

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	3
2. JUSTIFICATIVA	5
3. DIAGNÓSTICO.....	5
3.1 Caracterização da Bacia Hidrográfica	6
4. OBJETIVOS.....	6
5. PÚBLICO ALVO.....	7
6. AÇÕES A SEREM DESENVOLVIDAS	7
6.1 Assessoria de Comunicação	7
6.2 Boletins Informativos	8
6.3. Website/Redes Sociais.....	9
6.4 Eventos não institucionais	10
6.5 Folder.....	11
6.6 Banners	12
6.7 Vídeo Institucional	12
6.8 CAMISETAS	13
7. ACOPANHAMENTO DAS ATIVIDADES	13
8. AVALIAÇÃO DOS RESULTADOS	13
9. CRONOGRAMA	14
10. REFERÊNCIAS	14

1. INTRODUÇÃO

O Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio Jucu (CBH Rio Jucu) foi criado após o funcionamento do **Consórcio intermunicipal para recuperação das bacias dos rios Santa Maria da Vitória e Jucu - na década de 1990 para arbitrar as negociações entre os usuários dos recursos hídricos, num período de grande estiagem ocorrida no Estado, e, portanto, com dificuldades de gerir seus conflitos** - e a avaliação de que a gestão dos recursos hídricos nas duas bacias, estrategicamente, era vital para o Estado do Espírito Santo, haja visto que as duas bacias, notadamente a bacia do rio Jucu, eram e são responsáveis pelo abastecimento da Região Metropolitana do Estado.

O ato de criação deu-se através do Decreto nº 1.935-R/2007 do governador do Estado, datado de 10 de outubro de 2007, com o estabelecimento de competências consultivas, normativas e deliberativas para a gestão dos recursos hídricos na referida bacia, integrando-o ao Sistema Estadual de Gerenciamento de Recursos Hídricos, nos termos da Lei Estadual nº 5.818/1998, atualizada pela lei nº 10.179/2014.

Para que o Comitê chegasse ao atual estágio, 10 anos (completados em outubro de 2017) de trabalho conjunto e voluntariado com discussões conceituais da gestão dos recursos hídricos e incessante busca pela implantação/efetivação da Política Estadual de Recursos Hídricos, fizeram com que o mesmo destinasse maior tempo à sua própria estruturação.

No entanto, a partir de julho de 2013, por meio do Projeto Florestas para a Vida (SEAMA/BIRD), o CBH Rio Jucu iniciou mais propriamente o desempenho de suas atribuições quando discutiu e elaborou seu primeiro Plano de Bacia e metas de Enquadramento, vindo a aprovar estes dois instrumentos de gestão em novembro de 2016.

Ainda em 2016, em outubro, após a realização de uma Oficina para a implantação do **Programa Nacional de Fortalecimento dos Comitês de Bacias Hidrográficas (Procomitês)**, da Agência Nacional de Águas (ANA), o CBH Rio Jucu, definiu como meta inicial, a implantação e implementação de um Plano de Comunicação.

A expectativa do Comitê, após a criação de um Grupo de Trabalho (**GT-Plano de Comunicação**) para coordenar as discussões e elaborar o Plano de Comunicação, é que se inicie uma nova etapa, a de exercer um papel mais próximo e ativo na questão da mobilização e conscientização da sociedade da bacia hidrográfica e a de levar ao conhecimento da mesma as atividades desenvolvidas pelo Comitê, sobretudo após a implementação em curso da Cobrança pelo Uso dos Recursos Hídricos.

Após algumas reuniões, que contou com o apoio técnico da Agência Estadual de Recursos Hídricos (AGERH), o **GT-Plano de Comunicação** - formado pelas instituições Instituto



Plano de Comunicação – CBH RIO JUCU

Jacarenema de Pesquisa Ambiental (INJAPA) (Giordano Roldi), Associação de Meio Ambiente da Barra do Jucu (AMABARRA) (Rodrigo C. M. Cardoso), Companhia Espírito Santense de Saneamento (CESAN) (André Luiz Sefione), Sociedade Sinhá Laurinha (Elio de Castro Paulino) e Sindicato Rural de Viana (Gabrielle Rossi Entrim) - sugeriu à Plenária do Comitê minuta de Plano a qual foi debatida e aprovada em reunião ordinária de 06/06/18, resultando no Plano de Comunicação aqui apresentado.

