

1 No dia 01 (um) do mês de março de 2024, às 9h00, reuniram-se extraordinariamente os
2 conselheiros da Câmara Técnica de Educação, Comunicação e Mobilização - CTECOM
3 do Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio das Velhas - CBH Rio das Velhas, por meio de
4 videoconferência, utilizando-se da plataforma *Teams*. **Conselheiros presentes:** João
5 Paulo Sarmento – Instituto Estadual de Florestas (IEF); Sophia Maria Lins Nunes –
6 Secretaria de Estado de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável (SEMAD); Ana
7 Luiza Gregório Almeida – Prefeitura de Nova Lima; Sirlene Conceição de Almeida
8 Santos – Prefeitura de Contagem; Tereza Cristina de Jesus Bernardes – Companhia de
9 Saneamento de Minas Gerais (Copasa); Fernanda Barroso Costa Montebrune de Souza
10 – Gerdau Açominas S.A; Sérgio Gustavo Rezende Leal – Fórum Nacional da Sociedade
11 Civil na Gestão de Bacias Hidrográficas (FONASC-CBH) Márcia Rodrigues Marques –
12 Instituto Guaicuy. **Convidados presentes:** Daniel Alexandre de Brito; Dimas Correa –
13 Agência Peixe Vivo. **Pauta Item 1** Abertura, verificação de quórum e recepção dos
14 conselheiros e convidados; **Item 2** Composição da CTECOM – poder público estadual;
15 **Item 4** Apresentação e avaliação do escopo das atividades a serem incorporadas ao
16 Termo de Referência para contratação de assessoria de comunicação social para o CBH
17 Rio das Velhas – Agência Peixe Vivo; **Item 6** Assuntos gerais e encerramento. **Item 1:**
18 Após a verificação de quórum, Sérgio Leal inicia a reunião agradecendo a presença de
19 todos e faz a leitura da pauta da reunião. **Item 2:** Dimas Correa informa que a SEMAD
20 indicou a servidora Sophia Nunes como conselheira suplente de João Paulo Sarmento,
21 do IEF. **Item 4:** Daniel Brito, jornalista da Agência Peixe Vivo, fiscal técnico do atual
22 contrato de comunicação, executado pela Tanto Expresso. O contrato teve início em
23 2019 e se encerra em setembro de 2024. Por isso, é necessário ter o escopo dos
24 serviços realizados para que se possa trabalhar internamente a elaboração e publicação
25 de um novo termo de referência para a operação das ações de comunicação. O contrato
26 novo teria a manutenção e atualização dos produtos já trabalhados atualmente.
27 Apresenta uma planilha com o detalhamento dos produtos e reitera a importância de
28 defini-los e ter as sugestões relacionadas já aprovadas na corrente reunião, para que o
29 processo licitatório possa seguir sem o risco de que o CBH Rio das Velhas fique sem
30 cobertura de comunicação em outubro, quando o contrato vigente for concluído. A
31 planilha apresenta sua descrição, o formato de entrega e o tempo de execução. Daniel
32 expõe que no contrato atual trabalha com cerca de vinte e cinco produtos e que na
33 sugestão dele, aplicam-se aproximadamente quinze, resultantes de uma reorganização
34 para que o plano fique mais exequível e que possibilite um acompanhamento mais
35 atento por parte da CTECOM. O primeiro item da planilha são os próprios Programa de
36 Comunicação e Relacionamento e o Plano de Mídia atualizados. 1) Programa de
37 Comunicação e Relacionamento: trazer o detalhamento das ações, prioridades, temas,
38 canais e ferramentas de comunicação a serem adotados na área da Bacia Hidrográfica
39 do Rio das Velhas, com cronograma de implementação das ações. A nível de
40 indicadores do atual contrato de gestão, Daniel entende que é executado muito mais do
41 que é demandado no contrato. Para ilustrar, o Programa de Trabalho, em que no Item
42 4, que detalha a mobilização e comunicação social, diz que deve haver ao menos um
43 canal de divulgação em meio físico ou digital de informações ou eventos sobre a Política
44 de Recursos Hídricos, ações desenvolvidas e em desenvolvimento na bacia pelo CBH,

