparência à gestão, estimular a participação e o controle social, além de criar e fortalecer canais de diálogo para intercâmbio de conhecimentos e experiências, dentre tantas outras possibilidades.

Dadas as dimensões do Brasil e considerando ser o PNRH um plano de abrangência nacional com grandes desafios a cumprir, cabe reiterar a necessidade e relevância de implementação de uma estratégia de comunicação em seu arcabouço, nem tão somente devido a lacuna deixada pela falta deste instrumento, mas principalmente pelo que ele pode agregar de positivo e potencializador para a implementação bem sucedida do PNRH em seu próximo ciclo.

4.5. OBJETIVOS

Objetivo Geral

Este Plano Estratégico de Comunicação tem como objetivo geral propor e viabilizar a execução de estratégias integradas de comunicação, visibilidade, mobilização e agregação social e institucional no âmbito do PNRH que passará a vigorar a partir de 2021, em articulação com as ações que serão executadas em seu processo de construção, implementação e revisão, em consonância com os princípios e fundamentos da Política Nacional de Recursos Hídricos vigente no país.

Objetivos Específicos

- Contribuir para o fortalecimento do papel do PNRH de ente norteador e coordenador do SINGREH e da Política Nacional de Recursos Hídricos.
- Contribuir para a realização de processos educativos que compreendem a produção, acessibilidade e socialização de informações pertinentes à implementação da GIRH e favorecem o diálogo entre as instituições que integram o SINGREH e entre este Sistema e a sociedade, contribuindo para o fortalecimento da participação e do controle social na gestão democrática da água.
- Aprimorar e ampliar a comunicação sobre os resultados da implementação das Prioridades e Metas do PNRH para 2016-2020, aprovadas pela Resolução CNRH nº 181/2016, no âmbito do SINGREH e para a sociedade.
- Orientar as ações de comunicação do PNRH considerando o marco lógico do processo de elaboração do PNRH a vigorar em 2021.
- Fortalecer os canais de comunicação da SRHQ/MMA a respeito do PNRH com o SINGREH e a sociedade, bem como a atuação da Coordenação de Comunicação Integrada do Sistema Nacional de Gerenciamento de Recursos Hídricos (Ciágua).
- Promover a melhoria da comunicação de informações entre os entes do SINGREH, qualificando o processo de tomada de decisão.
- Contribuir para o exercício de representatividade no SINGREH, fortalecendo a transparência sobre as deliberações e os encaminhamentos desses colegiados.

- Desenvolver a articulação do SINGREH com a sociedade, difundindo os conceitos da Política Nacional de Recursos Hídricos de forma acessível, clara e educativa.

4.6. PÚBLICOS ALVO

Os públicos alvo propostos no Diagnóstico de Comunicação para este Plano Estratégico de Comunicação apresentam as seguintes tipologias: Público Prioritário, Público Integrativo, Público de Interesse no Âmbito do Poder Executivo, Público de Interesse no Âmbito do Poder Legislativo, Público Sociedade Civil Organizada, Público Sistema Educacional Formal, Público Difuso e Público Imprensa. Para grande parte dos entrevistados/colaboradores o SINGREH deve ser o público alvo prioritário das ações de comunicação a serem implementadas no âmbito do novo PNRH. Seguem as tipologias de público alvo e suas definições:

- Público Prioritário: Sistema Nacional de Gerenciamento dos Recursos Hídricos. As ações de comunicação destinadas a este público alvo devem contribuir para: (i) fortalecer e consolidar o Sistema; (ii) ampliar a participação da sociedade na gestão da águas; e (iii) favorecer a consolidação e o reconhecimento do PNRH como referência perante o SINGREH, por meio de instrumentos de comunicação específicos e direcionados, visando, em última instância, participação social e engajamento.

Órgãos, instituições e colegiados que compõem o SINGREH:

- Conselho Nacional de Recursos Hídricos
- Agência Nacional de Águas (ANA), na qualidade de órgão regulador e fiscalizador do uso e acesso aos recursos hídricos no país.
- Secretaria de Recursos Hídricos e Qualidade Ambiental do Ministério do Meio Ambiente, na função de Secretaria Executiva do Conselho Nacional de Recursos Hídricos (CNRH).
- Comitês Estaduais e Federais de bacias hidrográficas e suas respectivas Agências de Bacia.
- Todos os órgãos dos poderes públicos federal, estaduais, do Distrito Federal e municipais cujas competências se relacionem com a gestão de recursos hídricos.

- Conselhos de Recursos Hídricos dos estados e do Distrito Federal.
- Público Integrativo: contempla os setores usuários que têm na água elemento estruturante para os seus planos e políticas de desenvolvimento. As ações de comunicação destinadas a este público buscarão contribuir para o processo de integração entre a Política Nacional de Recursos Hídricos e as políticas setoriais, prioritariamente nos seguintes setores: (I) saneamento (ii) agropecuário (ii) hidroviário e (iv) energia elétrica.
- Público de Interesse no Âmbito do Poder Executivo (esferas municipal, estadual, federal e distrital): constituído de instituições do poder executivo (federal, estadual, municipal e distrital) envolvidas com a gestão dos recursos hídricos no país, para o qual as ações de comunicação serão destinadas com o objetivo de sensibilizá-los para a necessidade de internalização do PNRH como referência nas estruturas de governo, por meio de pactuações, termos de parceria, dentre outros instrumentos institucionais possíveis.
- Público de Interesse no Âmbito do Poder Legislativo (esferas municipal, estadual, federal e distrital): constituído de parlamentares envolvidos com a gestão dos recursos hídricos no país (Congresso Nacional, Câmara Distrital e Câmaras dos estados, e Distrito Federal) para os quais as ações de comunicação serão destinadas com o objetivo de sensibilizá-los para a necessidade de se fortalecer a gestão integrada dos recursos hídricos, com a introdução e priorização dessa temática nas suas plataformas políticas, de modo a contribuir também para a internalização de recursos financeiros no PNRH, por meio de emendas parlamentares e para o seu fortalecimento político e institucional.
- Público Sociedade Civil Organizada: contempla organizações da sociedade civil (urbanas e não urbanas) com atuação no campo dos recursos hídricos. As ações de comunicação para este público devem contribuir para ampliar a representação da sociedade nas instâncias de participação do PNRH e para o estabelecimento de parcerias para a gestão integrada dos recursos hídricos no país.
- Público Sistema Educacional Formal: constituído de instituições de ensino (escolas e universidades públicas e privadas). Para este público as ações de comunicação devem disponibilizar informações para estimular o debate sobre a importância da água como elemento essencial para a vida no/do Planeta, entre

crianças, jovens e adultos, assim como para promover a consciência crítica e sensibilizar para a participação e o engajamento nos processos e ações voltados à gestão integrada dos recursos hídricos brasileiros.

- **Público Difuso:** constituído de cidadãos e cidadãs comuns: receptores das informações divulgadas no âmbito da imprensa. Para atingir este público o PNRH deve abastecer os veículos de comunicação de informações de seu interesse por meio do envio de releases, sugestões de pauta, de entrevistas etc.
- **Público Imprensa:** composto pelos veículos de comunicação tradicionais impressos (jornais, revistas) e eletrônicos (rádio e TV), os quais serão abastecidos de informações sobre o PNRH e conteúdos relacionados com a água e a gestão dos recursos hídricos no país, para serem transformados em notícias e disseminados para o público difuso.

Quadro 8: Tipologias de Público Alvo e Objetivo das Ações de Comunicação

Tipologias de Público Alvo	Objetivos das Ações de Comunicação Direcionadas para os Públicos Alvo
Público Prioritário: SINGREH	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer e consolidar o SINGREH • Ampliar a participação da sociedade na gestão das águas • Favorecer a consolidação e o reconhecimento do PNRH, como referência perante este público alvo
Público Integrativo: Setores usuários que têm na água elemento estruturante para os seus planos e políticas de desenvolvimento	<ul style="list-style-type: none"> • Promover Integração entre o PNRH e as políticas setoriais
Público de Interesse no Âmbito do Poder Executivo: Municipal, Estadual e Federal	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilizar parlamentares para a necessidade de se fortalecer a gestão integrada dos recursos hídricos, com a introdução e priorização dessa temática nas suas plataformas políticas, de modo a contribuir também para a internalização de recursos financeiros no PNRH, por meio de emendas parlamentares e para o seu fortalecimento político e institucional etc.
Público Sociedade Civil Organizada: Organizações da sociedade civil com atuação no campo dos recursos hídricos	<ul style="list-style-type: none"> • Ampliar a representação da sociedade nas instâncias de participação do PNRH e estabelecer parcerias para a gestão integrada dos recursos hídricos no país

Público Sistema Educacional Formal: Instituições de Ensino (escolas e universidades públicas e privadas)	<ul style="list-style-type: none"> Disponibilizar informações para estimular o debate sobre a importância da água como elemento essencial para a vida no/do Planeta, entre crianças, jovens e adultos, assim como para promover a consciência crítica e sensibilizar para a participação e o engajamento nos processos e das ações voltados à gestão integrada dos recursos hídricos brasileiros
Público Difuso: cidadãos e cidadãs comuns: receptores das informações divulgadas no âmbito da imprensa.	<ul style="list-style-type: none"> Para atingir este público o PNRH deve abastecer os veículos de comunicação de informações de seu interesse por meio do envio de releases, sugestões de pauta, de entrevistas etc.
Público Imprensa: composto pelos veículos de comunicação tradicionais impressos (jornais, revistas) e eletrônicos (rádio e TV)	<ul style="list-style-type: none"> Será abastecido de informações sobre o PNRH e conteúdos relacionados com a água e a gestão dos recursos hídricos no país, para serem transformados em notícias e disseminados para o público difuso

4.7. DEMANDAS DE COMUNICAÇÃO E POTENCIALIDADES COMUNICACIONAIS IDENTIFICADAS NO PNRH

As demandas de comunicação e as potencialidades comunicacionais identificadas no PNRH e agregadas a este Plano Estratégico de Comunicação também foram extraídas do Diagnóstico de Comunicação. Essas demandas foram sistematizadas e organizadas em 14 temas:

- Articulação e Governança
- Divulgação Institucional
- Comunicação para o fortalecimento do SINGREH e a participação da sociedade na gestão das águas
- Fortalecimento dos canais de comunicação da SRHQ
- Divulgação do PNRH e de assuntos relacionados com os recursos hídricos nos veículos de comunicação e nas redes sociais
- Diretrizes para a Educação Ambiental
- Articulação com os setores usuários de água
- Resgate, memória e intercâmbio de experiências

- Ensino e pesquisa
- Participação em eventos
- Integração com a Política Ambiental
- Articulação com o Poder Legislativo
- Levantamento de rádios comunitárias que atuam nas regiões de bacia
- Mapa de Stakeholders.

A seguir são apresentadas as demandas de comunicação correspondentes a cada um dos 12 temas referidos acima:

Articulação e Governança

- Estabelecer uma agenda permanente de governança e articulação do PNRH, por meio de uma Rede de Atores (comunicação, participação, avaliação e acompanhamento do PNRH), para ser ativada pelo menos uma vez por ano (independentemente das revisões) e, assim, dar vida ao PNRH, para que vá se aperfeiçoando e não fique desconectado dos acontecimentos. Estabelecer uma estratégia de comunicação articulando a agenda do PNRH com as comunicações dos estados (Planos Estaduais). Divulgar essa agenda nas redes sociais, assessorias de comunicação dos órgãos integrantes do SINGREH.
- Realizar encontro anual em cada uma das 12 regiões hidrográficas sobre a agenda de implementação do PNRH (processo continuado e não apenas de quatro em quatro anos, quando ocorrem as revisões). Investimento na geração de massa crítica que dá retorno para o próprio SINGREH porque fortalece a implementação da política em âmbito regional, fortalece os estados, que se sentirão mais próximos da União.
- Maior articulação entre o MMA, a ANA, Ibama e ICMBio em torno do PNRH. Propõe-se que seja realizado um curso sobre o PNRH para o público da ANA e também para o ICMBio e Ibama.
- Promover, em caráter de urgência, a articulação entre os executores (também entre os parceiros e os interlocutores seria desejável) das Prioridades, Ações e Metas do PNRH para 2016-2020, com o intuito do estabelecimento de uma

agenda prioritária de comunicação no curto prazo, dentro das possibilidades de cada organização.

- Garantir participação efetiva – não apenas assento nas Câmaras do CNRH - dos setores de saúde (Ministério da Saúde e Fundação nacional de Saúde-Funasa) e da agricultura (Mapa) nos comitês de bacia e demais órgãos e instâncias consultivas que e deliberativas que tratam de assuntos relativos aos Recursos Hídricos, que podem contribuir com a ampliação da visão e da gestão destes recursos. O setor de saúde, por exemplo, vincula a sua problemática às questões e aspectos de saneamento (ex. drenagem urbana e as questões de acúmulo de águas e proliferação de mosquitos; esgotos e doenças de veiculação hídrica etc.). No caso do Mapa, igualmente as questões da agricultura, como a dos agrotóxicos e a poluição das águas superficiais e subterrâneas, além do uso da água para agricultura irrigada, compartilhamento de reservatórios com os demais usos, especialmente a hidroeletricidade e o abastecimento humano.
- Quanto à participação da indústria, que já existe nas câmaras técnicas do CNRH, o que se propõe é que amplie suas ações, tirando proveito de sua grande visibilidade junto ao público consumidor, por exemplo, por meio de uma agenda hídrica mais proativa junto ao público, como através da etiquetagem de uma espécie de "pegada hídrica" de cada produto com relação a quantidade de litros de água utilizados para a produção de cada produto. Desta forma podendo receber incentivos do governo em função da adoção desta etiquetagem, redução e eficiência do uso industrial e ao mesmo tempo contribuindo para esclarecimento e escolha consciente do consumidor na direção de um "consumo sustentável" dos recursos, reforçando indiretamente a política de educação ambiental. Implementando uma salutar "competição" dos produtos pela disputa das escolhas dos compradores. Como exemplo pode-se citar a etiquetagem dos produtos em relação à eficiência energética já utilizada nos produtos eletrodomésticos (linha branca etc.), pneus, lâmpadas e automóveis, visando a economia de recursos.
- Buscar processos mais efetivos de articulação de planejamentos envolvendo setores usuários de água.
- Constituir conselhos municipais de gestão de recursos hídricos como espaço de discussão e elaboração do Plano Municipal que congregue todos os usos setoriais de água.