Desta forma, busca-se efetivar meta aprovada na oficina do **Procomitês** e, simultaneamente, conceber uma primeira versão do Plano de Comunicação e Mobilização previsto no Plano de Bacia aprovado pelo Comitê.

2. JUSTIFICATIVA

O Plano de Comunicação é uma das mais importantes ferramentas inseridas num planejamento estratégico em qualquer organização e que faz todo o acompanhamento das, macro e micro mudanças, nos diversos ambientes atingidos por suas ações.

É no Plano de Comunicação que as atualizações inerentes aos fatores externos são absorvidas e surge a busca por desenvolvimento de soluções que visem adequar a realidade da organização ao proposto sistema mercadológico. Seu principal objetivo é estabelecer uma relação cordial, transparente e democrática entre a organização e seus principais públicos.

Para que o Plano de Comunicação obtenha êxito, abrange as principais áreas da Comunicação como Jornalismo, responsável pela assessoria de imprensa; Publicidade, responsável principalmente pela assessoria institucional; e Relações Públicas cuidando da assessoria de comunicação enfatizando o delineamento dos públicos e ações a serem desenvolvidas especificamente para cada um deles.

Diante da importância acima exposta de um Plano de Comunicação para qualquer organização, e considerando: a) a experiência vivenciada pelo CBH Rio Jucu durante a etapa de elaboração de seu Plano de Bacia, onde foi identificada, durante as mobilizações sociais, a falta de mecanismos que facilitem a comunicação social voltada aos recursos hídricos; e, b) a necessidade de motivar a sociedade a participar das questões referentes à gestão dos recursos hídricos e afirmar seu compromisso compartilhado no que concerne à melhoria da qualidade e da quantidade de água, através do fornecimento à mesma de informações de caráter institucional, administrativo, técnico, social e político, verificou-se a necessidade de elaboração e implementação de um Plano de Comunicação e Mobilização Social.

3. DIAGNÓSTICO

Atualmente o CBH Rio Jucu é composto por membros representantes da Sociedade Civil, dos Poderes Públicos nas esferas Municipal e Estadual, além do segmento de usuários de água da referida Região Hidrográfica. O rio Jucu é responsável pelo abastecimento de mais da metade da população da região Metropolitana de Vitória, o que torna a bacia hidrográfica estratégica no assunto abastecimento público. Além disso, nos limites da bacia hidrográfica encontra-se atividades agrícolas importantes no abastecimento de alimentos da mesma região metropolitana.

Vale ressaltar que a Bacia Hidrográfica do rio Jucu, possui desde 2016 um Plano de Bacia e Enquadramento dos principais rios que compõe a hidrografia da mesma, fazendo-se

necessária também a divulgação dessas informações. Finalmente a cobrança pelo uso dos recursos hídricos na bacia é outro assunto em pauta e já discutido no comitê que merece especial atenção nas estratégias de comunicação, de forma a esclarecer a sociedade sobre o assunto.

3.1 Caracterização da Região Hidrográfica

A região hidrográfica do rio Jucu possui uma área de aproximadamente 2.183 km² e drena, integralmente, os territórios dos municípios de Domingos Martins, Marechal Floriano e Viana e, parcialmente, os territórios dos municípios de Cariacica, Guarapari e Vila Velha.

Seu rio principal, o rio Jucu, possui suas nascentes na Serra do Castelo (Domingos Martins) e sua foz no Balneário de Barra do Jucu (Vila Velha), alcançando aproximadamente 169,5 Km de extensão.

De acordo com o documento “Enquadramento dos Corpos de Água em Classe e Plano de Bacia para os Rios Santa Maria da Vitória e Jucu” (IEMA, 2016), vivem na bacia cerca de 705.000 (setecentos e cinco mil) habitantes, concentrados particularmente nos municípios de Vila Velha, Cariacica e Viana (Região Metropolitana da Grande Vitória). Nestes municípios destacam-se atividades urbano-industriais, com significativa importância no PIB estadual. Já nos municípios da cabeceira da bacia, preponderam atividades agropecuárias, de base familiar, como a fruticultura, olericultura, cafeicultura, avicultura, suinocultura, bovinocultura, entre outros.

Considerando a divisão da região hidrográfica realizada no referido Plano de Bacia, constata-se que as Unidades de Planejamento (UPs) Formate-Marinho-Costeira, Alto Jucu e Jucu Braço Sul, apresentam as menores disponibilidades hídricas superficiais.