45 pela entidade equiparada e/ou por terceiro e questões afetas à gestão de recursos
46 hídricos no âmbito da bacia hidrográfica, para além do site do CBH. Para além disso, o
47 contrato de gestão delega à secretaria executiva do comitê a tarefa de manter o site
48 atualizado. A partir do exposto, pode-se perceber que executa-se muito mais do que o
49 demandado e Daniel percebe tal fato como positivo, visto que a comunicação é ampla
50 e é necessário o trabalho com diversas perspectivas, possibilitando ao comitê a tomada
51 de decisões estratégicas com base em evidências sólidas provenientes de uma
52 comunicação ampla e efetiva; 2) Plano de Mídia: propor todas as etapas e ações de
53 comunicação social com descritivo de meios de divulgação e um *mailing list* dos veículos
54 de comunicação e dos jornalistas ligados à área ambiental e dos veículos presentes nas
55 UTE's. Ele deverá conter ações, produtos, serviços, cronogramas e metodologia
56 adequados a sua aplicação, conforme orientação do CBH Rio das Velhas e da APV.
57 Ademais, a empresa contratada deverá avaliar e aprimorar esse Plano de Comunicação.
58 Concernente à entrega e execução, é exposto que um documento contendo todas as
59 informações relativas ao programa e plano detalhados no presente item devem ser
60 entregues anualmente. Daniel, por fim, entende ser importante lembrar que a
61 comunicação do comitê já é sólida e que as propostas a serem consideradas para a
62 próxima gestão são no sentido de dar continuidade ao trabalho que já vem sendo
63 executado. O segundo item trata-se do mapeamento e análise de *stakeholders*, um
64 relatório detalhado contendo a atualização com novo banco de dados contendo o
65 *mailing* do público-alvo e análises do sentimento e o mapeamento de todos os públicos
66 de interesse do CBH Rio das Velhas. Daniel pontua a importância da avaliação de
67 sentimento para que o comitê possa observar se um determinado público possui
68 sentimentos neutros, positivos ou negativos com relação às atividades do próprio CBH.
69 Assim, será possível compreender o porquê de tais opiniões e, a partir disso, tomar
70 decisões estratégicas para trabalhar melhor a informação com tal recorte de público e,
71 eventualmente, transformar potenciais sentimentos negativos em positivos. A entrega
72 do item 2 deve ser feita anualmente, em formato de um documento com todo o
73 mapeamento dos *stakeholders* atualizado. 3) Daniel explica que a assessoria de
74 comunicação e imprensa e relacionamento institucional está ligada à gestão e
75 coordenação dos trabalhos de comunicação, o relacionamento com a grande mídia e a
76 imprensa para divulgação de pautas do comitê e outros públicos e o estreitamento de
77 relacionamento com blogueiros e jornalistas de áreas afins aos interesses do comitê,
78 dando destaque para o relacionamento com a mídia local. Daniel acrescenta que, hoje
79 em dia, existe a presença nas redes sociais de influencers que atuam na área ambiental
80 e cujo conteúdo são, de fato, alinhados aos interesses do comitê. A forma de entrega do
81 presente item é de prestação de serviço contínua, acontecendo ao longo dos 12 meses
82 com periodicidade mensal. 4) gerenciamento de mídias e produção de conteúdo para
83 site, redes sociais e outras plataformas relacionadas ao CBH Rio das Velhas: Daniel
84 detalha a demanda da produção de conteúdo para o portal e redes sociais do comitê;
85 envio de *clippings* semanais e boletins; planejamento de conteúdo para redes sociais;
86 inserção no portal de toda e qualquer documentação referente ao comitê; inserção e
87 atualização das ações e projetos do comitê no portal e redes sociais; utilização de novas
88 mídias para divulgação e ampliação da comunicação. Daniel pede auxílio para os