- Para o atual ciclo de implementação deve-se informar a sociedade sobre os programas que foram priorizados e sobretudo mostrar o processo de monitoramento da implementação do que foi aprovado para o ciclo 2016-2020. E para o próximo ciclo a comunicação tem o papel importante de ajudar na construção de um processo de governança mais amplo que seja do conhecimento da sociedade.

Divulgação Institucional

- Produzir e editar vídeo institucional sobre o PNRH para exibição em eventos de meio ambiente realizados no país, que envolvam a temática dos recursos hídricos.
- Produzir e editar vídeos de animação sobre água para o público infantojuvenil.
- Implantar plataforma do PNRH com a publicação de vídeos, artigos, notícias etc.
- Produzir apresentações em *PowerPoint* sobre o PNRH para divulgação em eventos e outros espaços adequados.
- Reativar a Ciágua e transferir a sua coordenação para a ANA, já que a SRHQ, responsável atual pela coordenação deste órgão, não dispõe de pessoal e estrutura para arcar com esta função, enquanto a ANA, agência implementadora, possui recursos e possibilidade de contratação de pessoal especializado.
- Comunicar os resultados da implementação das metas 2016-2020, por meio de informes anuais, que serão disponibilizados no Portal do CNRH. Elaborar os informes 2018, 2019 e 2020, para apresentar ao final de cada um desses anos ao plenário do CNRH. O desafio é tornar esse material mais comunicativo para as pessoas em geral e para aquelas que participam do SINGREH.
- Elaborar e executar estratégia de comunicação para a construção do PNRH que passará a vigorar em 2021, considerando o marco lógico para esse processo.
- Inserir o PNRH nas redes sociais; elaborar informativos semestrais, informes de execução das metas, matérias jornalísticas, vídeos institucionais curtos, *template* para apresentações em *PowerPoint*, mailing de instituições, mailing de imprensa etc.
- Produzir peças de comunicação que tratem de assuntos relacionados com a água.

Comunicação para o fortalecimento do SINGREH e a participação da sociedade na gestão das águas

- Fazer um mapeamento da comunicação realizada no SINGREH, para identificar quem são as pessoas que trabalham com a comunicação e, posteriormente, construir um diagnóstico, estabelecendo as diretrizes para a comunicação geral do Sistema e para a comunicação do Sistema com a sociedade.
- Realizar oficina de intercâmbio de experiências de comunicação para o SINGREH, a fim de promover a troca de conhecimentos e de práticas de comunicação, bem como para fazer com que essas experiências se tornem referências para inspirar outros comitês de bacia a planejarem e executarem as suas estratégias de comunicação. A oficina também deve estabelecer uma rede de comunicadores no âmbito do SINGREH e identificar necessidades e oportunidades de promover ações integradas de comunicação.
- Identificar os pontos focais de comunicação do PNRH no SINGREH.
- Identificar boas práticas de comunicação realizadas no SINGREH.
- Elaborar Manual de orientação para Elaboração de PNRH nos comitês de bacia e nos estados.
- Elaborar estratégia de comunicação focada no engajamento. Utilizar as estruturas do SINGREH, dos comitês de bacia, para consolidar os atores que estão dentro do Sistema e engajar os que estão fora.

Fortalecimento dos canais de comunicação da SRHQ

- A SRHQ deve manter contato com as instituições e os colegiados nas diversas regiões, propiciando uma divulgação mais efetiva de informações, trabalhando questões nacionais, regionais e locais. Deve realizar treinamentos para os colegiados de recursos hídricos sobre os planos de recursos hídricos.
- Elaborar Plano de Ação para as Atividades relacionadas com o PNRH envolvendo as diversas instâncias do SINGREH. Ou seja, Plano Institucional de Comunicação especificando responsabilidades e responsáveis, prazos, recursos e ações previstas.

- Realizar reuniões com os gestores que participam do PNRH para compartilhar informações.
- Os comitês de bacia fazem processos de comunicação, os estados têm seus processos de comunicação, os órgãos gestores estaduais têm as suas estruturas, a própria estrutura da ANA, e por meio de uma política de comunicação, de diretrizes claras de comunicação do PNRH, a SRHQ pode agregar tudo isso.
- Importante conscientizar órgãos gestores, comitês, conselhos estaduais que a comunicação tem que ser profissional. Tem que saber fazer isso de forma adequada, não é qualquer pessoa, tem que ser capacitada.
- Sugere-se à SRHQ realizar a Conferência das Águas (conferências municipais e estaduais), chamando a sociedade para discutir o novo PNRH, trabalhando fortemente junto ao governo para alterar a composição do CNRH e fortalecer os comitês de bacia de forma que esses órgãos possam contribuir também. SRHQ deve ser um agente de divulgação e agregação para organizar a comunicação visando potencializar essas ações.

Divulgação do PNRH e de assuntos relacionados com os recursos hídricos nos veículos de comunicação e nas redes sociais

- Agendar entrevistas sobre o PNRH e assuntos a ele relacionados nos veículos de comunicação.
- Produzir e veicular anúncios publicitários sobre assunto de interesse do PNRH e relacionados com os recursos hídricos nas emissoras de TV.
- Divulgar notícias sobre o PNRH, a sua importância e as suas conquistas até o ciclo de 2016-2020 (releases, notas, sugestões de pauta etc.).
- Articular e realizar encontro (seminário, oficina) com órgãos da imprensa nacional e da imprensa regional para apresentar a estratégia de construção do novo PNRH. Na ocasião deve-se apresentar um balanço do PNRH anterior e as perspectivas para o novo. Deve-se elaborar uma proposta metodológica para o evento, materiais de divulgação para subsidiar os jornalistas (*Press Kit*).

Resgate, Memória e Intercâmbio de Experiências

- Resgatar e sistematizar os processos de construção e revisão do PNRH para disponibilizar em portal da internet. Contratar especialista que faça uma proposta metodológica para este trabalho.
- Identificar e resgatar iniciativas bem sucedidas em gestão integrada dos recursos hídricos (programas, projetos, processos) no país, dentro do SINGREH e fora dele, para promover eventos de intercâmbio de experiências para posterior disseminação na sociedade pela comunicação do PRNH. Muitas iniciativas estão sendo realizadas no semiárido brasileiro e podem ser consideradas referências, com potencial de aplicabilidade em outros contextos. Alguns exemplos dessas iniciativas são: tratamento alternativo de água para portabilidade; gestão integrada de recursos hídricos em comunidades; construção das cisternas no Nordeste, que começou no ambiente da sociedade e virou política pública; formas de produção no semiárido a partir do contexto da agroecologia etc. São experiências que estão à margem do SINGREH e que podem ser resgatadas pela comunicação. Pois além do processo de engajamento, a comunicação deve ser também um processo de divulgação de ações exitosas e bem sucedidas de gestão de recursos hídricos no país.

Ensino e Pesquisa

- O PNRH, em parceria com a ANA, deve organizar as informações sobre água produzidas pelas instituições de ensino e pesquisa; criar uma plataforma na internet das dissertações e teses de doutorado sobre o assunto. Propõe-se que a ANA e o PNRH firmem termo de parceria com as universidades para a realização deste trabalho.
- Criar portal de boas práticas em comunicação, em água, em mobilização, em participação, em tecnologias sociais para ampla divulgação e também para inspirar experiências semelhantes em outros contextos.
- Desenvolver ação de comunicação junto às universidades brasileiras, tendo como público alvo prioritário os professores que atuam na área de recursos hídricos, no intuito de estimular o debate e contribuir para a discussão do tema na comunidade acadêmica. A ideia é que sejam produzidos materiais para subsidiar as discussões (vídeos, publicações temáticas etc.) visando a promover o intercâmbio de experiências e informações entre as universidades e as

instituições do governo com atuação na área tendo-os como potenciais parceiros e multiplicadores para ações conjuntas.

- Estabelecer parcerias com as secretarias estaduais de educação para que seja realizado trabalho de esclarecimento sobre a importância dos recursos hídricos aos alunos do ensino básico. Não só de esclarecimento como também de engajamento por meio de ferramentas de discussão e participação (palestras nas escolas, com exibição de vídeos, jogos educativos etc.).

Participação em Eventos

- Definir calendário de eventos relacionados com os recursos hídricos para a divulgação do PNRH.
- Realizar evento para rediscutir a Lei nº 9.433/97 e possíveis incorporações e modificações após 20 anos de sua implementação, com a participação dos órgãos que compõem o SINGREH, universidades, instituições de meio ambiente e recursos hídricos, dentre outros envolvidos com a temática dos recursos hídricos no país.
- Participação na Romaria Fluvial do Círio de Nazaré, que acontece todo mês de outubro em Belém (PA). A Romaria integra a programação das celebrações do Círio de Nazaré que reúne mais de dois milhões de pessoas. A Romaria Fluvial acontece na Baía do Guajará e, em 2017, reuniu 400 barcos procedentes de várias localidades do estado. É um evento em que a água está muito presente, pois além das águas da baía, toneladas de águas são distribuídas para matar a sede das pessoas. Boa oportunidade para se fazer uma ação de mobilização/informação sobre a importância da água. Ação para a qual o PNRH pode mobilizar diversos parceiros: governo do estado e órgãos de meio ambiente, instituições religiosas, instituições bancárias (Banco da Amazônia), dentre outras.

Integração com a Política Ambiental

- Promover a integração a Política Nacional de Recursos Hídricos com a Política Nacional de Meio Ambiente conforme prevê a Lei nº 9.433/97, por meio da articulação entre o SINGREH e o Sistema Nacional de Meio Ambiente (Sisnama).

Articulação com o Poder Legislativo

- Traçar estratégia de articulação com o Poder Legislativo visando à divulgação do PNRH no âmbito da Câmara Federal e do Senado, por meio de audiências públicas, seminários, mesas redondas, exposição fotográfica, no intuito de torná-lo conhecido do segmento político do país, visando ao seu fortalecimento do ponto de vista político, financeiro e institucional.
- *Levantamento de rádios comunitárias que atuam nas regiões de bacia*
- Fazer levantamento das rádios comunitárias com atuação nas regiões de bacia para futuras parcerias visando à divulgação do PNRH e de suas ações.

Mapa de Stakeholders

- Mapeamento de *Stakeholders* (formadores de opinião) no âmbito do PNRH com potencial de serem multiplicadores.

4.7.1. PNRH na Comunicação Institucional do MMA e da ANA

A Ascom do MMA e da ANA não fazem uma comunicação dirigida para a divulgação do PNRH porque ambas cuidam da comunicação institucional de suas respectivas instituições, quase sempre com excesso de demandas e limites de pessoal e de estrutura material.

Atualmente na Ascom do MMA o trabalho de cobertura do PNRH é de natureza eminentemente factual e se restringe à divulgação das reuniões do CNRH. Mas é importante resgatar que em sua fase inicial a Ascom produziu vídeos e publicações que cumpriram um papel muito importante para a sua divulgação e para influenciar a construção dos planos estaduais e dos planos de bacia. Tais iniciativas “serviram para ampliar o conhecimento na sociedade sobre a importância do PNRH, sobretudo no âmbito do SINGREH. Foram realizadas várias ações para a mídia tradicional que acabaram atingindo um público mais amplo da sociedade.

Já no âmbito da Ascom da ANA são desenvolvidas iniciativas que mantêm relação com as ações previstas no Subprograma IV.3, que visam a contribuir para a implementação do PNRH e não propriamente para a sua divulgação. Essas iniciativas

são predominantemente voltadas para a articulação e o fortalecimento do SINGREH. No **Quadro**, a seguir, são identificadas as iniciativas, seus objetivos, públicos alvo, periodicidade e parcerias:

Quadro 9: Iniciativas desenvolvidas pela ANA para Contribuir com a Execução do Subprograma IV.3

Identificação	Objetivo	Público Alvo	Periodicidade	Parcerias
Prêmio ANA	Conhecer o mérito de iniciativas que contribuem para a gestão e o uso sustentável dos recursos hídricos, no Brasil, por meio do combate à poluição e ao desperdício.	Sociedade	Bianual	Rede de Organismos de Bacia (Rebob)
Seminário Água, Comunicação e Sociedade	Encontro presencial que visa cumprir o Subprograma IV.3 do PNRH, que prevê a realização de encontros nas bacias hidrográficas com o fim de divulgar e fortalecer o SINGREH. Ultimamente este evento vem sendo realizado no Encontro Anual dos comitês de	Comunicadores e gestores dos comitês de bacia	Anual	Ultimamente este Encontro Vem sendo realizado no Encontro Nacional de Comitês de Bacia (Encob).
Curso à distância "Comunicação e Gestão dos Recursos Hídricos"	Oferecer capacitação com relação a vários aspectos relacionados com a comunicação, tais como: identificação de públicos alvo., estratégias e ferramentas de comunicação adequadas para a disseminação de mensagens	Representantes de comitês, agências de bacia, entidades delegatárias, conselhos, servidores e funcionários de órgãos executivos com atuação em âmbitos nacional, estadual e municipal	Permanente	-
Rede de Comunicadores do SINGREH: em fase de elaboração	-	-	-	-

4.7.2. Comunicação, Educação Ambiental e Capacitação

As interfaces e correlações entre a comunicação, educação ambiental e capacitação estão sempre muito presentes. Tanto é que no PNRH os objetivos e as ações relacionados com a educação ambiental e a capacitação estão alocados no Subprograma IV.2 (“Capacitação e Educação, em Especial Ambiental, para a Gestão Integrada dos Recursos Hídricos”) - que ao lado do Subprograma IV.3 (“Comunicação e Difusão de Informações em Gestão Integrada dos Recursos Hídricos”) e do Subprograma IV.1 (“Desenvolvimento, Consolidação de Conhecimentos, inclusive os Conhecimentos Tradicionais e de Avanço Tecnológico em Gestão de Recursos Hídricos”) compõe o escopo do Programa IV (“Desenvolvimento Tecnológico, Capacitação, Comunicação e Difusão de Informações e Gestão Integrada dos Recursos Hídricos”).

