

Programa de Comunicação Social do Comitê da Bacia Hidrográfica da Baixada Santista

Realização



Programa de Comunicação Social do Comitê da Bacia Hidrográfica da Baixada Santista



São Carlos, 2019

COMITÊ DA BACIA HIDROGRÁFICA DA BAIXADA SANTISTA

Presidente

Alberto Pereira Mourão

Vice-presidente

Celso Garagnani

Secretário Executivo

Sidney Felix Caetano

FunBEA

Fundo Brasileiro de Educação Ambiental

Presidente

Maria Henriqueta Andrade Raymundo

Vice-Presidente

Rachel Trajber

Secretária Geral

Semíramis Biasoli

Equipe técnica do Programa de Comunicação Social do CBH-BS

Coordenação

Semíramis Biasoli

Ana Patrícia Arantes

Edward James Davies

Guilherme Rocha Dias

Grace Luzzi

Julia de Lima Krahenbuhl

Mariane Lima Avancini

Sandra Marconi Padial

Vivian Battaini

Jornalista Responsável

Ana Patrícia Arantes MTb 29448

Projeto gráfico e diagramação

Diagrama Editorial

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) de acordo com ISBD

F981p Fundo Brasileiro de Educação Ambiental (FunBEA)

Programa de comunicação social do comitê da bacia hidrográfica da Baixada Santista [livro eletrônico] / Fundo Brasileiro de Educação Ambiental (FunBEA). - São Carlos, SP : Diagrama Editorial, 2019. 55 p. : PDF.

Inclui bibliografia.
ISBN: 978-85-65527-32-3

1. Programa de comunicação social. 2. Comitê da Bacia Hidrográfica da Baixada Santista. 3. Educação ambiental. I. Título.

2019-1143

CDD 363.7
CDU 37:504

Elaborado por Odilio Hilario Moreira Junior - CRB-8/9949

Índice para catálogo sistemático:


1. Educação ambiental 363.7
2. Educação ambiental 37:504

O Programa de Comunicação Social do CBH-BS foi desenvolvido com recursos do Fundo Estadual de Recursos Hídricos – FEHIDRO, contrato 117/2017. Permitida a reprodução total ou parcial deste documento desde que citada a fonte.

LISTA DE SIGLAS

APA	Área de Proteção Ambiental
BS	Baixada Santista
CBH	Comitê de Bacias Hidrográficas
CONDEMA	Conselho Municipal de Defesa do Meio Ambiente
CIEA	Comissão Interinstitucional de Educação Ambiental do Estado de São Paulo
CIEE	Centro de Integração Empresa-Escola
CIESA	Comissão Interinstitucional de Educação Ambiental de Santos
CTEAD	Câmara Técnica de Educação Ambiental e Divulgação
EA	Educação Ambiental
FEHIDRO	Fundo Estadual de Recursos Hídricos
FunBEA	Fundo Brasileiro de Educação Ambiental
ONG	Organização Não Governamental
OSCIPI	Organização da Sociedade Civil de Interesse Público
OSCs	Organizações da Sociedade Civil
PDC	Programa de Duração Continuada
ProNEA	Programa Nacional de Educação Ambiental
SIGRHI	Sistema de Gerenciamento de Recursos Hídricos

LISTA DE FIGURAS

- Figura 1.** Gênero dos entrevistados do CBH-BS
 - Figura 2.** Município dos entrevistados do CBH-BS
 - Figura 3.** Setor que o entrevistado representa no CBH-BS
 - Figura 4.** Função do CBH-BS segundo os entrevistados
 - Figura 5.** Bandeiras defendidas pelos membros do CBH-BS
 - Figura 6.** Canais de comunicação do CBH-BS
 - Figura 7.** Conhecimento sobre o histórico do CBH-BS
 - Figura 8.** Como o CBH-BS se comunica/dialoga com a população
 - Figura 9.** Origem dos respondentes
 - Figura 10.** Setores representados no questionário
 - Figura 11.** Área de atuação
 - Figura 12.** Nuvem de palavras obtidas em relação as áreas de atuação dos respondentes ao questionário
 - Figura 13.** Respostas à pergunta. “Conhece as ações do CBH-BS?”
 - Figura 14.** Respostas à pergunta. “Pode apontar alguma ação do CBH-BS?”
 - Figura 15.** Temáticas essenciais para serem priorizadas/dialogadas em relação aos recursos hídricos da região
 - Figura 16.** Respostas dadas ao questionário sobre a percepção da situação dos recursos hídricos na Baixada Santista
 - Figura 17.** Áreas prioritárias, na visão dos respondentes, para ações de projetos relacionados aos recursos hídricos.
 - Figura 18.** Áreas/Temas de interesse
 - Figura 19.** Canais de comunicação acessados para obtenção de informações sobre recursos hídricos
 - Figura 20.** Canais para receber informações do CBH-BS
 - Figura 21.** Infográfico do PCS CBH-BS
- 

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	6
APRESENTAÇÃO	7
MARCO CONCEITUAL	9
MARCO SITUACIONAL	20
MARCO OPERACIONAL	42
PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO PARA O BIÊNIO 2019 – 2021.	49
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	54

INTRODUÇÃO

O Programa de Comunicação Social do Comitê da Bacia Hidrográfica da Baixada Santista – CBH-BS é resultado de um ano de articulações e atividades que envolveram tanto os integrantes do CBH-BS como atores sociais externos ao colegiado. Proposto e desenvolvido pelo FunBEA – Fundo Brasileiro de Educação Ambiental, através de financiamento do FEHIDRO – Fundo Estadual de Recursos Hídricos, o programa é inovador.

Já em sua concepção, com embasamento em levantamentos de expectativas efetuados por meio de entrevistas e de resultados de processos participativos, o Programa envolveu diversos atores sociais – instalados na bacia hidrográfica ou que interagem com o território – refletindo, desta forma, os anseios de vários segmentos da sociedade.

A dinâmica adotada para o desenvolvimento dos trabalhos possibilitou como resultado elencar, de forma sistêmica e objetiva, uma série de iniciativas fundamentais e necessárias ao aprimoramento da comunicação na bacia hidrográfica da Baixada Santista. O documento apresenta diretrizes importantes para o planejamento de atividades do Comitê e, em especial, da Câmara Técnica de Educação Ambiental e Divulgação.

Em consonância com o Plano Estadual de Recursos Hídricos e com o Plano de Bacia Hidrográfica da Baixada Santista, o desenvolvimento do programa é importante para o aprimoramento da atuação do CBH-BS junto ao Sistema Integrado de Gestão de Recursos Hídricos – SIGRH.

A comunicação é essencial, sem esta ferramenta não é possível percorrer os caminhos necessários ao cumprimento da missão do Comitê.

Agradecemos a todos os que participaram e tornaram possível este trabalho.

Sidney Felix Caetano
Secretário Executivo do CBH-BS



APRESENTAÇÃO

Apresentamos o Programa de Comunicação Social do Comitê da Bacia Hidrográfica da Baixada Santista: uma construção participativa realizada durante o período de março de 2018 a abril de 2019. O Programa é uma realização conjunta do FunBEA e do CBH-BS, por meio de sua Secretaria Executiva e Câmara Técnica de Educação Ambiental e Divulgação (CTEAD), gestão 2017/2019.

O Programa tem como objetivo principal, “Contribuir e estimular o fortalecimento da gestão dos recursos hídricos na UGRHI 7 – Baixada Santista” e como objetivos específicos:

- 1) Ampliar a divulgação e disseminar informações sobre a importância da gestão e conservação dos recursos hídricos;
- 2) Mobilizar e formar a comunidade da Baixada Santista sobre a gestão dos recursos hídricos e o papel do CBH-BS na Baixada Santista, e;
- 3) Produzir materiais e criar canais que subsidiem a disseminação de informação por meios de comunicação de massa sobre os recursos hídricos e o CBH-BS.

Criado em 1995, o CBH-BS é um espaço de diálogo e tomada de decisões sobre o destino e a proteção das águas da Baixada Santista. Com uma área de atuação de 2.422,776 km², e tendo como principais rios da bacia: Cubatão, Mogi e Quilombo na área central; Itapanhaú, Itatinga e Guaratuba ao norte; Itanhaém, Branco e Preto ao sul, apresenta responsabilidades e desafios de gestão destas águas que abrigam uma vegetação natural remanescente que ocupa, aproximadamente, 78,5% da área da UGRHI, 162 quilômetros de praias, e têm, em seu território, cerca de 120 Km² de manguezais ainda preservados.

A Política Nacional de Recursos Hídricos, instituída por meio da Lei Federal nº 9.433 de 1997 define entre os seus fundamentos que a gestão dos recursos hídricos deve ser descentralizada e contar com a participação do Poder Público, dos usuários e das comunidades (artigo 1º, inciso VI). Nesse sentido, a promoção de processos participativos e continuados de comunicação, mobilização e educação ambiental para a conservação e gestão dos recursos hídricos constitui iniciativa estratégica fundamental.

O Programa de Comunicação Social nasce alinhado ao Plano de Bacia Hidrográfica, ao Relatório de Situação dos Recursos Hídricos (CBH-BS, 2015), e ao Plano Estadual de Recursos Hídricos (2012-2015), que prioriza em seu Programa de Duração Contínua (PDC) nº 8 a capacitação técnica, a educação ambiental e a comunicação social como estratégias imprescindíveis para a gestão e a conservação dos recursos hídricos, e representa um instrumento catalisador de novas oportunidades para mudar o rumo dos problemas hídricos.

Para a concepção do Programa de Comunicação Social, foram adotados fundamentos e conceitos da educação ambiental, enquanto um instrumento político e pedagógico, que, em linhas gerais, é constituído de três marcos ou eixos de um projeto político pedagógico (BRASIL, 2006):

Marco Conceitual contém a idealização, o sonho de futuro, a concepção de sociedade e de ser humano partilhada pelo grupo, neste caso o CBH-BS e o FunBEA. Nesta idealização estão definidos princípios, valores, ética, que o grupo reconhece como bases para este futuro. As proposições devem ser refletidas, significadas e apropriadas profundamente pelos participantes. A construção pede uma reflexão crítica sobre a sociedade em que vivemos, sobre como queremos que a sociedade seja, quais qualidades humanas queremos promover.

Marco Situacional refere-se às características presentes do contexto, um diagnóstico da realidade local. Um diagnóstico que deve ser pensado como ponto de partida para a realização de planos de trabalho não apenas no sentido “curativo”, mas também “preventivo”.

Marco Operacional apresenta o planejamento objetivo das estratégias e ações a serem desenvolvidas, decorre de uma análise que contempla os Marcos Situacional e Conceitual ao mesmo tempo.

Ressalta-se que a própria elaboração do Programa possibilitou alcançar resultados relevantes, como a realização de processo formativo em educomunicação socioambiental e a articulação com as instituições que compõem o Comitê. Soma-se a estas, a produção de materiais diversos de informação e de formação que circularam para os nove municípios que compõem a Região Metropolitana da Baixada Santista: Bertioga, Cubatão, Guarujá, Itanhaém, Mongaguá, Peruíbe, Praia Grande, Santos e São Vicente.

A construção do Programa envolveu diretamente cerca de 700 pessoas e instituições representando a diversidade de organizações do poder público nas esferas estadual e municipal, instituições de ensino superior, escolas, movimentos sociais, sociedade civil e setor privado atuantes nas questões hídricas.

Este Programa não se restringe a um documento, mas se trata de importante instrumento de implementação da política pública de educação ambiental e comunicação social do Comitê. Para seu fortalecimento e efetividade é fundamental o seu monitoramento e avaliação permanentes, que proponham estratégias de continuidade para sua implementação, garantindo a transparência das ações do Comitê e a constante aproximação com a população da Baixada com este importante colegiado das Águas.

Semíramis Biasoli

*Secretária Geral do FunBEA e
Coordenadora do Programa de
Comunicação Social do CBH-BS*

MARCO CONCEITUAL



Guimarães Rosa já disse: *A gente sabe que estes silêncios estão cheios de mais outras músicas.* Parafraseando-o, lembro que o universo está cheio de água, em seus três estados : líquido, sólido e gasoso. Mas, em poucos lugares do cosmos, como na Terra, encontra-se em estado líquido, condição essencial para que alimente a vida. Vamos torná-la sagrada, imemorial, como um Quixote a afirmar: *Quando sonhamos sozinhos é apenas um sonho; quando sonhamos juntos, é o começo de uma realidade.*¹

Eda Tassara, Conselheira do FunBEA

A crise atual da humanidade exige uma transformação da convivência para garantir a manutenção da vida em todas as suas formas e a melhoria das condições existenciais. Compreender o engajamento cidadão, bem como a consciência individual e coletiva de corresponsabilidade sobre o destino do planeta Terra é essencial neste processo, almejando uma transição para sociedades sustentáveis.