89 conselheiros para determinar o quantitativo dos produtos e dá como exemplo a
90 demanda do envio de dois boletins e quatro *clippings* mensais, questionando aos
91 presentes se tal quantitativo vem sendo pouco, suficiente ou demais e se é necessária
92 uma mudança. Ele, em seguida, pede aos participantes para observarem todos os
93 quantitativos e sugerirem alterações, se necessário. Daniel, além disso, traz o ponto da
94 utilização de novas mídias, como *Instagram*, *TikTok* e *Facebook*, e induz os conselheiros
95 a pensarem se os usuários habituais dessas redes são parte do público alcançado pelo
96 CBH. Daniel acredita que a criação de um perfil no *TikTok* poderia agregar na visibilidade
97 do comitê para novos públicos, especificamente gerações mais novas. Para tal feito,
98 seria empregada uma forma de conteúdo diferenciada no uso dos elementos visuais, da
99 linguagem e em outros pontos que facilitariam a comunicação nessa rede. Ademais,
100 Daniel expôs a ideia à diretora do CBH Rio das Velhas, Poliana Valgas – que achou
101 interessante a procura de trabalhar com novos públicos – e pesquisou no próprio TikTok
102 quais são os conteúdos postados com relação aos comitês de bacia hidrográfica com
103 os quais a Agência Peixe Vivo se encarrega atualmente. O encontrado foi surpreendente
104 para Daniel: a rede social é usada para destacar curiosidades sobre as bacias,
105 evidenciar problemáticas, compartilhar alertas, entre outros; o que faz o analista
106 acreditar que, com o apoio de uma empresa de comunicação, seria possível o
107 desenvolvimento de um conteúdo diferenciado do produzido atualmente para alcançar
108 o público jovem. Dimas complementa que a identificação dessa necessidade é objeto
109 de vários estudos. 5) Design gráfico: *layouts* de materiais gráficos para veiculação digital
110 e impressa: criação gráfica para difusão pública de assuntos associados ao CBH Rio
111 das Velhas; a criação de *layouts* de campanhas de comunicação e supervisão das
112 mesmas, avaliando seus resultados, sua eficácia e seu desempenho; o
113 desenvolvimento de artes, tais como finalização de camisetas, chaveiros, placas
114 comemorativas, troféus, adesivos, acessórios, canetas, bottons, bonés, banners,
115 cartilhas, folders, marcos, placas, totens e outros, visando à propaganda permanente
116 do CBH; o planejamento, organização e controle da divulgação de peças de
117 comunicação, determinando os meios e veículos de comunicação a serem utilizados e
118 a melhor forma de atingir os públicos-alvo; a execução, acompanhamento e supervisão
119 técnica de impressão gráfica; a diagramação, tratamento de fotos e a arte-final das
120 publicações; a revisão ortográfica dos textos e revisão final de todo o trabalho realizado;
121 entendendo que os serviços poderão ser também revisados pela Agência Peixe Vivo e
122 pelo CBH Velhas, cabendo à contratada acatar alteração solicitada. O 6) Produção
123 fotográfica, audiovisual e de áudio do CBH Rio das Velhas, para divulgação em meios
124 eletrônicos como site, redes sociais, rádio e TV, além de uso em eventos diversos do
125 comitê, detalhado em três subtópicos distintos: 6.1. Vídeos institucionais e para as redes
126 sociais, incluindo a elaboração dos roteiros, a gravação de locução e captação de áudio
127 para entrevistas; edição de áudio para vídeos, *spots* e programas; direção de vídeo;
128 captação de vídeo em formato digital Full-HD; gravação de entrevistas e captação de
129 áudio; edição de vídeo para formatos diversos, tais como documentários, web-pílulas e
130 vídeos educativos e didáticos; produção de ilustrações, infográficos e vinhetas
131 animadas em 2D e 3D; e finalização e exportação para formatos diversos, entre eles
132 celular, web e TV. A Diretoria do comitê sugere cerca de doze vídeos institucionais, com

