



Associação Executiva de Apoio à Gestão
de Bacias Hidrográficas Peixe Vivo

PLANO DE COMUNICAÇÃO 2016

Associação Executiva de Apoio à Gestão de Bacias
Hidrográficas Peixe Vivo

AGB PEIXE VIVO

Janeiro 2016



Associação Executiva de Apoio à Gestão
de Bacias Hidrográficas Peixe Vivo

SUMÁRIO

1. Introdução.....	3
2. Contexto	4
3. Justificativa.....	6
4. Objetivo Geral	7
5. Objetivos específicos	8
6. Públicos	9
7. Estratégias	10
8. Cronograma de Atividades.....	12

1. Introdução

Neste documento são apresentadas as propostas das ações de comunicação para a Associação Executiva de Apoio à Gestão de Bacias Hidrográficas Peixe Vivo - AGB Peixe Vivo para o ano de 2016.

A comunicação social estabelece um estreito alinhamento com as diretrizes institucionais da AGB Peixe Vivo, notadamente aquelas voltadas à comunicação e informação, com vistas à sensibilização e capacitação dos usuários da água para o pleno exercício da gestão participativa dos recursos hídricos na sua unidade de planejamento.

Atualmente, toda organização reconhece a necessidade de estabelecer uma comunicação eficiente com seus públicos, a fim de melhor responder aos desafios e demandas institucionais.

No caso das agências de bacia e dos CBHs, em especial, as ações de mobilização e comunicação social assumem importância estratégica como instrumento de construção e fortalecimento da gestão participativa e integrada dos recursos hídricos, representando um suporte fundamental ao relacionamento permanente com os indivíduos que pertencem a essa unidade de gestão.

Os desafios da comunicação aqui propostos vão além da exigência de mobilizar e informar o público sobre a gestão e o uso adequado dos recursos hídricos. Busca, sobretudo, mobilizar e fomentar o apoio das comunidades envolvidas e legitimar as ações do CBH São Francisco e do CBH Velhas junto à sociedade, a partir da premissa de que quanto maior o nível de envolvimento e esclarecimento dos grupos sociais nesse processo, maior o nível de comprometimento com as ações a serem desenvolvidas e melhores os resultados alcançados.

As discussões mais avançadas acerca da democratização da gestão dos recursos naturais apontam para a necessidade de fortalecer e qualificar os processos de comunicação social. Compreende-se que tal avanço potencializa as relações, possibilitando aos grupos sociais que compartilham o mesmo espaço, ou os mesmos interesses, construir parcerias e consensos na busca por mudanças ou melhorias. Assegura-se, assim, uma ação mais decisiva em um contexto democrático. A comunicação permite a compreensão mútua das necessidades específicas dos diversos grupos sociais envolvidos.

Uma comunicação eficiente garantirá o acesso contínuo à informação por parte do universo que compõe o público do CBH São Francisco e do CBH Velhas, permitindo a construção de uma relação mais transparente e permeável entre os diversos atores envolvidos.

2. Contexto

As Agências de Bacias, também conhecidas como o “braço executivo do comitê”, têm a competência de implementar as decisões do comitê de bacia hidrográfica, razão pela qual necessita ter personalidade jurídica.

Para atender as decisões dos comitês - CBH São Francisco e CBH Velhas, a Agência elabora um Plano Orçamentário Plurianual (Plano de Aplicação), com a descrição de todas as ações que deverão ser desenvolvidas e postas em prática na bacia com os recursos arrecadados com a cobrança pelo uso de recursos hídricos. Esse Plano de Aplicação tem como base a parcela de 92,5% dos recursos da cobrança.

O Plano de Aplicação é proposto conforme as ações previstas no Plano Diretor de Recursos Hídricos, elaborado para se ter conhecimento da situação real da bacia. Neste são apresentados o diagnóstico, o prognóstico e as propostas de ações para a recuperação da bacia com metas de curto, médio e longo prazos.

O Plano de Aplicação é aprovado pelos membros do comitê de bacia hidrográfica em sua reunião plenária.