É claro que se trata de um grande desafio, porém alimentar utopias é essencial para ampliar conhecimentos e estabelecer uma ampla frente de atuação, capaz de transformar a visão antropocêntrica de agressões e desperdícios, enxergando-nos como parte integrante da natureza.

¹ Comunicação pessoal de Eda Tassara, em abril de 2019, encaminhada por correio eletrônico, especialmente para o Teatro Debate, da peça teatral "De gota em gota é o fim, produzida pelo Programa de Comunicação Social do CBH-BS.

A comunicação como ferramenta de criar e manter a relação entre os indivíduos e a interação social, oferece condições para que novas formas de comportamento sejam introduzidas na sociedade. Segundo Freire (2006), comunicação e educação são concomitantes, indissociáveis e mutuamente complementares. Formar uma cultura dialógica é determinante, pois sua falta põe em risco a efetividade das ações e o grau de confiança mútua entre interlocutores. Nesse contexto, a comunicação tem papel central para o empoderamento e apropriação da questão socioambiental pela sociedade por meio do fomento a adequação dos meios interativos e democráticos para que a população possa criar e espalhar informações (BRASIL, 2005).

Desde 2003, por ocasião da I Conferência Nacional de Meio Ambiente, o Ministério do Meio Ambiente se comprometeu em elaborar uma política de comunicação ambiental no país. Em 2005 foi desenvolvido o Programa de Educomunicação Socioambiental para divulgar ações, projetos e programas de educação ambiental voltados às políticas públicas de abrangência nacional. Tal documento corresponde à dimensão pedagógica dos processos comunicativos associados à questão ambiental que, na perspectiva do Programa Nacional de Educação Ambiental – ProNEA, se quer presente como competência e conteúdos de todos os canais de comunicação no país. Sendo assim, tendo a temática dos recursos hídricos e a gestão do Comitê da Bacia Hidrográfica da Baixada Santista, trazemos o conceito de educomunicação socioambiental como objeto de mensagem deste Programa.

ORIGEM DO MARCO CONCEITUAL DO PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DO CBH-BS

O Marco Conceitual apresenta os princípios que fundamentam a construção deste Programa de Comunicação Social, baseado nos sonhos e anseios dos representantes do Comitê da Bacia Hidrográfica (incluindo documentos norteadores, como o Plano de Bacia Hidrográfica 2016-2017²) e da população da Baixada Santista.

O levantamento de sonhos e anseios foi feito através de entrevistas individuais com 30 membros do CBH-BS que responderam a seguinte questão: **“Na sua visão, o que deve conter o Programa de Comunicação Social CBH-BS?”**. Além das entrevistas,

2 Neste Plano foram definidas metas e ações para a gestão dos recursos hídricos na UGRHI 7 de acordo com a deliberação CRH N °146/2012. O presente Programa é resultado da demanda do CBH-BS explicitada no Plano de Bacia, no qual a Comunicação Social aparece como prioridade de ação juntamente com Capacitação Técnica e Educação Ambiental, e são contempladas nas linhas de ação propostas no Plano, sendo evidenciada nos princípios e diretrizes a união de comunicação e educação ambiental.

foram realizadas duas reuniões coletivas, uma com os membros do CBH-BS, e uma com a CTEAD. Em ambas, os participantes foram questionados e incentivados a dialogar sobre **“Quais são os sonhos e princípios para o Programa de Comunicação Social do CBH-BS?”**.

Ampliando este processo para a população da Baixada Santista, foi realizado um encontro com os comunicadores que atuam com a temática ambiental e recursos hídricos no território, que foram questionados sobre **“Quais os princípios de um Programa de Comunicação Social?”**. Também foram realizados três encontros (nos municípios de Guarujá, Santos e Itanhaém) nos quais os participantes foram provocados a pensar e conversar sobre **“O que se espera do Programa de Comunicação Social do CBH-BS?”**.

Destes momentos de diálogo foram levantados os seguintes anseios:

- ▶ Diversidade cultural.
- ▶ Um programa para todos: formadores de opinião, redes, representantes, atores envolvidos com a água.
- ▶ Linguagem acessível a diversos públicos.
- ▶ Clareza de público-alvo e material para cada ação.
- ▶ Uso de canais diversos: mídias sociais, TV e meio digital.
- ▶ Foco no audiovisual.
- ▶ Seriedade e responsabilidade em relação às informações a serem comunicadas.
- ▶ Educomunicação.
- ▶ Promoção do pertencimento e vivência.
- ▶ Princípio da água como bem comum.
- ▶ Promoção da integração de atores (princípio aglutinador).
- ▶ Comunicar com os tomadores de decisão (gestores de políticas públicas).
- ▶ Envolver o corpo técnico das prefeituras.
- ▶ Ter mais espaços de diálogo presenciais para não-técnicos.
- ▶ As Câmaras Técnicas mais valorizadas como espaço de discussão.
- ▶ Incentivo e promoção de diálogos de boas práticas e valores.
- ▶ Conhecer e escutar a comunidade.
- ▶ Ampliar o conhecimento da sociedade, dos próprios membros do CBH-BS e das prefeituras em relação a missão e papel do Comitê.
- ▶ Fomentar a criticidade e reflexividade sobre a gestão das águas.
- ▶ Quebra de paradigmas.
- ▶ Não focar apenas no ensino formal.
- ▶ Fomentar organizações para legitimar o CBH-BS.
- ▶ Promover democracia, cidadania e ética.
- ▶ Conseguir motivar e movimentar as pessoas para participar.
- ▶ Promover o olhar para as demandas dos territórios.
- ▶ Abrangência regional e não local.
- ▶ Que o Programa seja permanente e constante.

Desta forma, através da: (1) Construção participativa a partir dos eventos citados; (2) Plano de Bacia Hidrográfica da Baixada Santista; e (3) Princípios que fundamentam o FunBEA, tomador e realizador deste processo, oito princípios foram sistematizados como referenciais ao Programa de Comunicação Social do CBH-BS.

PRINCÍPIOS DO PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DO CBH-BS

1. **COMUNICAÇÃO COMO DIREITO**
2. **PROCESSOS FORMATIVOS QUE CONTRIBUAM COM A TRANSFORMAÇÃO DA REALIDADE**
3. **COOPERAÇÃO ENTRE INDIVÍDUOS E INSTITUIÇÕES PARA O FORTALECIMENTO DOS ESPAÇOS DE TOMADA DE DECISÕES**
4. **BACIA HIDROGRÁFICA COMO ESPAÇO EDUCADOR SUSTENTÁVEL**
5. **PLURALIDADE E DIVERSIDADE SOCIOAMBIENTAL**
6. **PROMOÇÃO DE POLÍTICAS PÚBLICAS**
7. **EDUCOMUNICAÇÃO SOCIOAMBIENTAL**
8. **PLANO DE BACIA HIDROGRÁFICA COMO REFERÊNCIA**



PRINCÍPIO 1

COMUNICAÇÃO COMO DIREITO

A Declaração Universal dos Direitos Humanos (1948), no artigo 19, destaca que “[...] todo indivíduo tem direito à liberdade de opinião e de expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios, independentemente de fronteiras”.

Com o passar dos anos, o direito à liberdade de expressão foi sendo incrementado por outros princípios aplicáveis como o direito à informação, que inclui o direito de cada indivíduo em informar, se informar e ser informado; e a liberdade de imprensa, que significa a liberdade de dizer, escrever, documentar e veicular aquilo que é de interesse público.

Na prática, não basta ter a liberdade de expressão juridicamente prescrita ou ter acesso à diversas fontes de informações, é preciso que Estado e sociedade adotem medidas que garantam o exercício pleno deste direito. Isso quer dizer que não deve haver concentração de meios de comunicação baseados em status econômico, social ou político pois todos devem ter condições de produzir e difundir informações. Para isso, deve haver a quebra de paradigmas, preconceitos e estereótipos, sendo a diversidade de culturas, raças, gêneros, opções sexuais, entre outras diversidades, respeitadas e valorizadas.

Considerando este princípio, a comunicação e seus meios constituem-se em importantes ferramentas para a garantia de diversos direitos como saúde, educação, política, cultura, meio ambiente e qualidade de vida. Nesta perspectiva, a comunicação se faz pela busca da transparência na informação e é libertadora, contribuindo para a constituição de uma sociedade, de fato, democrática.

Uma implicação da influência da visão do direito à comunicação, é que os públicos, incluindo as esferas estaduais e municipais do governo, a sociedade civil e os grupos primários da mídia, devem protagonizar o espaço de fala, e sua intervenção na formatação de demandas e soluções deve ser majoritária. Considerando o governo federal como enunciante primário, seu papel é de sensibilizador/mobilizador e não de nivelador/conquistador dos públicos.

Uma das inspirações para pensar em Comunicação e o direito a ela, é Paulo Freire (1980) que defende o diálogo como o único fator determinante da união e do pertencimento a uma comunidade. Ele utiliza os conceitos de “círculo”, “roda”, “partilha” e “encontro” como elementos vitais e sustentadores da comunicação.

PRINCÍPIO 2

PROCESSOS FORMATIVOS QUE CONTRIBUAM PARA A TRANSFORMAÇÃO DA REALIDADE

A desalienação e a compreensão do indivíduo acerca de sua inserção no mundo se dá através da troca de saberes e da prática participativa de caráter cooperativo no contexto do grupo social do qual ele se reconhece pertencente.

“O homem não pode participar ativamente na história, na sociedade, na transformação da realidade se não for ajudado a tomar consciência da realidade e da sua própria capacidade para transformar[...]. Ninguém luta contra forças que não entende, cuja importância não meça, cujas formas e contornos não discirna” (FREIRE, 1977).

Ao reconhecer e assumir o seu pertencimento, cria-se o desenvolvimento de valores coletivos e individuais e o fortalecimento de laços afetivos, os quais proporcionam a “socialização” dos sujeitos. Neste contexto os sujeitos passam a construir juntos os pensamentos e, por conseguinte, a consciência crítica de si e do mundo tomando uma posição ativa na sociedade.

Sabe-se que atualmente a comunicação é potencializada pelos meios digitais, porém, não se pode desconsiderar que a sua essência é puramente interpessoal, pois é por meio da coparticipação, do estar presente e da relação interpessoal entre os sujeitos, no ato de problematização e reflexão, que se dá a comunicação para a transformação.

Fomentar processos formativos críticos, propõem uma prática educativa voltada para a “formação de indivíduos e grupos sociais capazes de identificar, problematizar e agir em relação às questões socioambientais, tendo como horizonte uma ética preocupada com a justiça ambiental” (CARVALHO, 2004, p.17).

O fomento e realização de processos formativos, pautados na participação e no diálogo, contribui com a construção de propostas que representem a coletividade e não fiquem restritas a um pequeno grupo de pessoas e contribui para a organização das ações e estratégias necessárias em processos de políticas públicas de gestão das águas, que tem como premissa a transformação da realidade atual e problemática das águas.

PRINCÍPIO 3

COOPERAÇÃO ENTRE INDIVÍDUOS E INSTITUIÇÕES PARA FORTALECER OS ESPAÇOS DE TOMADA DE DECISÕES

Uma sociedade democrática exige que haja comunicação entre as pessoas e entre essas e seus governantes por meio de espaços públicos de discussão e tomada conjunta de decisões que reflitam a diversidade de grupos e indivíduos.

“Apesar de a participação ser uma necessidade básica, o homem não nasce sabendo participar. A participação é uma habilidade que se aprende e se aperfeiçoa” (BORDENAVE, 1994).

Para o desenvolvimento de uma mentalidade que valorize o participativo, é preciso criar oportunidades de exercício efetivo desta prática. A sociabilidade entre indivíduos e instituições proporciona o sentimento de pertencimento, a construção de vínculos e o estabelecimento de novos valores éticos e políticos, daí a importância dos espaços colegiados de tomada de decisões, como o Comitê de Bacias Hidrográficas, e outros espaços coletivos que surgem das interações nas comunidades (centro de pesquisa, viveiros, parques municipais, etc.).