Neste item são apresentadas as ações voltadas para a gestão da água desenvolvidas pelo DEA/MMA - por meio do Programa Nacional de Educação Ambiental (Pronea), no âmbito da Política Nacional de Educação Ambiental (PNEA) - e pela ANA, por meio do setor de Capacitação para a Gestão da Águas. Em várias ações essas duas instituições trabalham em parceria, além do envolvimento direto da SRHQ e parceria com a CTEM. Tais iniciativas apresentam potencial para a consolidação de parcerias entre as instituições organizadoras e o PNRH no âmbito deste Plano Estratégico de Comunicação.

As ações desenvolvidas pelo DEA, focadas nos cuidados e na gestão das águas, têm a participação da SRHQ e parceria com a CTEM. São elas: (i) Conferência Nacional Infantojuvenil para o Meio Ambiente; (ii) Encontros Formativos; (iii) *Hotsite* Coleção-Fichário@EducadorAmbiental; (iv) Salas Verdes; (v) Circuito Tela Verde. O DEA também contribui para a estruturação do componente de educação ambiental do Programa Nacional de Revitalização de Bacias.

Quadro 10: Iniciativas do DEA para a Gestão Integrada das Águas

Identificação	Objetivo	Público Alvo	Periodicidade	Parcerias para Execução das Ações	Parceria com o PNRH
Conferência Nacional Infantojuvenil para o Meio Ambiente	Promover a reflexão, o desenvolvimento de estudos e pesquisas, além de estimular a proposição de ações e projetos no contexto da temática socioambiental considerando os seus desafios e alternativas, no âmbito da escola e de seu entorno, em conformidade com a PNEA e com orientações expressas nas Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação ambiental (DCNEA), pelo CNE, por meio da Resolução CNE/CP nº 02/2012	Jovens e adolescentes estudantes de todo o país	A cada três anos	MEC, CTEM	Sugere-se que o PNRH participe como parceiro deste evento levando informações aos jovens por meio de metodologias lúdicas. Informações sobre a Política Nacional de Recursos Hídricos (O que é e qual a importância dessa política para os jovens) e também pode esclarecer sobre o SINGREH. Informações sobre o próprio PNRH objetivos e para que serve). Entre os instrumentos de comunicação pode usar vídeos de animação, jogos etc.

Campanha de Mobilização Social “Primavera X” Coletivo Jovem	Processos metodológicos realizado no âmbito da Conferência Nacional Infantojuvenil de Meio Ambiente, que visam mobilizar escolas e as suas comunidades para debater questões socioambientais em consonância com a PNEA e com as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Ambiental	Público difuso. Envolve jovens (protagonistas) comunidades, representantes de instituições públicas e privadas, sociedade civil etc.	Anual	MEC, CTEM	Idem.
Identificação	Objetivo	Público Alvo	Periodicidade	Parcerias	Parceria com o PNRH
Encontros Formativos Nacionais de Educação Ambiental e Gestão da Água	Diálogo, troca de experiência e o fortalecimento da rede de educadores que atuam na gestão hídrica do país	Prioritariamente público que integra as instâncias que compõem o SINGREH	A cada dois anos	ANA e CTEM	Boa oportunidade para o PNRH se fortalecer como referência no âmbito do SINGREH, por meio de palestra e pesquisa de opinião para sondar o grau de entendimento das pessoas com relação aos seus objetivos, as suas metas, ações

					e prioridades. Na pesquisa para o diagnóstico de comunicação foi solicitado a SRHQ que realize curso sobre o PNRH, sob a justificativa de que este Plano é desconhecido entre os técnicos que atuam da área de recursos hídricos fora do MMA.
Projeto Salas Verdes	Incentivar a implantação de espaços socioambientais para atuarem como potenciais Centros de Informação e Formação Ambiental	Públicos diversos frequentadores das instituições em que funcionam as salas verdes	Permanente	Instituições públicas e privadas, em quase todos os estados da Federação e no Distrito Federal	Disseminar nas salas verdes material institucional de divulgação do PNRH, agendar palestras, rodas de conversas etc.
Identificação	Objetivo	Público Alvo	Periodicidade	Parcerias	Parceria com o PNRH
Circuito Tela Verde	Fomenta a produção, divulgação e exibição de vídeos independentes em espaços diversificados a fim de estimular atividades	Pessoa física, sem vínculo com instituições; escolas, redes de meio ambiente e	Anual	Instituições em que funcionam os espaços de exibição	O PNRH pode estimular a publicação de Edital para o Circuito Tela Verde para selecionar

	de educação ambiental, por meio da linguagem audiovisual e a construção de valores culturais comprometidos com a sustentabilidade ambiental	educação ambiental, espaços educadores, sociedade civil organizada, comunidades, produtoras e afins			os melhores vídeos produzidos sobre recursos hídricos
Coleciona- Fichário do Educador Ambiental	Fichário eletrônico que disponibiliza conteúdos relacionados com a educação ambiental a fim de promover a reflexão, a discussão e o intercâmbio de experiências nas áreas técnica, acadêmica e popular	Público da Sociedade Civil	Permanente	—	Disponibilizar conteúdos sobre o PNRH e de temas a este relacionado para publicação no Coleciona

Assim como o MMA, a **ANA** mantém na internet o site “Capacitação para a Gestão das Águas” (<https://capacitacao.ead.unesp.br/>), criado especialmente para “manter um canal de comunicação com as pessoas interessadas em participar das ações de capacitação desenvolvidas ou apoiadas por essa instituição.

Os programas de capacitação e educação elaborados e implementados pela ANA alcançam vários níveis de formação (do básico até a pós-graduação) e suas ações abrangem as seguintes áreas: Planejamento e Gestão das Águas, Mobilização Social e Cursos Técnicos Especializados. São gratuitos e presenciais, semipresenciais e à distância para o público nacional, mas também atinge o público internacional. Os cursos à distância são os que mais despertam interesse, e entre 2005 e 2016 o número de pessoas capacitadas nessa modalidade saltou de 2.900 para 80 mil.

Embora os cursos sejam abertos à sociedade é importante destacar que a estratégias de capacitação envolvidas pela ANA tem como principal objetivo fortalecer a ANA.

A seguir são sugeridos alguns cursos presenciais da ANA para possíveis parcerias com o PNRH:

Quadro 11: Capacitação para a Gestão das Águas na ANA

Tema	Objetivo	Público Alvo	Data	Local	Parceria com PNRH
Água e Gênero: Governança, Comunicação e Participação Social	Capacitar os participantes a atuar em suas funções no setor de recursos hídricos incorporando a questão de gênero	Servidor/funcionário/terceirizado de órgão executivo: Nacional, Estadual, Municipal, Entidade Delegatária/Agência de Bacia	A definir	Sede da ANA: Setor Policial Sul, Área 5, Quadra 3, Bloco L, Brasília-DF	Propõe-se que a SRHQ converse com a ANA para identificar em qual desses cursos podem ser inseridos conteúdos específicos sobre o PNRH. Os cursos também são oportunidades para fazer divulgação institucional do PNRH por meio de exibição de vídeos e outros
Avaliação de Políticas Públicas: Programas e Projetos	Avaliar processos ligados à Política Nacional de Recursos Hídricos e seus respectivos programas e projetos, com conhecimento sobre metodologias e instrumentos específicos de avaliação de políticas públicas	Servidor/funcionário de órgão executivo	A definir	Idem	
Avaliação de Programas Públicos: Programas e Projetos	Entender os passos metodológicos para especificar uma pesquisa de avaliação de programa público e as melhores prescrições metodológicas para desenvolvê-la, para aplicação na área de gerenciamento de Recursos Hídricos	Servidor/Funcionário de órgão executivo	A definir	Idem	

Instrumentos Econômicos para a Gestão de Recursos Hídricos em Bacias Hidrográficas: Marco Legal e Regulação	Transmitir conceitos teóricos e aplicados sobre microeconomia e economia de recursos naturais e recursos hídricos, capacitando a entender a lógica e fundamentos nos quais se baseiam os instrumentos econômicos para a gestão da água.	Representante em instância colegiada: Comitês de bacias, Conselhos etc. Servidor/funcionário de órgão executivo: Nacional, Municipal, Entidade Delegatária/Agência de Bacia	A definir	A definir	instrumentos de divulgação.
--	---	--	-----------	-----------	-----------------------------

4.8. DEFINIÇÕES PRELIMINARES DA COMUNICAÇÃO

Embora seja algo intrínseco aos seres humanos desde os primórdios da humanidade, a comunicação só passou a ser estudada e pesquisada como fenômeno social no início do século XX, sob os impactos causados pelos Meios de Comunicação de Massa (MCM) introduzidos na sociedade com o advento do rádio (1920-EUA) e, posteriormente, da televisão (1939-40-EUA).

Nessa fase, o pano de fundo dos estudos era a chamada sociedade de massa, porém as pesquisas e análises desenvolvidas tinham caráter instrumental e empírico e não estabeleciam nenhum tipo de relação entre os MCM e o contexto social vigente. A comunicação era vista como mero instrumento de disseminação de mensagens pautadas na propaganda e nos processos eleitorais que ocorriam na sociedade norte americana.

Desse período para cá, a comunicação vem se complexificando e ganhando importância cada vez maior na sociedade. Os estudos e as análises evoluíram da visão instrumentalista, prevalecente nas abordagens do início do século passado, para a visão de comunicação como processo de interação entre pessoas e grupos, no qual as mediações sociais passam a ser observadas a partir do emprego de metodologias voltadas à cultura e às novas tecnologias, que seguem avançando na sociedade e revolucionando o cenário comunicacional em escala planetária.

Atualmente este cenário é intensificado com os fenômenos condicionados pelas mídias digitais que operam no âmbito da internet, marcado por uma nova noção de comunicação que extrapola os processos de informação e conversação para alcançar uma dimensão desconectada do tempo e do espaço, com fluxos de comunicação e interação contínuos, onde emissor e o receptor já não correspondem mais à categorização tradicional, pois são, simultaneamente, uma coisa e outra.

Chega-se assim à era das redes sociais (*Facebook, Twitter, WhatsApp, Youtube, Instagram* etc.) e o lugar estratégico ocupado pela comunicação, na sociedade, torna-se inegável, assim como inegável é o seu potencial agregador e mobilizador, que dentre

outras coisas pode ser usado para integrar esforços, recursos, pessoas e objetivos comuns em prol de causas sociais, culturais, socioambientais, dentre outras.

A comunicação realizada sob a perspectiva acima explicitada, com esse olhar agregador, mobilizador e integrativo pode ser identificada nos comitês de bacia apresentados no **capítulo 4 (subitem 4.1.)** com exceção de apenas um deles, onde o foco parece estar centrado predominantemente na comunicação institucional. Nos demais, a comunicação funciona como instrumento **mobilizador e engajador** ao mesmo tempo em que é meio pelo qual se busca exercer a transparência na gestão e estimular o controle social.

4.9. DIMENSÕES E COMPONENTES DA COMUNICAÇÃO

No que se refere ao papel da comunicação no âmbito do PNRH, as entrevistas/depoimentos coletados para subsidiar a elaboração do Diagnóstico de Comunicação que subsidia este Plano Estratégico, apontam para a predominância de uma visão estratégica da comunicação entre os atores envolvidos, para os quais a comunicação não deve se restringir a **divulgar informações**, mas além disso deve, também, atuar como agente **articulador e mobilizador** visando à sensibilização e à participação no intuito de promover o **engajamento** de pessoas, instituições, esforços e meios nos processos de gestão integrada dos recursos hídricos brasileiros.

Se por um lado está evidente a falta de uma estratégia de comunicação no PNRH, que acaba por acarretar a sua invisibilidade social, por outro é reconhecido o seu potencial de mobilização e envolvimento social, identificado tanto em seu processo de construção quanto nas revisões, que juntamente com a sua missão institucional de **articulador de políticas** traduz o potencial que tem o seu legado para subsidiar ações de comunicação de impacto.

Sob este ângulo, a comunicação no âmbito do PNRH passa a ser compreendida e operada dentro de um **ciclo comunicacional sistêmico, processual e continuado**, articulado sobre três dimensões e componentes correspondentes que devem atuar de forma integrada: **Dimensão informativa** (Divulgação e Informação), **Dimensão Articuladora e Mobilizadora** (Articulação e Mobilização para a Sensibilização e Participação) e **Dimensão Agregadora** (Engajamento Social e Institucional).