A Agência de Bacia, embora seja uma entidade de direito privado, é obrigada a adotar as regras públicas para a utilização dos recursos da cobrança, que são recursos públicos. Todas as contratações têm de ser realizadas conforme regulamentação específica, no caso da União adota-se a resolução ANA nº 552 e no caso do estado de Minas Gerais, utiliza-se a Resolução Conjunta SEMAD/IGAM nº 1.044, seja para contratação de pessoal, seja pra a aquisição de bens e serviços, bem como das empresas executoras dos projetos.

O custeio administrativo para manutenção da Agência tem de ser feito com a parcela de 7,5% dos recursos da cobrança, repassados pelo órgão gestor de recursos hídricos (ANA ou IGAM) por meio de um Contrato de Gestão. Esse recurso deverá viabilizar o pagamento de todas as despesas com pessoal, logística para atendimento aos comitês, acompanhamento da execução dos projetos, locação de imóveis e suas manutenções, etc. Atualmente essa parcela não tem sido suficiente, resultando em redução da capacidade operacional da Agência e ameaça de sua sustentabilidade financeira.

O Contrato de Gestão é assinado pelo órgão gestor, Agência e o Comitê como interveniente, em que são assumidos os compromissos entre as partes. Trata-se de um instrumento em que são estipuladas metas com os respectivos indicadores para medição dos resultados atingidos. A Agência é avaliada anualmente por esses resultados, tendo que apresentar relatórios anuais ao

Comitê e ao órgão Gestor. Desde o início de seu funcionamento em 2010 a Agência Peixe vivo tem sido avaliada com o conceito **Ótimo**.

A Agência Peixe vivo atende aos Comitês de Bacias do rio São Francisco, rio Pará e rio das Velhas, para os quais exerce as funções de Agência. Tem hoje em seu quadro 19 funcionários, uma diretoria executiva composta por 04 membros: Diretor Geral, Diretor Técnico, Diretor de Integração e Diretor de Administração e Finanças. A sua estrutura é descentralizada para propiciar o melhor atendimento às demandas do Comitê do São Francisco, com uma regional em Maceió/AL, Petrolina/PE e Bom Jesus da Lapa/BA, além da sede em Belo Horizonte/MG.

No ano de 2015 foi realizada a revisão do Planejamento Estratégico Sistêmico da AGB Peixe Vivo, elaborado em 2012, em que foi feito o redesenho do modelo de governança e revisão do mapa estratégico da Agência.

A AGB Peixe Vivo gerencia um orçamento anual em torno de 33 milhões de reais, referente aos recursos arrecadados com a cobrança pelo uso de recursos hídricos na bacia do rio das Velhas e no rio São Francisco. Desse montante, a parcela de 92,5% é investida em conformidade com os Planos de Aplicações Plurianuais, em projetos para recuperação das bacias hidrográficas.

Os recursos estão sendo aplicados na elaboração de Planos Municipais de Saneamento Básico, em projetos hidroambientais, em planos de comunicação e mobilização e na atualização dos Planos Diretores de Recursos Hídricos. Nesse período foram elaborados 48 Planos Municipais de Saneamento Básico, com previsão de contratação de mais 30 no próximo ano. Foram executados aproximadamente 45 Projetos hidroambientais e há previsão de execução de mais 70 projetos para os próximos 3 anos.

3. Justificativa

Informar a população é tarefa que deve se incorporar, em caráter irreversível, ao cotidiano de uma gestão responsável. Não é tarefa simples, é complexa e exige tempo e investimentos sistemáticos.

A comunicação é o instrumento responsável por estabelecer a política de relacionamento que as organizações precisam manter para garantir o pleno cumprimento da missão institucional.

A importância crescente das mídias no ambiente social, em todo o mundo, acompanha diretamente a dinâmica da realidade contemporânea. O processo de internacionalização, ao relativizar as fronteiras físicas e intensificar o fluxo de pessoas, bens e serviços, ao lado dos avanços tecnológicos, potencializaram de forma extraordinária a circulação da informação, e conseqüentemente o papel das mídias enquanto difusoras dos fatos do cotidiano e como formadoras de opinião.