PRINCÍPIO 4

BACIA HIDROGRÁFICA COMO ESPAÇO EDUCADOR SUSTENTÁVEL

Bacia hidrográfica é um conceito que determina o total de uma área de terra que drena as águas superficiais a um ponto comum. Extrapolando seu conceito físico, a bacia hidrográfica é um espaço complexo com diversas interações, relações, conflitos e interesses. Portanto ter a bacia hidrográfica como um espaço educador sustentável permite compreender os conflitos e a complexidade das relações e forças sociais que interferem diretamente sobre ela para, com base no diálogo e na coletividade, propor soluções para enfrentá-los, buscando melhorias na quantidade e qualidade das águas.

Matarezi (2005, p. 163) nos ajuda a compreender o conceito de espaço educador sustentável, ao indicar que a inclusão da educação ambiental (EA) em todos os níveis e esferas da sociedade pode ocorrer também na perspectiva dos espaços e estruturas

educadoras, na medida em que estas “são dotadas de características educadoras e emancipatórias, que contenham em si o potencial de provocar descobertas e reflexões, individuais e coletivas simultaneamente”.

Aprender a partir de vivências, relações, troca de saberes, de crenças e valores que valorizam a cultura e o conhecimento popular, permite compreender conflitos e a complexidade das relações e forças sociais, identificando problemáticas para então propor em conjunto soluções para enfrentá-los. Entende-se, portanto, que a aprendizagem se dá de múltiplas formas e em diferentes espaços, enfatizando a importância de ocupação de espaços públicos, garantindo assim o direito – constitucional – à cidade.

PRINCÍPIO 5

PLURALIDADE E A DIVERSIDADE SOCIOAMBIENTAL

A sociedade brasileira é formada não só por diferentes etnias, como também por diversas culturas, religiões, gêneros e posições sociais. Esta ampla diversidade muitas vezes é marcada pelo preconceito e discriminação. Tal princípio traz, portanto, o desafio de entender esta diversidade como parte inseparável da identidade nacional e valorizar a riqueza de conhecimentos particulares de cada grupo que a compõe.

“O diverso é algo que compõe a condição humana e o respeito a esta diversidade é a resposta para a intolerância” (STUART HALL, 2004).

No campo da comunicação, respeitar a diversidade e, mais que isso, valorizá-la, inclui abordar diversas linguagens, meios e canais de comunicação visando integrar os diversos públicos-alvo, cabendo, neste sentido, fomentar a educomunicação socioambiental que permite e incentiva a produção de conteúdos por todos as pessoas.

A influência da visão de Paulo Freire neste contexto é que o centro dos esforços da ação comunicativa é o diálogo, é abrir, promover, ampliar o espaço do diálogo, da forma mais permanente possível e, nesse esforço, ver emergir o horizonte da educação. Formar uma cultura dialógica é determinante e a sua falta põe em risco a efetividade das ações e o grau de confiança mútua entre os interlocutores.

PRINCÍPIO 6

PROMOÇÃO DE POLÍTICAS PÚBLICAS

De acordo, com Sorrentino (2015, p. 16) “o campo das políticas públicas é essencial para a sustentabilidade socioambiental local e planetária e merece atenção minuciosa dos governantes e de toda a sociedade, para que juntos possam formular e executar ações que atendam às necessidades e expectativas da diversidade de atores de cada território”.

As políticas públicas afetam todos os cidadãos e cidadãs, de todas as escolaridades, independente de gênero, raça, religião ou nível social. Majoritariamente, políticas públicas são tidas como as oriundas do ator governamental, porém trabalhamos aqui com o conceito de política pública multicêntrica (SECHI, 2014), a qual valoriza a participação de outros atores da sociedade em conjunto com o governo, no que diz respeito à tomada de decisões políticas, sociais, culturais e ambientais. Biasoli (2015), em referência às políticas multicêntricas, destaca a necessidade de incorporar às políticas públicas, a política do dia-a-dia, a política do cotidiano, do respeito à diversidade de saberes e do fortalecimento das forças sociais instituintes, o que se dá por meio da promoção da participação social.

Nesta perspectiva, considera-se como protagonistas das políticas públicas organizações privadas, organizações não-governamentais, organismos multilaterais, redes de políticas públicas, juntamente com os atores governamentais. Porém, para que ela se torne uma prática efetiva é necessário aprimorar a capacidade dos envolvidos por meio de processos pedagógicos e de planejamentos participativos que estimulem a participação cotidiana da comunidade para a experimentação social. Em outras palavras, que forneça, por meio da práxis, os instrumentos necessários para a organização social e tomada de posição nas decisões para o bem comum. Assim, tal princípio explicita o fomento às políticas públicas ditas multicêntricas e não apenas as que tem o ator governamental como protagonista.

PRINCÍPIO 7

EDUCOMUNICAÇÃO SOCIOAMBIENTAL

A educomunicação é “um campo de implementação de políticas de comunicação educativa, tendo como objetivo geral o planejamento, a criação e o desenvolvimento de ecossistemas educativos mediados por processos de comunicação e pelo uso das tecnologias da informação” (SOARES, 2004).

Seus objetivos específicos, segundo o autor, são: promover o acesso democrático dos cidadãos à produção e difusão da informação; identificar como o mundo é editado nos meios; facilitar o processo ensino-aprendizado através do uso criativo dos meios de comunicação e de suas tecnologias (estes – os meios de comunicação – vistos a partir não da tecnologia em si, mas de suas características e da importância de se ter acesso a eles); e promover a expressão comunicativa dos membros da comunidade educativa.

“A educomunicação tem o propósito de estimular, orientar e apoiar a comunicação individual e coletiva sobre a realidade socioambiental dos territórios/instituições/públicos envolvidos em projetos/programas/ações” (OCA, 2016, p. 44).

Ela é essencial aos processos educadores por favorecer o diálogo por meio de diferentes meios, atingindo uma diversidade de atores em ambientes formais e não formais, tornando-se fundamental em quaisquer modalidades de ensino, seja presencial, à distância ou difusa.

“[...] educomunicação pode ser definida, também, nas práticas educativas que visam levar à apropriação democrática e autônoma de produtos comunicação, por meio dos quais os participantes passam a exercer seu direito de produzir informação” (OCA, 2016, p. 44).

Considerando a comunicação como componente pedagógico (KAPLÚN, 1999) e o diálogo como essencial à educação (FREIRE, 1976) e às políticas públicas de EA (ANDRADE, 2013), a educomunicação (SOARES, 2008) seria a comunicação na perspectiva educadora, pautada pelo diálogo, contribuindo para que o mesmo seja reconhecido como metodologia para a aprendizagem e a convivência, para construção de indivíduos e comunidades (OCA, 2016, p.86-87).

Assim é que comunicação e educação, na perspectiva educadora, são concomitantes e indissociáveis. Não há comunicação plena sem consciência educativa, e nem educação plena sem instrumentalização comunicativa (FREIRE, 2002).

Na área da comunicação o desenvolvimento social e a cidadania são efetivos quando os canais e ferramentas são colocados a serviço da população proporcionando tanto

o acesso quanto a produção das informações. Neste sentido, a educomunicação socioambiental é uma grande aliada pois, por meio dela, busca-se promover processos educadores que contribuam para dar voz aos silenciados, ao mesmo tempo em que auxilia a realização de uma análise crítica das mídias.

PRINCÍPIO 8

PLANO DE BACIA HIDROGRÁFICA COMO REFERÊNCIA

O Plano de Bacia Hidrográfica representa um dos mais importantes instrumentos de gestão de recursos hídricos, estando previsto nas legislações estadual e federal. O Plano constitui um marco de referência ao planejamento regional, com metas e ações a serem alcançadas a curto, médio e longo prazo, visando atingir os princípios e objetivos fundamentais das Políticas Nacional e Estadual de Recursos Hídricos. Por isso, contemplar as diretrizes do Plano nas linhas e estratégias do Programa de Comunicação Social do CBH-BS é de fundamental importância para efetivar a realização das ações que podem ser desmembradas por meio do PDCs.





MARCO SITUACIONAL

O marco situacional do Programa de Comunicação Social traz um retrato do Comitê e da comunicação realizada pelo colegiado, investigando-se o período anterior ao início do Programa, considerado aqui como diagnóstico inicial.

Este retrato foi construído com dados obtidos por meio de ferramentas metodológicas, tais como: entrevistas, oficinas e questionários online, tendo como público-alvo, membros do CBH-BS e instituições que não participam do colegiado.

No mês de maio de 2018 foram realizadas 26 entrevistas semiestruturadas com 30 membros do Comitê. O critério para a escolha dos entrevistados foi garantir a representatividade de todos os segmentos e municípios que fazem parte do colegiado. A partir desta definição, a Secretaria Executiva do Comitê e cada uma das pessoas que eram entrevistadas indicavam pessoas que achavam relevantes para o diagnóstico. A seguir, um quadro com as instituições entrevistadas:

Instituições entrevistadas para a construção do Marco Situacional do Programa de Comunicação Social do CBH-BS

1. AMORCA – Associação dos Moradores Caiçaras e Amigos da Serra do Guararu
2. Associação dos Engenheiros e Arquitetos de Santos
3. Associação Amigos da Riviera de São Lourenço
4. Associação dos Engenheiros e Arquitetos e Agrônomos de Bertiooga
5. Secretaria Executiva do CBH-BS
6. Cetesb – Companhia Ambiental do Estado de São Paulo
7. Concidadania – Consciência pela Cidadania
8. DAEE – Departamento de Águas e Energia Elétrica
9. Ecophalt
10. Emae- Empresa Metropolitana de Águas e Energia
11. Instituto Maramar
12. OAB – Praia Grande
13. Orquidário Municipal de Santos
14. Prefeitura de Bertiooga – Secretaria de Meio Ambiente

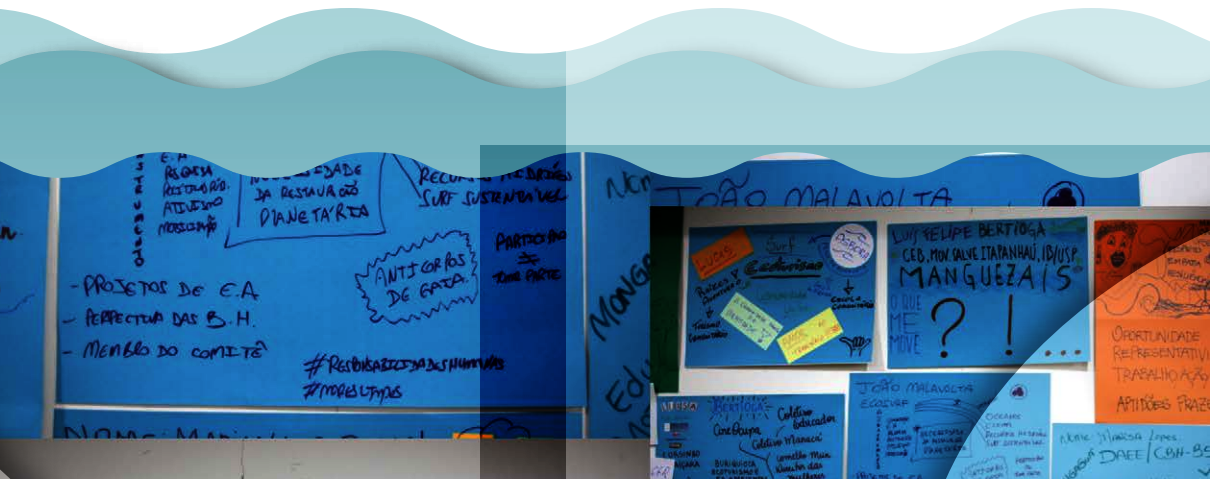


15. Prefeitura de Guarujá – Secretaria de Meio Ambiente
16. Prefeitura de Itanhaém – Secretaria de Meio Ambiente
17. Prefeitura de Praia Grande – Secretaria de Educação
18. Prefeitura de Praia Grande – Secretaria de Planejamento
19. Prefeitura de São Vicente – Secretaria de Meio Ambiente
20. Rotary Clube de Cubatão
21. Sabesp
22. Secretaria de Estado da Saúde
23. Secretaria de Infra Estrutura e Meio Ambiente do Estado de São Paulo
24. Universidade Santa Cecília – UNISANTA
25. Universidade Católica de Santos – UNISANTOS

Somam-se às entrevistas duas oficinas internas: uma com os membros da CTEAD no dia 27 de abril de 2018 com a participação de 18 pessoas e a outra para todos os membros do CBH-BS no dia 24 de maio de 2018 com a participação de 16 pessoas.