o lançamento de um vídeo a cada dois meses e o adicional de mais três vídeos como reserva. Daniel menciona que Poliana havia destacado a importância de trazer mais vídeos animados para as produções do comitê, tendo em vista o PEA e o público mais jovem que o CBH pretende atingir. Dimas aponta que alguns pontos do plano de formação e do PEA por meio de vídeos pode ser proveitoso. Tereza Cristina, sugere vídeos específicos para os subcomitês, importantes para uma maior proximidade com as comunidades das sub-bacias. Daniel diz ser essencial, de fato, pensar nas sub-bacias e sugere a criação de uma série de vídeos com esse tema, em que cada vídeo são apresentadas duas sub-bacias. 6.2. produção de podcasts, especialmente o Momento Rio das Velhas, que implica na elaboração de roteiros; gravação de locução, e captação e edição de áudio para montagem dos programas; tais como minidocumentários, webpílulas e programas educativos e didáticos; produção de edição de vinhetas e, por último; a finalização e exportação para formatos diversos. Em questão dos podcasts, Daniel sugere que se mantenha o podcast Momento Rio das Velhas, uma vez que ele está bem consolidado e possui uma estrutura rica e interessante, porém aconselha a discussão sobre os quantitativos, definidos, até então, em um podcast por mês. Sobre o alcance, Daniel infere que o alcance do podcast não é muito grande e sua visibilidade depende da divulgação em outras plataformas de comunicação do comitê. Daniel ainda acrescenta que, considerando a implantação de diversos programas novos no CBH Rio das Velhas, um quantitativo maior que os doze produtos previstos no contrato prévio possa ser de bom cabimento. Dimas relembra a todos presentes que o podcast Momento Rio das Velhas pode ser ouvido por meio das plataformas Spotify, e SoundCloud. 6.3. Reprodução do acervo fotográfico em pontos diversos da bacia hidrográfica do Rio das Velhas, considerando que serão de propriedade do CBH Rio das Velhas e da Agência Peixe Vivo e que o direito autoral das imagens deve prever a livre utilização pelo comitê e pela APV em seu arquivo permanente em qualquer mídia por tempo indeterminado. Não há um quantitativo específico a ser demandado, já que a quantidade de fotos necessária varia de acordo com a ação a ser registrada. Quanto à forma de entrega, Daniel esclarece que consiste no conjunto de fotografias publicadas na plataforma Flickr mensalmente. 7) Planejamento e a realização de oficina de capacitação sobre os processos de comunicação social para a Diretoria Ampliada, coordenadores das câmaras técnicas e subcomitês, com carga horária mínima de oito horas e participação de até 40 pessoas, levando em consideração que a programação e a pauta devem ser elaboradas em articulação com a diretoria do comitê e a APV, tendo entrega anual. 8) Planejamento e realização de *media training*, focado principalmente para a diretoria do comitê e os coordenadores das câmaras técnicas, apesar de não ser apenas para tais públicos específicos. Com carga horária de 08 horas, incluindo a elaboração de um manual como a política de comunicação e hierarquia de porta vozes institucionais e técnicos. Daniel lembra o *media training* abarca o item 6.5 do Plano de Formação dos Conselheiros. 9) *Clipping*, que consiste em um serviço de monitoramento diário de todas as matérias jornalísticas que são veiculadas a respeito do comitê. Atualmente, esse *clipping* é feito com a utilização de uma plataforma que se chama Comunique-se 360, que identifica, condensa e compila todas as publicações feitas sobre o CBH Rio das Velhas, além de fazer a valoração da veiculação dessas pautas na mídia.

Por meio deste acompanhamento diário, é possível reverberar de imediato toda reportagem, conforme conveniência, que repercute o CBH Rio das Velhas, os subcomitês e as suas atuações. Assuntos correlatos, que não envolvem diretamente o comitê de maneira institucional, mas que são importantes e pauta de discussões permanentes na entidade (como legislações, questões socioambientais ligadas ao Rio das Velhas em si, o uso e a ocupação do solo na bacia etc.) também são monitoradas, para que possam ser impulsionadas, caso seja de interesse. A entrega do produto baseia-se em um documento mensal contendo o conteúdo.

10) Manutenção do portal do CBH Rio das Velhas: sua atualização e modernização do site oficial do comitê, conferida por meio de um relatório de atualização trimestral.