Entretanto, as três dimensões mencionadas representam três aspectos relevantes do processo comunicativo no ciclo comunicacional concebido para o PNRH. Contudo, este ciclo só será fechado com a avaliação dos impactos causados pelas ações de comunicação junto aos públicos alvo. De modo que há necessidade de uma quarta e última dimensão a integrar o ciclo comunicacional denominada **Dimensão Avaliativa** (Feedback e Retroalimentação) que deve estar ancorada sobre uma matriz de indicadores quantitativos e qualitativos que norteará os processos de avaliação e retroalimentação da comunicação no âmbito do PNRH visando à promoção de ajustes e correções de rumos das ações planejadas.

Importante ressaltar que o processo de construção da estratégia de comunicação, bem como a definição de suas diretrizes, dos princípios e ações ocorrem simultaneamente ao processo de construção do novo PNRH porque ela estará estruturalmente vinculada ao Plano.



Figura 2: Ciclo da Comunicação no Âmbito do PNRH

De acordo com o Termo de Referência que rege esta consultoria, a estratégia de comunicação deve contribuir para “ampliar o diálogo com a sociedade e com as instituições que integram o SINGREH durante o processo de construção do PNRH que passará a vigorar a partir de 2021. Este objetivo corrobora o que determina a Resolução nº 181 do CNRH de 7 de dezembro de 2016: “Ampliar e fortalecer a participação da

sociedade na gestão das águas” e “compartilhar informações, em linguagem clara e acessível, a respeito da situação da qualidade e quantidade das águas e de sua gestão.”

Já a Resolução nº 98 do CNRH, de 26 de março de 2009, define a comunicação no âmbito da gestão integrada dos recursos hídricos como “processos educativos que compreendem a produção, acessibilidade e socialização de informações pertinentes à implementação da GIRH e favorecem o diálogo entre as instituições que integram o SINGREH e entre este Sistema e a sociedade, contribuindo para o fortalecimento da participação e do controle social na gestão democrática da água”.

Acredita-se que o ciclo comunicacional proposto ao PNRH atende a essas prerrogativas na medida em que agrega três dimensões comunicativas que vão contribuir para promover, simultaneamente, a **divulgação de informações aos públicos alvo**, proporcionando visibilidade ao Plano e às suas ações, num processo correlacionado com as ações de **articulação** e **mobilização** que favorecerão a sensibilização à participação visando ao **engajamento social e institucional**.

5. COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL INTEGRADA

A comunicação institucional ao lado da comunicação mercadológica, da comunicação interna e da comunicação administrativa são as quatro vertentes que compõem o escopo da comunicação integrada no âmbito de uma empresa, organização ou instituição.¹⁷

No âmbito das instituições a assessoria de comunicação atua em três dimensões - **Assessoria de Imprensa, Relações Públicas e Publicidade** – e dispõe de diversas ferramentas de comunicação e divulgação que, utilizadas de forma integrada, criam sinergia e potencializam o poder de disseminação e impacto das ações de comunicação no âmbito dos públicos alvo. Da interação entre essas três áreas da comunicação institucional, surge o que se convencionou chamar de **comunicação institucional integrada**.

¹⁷ KUNSCH, Margarida, op. cit.

De acordo com o **Manual de Assessoria de Comunicação da Federação Nacional de Jornalistas – Fenaj (2007)** são atividades inerentes à assessoria de comunicação as que seguem abaixo:

- Elaborar Plano de Comunicação (estabelecer a importância deste instrumento tanto no relacionamento com a imprensa quanto com os demais públicos externos e internos).
- Colaborar para a compreensão da sociedade sobre o papel da organização.
- Estabelecer uma imagem comprometida com os seus públicos.
- Criar canais de comunicação internos e externos que divulguem os valores da organização e suas atividades.
- Detectar o que numa organização é de interesse público e o que pode ser aproveitado como material jornalístico.
- Desenvolver uma relação de confiança com os veículos de comunicação.
- Avaliar frequentemente a atuação da equipe de comunicação, visando alcance de resultados positivos.
- Criar instrumentos que permitam mensurar os resultados das ações desenvolvidas, tanto junto à imprensa quanto aos demais públicos.
- Preparar as fontes de imprensa das organizações para que atendam às demandas da equipe de comunicação de forma eficiente e ágil.
- Ferramentas de comunicação
- A Assessoria de Comunicação trabalha com quatro modalidades de ferramentas: (i) ferramentas pagas, que dependem de recursos financeiros para serem viabilizadas; (iii) ferramentas de comunicação pessoal, que produz contato entre a organização/instituição e o público; (iv) ferramentas publicação, que geram comunicação elaborada e com atrativos para determinados públicos.¹⁸

Seguem, abaixo, exemplos de ferramentas adequadas a cada uma das modalidades:

¹⁸ BELTRAND, Marcelo Vernet, op. cit. pag. 137.

Quadro 12: Ferramentas de Comunicação

Ferramentas pagas	Campanhas, anúncios, propaganda, <i>outdoor</i> , informe publicitário, editais etc.
Ferramentas espontâneas	Releases, artigos, notas, colunas, entrevistas etc.
Ferramentas comunicação pessoal	Contato pessoal, feiras, palestras, listas de discussão, internet, treinamentos, visitas, forças tarefa de ações, eventos específicos para determinados segmentos etc.
Ferramentas publicação	Boletim, jornal, livros, DVDs, folhetos, joguinhos manuais, cartilhas etc.

5.1. ASSESSORIA DE IMPRENSA

Ainda segundo o **Manual da Fenaj** a Assessoria de Imprensa é um serviço prestado a instituições públicas e privadas que se concentra no envio frequente de informações jornalísticas aos veículos de comunicação. Afirma “que se trata de um trabalho continuado que permitirá à instituição criar vínculo de confiança com os veículos de comunicação e sedimentar a sua imagem de forma positiva na sociedade”.¹⁹ Seguem os principais produtos e serviços inerentes à Assessoria de Imprensa:

Quadro 13: Produtos e serviços da Assessoria de Imprensa

Sugestão de pauta	Informe sucinto enviado aos veículos de comunicação a respeito de determinado assunto de interesse para o veículo e à sociedade.
Release	Ferramenta que a Assessoria usa para organizar as informações. Trata-se de um texto, cuja essência é a informação para envio aos veículos de comunicação.
Mailing List	Listagem atualizada com nome, editoria, telefone, e-mail de jornalistas.
Contato com a Imprensa	Normalmente feito por telefone para aprofundar informações enviadas por e-mail ou confirmar presenças em coletivas, marcar encontros com assessorado etc.
Pasta de Imprensa (Press Kit)	Textos e fotos para subsidiar os jornalistas de redação com informações, normalmente usadas em entrevistas coletivas, individuais ou feiras e eventos.
Entrevista Exclusiva	São oferecidas a um único veículo de comunicação. A iniciativa costuma valorizar a informação e conquistar espaços mais qualificados de mídia espontânea.
Entrevista Coletiva	Convocada quando o assessorado tem informações importantes para todos os veículos. Só deve ser organizada quando o assunto for muito

¹⁹ FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS – **Manual de Assessoria de Comunicação – Imprensa 2007** - Fenaj – 4ª edição revista e ampliada – pag. 7, Brasília-DF.

	relevante para o setor representado e/ou de interesse público.
Clipping Impresso, Clipping Eletrônico e em Tempo Real (on-line).	Levantamento das matérias publicadas nos veículos de comunicação. Organizados a partir da leitura, acompanhamento e seleção das notícias que interessam ao assessorado
Súmulas	Relação dos assuntos divulgados indexada por: veículo, título da matéria e página (quando impresso), programa e horário (TV ou rádio), endereço eletrônico (Internet).
Sinopse	Resumo das notícias veiculadas nos Jornais e Revistas de maior circulação. Também se faz resumo de publicações específicas da área de interesse do assessorado.
Auditoria de mídia	Caracteriza o posicionamento da imprensa com relação a algum tema, em determinado momento específico. Pode ser feita por meio de entrevistas com jornalistas-chave ou com análise de conteúdo. Permite identificar fontes, segmentos, mapear a visão de mundo dos que influenciam o noticiário.
Avaliação de resultados	Pode ser quantitativa ou qualitativa. A avaliação leva em conta análise da presença da instituição, organização ou projeto de mídia, inclusive na internet, nos editoriais, o volume de veiculações e a natureza da cobertura. Entretanto, para se medir na eficácia do trabalho da assessoria é preciso ter objetivos definidos e estratégias previamente delimitadas.
Briefing	Texto que auxilia a fonte a se preparar para a entrevista.
Contato com a imprensa (<i>follow-up</i>)	Normalmente feito por telefone para aprofundar informações enviadas por e-mail ou confirmar presenças em coletivas, marcar encontros com assessorado etc.
Intercâmbio com a imprensa	Acompanhamento de entrevistas, artigos, atendimento à imprensa.
Midiatraining	Capacitação de porta-vozes para atender à imprensa.
Nota oficial	Documento distribuído à imprensa, muitas vezes veiculado de forma paga, contendo posicionamento oficial da instituição sobre assunto relevante ou de interesse público.
Planejamento	Define o planejamento estratégico da comunicação para um determinado período, delimitando interesses, públicos, ações, estratégias para crises etc.
PositionPaper	Posição da instituição ou organização sobre fato relevante, complexo ou polêmico/perguntas e respostas
Publieditorial	Material pago, veiculado sob a forma de matéria jornalística, com diagramação e redação semelhantes às páginas de jornal. Não confundir com matéria paga.
Sites	O jornalista deve atuar na definição do conteúdo e na "edição das páginas", assim como na aprovação do design do site feito por profissionais especializados.
Warmup	Simulação de entrevista, orientações que o jornalista presta ao assessorado sobre os veículos de comunicação.
Jornais e revistas	Esses produtos são de cunho jornalístico e voltados para o segmento no qual o assessor de

imprensa atua e que serão distribuídos para um público específico. Esses veículos informam as ações da entidade/empresa e os conceitos e opiniões afeitos ao público leito

5.2. RELAÇÕES PÚBLICAS

No âmbito da instituição, o profissional de Relações Públicas busca um equilíbrio entre os interesses da organização e os de seus respectivos públicos. Baseia-se em pesquisas e utiliza a comunicação para administrar conflitos. Melhora o entendimento com os públicos estratégicos e, portanto, dá mais ênfase aos públicos prioritários do que à mídia. Há um engajamento nas transações entre a organização (fonte) e os públicos (receptores).

Segundo Margarida Kunsch, a área de Relações Públicas em uma organização ou instituição “trabalha em conjunto com as outras áreas e em sinergia com os dirigentes.” Além disso, “participa da gestão estratégica da organização, assessorando a direção no cumprimento de seus valores e de sua missão. E, assim, desempenha papel importante com relação ao ambiente social e contribui para a análise dos planos de negócio da organização ou instituição, identificando problemas e oportunidades no campo da comunicação.”²⁰

5.3. PUBLICIDADE

A publicidade é uma ferramenta do marketing que envolve a compra de espaço em um veículo de mídia para divulgar um produto, serviço ou marca. Seu foco é a propaganda e a confirmação de ideias, por meio de recursos adequados aos públicos alvo. As campanhas de mobilização social, esclarecimentos e alerta são tipos de ação publicitária. Enquanto o marketing se preocupa em compreender o público alvo e desenvolver estratégia para atendê-lo, a publicidade busca atingi-lo com técnicas persuasivas. No âmbito da assessoria de comunicação, as atividades relacionadas com a publicidade são desenvolvidas por profissional especializado cabendo à assessoria de comunicação acompanhá-lo e orientá-lo nas etapas de produção do serviço.²¹

²⁰ KUNSCH, Margarida. **Reações Públicas e Excelência em Comunicação**. Universidade de São Paulo. Publicado na internet. <http://www.uel.br/ceca/portalarp/wp-content/uploads/6-Relações-Públicas-e-excelência-em-comunicação.pdf>

²¹ MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE – Projeto Pacto Municipal para a Redução do Desmatamento em São Félix do Xingu – **Plano de Comunicação: Divulgação e Visibilidade, Mobilização Social e Apoio à Gestão Institucional**, Brasília/DF, fevereiro/2013.

Mídias Sociais

As três modalidades de comunicação que compõem o escopo da **comunicação institucional integrada** sofreram e continuam sofrendo os impactos da influência e do crescimento das **mídias digitais**, que introduziram no campo da comunicação e na vida dos cidadãos comuns ferramentas de comunicação, tais como: *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*, *WhatsApp*, permitindo transformar a vida das pessoas e maximizar a força do jornalismo e alcance das notícias. Nesse contexto a **Assessoria de Imprensa** – assim como os segmentos de **Relações Públicas** e **Publicidade** - precisa se reinventar a cada dia, e agregar às tradicionais ferramentas de comunicação os recursos midiáticos aportados pelo impacto que as mídias sociais provocam no cenário comunicacional e na sociedade de modo geral.

Segundo relatório da Organização das Nações Unidas (ONU), citado no **Guia Completo de Promoção e Divulgação de Conteúdos, Produtos e Marcas para a Internet**, 60% da população brasileira estão conectados à rede mundial de computadores, o que significa que numa escala mundial esse percentual deve chegar a 50% de pessoas conectadas à rede. Ainda, conforme o Guia citado, “o brasileiro passa 25% de seu tempo online conectado a diversas plataformas, e só no *Facebook* são assistidos um bilhão de vídeos ao dia.

Sob o impacto das mídias sociais, grandes transformações são operadas no cenário comunicacional, impondo nova dinâmica aos processos de produção e circulação das informações em escala global. Pois, além de serem canais de informação, as mídias sociais são utilizadas para estabelecer diálogos, criar conexões e tornar os leitores parte da história. Ferramenta bastante usada neste sentido é a *Storytelling*, uma técnica de narrativa apropriada pelo mercado de comunicação para contar boas histórias e torná-las envolventes.