Com as instituições que não participam do CBH-BS foram realizadas três encontros e aplicado um questionário online. Os encontros foram realizados nos municípios de Peruíbe, Guarujá e Santos com a participação de 78 pessoas dos nove municípios da Baixada Santista. O questionário online circulou entre os dias 20/05 e 20/07/2018 e foi aplicado de forma presencial nos encontros. Ao todo foram respondidos 74 questionários.

O marco situacional foi dividido em três partes. A primeira traz as respostas dos membros do CBH-BS, a segunda dos não-membros, e, por fim, considerações gerais.



O CBH-BS NA PERSPECTIVA DE SEUS MEMBROS

Nesta seção serão apresentados os dados agrupados em categorias.

CATEGORIA 1. PERFIL DOS ENTREVISTADOS

O perfil dos entrevistados é composto por dados de gênero, município e setor que representa no CBH-BS. A maior parte dos entrevistados é do sexo masculino. Foram entrevistadas pessoas/instituições de 7 dos 9 municípios que compõe a Baixada Santista, além de duas participações de São Paulo.

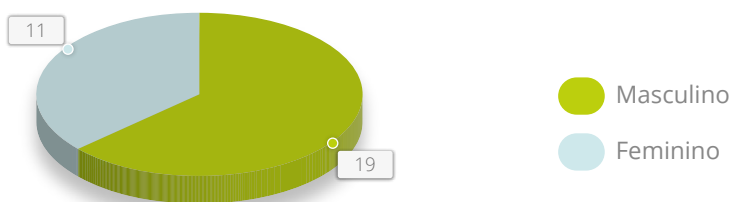


Figura 1. Gênero dos entrevistados do CBH-BS.

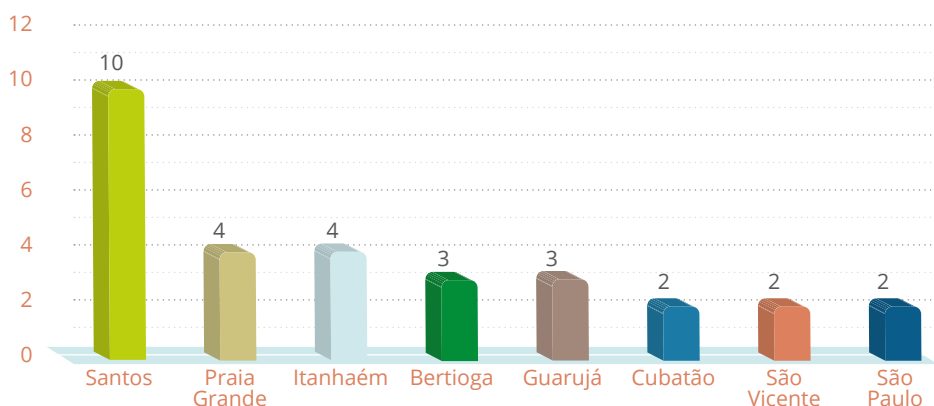


Figura 2. Município dos entrevistados do CBH-BS.

Com relação ao setor que os entrevistados representam no CBH-BS têm-se a maioria da sociedade civil, seguido pelas prefeituras municipais, governo estadual e membros da Secretaria Executiva do CBH-BS. Destaca-se que todos os segmentos foram entrevistados para a realização do diagnóstico o que é importante para revelar as diferentes visões sobre a temática investigada.

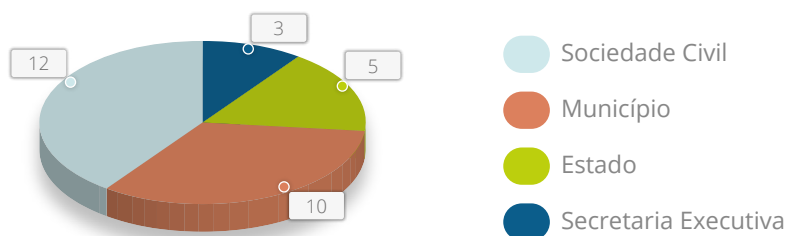


Figura 3. Setor que o entrevistado representa no CBH-BS.

CATEGORIA 2. CARACTERIZAÇÃO DO CBH-BS

Para análise das entrevistas semiestruturadas, foram definidas subcategorias, com intuito de documentar distintas visões, sendo elas:

A. NOMENCLATURA

Ao serem questionados sobre o que é o CBH-BS foram verificadas nomenclaturas diferenciadas para se referir ao mesmo, tais como: órgão colegiado, articulador, agente político, instituição, grupo, fórum, colegiado e órgão.

B. FUNÇÃO

A visão que os membros do CBH-BS têm sobre a instituição é heterogênea, de forma que podemos afirmar que sua missão e objetivos enunciados nos documentos oficiais não são interiorizados e consensuados entre todos. Porém, alguns entrevistados se aproximam de tais definições enunciando a criação do Comitê vinculada à Secretaria Estadual de Recursos Hídricos, como um “fórum tripartite de debate para a gestão dos recursos hídricos”. Entre as distintas funções identificadas a partir das entrevistas e oficinas estão: político, articulador, cuidador, financiador, fiscalizador e integrador. Com afirmações, tais como: órgão aglutinador de boas práticas ambientais; parlamento das águas, capacitador da sociedade e função de equilibrar a demanda e destinação de recursos.

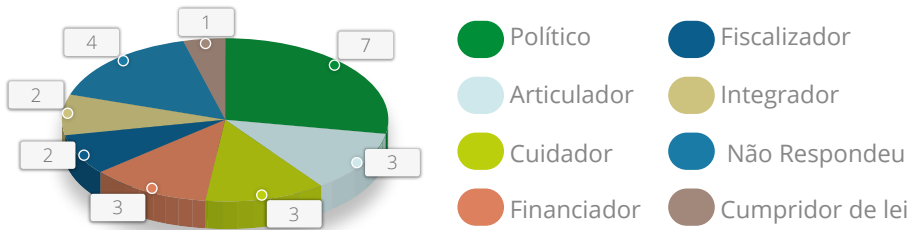


Figura 4. Função do CBH-BS segundo os entrevistados.

C. REPRESENTATIVIDADE

De forma geral os participantes das entrevistas reconhecem a composição do Comitê como diversa e questionam sua representatividade nos seguintes aspectos:

- Enunciar-se como tripartite: foi apontado por integrantes da sociedade civil que a forma como as cadeiras no CBH-BS são divididas não é igualitária, pois não há igualdade de representação entre órgãos governamentais e sociedade civil.
- A sociedade civil que faz parte do Comitê não representa a sua base. A reflexão sobre quem é a sociedade civil no Comitê foi evidenciada como “a sociedade civil não representa a população”. Além disso, também se apresentaram questões sobre as funções que as instituições têm no CBH-BS.
- As prefeituras não representam a população e focam na obtenção de financiamentos, não cumprindo o papel de representantes (interlocução) com a população.

D. CONQUISTAS

Alguns entrevistados apontaram conquistas importantes do CBH-BS, como ilustrado no quadro a seguir.

- ▶ Cobrança pelo uso da água: com essa ferramenta, o valor disponível para o CBH-BS passou de R\$3 milhões para R\$10 milhões.
- ▶ Financiamento de projetos via FEHIDRO.
- ▶ Ajustes nas deliberações para alinhar necessidades com destinação correta dos recursos.
- ▶ Diversas obras de drenagem nos municípios da Baixada Santista são encaradas como prioridade e exigem muito dinheiro.
- ▶ Macro e microdrenagem realizadas.
- ▶ Projeto modelo: plano de resíduos sólidos da Baixada Santista com recurso FEHIDRO.
- ▶ Evolução da qualidade de projetos aprovados: comissão de avaliação muito boa (união entre universidades).
- ▶ Ser atuante já é uma conquista.
- ▶ Plano de Bacia Hidrográfica.
- ▶ Sistemas de informações sobre as bacias.
- ▶ Aproximação com outros CBHs (Vertente Litorânea).

E. BANDEIRAS DENTRO DO COMITÊ

Cada uma das instituições integrantes do CBH-BS defende temáticas/bandeiras diferentes. Este fato o torna diverso e rico, caminhando na direção de integrar diferentes atores do território com vistas à conservação dos recursos hídricos. A seguir temos as bandeiras citadas em resposta à pergunta: **Quais as bandeiras que os membros integrantes do CBH-BS defendem?**



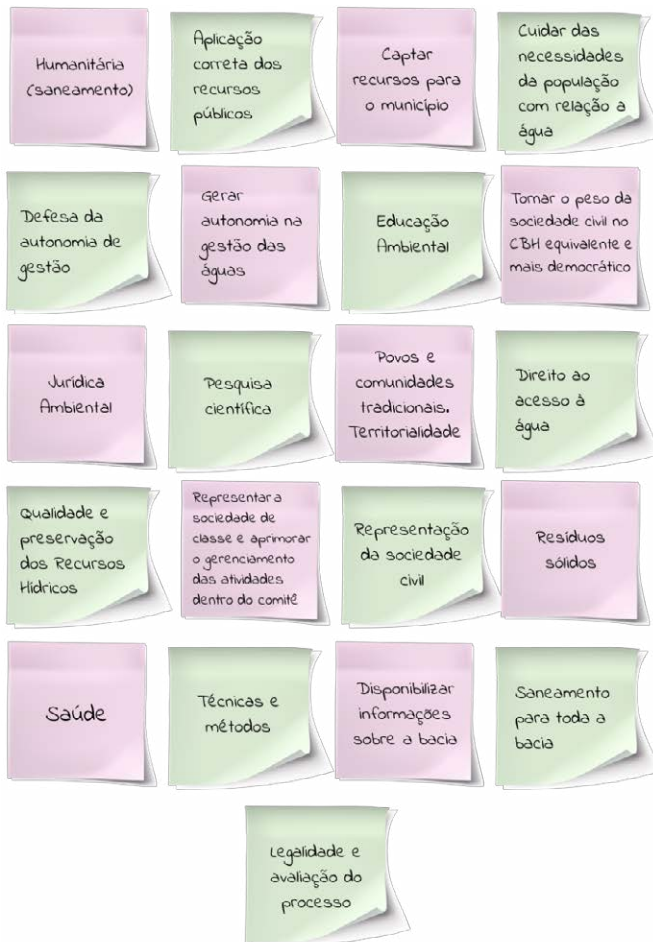


Figura 5. Bandeiras defendidas pelos membros do CBH-BS.

F. COMUNICAÇÃO DO CBH-BS

Os entrevistados foram questionados sobre onde são encontradas as informações sobre o CBH-BS (comunicação externa) e quais os canais de comunicação que o Comitê utiliza (comunicação interna).

De acordo com as respostas, a comunicação externa está centralizada no site institucional (www.sigrh.sp.gov.br) e no website do CBH-BS (www.cbhbs.com.br). A comunicação interna tem como canal mais utilizado o e-mail. Em relação à comunicação interna evidenciou-se certa fragilidade, ressaltando a pouca comunicação entre os

membros e, em relação a comunicação externa, a linguagem técnica que afasta a comunidade.

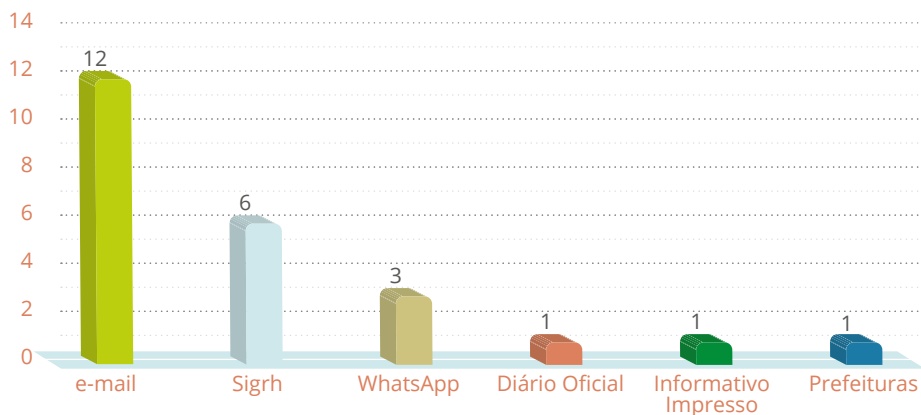


Figura 6. Canais de comunicação do CBH-BS.