As demandas do setor primário (irrigação e criação animal) preponderam nas partes altas da bacia (UPs Jucu Braço Sul, Alto Jucu e Médio Jucu), enquanto, nas porções mais baixas, a maior densidade populacional, dentro e fora da bacia, estabelece que o setor de abastecimento público se apresente como o maior usuário de água, representando cerca de 87% da demanda hídrica consuntiva total. Já em relação à diluição de matéria orgânica (DBO_{5,20}), as cargas pontuais do esgotamento sanitário que preponderam nas porções baixas da bacia equiparam-se às cargas potencias difusas da pecuária existente nas partes altas da mesma.

4. OBJETIVOS

Um dos principais objetivos deste Plano de Comunicação é construir prestígio e dar visibilidade ao CBH rio Jucu, junto à opinião pública, por meio de ações de conscientização, de divulgação das ações executadas do Plano de Bacia com recursos da Cobrança, entre outros.

Não menos importante é o objetivo de alavancar a conscientização, mobilização e participação social na gestão de recursos hídricos, agregando novos membros à Plenária do Comitê para a finalidade da gestão democrática, participativa, plena e eficiente dos recursos hídricos.

5. PÚBLICO ALVO

Um Plano de Comunicação tem sempre a intenção de atingir ao maior número de públicos possíveis, pois na visão da comunicação integrada, qualquer que seja o plano em questão, todos os segmentos sociais são relevantes quando se considera a opinião pública como alvo de suas ações. O CBH Rio Jucu possui um público pré-definido, porém, em nada impede que esse público seja ampliado e até acrescido por segmentos outrora não compreendidos como tal.

Os públicos-alvo do CBH Rio Jucu de forma ampla são:

- Poder Público executivo, legislativo e judiciário nas esferas municipal e estadual;
- Usuários dos Recursos Hídricos e
- Sociedade Civil Organizada e
- Sociedade de forma global;

A partir de uma visão mais abrangente, sem atentar-se às peculiaridades de cada setor, este público poderia ser resumido como qualquer segmento da sociedade sem distinção; no entanto, especificações são enquadradas dentro destes públicos para que haja o mútuo interesse das partes envolvidas, ou seja, a “quem se quer atingir” e “quem quer ser atingido” pela mesma ação.

Partindo do princípio básico de definição das ações, cada público pré-estabelecido pelo CBH Rio Jucu deve ser segmentado e ter uma ação voltada diretamente para suas expertises, incitando o interesse do mesmo e promovendo com êxito as atividades pré-estabelecidas para a plena execução do Plano de Comunicação. Para tal, sugere-se que os atores diagnosticados no ANEXO 2 do Relatório Técnico 1 (RT1), do Plano de Bacia aprovado pelo Comitê, sejam o ponto de partida de definição destas particularidades.

6. AÇÕES A SEREM DESENVOLVIDAS

6.1 Assessoria de Comunicação

Descrição – É conjunto de atividades e ferramentas desenvolvidas para divulgar institucionalmente o CBH Rio Jucu como, aproximação e estreitamento do

relacionamento com veículos de comunicação e os públicos em geral, levantamento das necessidades do Comitê no âmbito da comunicação.

Objetivo - Aproximar o CBH Rio Jucu de seus públicos de interesse, levando a estes o conhecimento das atividades realizadas pelo mesmo, mostrando sua importância no cenário da gestão dos recursos hídricos e o fortalecimento institucional do Comitê.

Elaboração - 1°. **Mailing List** - Criação e atualização de uma lista de contatos onde estejam contidos os principais veículos de comunicação da bacia, bem como as prefeituras, secretarias municipais, câmara de vereadores, deputados da região, instituições de ensino, entidades de classe, entre outros; 2°. **Clipping de Notícias** - Acompanhamento diário das notícias que saiam na imprensa local, ou de maior abrangência, realizando um arquivo de todas as informações relacionadas ao Comitê ou à bacia, veiculado na mídia; 3°. **Releases** - elaboração e envio de releases para os veículos de comunicação da bacia e outros a que possam interessar objetivando despertar o interesse da mídia aos eventos realizados pelo Comitê e atendimento à imprensa quando demandado.

Público-Alvo - O público-alvo de uma assessoria de comunicação são, predominantemente, os veículos de comunicação, regionais ou nacionais, pois são, invariavelmente, grandes formadores de opinião e transmitem as informações tanto de forma voluntária aos demais segmentos que compõem os públicos da organização. No CBH Rio Jucu, os principais públicos são os veículos de comunicação (jornais, rádios, emissoras de Televisão, blogs, sites, redes sociais) da bacia, além de instituições como as Prefeituras e Câmaras Municipais, Secretarias Municipais diversas, Instituições de Ensino, Unidades de Conservação e as principais instituições formadoras de opinião da sociedade como, por exemplo, associações, agremiações, entre outros.