Conforme apontado no **item 4 (subitem 4.1.)** as mídias sociais são usadas com êxito nos comitês de bacia, alguns deles com planejamento específico para a utilização dessas ferramentas tanto em campanhas de esclarecimento quanto de engajamento da população nas atividades, criando sinergias e possibilidades de provimento de informações em múltiplos formatos, com abordagens colaborativas e corporativas.

6. CONSOLIDAÇÃO DOS COMPONENTES ESTRUTURANTES DA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

6.1. PÚBLICOS ALVO, ESTRATÉGIAS, OBJETIVOS DAS ESTRATÉGIAS, DIMENSÕES/COMPONENTES DA COMUNICAÇÃO, MODALIDADES DE COMUNICAÇÃO E PARCERIAS

Este Capítulo do Planejamento Estratégico de Comunicação para o PNRH consolida nos Quadros que seguem as informações do **Capítulo 4** (Comunicação no Âmbito do Novo Plano Nacional de Recursos Hídricos), precisamente no que diz respeito aos Públicos Alvo e às Demandas de Comunicação e Potencialidades Comunicacionais Identificadas no PNRH (estratégias de comunicação) de modo articulado com as dimensões e os componentes que representam o ciclo sistêmico da comunicação no âmbito do PNRH, de acordo com o **subitem 4.9: Dimensão Informativa** (Divulgação e Informação); **Dimensão Articuladora e Mobilizadora** (Articulação e Mobilização); **Dimensão Agregadora** (Engajamento Social e Institucional) e **Dimensão Avaliativa** (Feedback e Retroalimentação). Importante ressaltar que embora estratificadas, dessa forma, as dimensões da comunicação são transversais, principalmente a **Dimensão informativa**, que está presente em todos os componentes.

Além das informações que comporão os Quadros de Consolidação das Informações também são indicadas as Parcerias e as Modalidades de Comunicação apropriadas para a execução de cada estratégia.

Quadro 14: Estratégias de Comunicação Direcionadas para o Público Prioritário

PÚBLICO PRIORITÁRIO: SINGREH

Este público é constituído por todos os entes que integram o SINGREH. As estratégias de comunicação destinadas a este público alvo devem contribuir para: fortalecer e consolidar o Sistema; ampliar a participação da sociedade na gestão das águas; favorecer e consolidar o reconhecimento do PNRH como referência perante o Sistema.

Tema	Estratégia de Comunicação Relacionada com o Tema	Objetivo da Estratégia de Comunicação	Dimensão/Componente da Comunicação	Modalidade de Comunicação	Parcerias
<i>Comunicação para o fortalecimento do SINGREH e a participação da sociedade na gestão das águas</i>	<ul style="list-style-type: none"> Fazer mapeamento da comunicação realizada no SINGREH 	<ul style="list-style-type: none"> Identificar as estruturas e pessoas que fazem comunicação no Sistema tendo em vista a construção de um diagnóstico e o estabelecimento de diretrizes para a comunicação geral do Sistema e do Sistema com a sociedade Levantar informações para subsidiar a implantação da Rede de Comunicadores do SINGREH 	<ul style="list-style-type: none"> Informativa/Divulgação e Informação Articuladora/Mobilizadora (Articulação e Mobilização) 	<ul style="list-style-type: none"> Ferramentas Pagas 	<ul style="list-style-type: none"> ANA e demais entes que integram o SINGREH

Tema	Estratégia de Comunicação Relacionada com o Tema	Objetivo da Estratégia de Comunicação	Dimensão/Componente da Comunicação	Modalidade de Comunicação	Parcerias
<i>Comunicação para o fortalecimento do SINGREH e a participação da sociedade na gestão das águas</i>	<ul style="list-style-type: none"> Realizar Oficina de Intercâmbio de experiências de comunicação no âmbito Das diversas instâncias do SINGREH 	<ul style="list-style-type: none"> Promover integração, participação, engajamento e intercâmbio de conhecimentos e de práticas em comunicação Identificar os comunicadores do SINGREH Inspirar tanto os comitês de bacia quanto os conselhos estaduais de recursos hídricos a planejarem e a executarem as suas estratégias e comunicação Estabelecer as diretrizes para nortear a criação da Rede de Comunicadores do 	<ul style="list-style-type: none"> Informativa/Divulgação e Informação Articuladora Mobilizadora/Articulação e Mobilização para Sensibilização e Participação Agregadora/Engajamento Social e Institucional 	<ul style="list-style-type: none"> Ferramentas Pagas 	<ul style="list-style-type: none"> ANA e demais entes que integram o Sistema Subsidio consultar resultado das oficinas de comunicação realizadas nos encontros formativos de educação ambiental

		SINGREH e deliberar sobre a sua implantação			
<i>Comunicação para o fortalecimento do SINGREH e a participação da sociedade na gestão das águas</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Produzir Manual de Orientação para Elaboração de Planos de Recursos Hídricos 	<ul style="list-style-type: none"> • Subsidiar os comitês de bacia e os conselhos estaduais para a elaboração de seus planos e abrir espaço para processos de interação, integração e diálogo entre esses entes e o PNRH 	<ul style="list-style-type: none"> • Informativa/Divulgação e Informação • Agregadora/Engajamento Social e Institucional 	<ul style="list-style-type: none"> • Ferramentas Pagas 	ANA e demais entes que integram o SINGREH

Quadro 15: Estratégias de Comunicação Direcionadas para o Público Usuário

PÚBLICO INTEGRATIVO: SETOR USUÁRIO QUE TEM A ÁGUA COMO ELEMENTO ESTRUTURANTE PARA POLÍTICAS E PLANOS DE DESENVOLVIMENTO

As estratégias de comunicação destinadas a este público buscarão contribuir para o processo de integração entre o PNRH, a Política Nacional de Recursos Hídricos e as políticas setoriais, prioritariamente nos seguintes setores de saneamento, agropecuário, hidroviário e energia elétrica.

Tema	Estratégia de Comunicação Relacionada com o Tema	Objetivo da Estratégia de Comunicação	Dimensão/Componente da Comunicação	Modalidade de Comunicação	Parceria
<i>Comunicação para o processo de integração entre o PNRH, a Política Nacional de Recursos Hídricos e as políticas setoriais</i>	<ul style="list-style-type: none"> Identificar os stakeholders dos setores usuários (principalmente saneamento, agropecuário, hidroviário e energia elétrica) para definição conjunta e participativa de uma estratégia de articulação de planejamento 	<ul style="list-style-type: none"> Promover articulação e integração entre as políticas setoriais, o PNRH e a Política Nacional de Recursos Hídricos 	<ul style="list-style-type: none"> Informativa/Divulgação e Informação Articuladora e Mobilizadora/Articulação e Mobilização para a Sensibilização e Participação 	<ul style="list-style-type: none"> Ferramentas Comunicação Pessoal 	<ul style="list-style-type: none"> Setores Usuários/Ministério da Agricultura/Ministério Minas e Energia/

	setorial integrado				
<i>Comunicação para o processo de integração entre o PNRH, a Política Nacional de Recursos Hídricos e as políticas setoriais</i>	<ul style="list-style-type: none"> Realizar evento presencial com os stakeholders do setor usuário para definir a participação deste setor nas etapas de construção do novo PNRH que inicia em 2021 	<ul style="list-style-type: none"> Promover integração entre o setor usuário e o PNRH Sensibilizar este setor para internalizar o PNRH como referência em gestão hídrica quando da elaboração de seus planos e de suas políticas de desenvolvimento 	<ul style="list-style-type: none"> Informativa/Divulgação e Informação Articuladora e Mobilizadora/Articulação e Mobilização para a Sensibilização e Participação 	<ul style="list-style-type: none"> Ferramentas Publicação 	<ul style="list-style-type: none"> Ascom Setor Usuário/Ascom MMA/Ascom ANA

Quadro 16: Estratégias de Comunicação Direcionadas para o Público de Interesse – Poder Executivo

PÚBLICO DE INTERESSE NA ESFERA DO PODER EXECUTIVO (FEDERAL, ESTADUAL, DISTRITAL, MUNICIPAL)					
Constituído de instituições do Poder Executivo envolvidas com a gestão dos recursos hídricos no país. As estratégias de comunicação para este público terão por objetivo sensibilizá-los para a necessidade de internalização do PNRH como instrumento orientador de suas ações, planos, projetos e públicas.					
Tema	Estratégia de Comunicação Relacionada com o Tema	Objetivo da Estratégia de Comunicação	Dimensão/Componente da Comunicação	Modalidade de Comunicação	Parceria
<i>Articulação e Governança</i>	<ul style="list-style-type: none"> Dar ampla divulgação às agendas do PNRH por meio das Redes Sociais e de outros instrumentos de divulgação. Ampliar a divulgação para os estados da Federação por meio das assessorias de comunicação dos órgãos que integram o SINGREH 	<ul style="list-style-type: none"> Dar visibilidade ao PNRH e contribuir para o seu fortalecimento nos estados da Federação 	<ul style="list-style-type: none"> Informativa (Divulgação e Informação) Articuladora e Mobilizadora/Articulação e Mobilização para a Sensibilização e Participação 	<ul style="list-style-type: none"> Ferramentas Comunicação Pessoal Ferramentas Espontâneas 	<ul style="list-style-type: none"> Ascom/Órgãos dos estados que integram o SINGREH Órgãos que integram o CNRH

<i>Articulação e Governança</i>	<ul style="list-style-type: none"> Organizar um encontro anual com representantes das 12 regiões hidrográficas brasileiras sobre a agenda de implementação do PNRH 	<ul style="list-style-type: none"> Investir na geração de massa crítica para fortalecer a implementação da política em âmbito regional e fortalecer os estados que se sentirão mais próximos das União. Promover integração. 	<ul style="list-style-type: none"> Informativa/Divulgação e Informação Articuladora e Mobilizadora/Articulação e Mobilização para a Sensibilização e Participação Agregadora/Engajamento Social e Institucional 	<ul style="list-style-type: none"> Ferramentas Pagas Ferramenta Espontânea Ferramentas Publicação Ferramentas Comunicação Pessoal 	<ul style="list-style-type: none"> ANA e órgãos dos estados que integram o SINGREH
<i>Articulação e Governança</i>	<ul style="list-style-type: none"> Realizar cursos sobre o PNRH para as instituições vinculadas ao MMA (ANA Ibama, ICMBio) 	<ul style="list-style-type: none"> Ampliar o conhecimento sobre o PNRH no âmbito dessas instituições e angariar futuras parcerias 	<ul style="list-style-type: none"> Informativa/Divulgação e Informação Articuladora e Mobilizadora/Articulação e Mobilização para a Sensibilização e Participação Agregadora/Engajamento Social e Institucional 	<ul style="list-style-type: none"> Ferramentas Espontâneas Ferramentas Comunicação Pessoal 	<ul style="list-style-type: none"> Ascom MMA Ascom ANA Ascom Ibama Ascom ICMBio
<i>Articulação e Governança</i>	<ul style="list-style-type: none"> Estabelecer uma agenda 	<ul style="list-style-type: none"> Divulgar e dar visibilidade às 	<ul style="list-style-type: none"> Informativa/Divulgação e Informação 	<ul style="list-style-type: none"> Ferramentas Espontâneas 	<ul style="list-style-type: none"> Executores, parceiros e

	<p>imediate de comunicação para a divulgação das Prioridades, Ações e Metas do PNRH referentes ao ciclo 2016-2020. Para o estabelecimento dessa agenda é necessário promover, em caráter de urgência, articulação entre os executores (também entre os parceiros e os interlocutores) das Prioridades, Ações e Metas já mencionadas.</p>	<p>Prioridades, Ações e Metas do PNRH para o ciclo 2016-2020.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Articuladora e Mobilizadora/Articulação e Mobilização para a Sensibilização e Participação 	<ul style="list-style-type: none"> • Ferramentas Comunicação Pessoal 	<p>interlocutores das Prioridades, Ações e Metas do PNRH</p>
--	--	---	--	---	--

Quadro 17: Estratégias de Comunicação Direcionadas para o Público de Interesse – Poder Executivo

PÚBLICO DE INTERESSE NA ESFERA DO PODER LEGISLATIVO (FEDERAL, ESTADUAL, DISTRITAL e MUNICIPAL)

As estratégias de comunicação destinadas a este público terão por objetivo sensibilizá-lo para a necessidade de fortalecimento da gestão integrada dos recursos hídricos. Com a introdução e priorização dessa questão em suas plataformas políticas, de modo a também contribuir para a internalização de recursos financeiros no PNRH, por meio de emendas parlamentares.