G. HISTÓRICO DO CBH-BS

Os entrevistados foram questionados sobre o conhecimento do histórico do CBH-BS. A maior parte não respondeu à questão, atestando desconhecimento. Sete entrevistados indicaram pessoas que fizeram ou fazem parte da Secretaria Executiva, dois não souberam responder e um indicou o próprio CBH-BS. Estes dados indicam uma fragilidade na comunicação da instituição, pois os próprios integrantes/membros desconhecem a instituição, tendo as informações centradas em poucas pessoas (Secretaria Executiva).

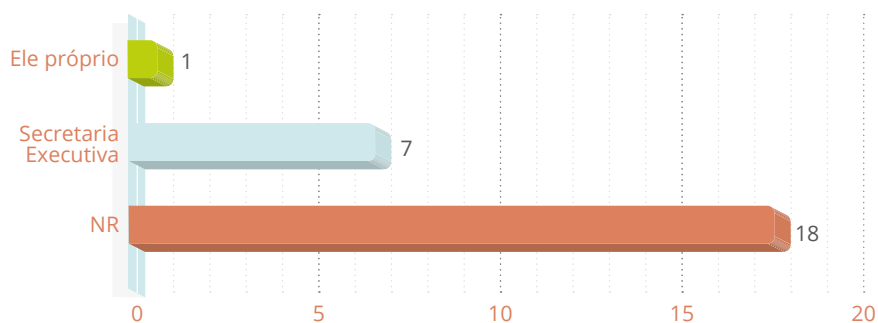


Figura 7. Conhecimento sobre o histórico do CBH-BS.

Os dados coletados sobre o diálogo entre o CBH-BS e a população da Baixada Santista indicam uma fragilidade na comunicação. A maior parte acredita que tal diálogo não chega à população. Outros alegam a sociedade civil como interlocutora, porém apresentam diversas ponderações: “chega (*ao público*) o que tal organização acha ou supõe que a população necessita”, “é falho – devemos ir até as comunidades, incluir igrejas, associações de bairro etc.”, “esta (*sociedade civil*), só busca recursos, falta envolvimento”, “teria que ser pela sociedade civil, mas a representatividade é fraca”.

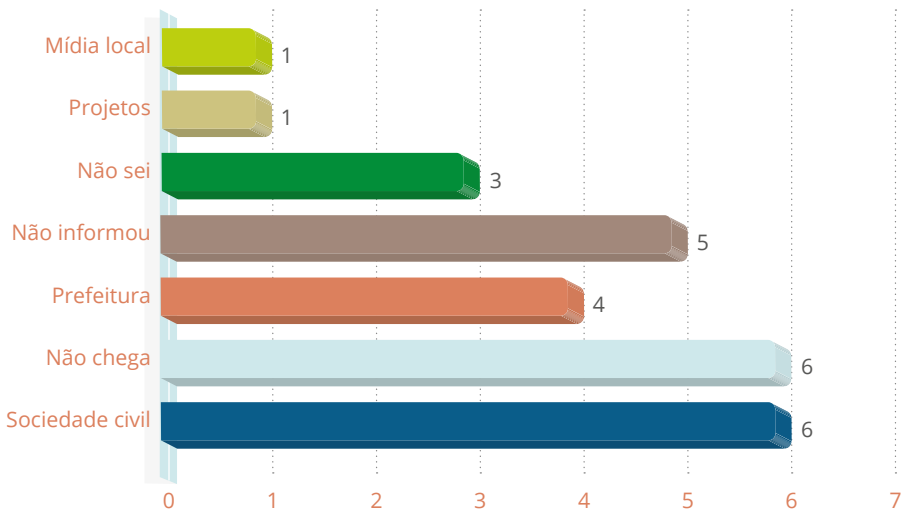


Figura 8. Como o CBH-BS se comunica/dialoga com a população.

H. DESAFIOS PARA A PARTICIPAÇÃO NO CBH-BS.

Os desafios que os entrevistados apresentam para participar do CBH-BS foram organizados em quatro subcategorias:



Desafios Operacionais (tempo, deslocamento, custos):

Majoritariamente, os membros oriundos das OSCs (Organizações da Sociedade Civil) evidenciam a dificuldade de disponibilidade de tempo para participar das reuniões, já que quando estão nas reuniões se ausentam das suas atividades cotidianas. Soma-se a esta o investimento financeiro para participar das reuniões, fato mais delicado para as instituições da sociedade civil sem fins lucrativos. A questão financeira foi amenizada com a deliberação nº 326/2017, que dispõe sobre reembolso de despesas de hospedagem, alimentação e transporte com recursos de custeio (FEHIDRO e Co-brança pelo uso da água) para representantes da sociedade civil do CBH-BS.

Por outro lado, foi ressaltado pelos representantes do Estado, dos usuários da água, bem como das universidades, a importância do apoio operacional de suas instituições para a participação na agenda do CBH-BS, sendo disponibilizado veículo para deslocamento, diárias, bem como oficialização da agenda do CBH-BS em suas atividades.

Desafios Financeiros (uso do recurso do CBH-BS):

O CBH-BS possui financiamentos por meio do FEHIDRO e para isto regulamenta tal disponibilidade dos recursos por meio de deliberações. A investigação realizada mostrou uma fragilidade de conhecimento sobre tais procedimentos, evidenciando a necessidade de “aplicar corretamente os recursos públicos”. Esta afirmação indica uma não concordância da aplicação dos recursos. Dessa forma, é importante dar mais transparência ao processo de definição das deliberações/destinação dos recursos, bem como da seleção dos projetos por parte do CBH-BS. Juntamente com esta avaliação, foi indicada a necessidade de fortalecer a participação da sociedade civil neste processo.

Desafios interpessoais (pequenos grupos, desigualdade das participações dos membros mais antigos):

Em relação às questões interpessoais foi pontuada a dificuldade de integração entre membros antigos e novos, sendo importante “atualizar as formas de pensamento” e garantir o espaço democrático de participação, evitando o “acanhamento e desânimo” dos novos membros.

Conhecimentos (ausência de comunicação da informação e conhecimento sobre a temática):

Nesse desafio, evidencia-se a dificuldade de participação quando os assuntos são técnicos, o que gera um “distanciamento por não se sentirem inseridos no tema”, sendo necessária a criação de estratégias para a inclusão dos membros não técnicos no diálogo.

Ressalta-se também a periodicidade das reuniões e a necessidade/importância de estar presente nas reuniões e, principalmente, ter acesso ao que foi dialogado no caso das ausências, pois as “reuniões a cada 40 dias condicionam a, se perder uma, perder muita coisa” e sendo necessário “equacionar tempo, estender o conhecimento e as informações”.

Soma-se ainda neste item a dificuldade de diálogo entre as Câmaras Técnicas, no sentido de “não ter conhecimento do que ocorre em todas”, ou seja, dificuldade de acesso ao que ocorre nas CTs, pois a informação acaba ficando apenas entre os membros.

O CBH-BS NA PERSPECTIVA DOS NÃO-MEMBROS

Para a coleta de dados junto à comunidade que não integra o CBH-BS, foram realizados 3 encontros com a comunidade (Encontros ComÁgua) e aplicação de um questionário online (em anexo). O principal objetivo do questionário foi conhecer o nível de percepção das instituições da Baixada Santista sobre o CBH-BS que atuam com as temáticas: educação ambiental, recursos hídricos, comunicação e educomunicação.

Para a circulação do questionário algumas estratégias foram utilizadas, como a criação de um mailing atualizado do CBH-BS, atualmente composto por **583 e-mails**.

A planilha criada para o mailing foi subdividida em membros (plenária e Câmaras Técnicas)³ e não membros do CBH-BS (Sociedade Civil, Estado, Município e Veículos de Comunicação). Quanto ao mailing dos não membros foi feito um levantamento através da internet por meio de sites de pesquisa, redes sociais, Sistema Ambiental Paulista, Secretaria Estadual do Meio Ambiente, entre outros. Na sequência, e-mails foram incorporados ao mailing pela colaboração de atores locais mapeados, os quais enviaram suas listas de contatos⁴. Os contatos dos veículos de comunicação locais também foram mapeados.

A intenção deste mapeamento, além do levantamento prévio para a coleta de dados do questionário, foi também a articulação e aproximação com estas instituições que atuam com a temática ambiental na região da Baixada Santista, visando os próximos

3 Com relação ao mailing dos membros do CBH-BS foi feito levantamento com a Secretaria solicitando os e-mails de cadastro das instituições que atuam na plenária e em cada uma das Câmaras Técnicas existentes. Tais dados foram cruzados e complementados com os dados disponíveis no site do SIGRHI (Sistema de Gerenciamento de Recursos Hídricos). A intenção foi a atualização dos e-mails visando a melhoria na comunicação interna do CBH-BS.

4 Como o Fórum da Cidadania – Frente ambientalista, o Coletivo Educador de Bertioga, Parque Estadual da Restinga de Bertioga e a listagem dos CONDEMAS da Baixada Santista.

passos do projeto, mas principalmente, a constituição de uma comunicação permanente com o CBH-BS.

PERFIL DOS RESPONDENTES AO QUESTIONÁRIO

A. NÚMERO DE RESPOSTAS POR MUNICÍPIO

A maior parte das respostas foi de instituições que atuam no município de Santos. Os municípios de São Vicente, Cubatão e São Sebastião tiveram poucas respostas e Mongaguá, nenhuma.

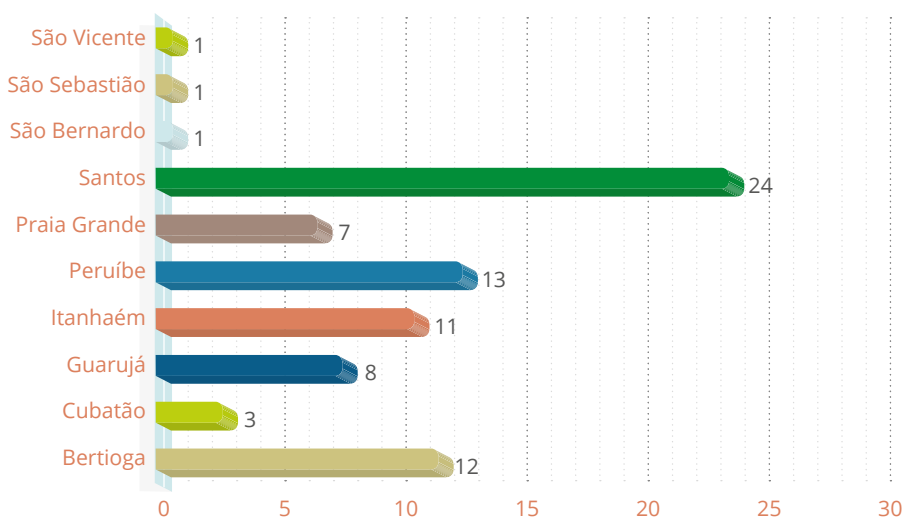


Figura 9. Origem dos respondentes.



B. SETOR EM QUE AS INSTITUIÇÕES SE ENQUADRAM

Dos setores designados no questionário, a maior parte se enquadra no setor das ONGs, OSCIPs, associações comunitárias e não governamentais.

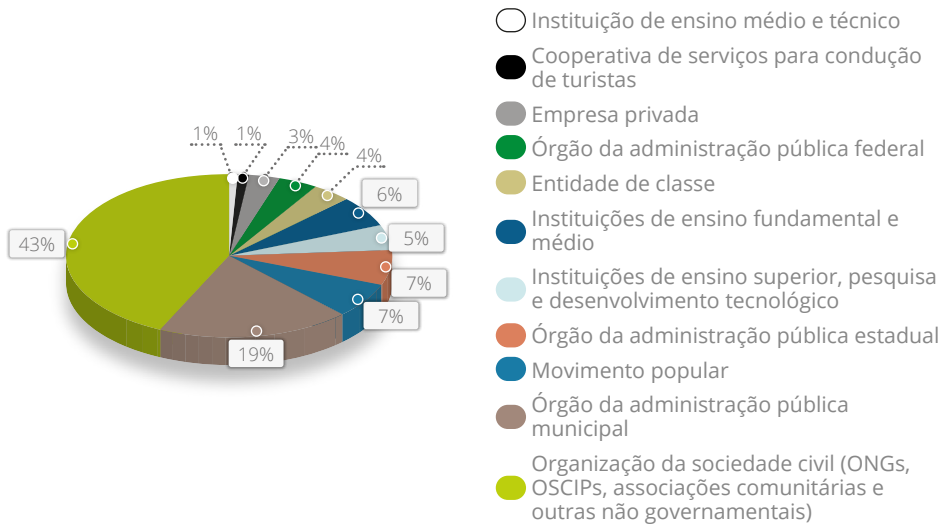


Figura 10. Setores representados nos questionários.