4. Objetivo Geral

Estruturar e desenvolver o setor de comunicação da AGB Peixe Vivo como forma de promover e disseminar a informação, o conhecimento, a visibilidade, e o trabalho da agência, bem como trabalhar a imagem, a credibilidade, a confiança e o relacionamento da organização junto aos seus parceiros, para poder executar as ações determinadas pelos comitês de bacia atendidos pela AGB Peixe Vivo.

5. Objetivos específicos

- Sistematizar a comunicação da AGB Peixe Vivo
- Fortalecer a imagem institucional
- Construir e manter redes internas e externas de informação de qualidade e de acesso aos públicos.
- Informar e divulgar as ações da Agência.
- Promover a participação e o envolvimento dos parceiros nas ações da AGB Peixe Vivo.
- Tratar, preservar e potencializar a imagem da agência.

6. Públicos

- Associados da AGB Peixe Vivo: Usuários de Água, Sociedade Civil e Federações.
- Membros dos Comitês de Bacia Hidrográfica
- Parceiros institucionais: órgãos gestores, secretarias de estado de meio ambiente e recursos hídricos, ministérios, etc.
- Funcionários.
- Atores sociais estratégicos da bacia: sociedade civil organizada, empresas usuárias de recursos hídricos, poder público.
- Sociedade de modo amplo.

7. Estratégias

- Implementar as ações previstas na revisão do planejamento sistêmico de 2015 - (Missão / Visão / Valores / Filosofia / Objetivos / Organograma / Setores e suas funções).
- Atualizar a identidade visual da AGB Peixe Vivo: Criar nova logomarca, papelaria, desenvolver portal.
- Cursos e Treinamento: Promover aos funcionários da organização, cursos de qualificação e/ou aperfeiçoamento a respeito de temas necessários para o desempenho das atividades do funcionário. Isso visa melhorar o desempenho nas atividades exercidas, de valorizar e demonstrar ao colaborador que a organização investiu nele, além de motivá-lo ainda mais.
- Agenda: Criação de um calendário das atividades, reuniões e eventos como forma de unificar tudo em um único local para que todos possam saber. Isso irá beneficiar no repasse de informações, no processo de se planejar as ações, de organizar e produzir o acontecimento, ou o material necessário para tal compromisso marcado.
- Assessoria de Imprensa: Como a AGB Peixe vivo não possui comunicação própria, a assessoria de imprensa, a cobertura de reuniões internas e a produção de notícias são feitas pela empresa de comunicação que atende o CBH Velhas.
- Canais de Comunicação da Organização:

Site: Divulgar no portal da AGB Peixe Vivo as informações sobre os comitês atendidos, as ações em recursos hídricos, os projetos, as obras hidroambientais e os planos de saneamento básico.

Quadro de Avisos: Trata-se de um espaço voltado para a comunicação da organização com o seu público interno (Funcionários), onde constarão, desde aviso da diretoria, comunicados internos, datas de aniversários e acontecimentos em geral da empresa.

Utilização da Marca: Toda e qualquer utilização da imagem da instituição e ou divulgação da sua logomarca em peças gráficas ou em qualquer outra ferramenta de comunicação de parceiros, organizações (terceiros), precisa antes de expressa autorização para uso e conferência sobre a forma de divulgá-la antes de ser veiculado.

8. Cronograma de Atividades

Atividade/Produtos	MÊS											
	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
Elaboração do Plano de Trabalho 2016	x	x										
Reformulação completa da identidade visual da AGB Peixe vivo								x	x	x	x	x
Comunicação interna: quadro de avisos, circulares	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Atualização do mailing (banco de dados)	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Reestruturação do portal da AGB Peixe Vivo												x
Lançamento do portal da AGB Peixe Vivo												x
Reativação das presença da AGB Peixe Vivo nas Redes Sociais												x