11) Boletim informativo eletrônico quinzenal (*newsletter*), enviado ao *mailing* de interesse do comitê quinzenalmente, contendo as ações durante o período, posto que cada boletim eletrônico deverá conter no mínimo seis matérias jornalísticas com fotos de alta qualidade.

12) Campanha Anual de Comunicação. O produto em si consiste na criação do conceito e visual para a campanha, com tema livre. A contratada deverá apresentar *layouts* de peças gráficas e/ou eletrônicas que julgar indicados para ilustrar o tema e conceito da nova campanha, levando em consideração a DN CBH Rio das Velhas nº 05/2018, devendo ser estruturada conjuntamente com a CTECOM. Além das peças, a empresa deverá ser responsável pela execução da campanha e os produtos devem estar atrelados a esse item em específico, desvinculando-se dos outros produtos.

13) Revista CBH Rio das Velhas: elaboração, diagramação, impressão e distribuição da revista, duas edições em doze meses, com três mil exemplares em cada triagem com as seguintes especificações: número total de até 60 páginas, policromia, 28 centímetros de largura por 40 centímetros de altura, finalização para acabamento com grampo, papel FSC, 150 gramas e arquivo digital. A distribuição deverá ser feita via Correios ou empresa especializada de logística, direcionada aos públicos de interesse do comitê.

13) Boletim informativo trimestral, ressaltando que tal produto não tem muita saída e, por isso, Poliana havia sugerido excluí-lo. Dimas concorda e entende que a baixa saída do item é devido ao fato do boletim ser composto por uma compilação das matérias do site, que também estão destacadas no newsletter. Posto isso, Dimas sugere algumas alternativas: uma nova roupagem ao boletim, trazer um novo objetivo para ele.

15) Relatórios: Relatório Anual de Ações e Projetos CBH Rio das Velhas, Relatório Anual de Atividades da Agência Peixe Vivo, Relatório Mensal de Atividades de Comunicação CBH Rio das Velhas e Relatório Anual de Comunicação do CBH Rio das Velhas, entregues em formato PDF. Daniel explica que o Relatório Anual de Atividades da Agência Peixe Vivo é atrelado ao contrato de comunicação porque a agência não possui condição de absorver a produção de tal material. Sirlene diz não concordar com a exclusão total do boletim, explicando que parte do público da bacia ainda possui um contato maior com material impresso do que com mídias digitais. Entende que abaixar o número de boletins e aumentar a produção da revista pode ser uma boa ideia. Porém, acha que a revista atende a um público específico, enquanto o boletim é de maior acessibilidade e, muitas vezes, o primeiro contato de uma pessoa com o comitê. Portanto, ela sugere diminuir a confecção dos boletins de trimestral para semestral. Tereza entende ser fundamental atingir novos públicos, principalmente para pessoas que, como ela, trabalham com