C. ÁREA DE ATUAÇÃO DAS INSTITUIÇÕES

Verifica-se que a maioria das instituições que responderam o questionário atua com educação ambiental. No campo “Outros” foram mencionados diversos temas, ilustrados na figura a seguir.

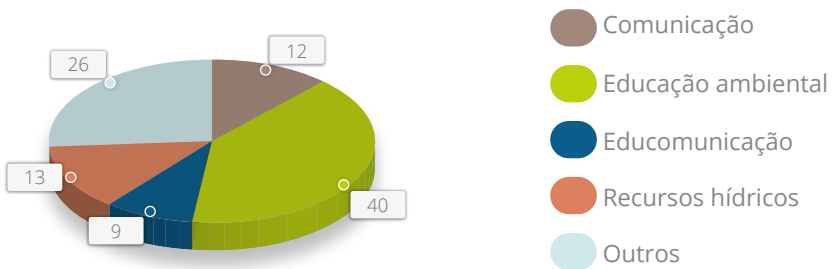


Figura 11. Área de atuação



Figura 12. Nuvem de palavras obtidas em relação às áreas de atuação dos respondentes ao questionário.

CARACTERIZAÇÃO DO COMITÊ

A partir da análise do questionário e dos Encontros ComÁgua, visando compreender o conhecimento e demanda das instituições da Baixada Santista em relação ao CBH-BS, foram definidas as categorias descritas a seguir.

A. COMPREENSÃO SOBRE QUEM É E QUAL A MISSÃO DO CBH-BS

Nos encontros abertos à comunidade foram propostas atividades de diálogo e construção do conhecimento sobre “Quem é o CBH-BS e qual seu papel na gestão das águas?”. Em relação a função/missão, foram evidenciados:

- ▶ Parlamento das águas, onde se discute quantidade e qualidade das águas.
- ▶ Órgão tripartite (estado, município, sociedade civil).
- ▶ Representação não equilibrada (poder público governamental majoritário).
- ▶ Gestão compartilhada com outras instituições.
- ▶ Interlocutor entre governo e sociedade civil.
- ▶ Gestão e tomada de decisão sobre a água.
- ▶ Comando e controle social para a gestão da água.
- ▶ Articulador e comunicador.

Nestes momentos dúvidas emergiram, evidenciando a não clareza dos participantes sobre papel, função e missão do CBH-BS, como:

- ▶ É deliberativo ou consultivo?
- ▶ O CBH-BS é o FEHIDRO?
- ▶ Deve promover a união dos nove municípios para promover a conscientização sobre a água?
- ▶ É um agente que atende às necessidades do cidadão?

B. CONHECIMENTO ACERCA DAS AÇÕES QUE O CBH-BS DESENVOLVE

Diante das respostas obtidas, verifica-se que a maioria das instituições conhece as ações do CBH-BS. Porém, apesar disso, quando o questionamento era o de apontar algumas destas ações, a maioria não soube responder.

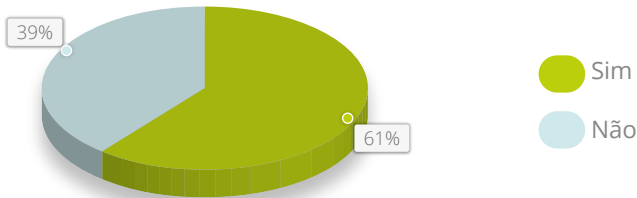


Figura 13. Respostas à pergunta: "Conhece as ações do CBH-BS?".

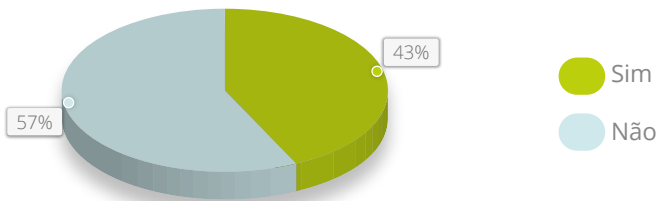


Figura 14. Respostas à pergunta: "Pode apontar alguma ação do CBH-BS?".



As pessoas que responderam “Sim” à questão anterior, apontaram as seguintes ações do CBH-BS:

- ▶ Ações do CBH-BS que foram apontadas pelos respondentes
- ▶ Financia ações/Gestão dos recursos do FEHIDRO
- ▶ Aplicação efetiva do Plano de Bacia e Relatório da Situação dos Recursos Hídricos
- ▶ Solucionar problemas do uso da água
- ▶ Avaliar e aprovar projetos para serem implementados com recursos do FEHIDRO
- ▶ Vertente Litorânea (capacitação)
- ▶ Câmaras Técnicas com reuniões periódicas
- ▶ Gerenciar o uso da água, determinar preços
- ▶ Submissão de projetos que envolvam recursos hídricos
- ▶ Gestão integrada, a bacia como unidade de gestão, o reconhecimento do valor econômico da água e gestão descentralizada e participativa
- ▶ Fomento e monitoramento da quantidade dos recursos hídricos
- ▶ Caminhada pela água
- ▶ Projeto rio do nosso bairro
- ▶ Campanha de conscientização/racionalização dos recursos hídricos
- ▶ Preservação dos mananciais

C. PRINCIPAIS DESAFIOS QUE IMPEDEM A PARTICIPAÇÃO DAS INSTITUIÇÕES JUNTO AO CBH-BS

Desconhecer as atividades e as formas de participação no CBH-BS são os principais motivos da falta de participação das instituições no CBH-BS (56,8%), seguida de dificuldades financeiras (14,9%) e distanciamento dos assuntos relacionados ao CBH-BS (13,5%). A questão do “tempo” compreendeu 2,8% das respostas, e outros motivos como dificuldades de conciliar agenda, participação do Estado, equipe reduzida de trabalho e necessidade de finalizar a constituição jurídica, também compuseram as respostas.

Para além destes, foram também apontados desafios questionando o exercício efetivo da missão do Comitê:

- ▶ Serve aos interesses econômicos.
- ▶ Apresenta uma sociedade civil desunida.
- ▶ Quem deveria nos representar (comunidade), está contra nós.
- ▶ Por que o Presidente é sempre um cargo de Prefeito?
- ▶ Não é popular, não chega em todas as esferas da sociedade civil, às vezes nem nas comunidades em áreas primordiais de proteção e mananciais.

D. TEMÁTICAS ESSENCIAIS PARA O DIÁLOGO EM RELAÇÃO AOS RECURSOS HÍDRICOS

Com relação às temáticas relacionadas aos recursos hídricos que as instituições consideraram prioritárias, esgotamento sanitário e educação ambiental foram as que tiveram maior número de respostas (20% e 19%, respectivamente), seguida de resíduos sólidos (17%), uso e ocupação do solo (15%), abastecimento de água (12%), drenagem de águas pluviais (10%) e cobrança pelo uso da água (7%). Houve ainda uma resposta referente à “veracidade de informações”.

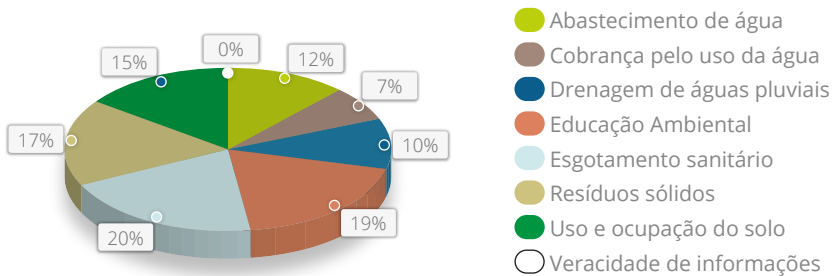


Figura 15. Temáticas essenciais para serem priorizadas/dialogadas em relação aos recursos hídricos da região.

E. OPINIÃO SOBRE A SITUAÇÃO DA QUALIDADE DAS ÁGUAS DA BAIXADA SANTISTA

Quanto à situação dos recursos hídricos da Baixada Santista, apesar da maioria das instituições considerar a situação ruim (36) houve também grande parte que a considera boa ((32) péssima apenas 6 e ótima, nenhuma resposta. Evidencia-se que o questionário não perguntou quais foram os critérios adotados pelos respondentes, avaliando-se, portanto, a percepção ou senso comum dos respondentes em relação à qualidade das águas da Baixada Santista.



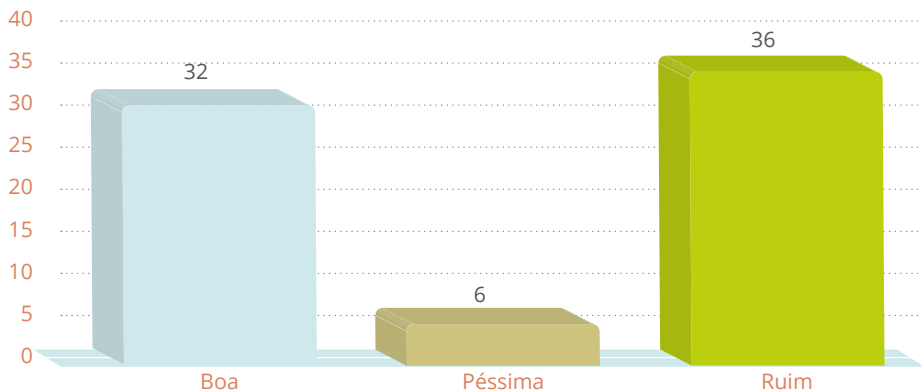


Figura 16. Respostas dadas no questionário sobre a percepção da situação dos recursos hídricos na Baixada Santista.

F. ÁREAS PRIORITÁRIAS PARA PROJETOS RELACIONADOS AOS RECURSOS HÍDRICOS

De acordo com os dados obtidos, apesar de apresentar resultados bem próximos, a maioria das instituições considera que não há uma área prioritária para a aplicação de projetos relacionados aos recursos hídricos (54,1%).

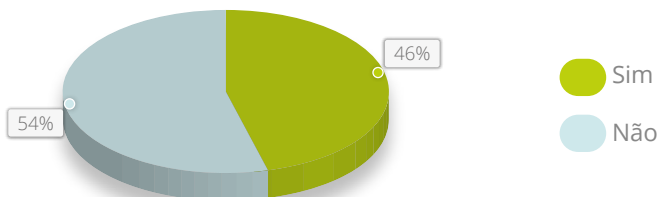


Figura 17. Áreas prioritárias, na visão dos respondentes, para ações de projetos relacionados aos recursos hídricos.

Dentre os que responderam que existem áreas prioritárias para a aplicação de recursos, apontaram:

- ▶ Sítio São João – Bertioga
- ▶ Litoral Norte integrado com Baixada Santista
- ▶ Boracéia
- ▶ Bairros localizados em áreas de manguezal, encostas, praias e barra de rio
- ▶ Dale Coutinho palafitas
- ▶ Comunidades indígenas

- ▶ Zona noroeste – palafitas
- ▶ Terceira zona/periferia
- ▶ Itanhaém
- ▶ O Rio Preto e a jazida da lama Negra
- ▶ Praia Grande
- ▶ Área continental de São Vicente
- ▶ Região Leste e o Distrito de Vicente de Carvalho
- ▶ Cubatão
- ▶ Dique Vila Gilda
- ▶ Rio Itapanhaú
- ▶ Vila São Bento

G. QUAIS INFORMAÇÕES SOBRE O CBH-BS TEM INTERESSE EM CONHECER

Com relação às informações de maior interesse sobre o CBH-BS pelas instituições, questões relacionadas ao financiamento de projetos apareceu com maior interesse (48 instituições), seguida pelas formas de participação (46 instituições), objetivos e atribuições (22 instituições) e por último, o funcionamento do colegiado e legislações associadas (ambas com 34 instituições).