Recursos e responsabilidades necessários - Para que esta atividade seja aplicada de forma adequada e atenda aos propósitos deste Plano de Comunicação, o ideal é que seja contratada uma empresa especializada em assessoria de comunicação e que esta fique responsável pela elaboração de todo o material institucional, atendimento aos públicos e promoção do Comitê.

6.2 Boletins Informativos

Descrição - Publicação periódica informativa do CBH Rio Jucu.

Objetivo - O Boletim Informativo é um instrumento importante para levar ao conhecimento do grande público, as atividades desenvolvidas pelas organizações, bem como ajudar na divulgação de sua marca. Por ser distribuído gratuitamente, estimula o interesse de diversos públicos dos mais variados segmentos, fazendo com que a

organização se torne mais conhecida e fortaleça sua presença em sua área de atuação, bem como servir de referência em outras localidades.

Elaboração - Serão selecionadas, analisadas e aprovadas pela Diretoria do CBH Rio Jucu, as pautas consideradas de maior relevância e interesse a ser publicado. O ideal para se atingir o objetivo de divulgação e promoção institucional do Comitê, é que seja elaborado 01 boletim informativo por bimestre no período de 12 (doze) meses.

Responsabilidade - Atividade desenvolvida por profissionais de comunicação, com habilitação em jornalismo, mas a cada etapa as contribuições podem vir das mais variadas fontes como, por exemplo, é muito importante a participação da diretoria do Comitê para que sejam colocados em foco o viés político do mesmo. Por fim, o produto chega à fase de diagramação pelas mãos de profissionais especializados em Design Gráfico que, em alguns casos são exercidos por profissionais também de comunicação, habilitados em publicidade ou relações públicas.

Público-Alvo - Como o Comitê é mantido com recursos da cobrança feita aos usuários dos recursos hídricos, esse torna-se essencialmente um público fundamental para a propagação das atividades exercidas pelo colegiado a partir desses recursos.

No entanto, o Boletim pode se caracterizar como uma ferramenta para atrair novos parceiros, como instituições técnicas, de ensino, órgãos públicos, entre outros que não façam parte do sistema.

Recursos necessários - Para que o Boletim Informativo seja elaborado e atinja seus objetivos, seria necessário o acompanhamento de um profissional de jornalismo em todas as atividades do Comitê, além de uma equipe de apoio que possa contribuir com a atividade de diagramação e editoração gráfica. O Boletim Informativo é digital, mas também pode ser impresso, dependendo do objeto a ser atendido. Neste caso, estima-se, no máximo, dois (02) Boletins impressos ao ano, contendo duas (02) páginas coloridas e tiragem de 1.000 exemplares.

6.3. Website/Redes Sociais

Descrição - Espaço na internet - *Website) Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagran, Youtube, e outras mídias* - voltado exclusivamente para atender ao CBH Rio Jucu.

Objetivo – São as mídias mais utilizadas na atualidade. Promovem a marca da organização, facilita o acesso de todos os públicos em qualquer parte do planeta, permitindo, inclusive a realização de intercâmbios virtuais com entidades afins e órgãos que tenham o mesmo propósito institucional.

Elaboração – O website tem o mesmo princípio do Boletim Informativo, mas com uma dinâmica maior e mais flexibilidade, dispondo de mais informações, e, por ser uma ferramenta atualizável, suas **matérias são sempre atuais**. Contém informações sobre o Comitê e sua Região Hidrográfica, suas atividades desenvolvidas, ajuda na divulgação de eventos e promove o próprio Comitê.

Responsabilidade - O Website e outras mídias sociais é uma ferramenta trabalhada por profissionais de Tecnologia da Informação e aqueles de Comunicação que acompanham o trabalho do dia a dia do Comitê.

Público-Alvo - Os principais públicos do CBH Rio Jucu no website são pesquisadores, estudantes, e demais profissionais interessados em informações técnicas e qualificadas sobre a gestão dos recursos hídricos na bacia. Já nas redes sociais o público é diversificado.

Recursos necessários - Para o funcionamento do website é necessária a disponibilidade de um domínio e uma hospedagem, além do acompanhamento feito por uma empresa especializada.