educação ambiental. Além disso, reforça a importância da elaboração de vídeos para subcomitês. Por fim pergunta, em relação à pauta dos boletins e seus resultados, se há um balanço financeiro para o conselheiro entender quais seriam as consequências financeiras da supressão de tal produto e se seu custo equivale à lançamento de mais uma edição da revista. O analista esclarece que o balanço financeiro não fica à cargo da agência de bacia, sendo responsabilidade da empresa contratada. A APV, portanto, realiza o acompanhamento da gestão das plataformas utilizadas para a confecção e distribuição dos produtos e do valor global para o serviço de comunicação previsto no Plano de Investimento Anual (PIA), que é repassado mensalmente à empresa contratada para que os produtos sejam entregues durante todo o ano. Sérgio Leal diz que teve acesso ao número de ouvintes do podcast Momento Rio das Velhas na plataforma SoundCloud – variando entre cinco e oito pessoas – e induz os participantes a pensarem se o custo deste produto é equivalente ao resultado alcançado. Por isso, Sérgio entende ser importante existir uma forma de acompanhar os valores de cada produto de comunicação. Para dar outro exemplo, Sérgio utiliza-se dos seguidores do Instagram do CBH Rio das Velhas, cerca de 19.000, e questiona se esse número é bom ou ruim. Para a visão dele, parece ser um número baixo, se levando em consideração a população da bacia. Entende que fazer o acompanhamento financeiro de produtos impressos pode ser difícil, mas destaca que as redes sociais devem ter seu engajamento rastreado e que, posteriormente, os relatórios devem ser apresentados na CTECOM. Sérgio sugere, que os orçamentos de cada produto separadamente sejam apresentados à câmara técnica, com o intuito de comparar o preço ao resultado de cada ação. Outrossim, Sérgio salienta que é essencial não misturar educação ambiental com comunicação, uma vez que os produtos de comunicação possuem uma periodicidade menor e, por isso, são tratados com mais destaque pela empresa que ganha o processo. Nesse sentido, sugere que a empresa responsável pela educação ambiental não seja a mesma responsável pelas ações de comunicação, ou que os valores destinados a atividades de educação ambiental sejam repassados separadamente, o que ele não observou no TDR apresentado. Sérgio finaliza suas considerações em relação ao Plano de Educação Ambiental, discutido na reunião anterior, dizendo que gostou do material, mas que ele entende o apresentado como um portfólio de ações de educação ambiental e não, de fato, um plano. Isso ocorre justamente pelo fato da Tanto Expresso ser uma empresa focada em comunicação, algo que Sérgio ressalta que é feito com excelência pela empresa no CBH Rio das Velhas, mas não especializada em EA. Daniel compreende que o número de seguidores é baixo quando comparado à população atendida pelo comitê, mas enfatiza que tal número vem crescendo bastante nos últimos anos e que o Instagram do Rio das Velhas é uma das maiores contas de um comitê de bacia hidrográfica nessa rede social. Diz que procurará saber se é possível trazer tais quantitativos para as próximas reuniões da CTECOM, bem como a própria empresa Tanto Expresso apresentar os relatórios de engajamento das redes sociais do CBH Rio das Velhas. Dimas explica que uma variedade de ações dos planos de formação e educação ambiental podem ser abarcadas pelo Plano de Comunicação ou pela equipe de mobilização ou até mesmo ser contratada à parte. Dimas, dessa forma, conclui que atualmente os trabalhos de comunicação e de mobilização social são executados pela

mesma empresa por coincidência. Contudo, duas empresas distintas eram responsáveis por tais segmentos antes de 2022. Em concordância com Dimas, Daniel entende ser importante destacar que são linhas de trabalho diferentes, mesmo com a Tanto Expresso sendo responsável pelas duas. São perspectivas opostas, no sentido de o Plano de Comunicação ser institucional, abarcando para além dos programas e projetos desenvolvidos pelo comitê. Em vista disso, o Plano de Educação Ambiental pode ser auxiliado pelo Plano de Comunicação para a execução de algumas ações; por exemplo, o envio de *releases* para a grande mídia. Márcia Marques enfatiza a importância da apresentação dos quantitativos, ponto já colocado pelos seus colegas de câmara, para que os conselheiros entendam quais produtos estão funcionando ou não. Concorde que a apresentação dos relatórios de engajamento das redes sociais é essencial até mesmo para a inserção do CBH Rio das Velhas nos novos meios de comunicação já mencionados, para que a presença do comitê nas novas redes seja estruturada de acordo com os relatórios de engajamento. Márcia indaga se o número de podcasts é efetivo e se seria viável diminuir esse produto e aumentar a quantidade de vídeos, uma vez que, como Tereza havia colocado, são os subcomitês as entidades que estão na base, efetivamente mais próximas à população. Além disso, Márcia pondera se doze vídeos seriam suficientes para apresentar as vinte e três unidades territoriais estratégicas do Rio das Velhas, sugerindo, por fim, que a solução para as problemáticas quantitativas pode ser, de fato, a redução de produtos com baixo alcance e a utilização de novas mídias que potencialmente apresentem um alto engajamento de novos públicos. Por último, diz que a distribuição dos materiais de comunicação vem sendo faltosa, a exemplo da revista CBH Rio das Velhas e o boletim, que não chegam até sua casa todos os meses, como previsto. Ela destaca que a fim de que haja, de fato, uma comunicação construtiva, a mobilização social deve estar junta à comunicação e sendo realizada de forma efetiva, posto que é por meio da mobilização que o material ganha valor para as pessoas que constroem o CBH Rio das Velhas. Sérgio questiona aos conselheiros se aprovam na corrente reunião o TDR em análise ou se eles preferem esperar pela apresentação dos relatórios e análises sobre quantitativos e precificação requeridos. Márcia pergunta se há um prazo e Daniel responde que o tempo está sendo pensado de acordo com o tempo de execução do processo de licitação, como colocado no começo da reunião. Por isso, Daniel pede, se for do consenso de todos, pela validação com ressalvas da proposta apresentada, para que a estrutura já fique pré-definida. Posteriormente, a definição de uma reunião com a Tanto Expresso para a apresentação dos resultados requisitados para que a câmara faça os ajustes quantitativos necessários. João Sarmento sinaliza estar a favor de tal proposta, assim como Sérgio Leal. Este ressalta a importância da apresentação dos relatórios pela Tanto Expresso continuamente, não só referentes ao processo discutido na presente reunião. Ele reitera que concorda em aprovar o TDR na presente reunião, mas que os quantitativos devem ser apresentados e discutidos posteriormente. Dimas sugere que o encaminhamento da corrente reunião seja, portanto, a definição da apresentação dos indicadores pela Tanto Expresso como um dos itens de pauta da próxima reunião, além do item encaminhado posteriormente à reunião ordinária, referente à versão final do Plano de Educação Ambiental considerando as colocações dos conselheiros