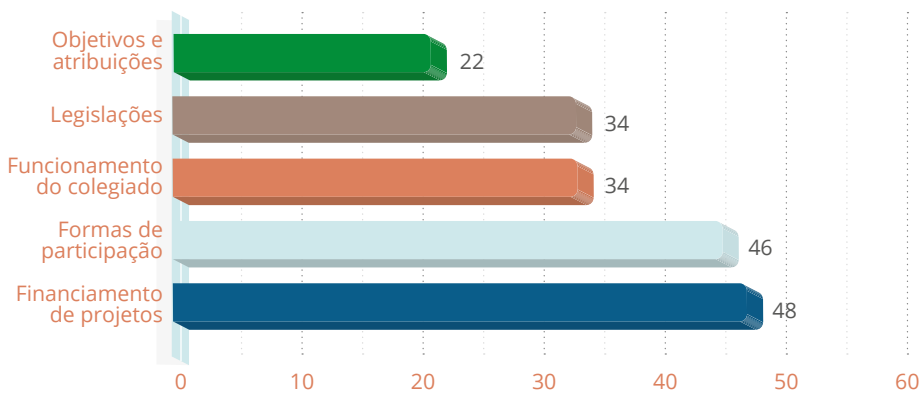


Figura 18. Áreas/temas de interesse

H. CANAIS DE COMUNICAÇÃO PARA ACESSO ÀS INFORMAÇÕES

Com relação aos canais de comunicação, foi perguntado sobre os meios de comunicação mais utilizados para obter informações sobre os recursos hídricos. Sites de pesquisa na internet é o mais utilizado (58), seguido pelas redes sociais (40), jornal local (27), artigos e revistas científicas (23) e livros (10).

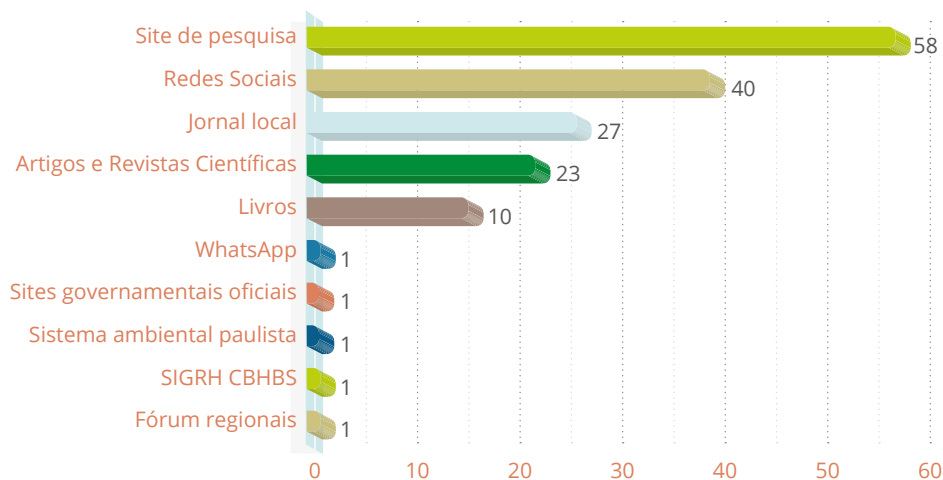


Figura 19. Canais de comunicação acessados para obtenção de informações sobre recursos hídricos.

I. PREFERÊNCIAS POR CANAIS DE COMUNICAÇÃO

Com relação às preferências de canais para a comunicação, o e-mail foi o mais citado (69 instituições), seguido das redes sociais (37 instituições), rádio e TV, faixas e cartazes (3 instituições) e mídia impressa (5 instituições).

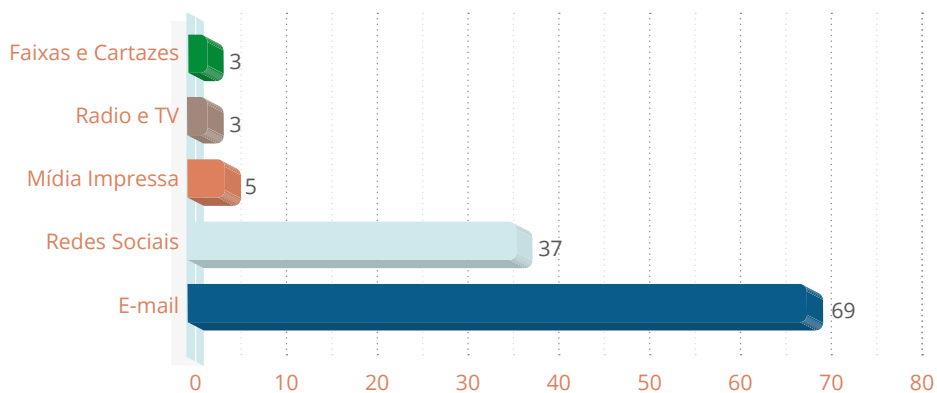


Figura 20. Canais para receber informações do CBH-BS.

CONSIDERAÇÕES GERAIS

O presente Marco Situacional, integrante do Programa de Comunicação Social do CBH-BS, refere-se às características presentes no diagnóstico inicial da realidade do Comitê e de sua comunicação. Ou seja, um diagnóstico pensado como ponto de partida para a realização de planos de trabalho oriundos do Programa, no sentido de se pautar na atual realidade para a elaboração de propostas que contemplem as necessidades e carências apontadas.

O mapeamento ou levantamento situacional é fundamental para que o Programa não se inscreva na bacia hidrográfica como inauguração ou encerramento da missão do CBH-BS, mas sim como uma oportunidade de articulação das forças e desejos existentes. Com o mapeamento torna-se possível orientar o uso da comunicação para fortalecer a atuação do Comitê e valorizar os indivíduos e organizações que fazem ou podem fazer parte do caminho para construção da comunicação social do colegiado.

Este eixo, portanto, teve como objetivos:

- ▶ Subsidiar a construção do Programa a partir de um esboço do cenário da comunicação do CBH-BS interna (entre seus membros) e externamente;
- ▶ Conhecer e apresentar a diversidade que um Programa de Comunicação Social pretende contemplar;
- ▶ Gerar uma base de informações para posterior aprofundamento e interpretação;
- ▶ Apresentar os potenciais e desafios que o Programa pretende envolver e articular.





MARCO OPERACIONAL

O marco operacional tem como premissa cumprir com o objetivo principal do Programa de Comunicação Social do CBH-BS, a saber, **contribuir e estimular o fortalecimento da gestão dos recursos hídricos na UGHRI 7 – Baixada Santista.**

A base para a definição das linhas e estratégias do marco operacional foi construída por meio dos levantamentos apontados no marco conceitual e situacional, ou seja, articulado e integrado com os demais marcos.

Ao longo do desenvolvimento do Programa de Comunicação foram implementadas estratégias para construir, validar e reafirmar as linhas de ação propostas no marco operacional do Programa (matriz).

Para tanto, o Programa foi estruturado em 3 diretrizes:

1. **Articulação institucional:** Construção de parcerias, relações interinstitucionais para incidir em políticas públicas socioambientais e de recursos hídricos, incluindo estratégias para a destinação de recursos a fim de executar as ações do Programa.
2. **Formação:** processos formativos continuados e estruturantes para promover mobilização social e intervenções práticas educadoras socioambientais, de caráter crítico e reflexivo.
3. **Comunicação:** produção de ações e materiais para promover a comunicação, educomunicação e democratização das informações.

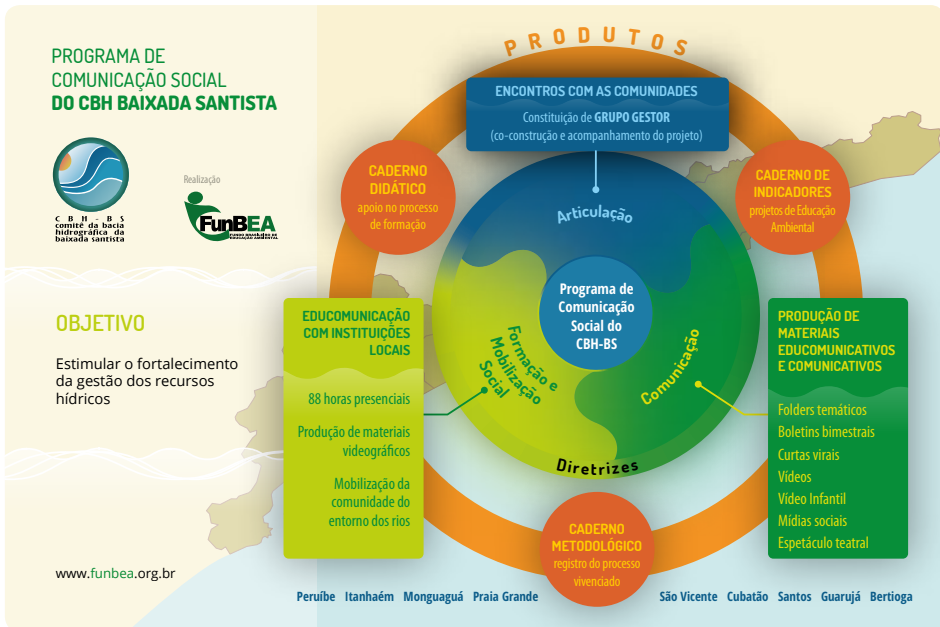


Figura 21. Infográfico do Programa de Comunicação Social do CBH-BS.

A seguir evidencia-se os processos e produtos construídos ao longo de um ano do projeto para, por fim, consolidar as conquistas em uma matriz operacional do Programa de Comunicação Social do CBH-BS (estratégias indicadas para a realização do Programa a curto, médio e longo prazo).

PROCESSOS E PRODUTOS CONSTRUÍDOS AO LONGO DO PROJETO

ARTICULAÇÃO

PROCESSOS DE DIÁLOGO NO TERRITÓRIO PARA A CONSTRUÇÃO DOS MARCOS CONCEITUAL E SITUACIONAL

Realização de entrevistas e oficinas, contemplando a representatividade dos 9 municípios (Bertioga, Guarujá, Cubatão, Santos, São Vicente, Praia Grande, Itanhaem, Monguaguá e Peruíbe) e sistematização das informações para compor os marcos conceitual e situacional.

MAPEAMENTO/IDENTIFICAÇÃO E ARTICULAÇÃO COM OS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO DA REGIÃO E COM INSTITUIÇÕES

Atualização de mailing com mais de 583 contatos que formam uma central de relacionamento destes públicos com a construção e execução do Programa.

Por meio deste cadastro foram realizados envio de e-mails com materiais do Programa (Comunica CBH-BS em formato online, folders, vídeos, boletins etc.), visando informar o público sobre as ações do Comitê e da construção do Programa, além de convites para encontros que aconteceram durante o projeto.

No mailing de comunicação foram inseridos contatos de 103 veículos de comunicação nos segmentos das mídias tradicionais impressas, universidades, mídias digitais e os veículos de comunicação das instituições que compõem o CBH-BS.

Durante a execução do projeto foram realizadas ações de fomento a divulgação com o estabelecimento de parcerias com alguns veículos de comunicação para a distribuição dos materiais do Programa, como a distribuição de boletins impressos em conselhos municipais, encartes em boletins oficiais das Prefeituras e articulações com algumas mídias:

Radio 013 FM: disponibilização de espaço na grade de programação para veiculação de notícias e informações do CBH-BS. A área comercial demonstrou interesse em veicular o Comunica CBH-BS em boletim informativo disponibilizando “patrocinador” para os custos de produção.

Diário do Litoral: realizou a divulgação de diferentes momentos durante a construção do Projeto

Prefeituras: como estratégia de articulação a equipe de comunicação do projeto articulada com as assessorias de comunicação das prefeituras da região auxiliaram a divulgação das ações tendo como objetivo torná-los parceiros na disseminação de informações sobre o CBH-BS.

A Secretaria de Comunicação da **Prefeitura de Itanhaém** além de publicar diversas notícias no seu portal também encartou no Boletim Oficial do Município o Comunica CBH-BS impresso. Nas três edições foram encartados 8 mil boletins. A Diretoria de Comunicação da **Prefeitura de Peruíbe** também encartou no Boletim Oficial do Município o mesmo material. Nas três edições foram 4.500 mil boletins entregues.

TV Primeira: Cobertura por meio de entrevista em estúdio na TV da Prefeitura de São Vicente

TV Costa Norte: acompanhando do projeto pelo Programa Opinião.

Espaços públicos de tomadas de decisão: distribuição do Comunica CBH-BS em formato impresso nos conselhos municipais, universidades, câmaras, núcleos de Educação Ambiental na Região Metropolitana da Baixada Santista, como: Conselho Municipal dos Direitos das Mulheres (Guarujá), Comissão Interinstitucional de Educação Ambiental de Santos (CIESA), Câmara dos Vereadores do Guarujá, Unaerp Guarujá, Conselho Municipal da Criança e do Adolescente, Conselhos Municipais de Meio Ambiente de Santos, Praia Grande, Itanhaém e Peruíbe, reunião da CIEA – Comissão Interinstitucional de Educação Ambiental do Estado de São Paulo.