Tema	Estratégia de Comunicação Relacionada com o Tema	Objetivo da Estratégia de Comunicação	Dimensão/Componente da Comunicação	Modalidade de Comunicação	Parceria
<i>Articulação com o Parlamento</i>	<ul style="list-style-type: none"> Divulgar o PNRH no parlamento brasileiro (Câmara Federal, Assembleias Legislativas dos Estados, Câmaras de Vereadores, Câmara Distrital, Senado Federal, por meio de audiências públicas, seminários, mesas 	<ul style="list-style-type: none"> Internalizar a temática Recursos Hídricos na plataforma política dos deputados federais e senadores (Congresso Nacional), deputados distritais (DF), deputados estaduais (estados da Federação) e 	<ul style="list-style-type: none"> Informativa/Divulgação e Informação Articuladora e Mobilizadora/Articulação e Mobilização para a Sensibilização e Participação 	<ul style="list-style-type: none"> Ferramentas Espontâneas Ferramentas Comunicação Pessoal Ferramentas Publicação 	Parlamentares Comissões Parlamentares de Meio Ambiente ASPAR/MMA

	<p>redondas, exposição fotográfica, sessão especial, visitas aos gabinetes, sugestão de temas relacionados com os recursos hídricos para pronunciamentos dos parlamentares, dentre outras</p>	<p>vereadores (municípios).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dar visibilidade ao PNRH no Parlamento visando ao seu fortalecimento político, institucional e financeiro. 			
<p><i>Articulação com o Parlamento</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar <i>mailing list</i> dos parlamentares envolvidos ou que simpatizam com a temática recursos hídricos; assim como das comissões parlamentares das Câmaras (Federal e Distrital) e do 	<ul style="list-style-type: none"> • Estabelecer uma rede de contatos com o Parlamento visando o estabelecimento de parcerias e apoios políticos em torno da questão hídrica e para o fortalecimento político do PNRH 	<ul style="list-style-type: none"> • Informativa/Divulgação e Informação • Articuladora e Mobilizadora/Articulação e Mobilização para a Sensibilização e a Participação 	<ul style="list-style-type: none"> • Ferramentas Espontâneas • Ferramentas Comunicação Pessoal • Ferramentas Publicação 	<ul style="list-style-type: none"> • Parlamentares • Comissões Parlamentares de Meio Ambiente • ASPAR/MMA

	Senado que trabalham com a questão socioambiental. Ampliar para os estados e municípios.				
<i>Articulação com o Parlamento</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Articular com parlamentares a inclusão no Orçamento Público Federal de recursos financeiros para o PNRH, por meio de emendas parlamentares 	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer financeiramente o PNRH para a implementação de suas ações incluindo aquelas que serão executadas no processo de construção do novo PNRH 	<ul style="list-style-type: none"> • Informativa/Divulgação e Informação • Articuladora e Mobilizadora/Articulação e Mobilização para a Sensibilização e Participação 	<ul style="list-style-type: none"> • Ferramentas Espontâneas • Ferramentas Comunicação Pessoal • Ferramentas Publicação 	<ul style="list-style-type: none"> • Parlamentares comprometido com a questão socioambiental e dos recursos hídricos • Comissões Parlamentares de Meio Ambiente • ASPAR/MMA

Quadro 18: Estratégias de Comunicação Direcionadas para o Público Sociedade Civil

PÚBLICO SOCIEDADE CIVIL

Contempla organizações da sociedade civil (urbanas e não urbanas) com atuação no campo dos recursos hídricos. As estratégias de comunicação para este público devem contribuir para ampliar a representação da sociedade civil nas instâncias de participação do PNRH (SINGREH) e para o estabelecimento de parcerias visando ao fortalecimento e à consolidação da gestão integrada dos recursos hídricos no país.

Tema	Estratégia de Comunicação Relacionada com o Tema	Objetivo da Estratégia de Comunicação	Dimensão/Componente da Comunicação	Modalidade de Comunicação	Parceria
<i>Participação da sociedade na GIRH</i>	<ul style="list-style-type: none"> Levar ao CNRH a proposta de ampliação da participação da sociedade civil em suas instâncias considerando segmentos que estão excluídos como, por exemplo, representantes das populações tradicionais 	<ul style="list-style-type: none"> Democratizar os processos participativos no CNRH no intuito de sanar os desequilíbrios de representatividade em suas instâncias compostas majoritariamente por entes governamentais 	<ul style="list-style-type: none"> Informativa/Divulgação e Informação Articuladora e Mobilizadora/Articulação e Mobilização para a sensibilização e Participação 	<ul style="list-style-type: none"> Ferramentas Comunicação Pessoal 	<ul style="list-style-type: none"> CNRH
<i>Participação da sociedade na GIRH</i>	<ul style="list-style-type: none"> Estruturar um banco de informações sobre as 	<ul style="list-style-type: none"> Possibilitar e facilitar o estabelecimento de contato com essas 	<ul style="list-style-type: none"> Informativa/Divulgação e Informação 	<ul style="list-style-type: none"> Ferramentas Comunicação Pessoal 	<ul style="list-style-type: none"> ANA Rede Brasil de Organismos de Bacia

	entidades da sociedade civil que trabalham com recursos hídricos no país (endereços, telefones, e-mail etc.)	entidades para eventuais parcerias e para auxiliar no processo de mobilização social para a construção do novo PNRH	Articuladora e Mobilizadora/Articulação e Mobilização para a Sensibilização e Participação		
--	--	---	--	--	--

Quadro 19: Estratégias de Comunicação Direcionadas para o Público Sistema Educacional Formal

PÚBLICO SISTEMA EDUCACIONAL FORMAL

Constituído de instituições de ensino (escolas e universidades públicas e privadas). Para este público devem ser disponibilizadas informações sobre recursos hídricos e gestão integrada para estimular o debate sobre a importância da água e dos temas a ela afetos entre crianças, jovens e adultos visando promover a consciência crítica e sensibilizar para a participação e o engajamento nos processos e nas ações voltados à gestão integrada dos recursos, além de estimular a multiplicação do conhecimento disponibilizado

Tema	Estratégia de Comunicação Relacionada com o Tema	Objetivo da Estratégia de Comunicação	Dimensão/Componente da Comunicação	Modalidade de Comunicação	Parceria
<i>Ensino e Pesquisa</i>	<ul style="list-style-type: none"> Organizar as informações sobre recursos hídricos produzidas pelas instituições de ensino e pesquisa, por meio de termo de parceria firmado entre o MMA, ANA e Universidades; criar plataforma na internet das dissertações e teses de doutorado sobre o assunto 	<ul style="list-style-type: none"> Organizar e disponibilizar conhecimentos sobre recursos hídricos no Brasil 	<ul style="list-style-type: none"> Informativa/Divulgação e Informação Articuladora e Mobilizadora/Articulação e Mobilização para a Sensibilização e Participação 	<ul style="list-style-type: none"> Ferramentas Comunicação Pessoal 	<ul style="list-style-type: none"> ANA e Universidades brasileiras públicas e privadas
<i>Ensino e Pesquisa</i>	<ul style="list-style-type: none"> Implantar portal de boas práticas em comunicação e tecnologias sociais em recursos hídricos para 	<ul style="list-style-type: none"> Sistematizar e disponibilizar essas experiências para conhecimento e multiplicação 	<ul style="list-style-type: none"> Informativa/Divulgação e Informação 	<ul style="list-style-type: none"> Ferramenta Comunicação Pessoal 	<ul style="list-style-type: none"> Escolas e Universidades brasileiras públicas e privadas

	divulgação e para inspirar experiências semelhantes em outros contextos				<ul style="list-style-type: none"> Ministério da Educação Secretarias de Educação dos estados e no DF
Tema	Estratégia de Comunicação Relacionada com o Tema	Objetivo da Estratégia de Comunicação	Dimensão/Componente da Comunicação	Modalidade de Comunicação	Parceria
<i>Ensino e Pesquisa</i>	<ul style="list-style-type: none"> Promover debates, palestras e rodas de conversas nas universidades públicas e privadas em parceria com professores que trabalham direta ou transversalmente com a temática Recursos Hídricos 	<ul style="list-style-type: none"> Estimular o debate, promover o intercâmbio de informações e experiências entre as universidades e as instituições de governo com atuação na área; trabalhar em parceria com as Universidades na qualidade de produtoras e disseminadoras de conhecimentos para a sociedade 	<ul style="list-style-type: none"> Informativa/Divulgação e Informação Articuladora e Mobilizadora/Articulação e Mobilização para a Sensibilização e Participação 	<ul style="list-style-type: none"> Ferramentas Comunicação Pessoal Ferramentas Publicação Ferramentas Espontâneas 	<ul style="list-style-type: none"> Universidades públicas e privadas
<i>Ensino e Pesquisa</i>	<ul style="list-style-type: none"> Estabelecer parcerias com as Secretarias Estaduais de 	<ul style="list-style-type: none"> Esclarecer, sensibilizar e engajar o público 	<ul style="list-style-type: none"> Informativa/Divulgação e Informação 	<ul style="list-style-type: none"> Ferramentas Comunicação Pessoal 	<ul style="list-style-type: none"> Secretarias de Educação

	Educação e do DF para que seja realizado trabalho de esclarecimento sobre a importância dos recursos hídricos aos alunos do ensino básico. Não só de esclarecimento como também de engajamento por meio de ferramentas de discussão e participação (palestras nas escolas com exibição de vídeos, jogos educativos etc.)	escolar em atividades relacionadas com a gestão dos recursos hídricos no país	<ul style="list-style-type: none"> • Articuladora e Mobilizadora/Articulação e Mobilização para a Sensibilização e Participação • Agregadora/Engajamento Social e Institucional 	<ul style="list-style-type: none"> • Ferramentas Espontâneas • Ferramentas Publicação 	dos estados e do DF
<i>Ensino e Pesquisa</i>	Produzir e editar publicações temáticas dentro da área da área de recursos hídricos	<ul style="list-style-type: none"> • Subsidiar eventos de debates nas Universidades e em outros fóruns 	<ul style="list-style-type: none"> • Informativa/Divulgação e Informação • Articuladora e Mobilizadora/Articulação e Mobilização para a Sensibilização e Participação 	<ul style="list-style-type: none"> • Ferramentas Comunicação Pessoal • Ferramentas Espontâneas 	<ul style="list-style-type: none"> • Ascom MMA • Ascom Universidades

Quadro 20: Estratégias de Comunicação Direcionadas para o Público Difuso

PÚBLICO DIFUSO					
Constituído de cidadãos e cidadãs comuns receptores das informações divulgadas pelos veículos tradicionais de comunicação (Radio, Jornal, TV etc.).					
Tema	Estratégia de Comunicação Relacionada com o Tema	Objetivo da Estratégia de Comunicação	Dimensão/Componente da Comunicação	Modalidade de Comunicação	Parceria
<i>Informações para a sociedade</i>	<ul style="list-style-type: none"> Fazer assessoria de imprensa para divulgação do PNRH e de pautas relacionadas com a temática Recursos Hídricos na mídia tradicional por meio de envio de releases, agendamento de entrevistas, avisos de pauta, convocação de entrevistas coletivas justificáveis etc. 	<ul style="list-style-type: none"> Promover intercâmbio com a imprensa e a visibilidade social do PNRH e informar os cidadãos e cidadãs comuns a respeito do tema. Despertar interesse e atenção deste público para o assunto. 	<ul style="list-style-type: none"> Informativa/Divulgação e Informação 	<ul style="list-style-type: none"> Ferramentas Espontâneas 	<ul style="list-style-type: none"> Ascom do MMA Ascom da ANA TV NBR (Emissora do Governo Federal)
<i>Informações para a sociedade</i>	<ul style="list-style-type: none"> Montar <i>mailing</i> da imprensa nacional e regional com contatos de repórteres, editores, produtores etc. Destacar os profissionais que são setorizados em meio ambiente, quando for o caso 	<ul style="list-style-type: none"> Manter organizada e atualizada uma rede de contatos desses profissionais para facilitar o trabalho da assessoria de imprensa 	<ul style="list-style-type: none"> Informativa/Divulgação e Informação 	<ul style="list-style-type: none"> Ferramentas Comunicação Pessoal 	<ul style="list-style-type: none"> Ascom do MMA Ascom da ANA

Quadro 21: Estratégias de Comunicação Direcionadas para o Público Imprensa

PÚBLICO IMPRENSA

Composto pelos veículos de comunicação tradicionais impressos (jornais, revistas) e eletrônicos (rádio e TV), produtores de notícias sobre o PNRH e outros assuntos relacionados com a água e a gestão dos recursos hídricos no país, destinados ao público difuso.