6.4 Eventos não institucionais

Descrição - Elaboração de eventos ou a participação ativa do CBH Rio Jucu em eventos pontuais, em datas correlatas à gestão dos recursos hídricos como, por exemplo, exposição de material institucional em comemorações pelo dia mundial do meio ambiente ou no dia nacional da água, entre outros.

Objetivo - Esta é uma das ações de Comunicação com bom retorno em curto prazo, pois a resposta é praticamente imediata aos estímulos do público, proporcionando um contato mais próximo que permite uma rápida avaliação do desenvolvimento das atividades, além de promover institucionalmente o Comitê.

Elaboração - A participação ou elaboração de eventos é uma questão subjetiva, pois se deve levar em consideração as finalidades, os espaços disponíveis, de quem é parte a iniciativa. É necessário um delineamento do que é especificamente o evento.

No caso da organização (ou elaboração) muitos fatores são levados em conta, sendo essencial o planejamento prévio e observadas as necessidades para sua realização.

Em caso de participação em eventos promovidos por outras organizações da bacia hidrográfica ou de outras bacias hidrográficas do Estado, as necessidades podem se apresentar menores, no entanto é fundamental que se tenha o conhecimento do planejamento e dos resultados previstos pelos organizadores e ater-se ao espaço cedido

para que não torne uma oportunidade de fortalecimento da organização em inconveniência e depreciação da mesma.

Responsabilidade - Em ambos os casos, esta é uma função que cabe a um profissional de Comunicação, de preferência que tenha experiência em eventos, porém, no caso de ser o organizador do evento, o ideal é que se contrate uma empresa especializada e que disponha de uma equipe preparada e experiente para garantir êxito e não deixar preocupações a cargo dos contratantes, que devem estar disponíveis para políticas institucionais de relacionamento com os públicos de interesse.

Público-Alvo - Depende da abrangência, bem como dos objetivos do evento. O direcionamento e o foco do público devem estar presentes no planejamento do evento, visando, atingir integralmente o propósito da ação. Essa avaliação deve ser feita tanto na organização quanto na participação de um evento organizado por terceiros.

Recursos necessários - Dentro do planejamento de um evento, no caso de ser o próprio organizador, é importante dispor de uma pessoa qualificada para coordenar e acompanhar o profissional ou a empresa contratada para a execução do serviço. Em caso de apenas participar de um evento de outra organização, basta que sejam levantados os dados do evento e qual o espaço disponível para orientar os profissionais disponíveis quanto à logística, acompanhados por um profissional de Comunicação.

6.5 Folder

Descrição – Publicação impressa, institucional e atemporal, para servir como material de divulgação institucional do CBH Rio Jucu.

Objetivo - O principal objetivo do folder é divulgar institucionalmente o CBH Rio Jucu, de forma a promover e fortalecer sua Logomarca.

Elaboração - São levantadas as informações consideradas essenciais e que não sofram frequentes atualizações e publicadas de forma simplificada visando ser compreendida por qualquer público. Normalmente é elaborado por profissionais de Comunicação, a partir de dados disponibilizados por membros do Comitê. Sua atratividade é fundamental para que desperte o interesse dos mais variados públicos, utilizando-se de linguagem coloquial e sintética.

Público-Alvo – O folder institucional não deve ser direcionado a um público específico, exatamente pelo propósito de institucionalização da marca, o que independe da classificação de exercício de suas atividades. Ele poderá, também, ser veiculado e disponibilizado sob o formato digital na página eletrônica do Comitê, bem como em páginas eletrônicas de entidades ambientais parceiras e de difusão científica entre outras.

Recursos necessários – É necessário a disponibilização dos dados do Comitê e, no âmbito da Comunicação, é adequado contratar uma empresa de comunicação especializada em editorações institucionais.

Ao longo de 12 meses, deverá ser produzido 2.500 exemplares do folder elaborado, em folha tamanho A4, frente e verso com dobraduras, papel Couchê 120g/m²

6.6 Banners

Descrição: Instrumento de comunicação impressa, em papel plastificado, com dimensão 90x150cm.

Objetivo: Divulgação em espaços fechados. Os banners serão utilizados em eventos institucionais ou não para divulgar o Comitê e a bacia. No período de intervalo entre eventos os banners poderão ser instalados em local público.

Elaboração - Serão confeccionados 03 (três) banners: Um falando do CBH Rio Jucu (objetivos, atribuições, como participar, composição, etc), outro da bacia e um terceiro das ações realizadas pelo Comitê.