309 apresentadas já apresentadas. Tereza justifica que não poderá estar presente no dia 12
310 de abril, no momento, não possui indicação de suplência. Os conselheiros aprovam o
311 que foi apresentado e debatido nesta reunião para continuidade do processo de
312 elaboração de um novo edital para contratação dos serviços de comunicação do comitê.
313 Sérgio solicita também que sejam apresentados os relatórios dos últimos cinco anos,
314 tempo em que a Tanto Expresso presta tal serviço ao CBH Rio das Velhas e à Agência
315 Peixe Vivo. Daniel explica que sugeriu à empresa a apresentação mais detalhada das
316 atividades do último ano, com relação às redes sociais e outros escopos requeridos
317 pelos conselheiros na corrente reunião, e um balanço com a realização dos cinco anos
318 de serviço. **Item 4.** Sirlene informa que a Prefeitura de Contagem está organizando o 1º
319 Fórum de Educação Ambiental pelo Clima, previsto para o dia 24 de abril e convida os
320 presentes à participação. Ela se coloca à disposição de contato para todos que tiverem
321 interesse e expõe que o evento terá várias palestras temáticas envolvendo educação
322 ambiental no contexto das mudanças climáticas. Dimas sugere à conselheira entrar em
323 contato com Poliana Valgas, uma vez que a diretora faz parte da Comissão de
324 Mudanças Climáticas do Fórum Nacional de Comitês Bacias Hidrográficas. Tereza
325 divulga a campanha do Projeto Reviva para o Dia Nacional da Água, 22 de março, que
326 terá como tema “A Água nos Une, o Clima nos Move”. Para o mesmo dia, o tema
327 escolhido pela ONU é “A Água pela Paz”. Dimas informa que o Plano de Formação de
328 Conselheiros será deliberado na reunião plenária ordinária do dia 13 de março, e enviará
329 o convite para que todos os conselheiros da CTECOM participem. Dimas informa
330 também que no dia 15 de março haverá a Consulta Pública da etapa do diagnóstico do
331 Enquadramento da Bacia do Rio das Velhas. Não havendo mais nenhum assunto a
332 tratar, a coordenação da CTECOM atesta que esta reunião ocorreu com a estrutura
333 mínima necessária para possibilitar a participação de todos os conselheiros, e encerrou
334 a mesma, da qual se lavrou a presente ata, que foi aprovada na reunião do dia 22 de
335 novembro de 2024.

Sérgio Gustavo Rezende Leal
Coordenador da CTECOM