Tema	Estratégia de Comunicação Relacionada com o Tema	Objetivo da Estratégia de Comunicação	Dimensão/Componente da Comunicação	Modalidade de Comunicação	Parceria
<i>Articulação e intercâmbio com a mídia para divulgação de informações relacionadas com os recursos hídricos no país</i>	<ul style="list-style-type: none"> Abastecer a mídia com informações sobre o PNRH e os recursos hídricos no Brasil para a sua transformação em notícia e disponibilização para o público difuso 	<ul style="list-style-type: none"> Estabelecer canais de comunicação e divulgação 	<ul style="list-style-type: none"> Informativa/Divulgação e Informação 	<ul style="list-style-type: none"> Ferramentas Espontâneas 	<ul style="list-style-type: none"> Ascom MMA
<i>Articulação e intercâmbio com a mídia para divulgação de informações relacionadas com os recursos hídricos no país</i>	<ul style="list-style-type: none"> Articular e realizar oficina com órgãos da imprensa nacional e imprensa regional para apresentar a estratégia de construção do novo PNRH. Na ocasião deve-se apresentar um balanço do PNRH anterior e as perspectivas para o novo. Deve-se elaborar uma proposta metodológica para o 	<ul style="list-style-type: none"> Promover intercâmbio com a imprensa 	<ul style="list-style-type: none"> Informativa/Divulgação e Informação Articuladora e Mobilizadora/Articulação e Mobilização para a Sensibilização e Participação 	<ul style="list-style-type: none"> Ferramentas Espontâneas Ferramenta Comunicação Pessoal 	<ul style="list-style-type: none"> Ascom MMA Ascom ANA

	evento e materiais de divulgação para subsidiar jornalistas (<i>Press Kit</i>)				
--	--	--	--	--	--

Quadro 22: Divulgação Institucional e outras iniciativas para o Fortalecimento dos Canais de Comunicação da SRHQ

DIVULGAÇÃO INSTITUCIONAL E OUTRAS INICIATIVAS PARA O FORTALECIMENTO DOS CANAIS DE COMUNICAÇÃO DA SRHQ					
Tema	Estratégia de Comunicação Relacionada com o Tema	Objetivo da Estratégia de Comunicação	Dimensão/Componente da Comunicação	Modalidade de Comunicação	Parceria
<i>Comunicação e Divulgação Institucional</i>	<ul style="list-style-type: none"> Produção e Edição de Boletins Informativos 	<ul style="list-style-type: none"> Divulgar as ações e metas do PNRH e outros temas que estão no seu escopo de atuação 	<ul style="list-style-type: none"> Informativa/Divulgação e Informação Articuladora e Mobilizadora/Articulação e Mobilização para a Sensibilização e Participação 	<ul style="list-style-type: none"> Ferramenta Publicação 	<ul style="list-style-type: none"> SINGREH ANA Ascom MMA Ascom ANA DEA MMA
<i>Comunicação e Divulgação Institucional</i>	<ul style="list-style-type: none"> Produção e edição de vídeo institucional do PNRH 	<ul style="list-style-type: none"> Disseminar e divulgar para os ministérios, usuários, SINGREH, eventos, Salas Verdes etc. 	<ul style="list-style-type: none"> Informativa/Divulgação e Informação Articuladora e Mobilizadora/Articulação e Mobilização para a Sensibilização e Participação 	<ul style="list-style-type: none"> Ferramenta Publicação 	<ul style="list-style-type: none"> SINGREH Ascom dos Ministérios Ascom ANA DEA MMA
<i>Comunicação e Divulgação Institucional</i>	<ul style="list-style-type: none"> Manutenção e atualização da página do 	<ul style="list-style-type: none"> Divulgar informações sobre o PNRH e de temas 	<ul style="list-style-type: none"> Informativa/Divulgação e Informação 	<ul style="list-style-type: none"> Ferramenta Comunicação Pessoal 	<ul style="list-style-type: none"> Ascom MMA Ascom ANA DEA MMA

	PNRH no site do CNRH	afetados aos seus objetivos			
<i>Comunicação e Divulgação Institucional</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Confecção de brindes (canecas, camisas, chaveiros, agendas, calendários etc) para distribuição em datas comemorativas (fora dessas datas também) relacionadas com os recursos hídricos 	<ul style="list-style-type: none"> • Divulgar o PNRH e as águas • Usar como apoio de divulgação e mobilização nas atividades realizadas pelo PNRH, MMA e eventos adequados para esse tipo de divulgação 	<ul style="list-style-type: none"> • Informativa/Divulgação e Informação • Articuladora e Mobilizadora/Articulação e Mobilização para a Sensibilização e Participação 	<ul style="list-style-type: none"> • Ferramenta Comunicação Pessoal 	<ul style="list-style-type: none"> • Ascom MMA
<i>Comunicação e Divulgação Institucional</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Criação da logomarca do PNRH e elaborar Manual de Identidade Visual 	<ul style="list-style-type: none"> • Garantir identidade visual para o PNRH 	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar sua identidade visual e facilitar o seu reconhecimento 	<ul style="list-style-type: none"> • Ferramentas Comunicação Pessoal 	<ul style="list-style-type: none"> • Ascom MMA/Publicidade
<i>Comunicação e Divulgação Institucional</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Divulgação informações sobre o PNRH e temas de seu 	<ul style="list-style-type: none"> • Ampliar os canais de divulgação da SRHQ e 	<ul style="list-style-type: none"> • Informativa/Divulgação e Informação 	<ul style="list-style-type: none"> • Ferramentas Comunicação Pessoal • Ferramentas Espontâneas 	<ul style="list-style-type: none"> • SINGREH (Comitês de bacia, Secretarias

	interesse nos sites dos parceiros, CNRH, MMA e entidades que integram as instâncias do PNRH e as que compõem o SINGREH	fortalecer parcerias com os entes indicados			Estaduais de Meio Ambiente e/ou de Recursos Hídricos, Agências de Bacias, Agências de Água, ICMBio, Ibama, ANA, Ministérios etc.
<i>Comunicação e Articulação institucional</i>	<ul style="list-style-type: none"> Reativação da Ciágua e rever as suas atribuições e instâncias coordenadoras 	<ul style="list-style-type: none"> Consolidar a Ciágua como instância de coordenação institucional no âmbito da comunicação do PNRH e do SINGREH 	<ul style="list-style-type: none"> Articuladora e Mobilizadora/Articulação e Mobilização para a Sensibilização e Participação 	<ul style="list-style-type: none"> Ferramenta de Comunicação Pessoal 	<ul style="list-style-type: none"> ANA Ascom MMA
<i>Comunicação e Divulgação Institucional</i>	<ul style="list-style-type: none"> Produção e elaboração e folder sobre PNRH 	<ul style="list-style-type: none"> Dar apoio à divulgação do PNRH em eventos, reuniões etc. 	<ul style="list-style-type: none"> Informativa/Divulgação e Informação Articuladora e Mobilizadora/Articulação e Mobilização para Sensibilização e Participação 	<ul style="list-style-type: none"> Ferramentas Comunicação Pessoal 	<ul style="list-style-type: none"> SINGREH

<i>Comunicação e Capacitação</i>	<ul style="list-style-type: none"> Realização de treinamento para os colegiados de recursos hídricos sobre os planos de recursos hídricos 	<ul style="list-style-type: none"> Oferecer capacitação aos colegiados e promover maior integração entre esses colegiados e o PNRH 	<ul style="list-style-type: none"> Informativa/Divulgação e Informação Articuladora e Mobilizadora/Articulação e Mobilização para a Sensibilização e Participação 	<ul style="list-style-type: none"> Ferramenta Comunicação Pessoal 	<ul style="list-style-type: none"> ANA/Setor Capacitação
<i>Comunicação, Divulgação Institucional e Capacitação em Recursos Hídricos</i>	<ul style="list-style-type: none"> Realização de reuniões com os gestores que participam do PNRH para compartilhar informações a cada dois meses 	<ul style="list-style-type: none"> Promover integração entre os gestores e fortalecer PNRH como referência 	<ul style="list-style-type: none"> Informativa/Informação e Divulgação Articuladora e Mobilizadora/Articulação e Mobilização para a Sensibilização e Participação 	<ul style="list-style-type: none"> Informativa/Informação e Divulgação Ferramenta Comunicação Pessoal 	<ul style="list-style-type: none"> ANA CNRH
<i>Resgate, Memória, Sistematização e Intercâmbio de Experiências</i>	<ul style="list-style-type: none"> Resgate e sistematização os processos de construção e revisão do PNRH para disponibilizar nos sites do MMA, ANA, 	<ul style="list-style-type: none"> Manter viva a memória do PNRH e disponibilizar informações para pesquisa e consulta na área de 	<ul style="list-style-type: none"> Informativa/Divulgação e Informação Articuladora e Mobilizadora/Mobilização e Articulação 	<ul style="list-style-type: none"> Ferramentas Comunicação Pessoal 	<ul style="list-style-type: none"> ANA CNRH Entidades e pessoas que participaram dos processos que podem contribuir no resgate das informações

	CNRH, SINGREH	recursos hídricos			
<i>Resgate, Memória, Sistematização e Intercâmbio de Experiências</i>	<ul style="list-style-type: none"> Identificar e resgatar iniciativas bem sucedidas em gestão integrada dos recursos hídricos (programas, projetos e processos) no país, dentro do SINGREH e fora dele, para promover eventos de intercâmbio de experiências para posterior disseminação. 	<ul style="list-style-type: none"> Identificar experiências que podem ser consideradas referências na área de recursos hídricos, com potencial de aplicabilidade em outros contextos 	<ul style="list-style-type: none"> Informativa/Divulgação e Informação Articuladora e Mobilizadora/Articulação e Mobilização 	<ul style="list-style-type: none"> Ferramentas Comunicação Pessoal Ferramentas Espontâneas Ferramentas Publicação 	<ul style="list-style-type: none"> ANA SINGREH Ascom MMA Ascom ANA
<i>Resgate, Memória, Sistematização e Intercâmbio de Experiências</i>	<ul style="list-style-type: none"> Dar seguimento ao levantamento preliminar das publicações sobre o PNRH 	<ul style="list-style-type: none"> Criar banco de informações sobre o PNRH e disponibilizá- 	<ul style="list-style-type: none"> Informativa/Divulgação e Informação 	<ul style="list-style-type: none"> Ferramentas Publicação 	<ul style="list-style-type: none"> Ascom MMA Ascom ANA

	disseminadas na internet	lo para consultas e pesquisas. Produzir catálogo das publicações.			
<i>Levantamento de Rádios Comunitárias</i>	<ul style="list-style-type: none"> Fazer levantamento das rádios comunitárias com atuação nas regiões de bacias hidrográficas 	<ul style="list-style-type: none"> Estabelecer futuras parcerias para a divulgação do PNRH e de assuntos de seu interesse nesses veículos 	<ul style="list-style-type: none"> Informativa/Divulgação e Informação Articuladora e Mobilizadora/Articulação e Mobilização 	<ul style="list-style-type: none"> Informativa/Divulgação e Informação Ferramentas Comunicação Pessoal 	<ul style="list-style-type: none"> Comitês de Bacia Ministério das Comunicações Agência Abraço (representa as rádios comunitárias no país)

6.2. POTENCIAIS PARCEIROS PARA A EXECUÇÃO DO PLANO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO

Quadro 23: Parceiros para a Comunicação no PNRH

PODER EXECUTIVO FEDERAL		
Secretaria de Comunicação da Presidência da República		
Ministério do Meio Ambiente	Assessoria de Comunicação	-
	SAIC/DEA	
	Assessoria Parlamentar	-
	CNRH	Câmara Técnica Câmara Técnica de Educação, Capacitação, Mobilização Social e Informação em Recursos Hídricos – CTEM/CNRH e assessorias de comunicação dos órgãos que compõem este Conselho
Ministério da Saúde	Assessoria de Comunicação de	-
Ministério de Minas e Energia	Assessoria de Comunicação	-
Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio	Assessoria de Comunicação	-
Agência Nacional de Águas	Assessoria de Comunicação	-
	Coordenação de Capacitação para a Gestão das Águas (Capacitação SINHGREH)	Órgãos que compõem o SINGREH e respectivas assessorias de comunicação em âmbitos federal, estadual e dos comitês de bacia.
PODER EXECUTIVO DOS ESTADOS		
Governos Estaduais	Secretarias de Meio Ambiente	Assessorias de Comunicação
	Secretarias de Recursos Hídricos	Assessorias de Comunicação
	Companhias de Saneamento	Assessorias de Comunicação
PODER LEGISLATIVO		
	Companhias de Água	Assessorias de Comunicação
PODER LEGISLATIVO	Câmara Federal	Deputados envolvidos com as temáticas ambiental e de recursos hídricos

	-	Deputados envolvidos com as temáticas ambiental e de recursos hídricos
	-	Comissão de Integração Nacional, Desenvolvimento Regional e da Amazônia – CINDRA
		Comissão de Agricultura, Pecuária, Abastecimento e Desenvolvimento Rural – CAPADR
	Senado Federal	Senadores envolvidos com as temáticas ambiental e de recursos hídricos
		Comissão de Meio Ambiente, Defesa do Consumidor e Fiscalização e Controle
	Câmaras Legislativas das Unidades da Federação	-
	Câmara Distrital	
SOCIEDADE CIVIL	Estruturas de comunicação dos movimentos sociais, ONGs e demais entidades envolvidas com a temática dos recursos hídricos	-
INSTITUIÇÕES DE ENSINO E PESQUISA	Escolas (Públicas e Privadas)	-
	Universidades (Públicas e Privadas)	-
	Institutos de Pesquisa	

7. COMUNICAÇÃO COMO POTENCIAL ALIADA PARA VENCER DESAFIOS

No processo de construção do Diagnóstico de Comunicação vários desafios de ordem estrutural, política e institucional foram apontados para o PNRH. A comunicação aparece como potencial aliada para auxiliar o PNRH a enfrentar esses desafios, os quais

são apresentados no Quadro, a seguir, juntamente com as contribuições que podem ser aportadas pela comunicação para auxiliar a enfrentá-los.

Quadro 24: Desafios para o PNRH e Ações de Comunicação

DESAFIOS DO PNRH	AÇÕES DE COMUNICAÇÃO
<p>Aprimoramento e ampliação do escopo de atuação do PNRH de modo a associá-lo a uma estratégia mais ampla de desenvolvimento na qual sejam envolvidas outras esferas do planejamento e outras políticas setoriais.</p>	<p>Contribuir para potencializar os processos de articulação e mobilização em torno deste desafio utilizando ferramentas de comunicação apropriadas para a situação.</p> <p>Exemplos: aportar subsídios para as iniciativas adotadas em torno desses desafios; fazer contato com as Ascom dos demais órgãos envolvidos nessa demanda para o desenvolvimento de ação articulada de comunicação; divulgação nas redes sociais; assessoria de imprensa etc.</p>
<p>Adequação da atuação do PNRH a uma agenda permanente de articulação com o poder público e a sociedade, que o coloque em sinergia com as dinâmicas conjunturais do país, contribuindo para ampliar e qualificar os processos de revisão que já ocorrem nos seus ciclos de implementação.</p>	<p>Fazer ampla divulgação da agenda do PNRH nas Redes Sociais, nos instrumentos internos de divulgação do MMA, entre os parceiros que integram as suas instâncias e os órgãos que compõem o SINGREH. A imprensa também deve ser um canal de divulgação se houve interesse em atingir o público difuso.</p>
<p>O PNRH deve desenvolver estratégias de articulação com a Política Nacional de Meio Ambiente e com outros instrumentos de planejamento, planos setoriais e planos estaduais de recursos hídricos.</p>	<p>Apoiar o processo de articulação e desenvolvimento das estratégias de articulação, contribuindo com subsídios e divulgação nos canais internos de comunicação do MMA, CNRH, Comitês de Bacia, ANA, dentre outros. Se necessário repercussão na sociedade ampliar a divulgação via imprensa.</p>

O Conselho Nacional de Recursos Hídricos deve passar por reestruturação em termos administrativo, político e financeiro, com renovação de sua composição e ampliação quantitativa e qualitativa da representação social em seus quadros.	As contribuições da comunicação para o CNRH ocorrerão por meio do acompanhamento e da cobertura jornalística às reuniões do Conselho para divulgação nos canais institucionais de comunicação (MMA, ANA, CNRH, dentre outros) e na imprensa. Este trabalho pode ser realizado em parceria com a Secretaria Executiva do Conselho (SRHQ).
A Secretaria de Recursos Hídricos e Qualidade Ambiental deve ser fortalecida em termos técnicos, administrativos e financeiros e a ela deve estar vinculada uma estrutura adequada para o trabalho da comunicação.	Auxiliar a SRHQ na elaboração de Termo de Referência para contratação de profissional ou empresa especializada que será responsável pela execução deste Plano Estratégico de Comunicação.