Público-Alvo – Assim como o folder institucional, os banners devem utilizar de linguagem coloquial e compreensiva para os mais diversos públicos. Eles poderão, também, serem veiculados e disponibilizado sob o formato digital na página eletrônica do Comitê, bem como em páginas eletrônicas de entidades ambientais parceiras e de difusão científica entre outras.

Recursos necessários – É necessário a disponibilização dos dados do Comitê e, no âmbito da Comunicação, é adequado contratar uma empresa de comunicação especializada em editorações institucionais.

6.7 Vídeo Institucional

Descrição - O vídeo institucional é um produto que pode ser veiculado em sites, Facebook, Instagram, Twitter, exposições e apresentações da organização, da mesma forma que um folder institucional, diferenciando-se pela mídia utilizada.

Objetivo - É uma das ferramentas de comunicação mais atraentes e permite a divulgação do CBH Rio Jucu nos públicos atingidos. Seu objetivo é divulgar institucionalmente o Comitê.

Elaboração - Um roteiro é elaborado e analisado para que seja adequado ao propósito institucional e não o torne inconveniente, buscando informações que sofram poucas alterações e dispensem frequentes atualizações.

Responsabilidade - Por se tratar de um produto muito específico, existem empresas especializadas em produção e edição de vídeos tanto institucionais quanto promocionais. Essas empresas são constituídas basicamente por profissionais de comunicação com especialização audiovisual e é adequado que uma pessoa indicada pela contratante, com o perfil conhecedor de todo o processo acompanhe a produção do referido material.

Público-Alvo - Assim como o folder institucional, o vídeo deve utilizar de linguagem coloquial e compreensiva para os mais diversos públicos, não se restringindo a um determinado grupo, pois não deve conter caráter técnico e sim de promoção do Comitê.

Recursos necessários - Informações sobre o Comitê e um representante indicado pelo mesmo para acompanhar o trabalho.

6.8 CAMISETAS

Descrição – Camisetas de algodão, em manga curta, para vestimenta.

Objetivo – Promover o pertencimento e responsabilidade do membro do Comitê. Identificar o membro do Comitê durante as reuniões Plenárias e em outros espaços.

Elaboração - Deverão ser produzidas 70 camisetas

Público-Alvo – Antigos e atuais membros do Comitê bem como colaboradores.

Recursos necessários – Será necessário a elaboração de propostas de diagramação da camiseta para definição pelo Comitê.

7. ACOMPANHAMENTO DAS ATIVIDADES

A Diretoria do CBH Rio Jucu com o apoio do **GT-Plano de Comunicação**, deverá fazer todo o acompanhamento da execução deste Plano de Comunicação.

8. AVALIAÇÃO DOS RESULTADOS

A avaliação dos resultados das atividades deve ser uma atividade constante, exatamente para que se flexibilize melhorias e possam ser feitas correções ao longo de suas execuções sem danos ao planejamento proposto. Diversas são as formas de se avaliar os resultados

das ações como, por exemplo, o aumento de acessos ao site do Comitê, a preocupação da comunidade e da sociedade em geral com a participação e representatividade da instituição, bem como suas opiniões e ações.

Outra forma de se avaliar o resultado do Plano de Comunicação é através da contratação de uma empresa de pesquisa para levantamento posterior do nível de radiação alcançado pelo Comitê após a prática do referido Plano.

9. CRONOGRAMA

O cronograma das atividades propostas neste Plano de Comunicação deve ser estabelecido regressivamente ao sofrer apreciação e aprovação da Plenária do CBH Rio Jucu e de acordo com as metas e objetivos traçados ao planejar cada uma das ações propostas. São levados em considerações fatores como prioridade, forma de contratação de empresas para serviços terceirizados, bem como disponibilização de recursos, entre outros pormenores que podem diretamente influenciar nos prazos estabelecidos sem o prévio planejamento.

10. REFERÊNCIAS

Plano de Comunicação – Comitê do rio Piabanha (<http://www.comitepiabanha.org.br> - 2018).

Plenária: 2016-2020

Diretoria mandato: 2016/2018

Elio de Castro Paulino – *Sociedade Civil (Sociedade Sinhá Laurinha)*

Presidente

Vera Lúcia Martins Santos – *Poder Público (INCAPER)*

Vice-Presidente

André Luiz Sefione – *Usuário (Companhia Espírito Santense de Saneamento – CESAN)*

Secretário Executivo