8. CONSIDERAÇÕES E RECOMENDAÇÕES FINAIS

Ao longo deste Plano Estratégico de Comunicação ficou evidente o potencial comunicativo e mobilizador do PNRH, assim como o poder de impacto e de contribuição da comunicação na qualidade de instrumento estratégico tanto para a divulgação de informações quanto para promover processos de articulação, mobilização e agregação social, em consonância com as dimensões e os componentes que compõem o ciclo comunicacional no PNRH: **Dimensão Informativa** (Divulgação e Informação); **Dimensão Articuladora e Mobilizadora** (Mobilização e Articulação para a Sensibilização e Participação), **Dimensão Agregadora** (Engajamento Social e Institucional) e **Dimensão Avaliativa** (Feedback e Retroalimentação).

O fato de ser a comunicação este instrumento estratégico que pode contribuir para potencializar as ações no âmbito do PNRH, torna-se fundamental ressaltar que não se deve reduzi-la a uma dimensão paralela ao PNRH, mas compreendê-la como parte integrante de sua estrutura, conforme já destacado nas Diretrizes Estratégicas que norteiam este Plano de Comunicação. Isso significa que a comunicação deve permear

todas as fases do PNRH (construção, implementação, revisão) como algo que lhe é naturalmente intrínseco e não como opção circunstancial para atender demandas de produtos comunicacionais descolados de uma visão estratégica, sistêmica e processual. Ou seja: a comunicação como processo e não apenas como geradora de produtos.

Entretanto, embora com grande potencial para fomentar ações de mobilização, informar, articular e agregar, a comunicação só será efetiva e somente causará impactos se houver o compromisso institucional com a execução deste Planejamento de Comunicação. Para tanto, é fundamental que haja a contratação de profissionais ou de empresa especializada tanto quanto é necessário contar com o apoio de gestores, técnicos e parceiros como colaboradores e facilitadores na execução dos processos e das ações comunicativas.

O primeiro passo para o envolvimento desses segmentos vinculados às instâncias do PNRH nesse processo de comunicação, ocorreu durante a elaboração do Diagnóstico de Comunicação. De agora em diante deve-se ampliar e fortalecer essa rede de potenciais colaboradores e parceiros para a execução das estratégias e dos produtos de comunicação propostos neste Plano. O sentido aqui é trabalhar com uma abordagem sistêmica, mobilizadora, integradora e engajadora da comunicação, pautada no princípio da participação conforme prevê um dos fundamentos da Lei Federal nº 9.433/97.

Mediante tais considerações são apresentadas, a seguir, algumas recomendações que devem ser consideradas no processo de implementação deste Plano Estratégico de Comunicação no intuito de contribuir para o seu bom desempenho e êxito institucional e social.

Compromisso Institucional

- Como já foi afirmado, o êxito deste Plano de Comunicação só se concretizará se houver compromisso institucional e de colaboração dos gestores e técnicos do PNRH com a sua execução. Quanto maior for a integração de esforços maiores serão as possibilidades deste Plano cumprir os seus objetivos, o que requer, dentre outras providências, contratação de profissionais ou empresa especializada para executar as ações sob a perspectiva da comunicação

integrada. A definição das ações e dos produtos prioritários para execução, no âmbito deste Planejamento, caberá à coordenação do PNRH/SRHQ.

Padronização Institucional

- É importante que os produtos de comunicação do PNRH ostentem uma padronização gráfica, o que se torna indispensável para garantir unidade, coerência e identidade visual ao PNRH. Para tanto, sugere-se a criação de uma logomarca para o PNRH, cuja aplicação nos produtos de comunicação e nos relatórios institucionais deverá ser obrigatória, sob as orientações de padronização constantes do Manual de Identidade Visual que deverá ser elaborado juntamente com a logomarca.

Mídias Sociais/Redes Sociais

- A internet é o meio para onde confluem, de forma digital, todos os outros meios de comunicação. Portanto, ela representa um novo paradigma no modo de se fazer comunicação, sendo uma de suas características a interatividade, hoje fortemente estimulada pelas Redes Sociais. A presença das Redes Sociais nas instituições de governo está cada vez mais constante e segundo pesquisa este fato tem aproximado cidadãos dos órgãos públicos. Além disso, é comprovado que instituições que usam as Redes Sociais recebem as melhores avaliações <https://www.itforum365.com.br/digital/uso-de-redes-sociais-pelo-governo-aproxima-cidadaos-de-orgaos-publicos/>. Atualmente as Redes Sociais mais utilizadas são Facebook, WhatsApp, Youtube, Instagram e Twitter. Recomenda-se realização de campanhas de divulgação do PNRH e de temas vinculados aos seus interesses nas Redes Sociais, o que além de ser positivo para a sua visibilidade é também condizente com a Lei nº 12.527/2011, que regula o acesso à informação no país.

Intercâmbio com a Imprensa

- O acesso à imprensa é facilitado na medida em que aos jornalistas são disponibilizadas informações de qualidade, que apresentem potencial para se

transformar em notícia. Isto requer o aprimoramento das informações quanto a capacitação de gestores, técnicos, dentre outros que são fontes de informação, no âmbito do PNRH, para o processo de interlocução com os meios de comunicação. Para atender a esta demanda, pode-se utilizar os serviços e produtos oferecidos pela assessoria de imprensa (Item 6).

Clipping

- O clipping é uma ferramenta de acompanhamento e registro das notícias publicadas na imprensa. É recomendável fazer clipping do material publicado sobre o PNRH, tanto no processo de construção quanto na implementação.

Avaliação de Resultados

- A avaliação de Resultados é mais um serviço da Assessoria de Imprensa. A avaliação de Resultados consiste na análise qualitativo e quantitativa do material publicado na imprensa. Uma Avaliação de Resultados além de contribuir para avaliar a presença do PNRH na mídia e posicionar o MMA, parceiros do Governo Federal e os gestores estaduais a este respeito pode ser um importante subsídio para a dimensão avaliativa (Feedback e Retroalimentação) da comunicação no âmbito o PNRH.

Rede de Comunicação do PNRH

- Já foi dito que a Rede de Comunicação do PNRH pode ser um instrumento estratégico de trabalho. Já existe instrumental para deflagrar o processo de formação da Rede que são os contatos dos Comitês de Bacias Hidrográficas (federais e estaduais), dos Conselhos Estaduais de Recursos Hídricos, dos Pontos Focais de Comunicação dos Estados e dos Comunicadores do SINGREH que seguem como anexos a este produto. Sugere-se elaborar um Termo de Referência específico para a contratação de consultoria técnica especializada neste tipo de serviço.

ANEXOS

Rede de contatos dos Comitês de Bacia Hidrográfica Estaduais

Rede de contatos dos Comitês de Bacia Hidrográfica Federais

Rede de Contatos dos Conselhos Estaduais Recursos Hídricos

Rede de Contatos dos Pontos Focais de Comunicação dos Estados da Federação

Rede de Comunicadores do SINGREH

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGÊNCIA NACIONAL DE ÁGUAS - **Revista Eletrônica “Balanço das Águas”** – Edição Especial, Brasília/DF, 2018. <http://balancodasaguas.ana.gov.br/balanco/carregando>

AGÊNCIA NACIONAL DE ÁGUAS – **Portal Eletrônico** <http://www3.ana.gov.br/>.

BELTRAND, Marcelo Vernert (Org.) - **Manual de Comunicação e Meio Ambiente** – WWF Brasil e IIEB – Instituto Nacional de Educação no Brasil, Peirópolis, São Paulo/SP, 2004.

CÂMARA FEDERAL – **Portal Eletrônico** - <http://www2.camara.leg.br/>

CBH COMITÊS DE BACIA HIDROGRÁFICA – Página na internet - <http://www.cbh.gov.br/>

CONSELHO NACIONAL DE RECURSOS HÍDRICOS - **Resolução nº 181 de 7 de dezembro de 2016**, Brasília/DF.

CONSELHO NACIONAL DE RECURSOS HÍDRICOS – **Página na internet** - www.cnrh.gov.br/reunioes-plenarias.

DEL VECCHIO DE LIMA, Myrian; JÚNIOR, Pedro da Silva; LOOSE, Eloisa Belling; MEI, Danielle; SCHNEIDER, Thaís Cristina; DUARTE, Valéria Sousa. **Comunicação Ambiental e suas Potencialidades no Enfrentamento dos Dilemas Socioambientais** – Programa de Pós-Graduação em Meio Ambiente e Desenvolvimento (UFPR), Curitiba-PR; Programa de Pós-Graduação em Comunicação (UFPR), Vol. 34, agosto de 2016, Curitiba/PR.

FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS – **Manual de Assessoria de Comunicação – Imprensa 2007** - Fenaj – 4ª edição revista e ampliada – Brasília-DF.

KUNSCH Margarida, Comunicação integrada: “Visão holística das várias modalidades da comunicação que é produzida nas organizações. Pode ser entendida como uma junção da comunicação institucional, interna, administrativa e mercadológica”, “Nós da Comunicação”, vídeo publicado na internet, Faculdade Cásper Líbero, São Paulo/SP, 02/07/2018.

KUNSCH, Margarida. **Reações Públicas e Excelência em Comunicação**. Universidade de São Paulo. Publicado na internet. <http://www.uel.br/ceca/portalarp/wp-content/uploads/6-Relações-Públicas-e-excelência-em-comunicação.pdf>

KUNSCH, Margarida – **Relações Públicas e Excelência em Comunicação**, palestra proferida em 1997. In: Plano de Comunicação do

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE – Secretaria de Recursos Hídricos e Qualidade Ambiental e Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura – Diagnóstico de Comunicação - Plano Nacional de Recursos Hídricos, Outubro/2018, Brasília-DF.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE – CONSELHO NACIONAL DE RECURSOS HÍDRICO – AGÊNCIA NACIONAL DE ÁGUAS - **Plano Nacional de Recursos Hídricos – Prioridades 2016-2020 – Folder** Brasília/DF.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE E ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA AGRICULTURA E ALIMENTAÇÃO – FAO - **Plano de Comunicação: Divulgação, Visibilidade, Mobilização Social e Apoio à Gestão do Projeto Pacto Municipal para a Redução do Desmatamento em São Félix do Xingu**, fevereiro/2013, Brasília/DF.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE, **Plano Nacional dos Recursos Hídricos – Síntese Executiva** – Brasília/DF, MMA, 2006.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE - **Termo de Referência para Contratação de Consultoria Individual para Elaboração do Marco Lógico e Estratégia para Construção do PNRH a Vigor a partir de 2021** – Brasília/DF, Ministério do Meio Ambiente – 2018.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE E INSTITUTO DE COOPERAÇÃO INTERNACIONAL PARA A AGRICULTURA - **Termo de Referência para Contratação de Consultoria de Comunicação Especializada para o PNRH**. Brasília/DF, Janeiro/2018.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE - GPP/DRH/SRHU - **Consulta Pública sobre Prioridades no PNRH para 2016-2020 - Relatório de Sistematização dos Resultados** – Brasília/DF, Fevereiro/2017. www.participa.br/recursoshidricos.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE – Secretaria de Recursos Hídricos e Ambiente Urbano - **Plano Nacional de Recursos Hídricos - Programas de Desenvolvimento da Gestão Integrada de Recursos Hídricos no Brasil – Vol. I**, Brasília/DF, 2008.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE – Hotsite Coleciona - Fichário do@ EducadorAmbiental <http://colecciona.mma.gov.br/>

MINISTÉRIO DO AMBIENTE – Portal Eletrônico - www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/agenda-21.

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA – CASA CIVIL – Subchefia para Assuntos Jurídicos - **Lei nº 9.433 de 8 de janeiro de 1997**, Brasília-DF.

REDES SOCIAIS – **Guia Completo: Promoção e Divulgação de Conteúdos**. Produtos e Marcas - Adfácil, Comunique-se. Dino: Divulgador de Notícias, Dito. MoteDigital, Sambatech.

WORLD BANK, AGÊNCIA NACIONAL DE ÁGUAS, MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE, MINISTÉRIO DA INTEGRAÇÃO NACIONAL, MINISTÉRIO DAS CIDADES. **Interáguas – Programa de Desenvolvimento – Setor Águas –**
<http://interaguas.ana.gov.br/Paginas/Programa.aspx>