FORMAÇÃO

CURSO DE FORMAÇÃO EM EDUCOMUNICAÇÃO SOCIOAMBIENTAL E RECURSOS HÍDRICOS, COM CARGA HORÁRIA 88 HORAS, PARA 38 INSTITUIÇÕES.

Por meio da formação, instituições da região construíram, de forma participativa e com apoio da equipe de formação, peças comunicacionais como vídeos e boletins, realizaram intercâmbios culturais visando conhecer os diferentes municípios e o território da Baixada Santista. Além disso, realizaram encontros para promover e divulgar a problemática dos recursos hídricos nos seus respectivos municípios direcionado a diversos públicos.

No total foram realizadas 5 oficinas, no município de Santos, 3 intercâmbios e 3 encontros nas comunidades (Encontro Com Água).

Os intercâmbios foram realizados em Santos (organizado pela Prefeitura de Santos intitulado “Santos Cidade Sustentável” realizado no Sesc Santos. Na ocasião houve a constituição da Comissão Intermunicipal de educação ambiental e um diálogo sobre políticas públicas de educação ambiental), Guarujá (realizado na trilha da Prainha Branca, foram abordadas diversas questões sobre os recursos hídricos, evidenciando o respeito a água pelos moradores) e Peruíbe (realizado na APA do Guaraú, o grupo foi recebido por um técnico em turismo receptivo e monitor ambiental, que discorreu sobre as consequências da fragilidade do saneamento básico no local).

PRODUTOS EDUCOMUNICATIVOS

As oficinas do curso e as vivências realizadas nos territórios por meio de intercâmbios e encontros foram os principais elementos para capacitar os participantes para a produção de conteúdos impressos (matérias nos boletins informativos do projeto) e audio visuais (3 vídeos produzidos pelos alunos do processo formativo).

DIVULGAÇÃO E COMUNICAÇÃO

Foi construído um Plano de Comunicação e divulgação que envolveu a criação de materiais de comunicação, canais de comunicação e estratégias de divulgação. O tema central das produções foi: recursos hídricos e o CBH-BS.

O projeto produziu materiais de comunicação sobre a atuação do Comitê de Bacias, sobre o uso de recursos hídricos (em linguagem acessível para a população em geral) e sobre as atividades do projeto.

Além de produzir os materiais também utilizou de instrumentos de divulgação:

- ▶ Página Facebook
- ▶ Vídeos na Plataforma YouTube
- ▶ Produção de mailing e envio de e-mails
- ▶ Produção e impressão de 12 mil boletins informativos
- ▶ Planos de distribuição para a democratização dos materiais
- ▶ Produção de 4 folders temáticos, sendo um institucional do CBH
- ▶ Produção de 2 vídeos institucionais do Programa
- ▶ Produção de 01 vídeo infantil “Amigo rio”, com música criada especialmente para o Programa, acompanhado de folder de apoio para educadores
- ▶ Produção de uma peça teatral “De gota em gota é o fim”
- ▶ Produção de 3 Cadernos: Caderno didático, de apoio para processos de formação continuada; Caderno metodológico, sistematizando o processo de construção de Programa, com intuito de publicizar e fomentar que outros CBHs construam seus Programas de Comunicação; Caderno de Indicadores, avaliando e medindo a eficiência e eficácia do processo de construção do Programa

Todos os materiais estão disponíveis em www.cbhbs.com.br, www.funbea.org.br e no [canal do FunBEA no YouTube](#).

No quadro a seguir estão relacionados exemplos das ações executadas e a sua relação com as demandas colhidas no decorrer da construção do Programa (conforme marcos conceitual e situacional)

Conceitual/ Situacional	PRODUTOS PRODUZIDOS PARA ATENDER A LACUNA/DEMANDA
<p>E-mail considerado o principal canal de comunicação para obter e receber informação do CBH-BS</p>	<p>Atualização do mailing do CBH-BS Boletins online Comunica CBH-BS Convites para encontros e oficinas Circulação dos audiovisuais</p>
<p>Objetivos e atribuições do CBH-BS: interesse do público em conhecer melhor o Comitê</p>	<p>Pautas inseridas nos boletins online e impresso Conteúdos trabalhados no processo de formação do Curso em Educação Socioambiental e Recursos Hídricos Diálogos nos encontros com a comunidade (Encontros ComÁgua) Produção de folders institucional e temáticos</p>
<p>Diálogo do CBH-BS com a comunidade</p>	<p>Encontros ComÁgua Veiculação dos conteúdos produzidos nas redes sociais Comunica CBH-BS impressos encartados em jornais, distribuídos em espaços de discussões públicas (museus, universidades, conselhos, câmaras, prefeituras, parques)</p>

MATRIZ – MARCO OPERACIONAL

O marco operacional do Programa foi pactuado e é apresentado de acordo com estratégias, linhas de ação e público ao qual se direciona: interno (instituições integrantes do CBH-BS), externo (público em geral) ou ambos.

Soma-se a elas, a inserção de ações previstas pelo Comitê e seus documentmos de referência, tais como o Plano de Bacia. Esta junção demonstra três potencialidades deste Programa:

(a) seu caráter articulador

(b) compromisso com o histórico e permanência do CBH-BS BS no território

(c) o fortalecimento de parcerias e interação entre instituições atuantes na bacia hidrográfica.

A versão preliminar do Programa foi a apresentada em dois momentos presenciais, uma realizada dia 3/10/2018 na Universidade Santa Cecília com membros do Comitê e outra dia 31/10/2018 também na Universidade, com coordenadores das CTs do CBH-BS. Com o objetivo de oferecer maiores possibilidades de contribuições, a consulta foi disponibilizada em formato online, por 30 dias, por meio do documento base do Programa de Comunicação Social, incorporando as perspectivas de diferentes grupos, suas formas e anseios de comunicação.

Com o objetivo de operacionalizar ações em curto, médio e longo prazo inserimos no Marco Operacional o Planejamento Estratégico onde são apontadas diretrizes de continuidade do Programa, de acordo com as informações dos marcos Conceitual e Situacional.

Destaca-se que o Programa contempla a possibilidade da busca de recursos para a sua execução pois, por princípio, suas ações podem estar conciliadas com as metas e prioridades descritas no Plano de Bacia Hidrográfica da Baixada Santista por meio dos seus PDCs.





**PLANEJAMENTO
ESTRATÉGICO PARA O
BIÊNIO 2019 – 2021**

ARTICULAÇÃO

ESTRATÉGIA	LINHA DE AÇÃO	PÚBLICO	PREVISÃO
Regulamentar o Programa de Comunicação Social do CBH-BS	Publicar deliberação regulamentando o Programa de Comunicação Social	Interno	Curto
Operacionalizar o Programa de Comunicação Social do CBH-BS	Fortalecer as ações do Programa no PDC 8 por meio das deliberações de financiamento de projetos Ampliar os recursos do PDC8 na revisão do Plano de Bacia (2020-2024)	Interno	Longo
Criar uma área de Comunicação do CBH-BS	Secretaria Executiva com apoio da CTEAD	Interno	Médio
Fortalecer e integrar a CTEAD com as outras CTs visando operacionalizar o Programa de Comunicação Social do CBH-BS	Capacitar os membros da CTEAD sobre o Programa de Comunicação Social do CBH-BS Planejar ações em parceria com outras CTs Inserir representantes da área de comunicação na CTEAD Fortalecer a integração com o Fórum da Sociedade Civil	Interno	Curto
Formalizar parceria com as Universidades /CIEE para divulgar e operacionalizar as ações de comunicação do CBH-BS	Cursos de comunicação para a produção de pautas sobre as ações dos projetos financiados e sobre deliberações da plenária Lançar programa de estágio em comunicação dentro de CBH-BS	Interno e Externo	Médio
Garantir processos comunicativos que assegurem o monitoramento dos projetos financiados	Incluir nas deliberações a exigência de contemplar o eixo de comunicação nos projetos visando divulgar, por meio de assessoria de comunicação, as ações realizadas com uma linguagem de fácil acesso para divulgação na mídia regional e ser inserida no site do CBH-BS.	Interno	Médio

FORMAÇÃO E MOBILIZAÇÃO

ESTRATÉGIA	LINHA DE AÇÃO	PÚBLICO	PREVISÃO
Garantir processos formativos contínuos com membros do CBH-BS	Desenvolver um curso em formato de módulos. Sugestão de temas: instrumentos de gestão do CBH-BS, legislações, Relatório de Situação, Plano de Bacia, funcionamento, decisões da Plenária e sua importância na gestão das políticas públicas, enquadramento, critérios de criticidade, padrões de qualidade, interface com balneabilidade, entre outros. Viabilizar as próprias instituições do CBH-BS com o apoio das universidades para a realização das capacitações.	Interno	Médio
Garantir processos de mobilização contínuos com público externo ao CBH-BS (comunicadores, instituições, movimentos sociais, populações tradicionais, órgãos governamentais, instituições cadastradas no Fórum da Sociedade Civil)	Encontros itinerantes de mobilização no formato dos Encontros ComÁgua, fomentando diálogos com a comunidade e aproximação com a temática da água e com o CBH-BS. Sugestão de temas: elaboração de projetos, funcionamento do CBH-BS, participação no CBH-BS. Tais processos de mobilização podem se dar por parcerias com universidades, Estado e ONGs, que integram o próprio CBH-BS.	Interno e Externo	Curto
Garantir processos formativos contínuos com público externo CBH-BS (comunicadores, instituições, movimentos sociais, populações tradicionais, órgãos governamentais, instituições cadastradas no Fórum da Sociedade Civil)	Promover cursos de educomunicação para aprofundamento do conhecimento sobre as demandas do território e a problemática da água, incluindo a produção de materiais comunicativos de forma coletiva e participativa.	Interno e Externo	Curto
Incluir a temática dos recursos hídricos no ensino formal municipal	Pautar e produzir ações e materiais didáticos direcionados para a inserção da temática de forma contextualizada na educação formal	Interno	Médio
Utilizar o Caderno Didático como material de apoio para ensino formal	Distribuir o Caderno Didático como opção de aprofundamento teórico sobre a temática	Interno e Externo	Curto
Utilizar o vídeo Amigo rio e seu material de apoio para o ensino formal	Distribuir o material infantil na rede municipal de ensino da Região Metropolitana da Baixada Santista	Interno e Externo	Curto
Inserir a produção audiovisual como instrumento educacional	Fazer da produção visual um instrumento de apoio ao conhecimento, envolvimento e divulgação do território nos processos formativos	Interno e Externo	Médio

DIVULGAÇÃO E COMUNICAÇÃO

ESTRATÉGIA	LINHA DE AÇÃO	PÚBLICO	PREVISÃO
Produzir boletim informativo e educador, em formato digital, com linguagem jornalística e educadora, de fácil entendimento, que provoque a reflexão sobre as ações do CBH-BS e a gestão dos recursos hídricos	Dar continuidade à produção do Comunica CBH-BS online Operacionalizar sua realização por meio das linhas de ação do PDC8 ou pela criação da Central de Comunicação no CBH-BS	Interno e Externo	Médio
Produzir boletim informativo e educador em formato digital para a divulgação em spot de rádio	Articulação com rádio ZERO 13 FM.	Interno e Externo	Médio
Promover a comunicação interna entre as instâncias (CTs, Grupos de Trabalho etc.)	Informativos internos para os membros do CBH-BS que informem, comuniquem o dia-a-dia do Comitê: reuniões, participações em eventos e informações relevantes que estimulem o pertencimento dos representantes ao Comitê.	Interno	Curto
Realizar campanha audiovisual	Trabalhar com a produção de vídeo para sensibilizar a população de massa na preservação dos recursos hídricos por meio de campanhas audiovisuais nas mídias	Interno e Externo	Médio
Realizar Assessoria de Imprensa	Produção de releases sobre as decisões da plenária, comissões especiais, câmaras técnicas para as mídias regionais e site do CBH-BS. Divulgação das ações dos projetos financiados que podem ser solicitados por deliberação (ver articulação)	Interno/ Externo	Médio
Fomentar o uso dos materiais construídos pelo Programa de Comunicação Social do CH-BS (2018/2019)	Elaborar um calendário anual de eventos de participações do CBH-BS (encontros interbacias, reuniões regionais, entre outros) para exibir e distribuir os materiais Propor parcerias com as redes de televisão regionais para a veiculação dos vídeos produzidos Inserir no site do CBH-BS todos os materiais produzidos Disponibilizar todos os materiais para as mídias das instituições que compõem o CBH-BS	Interno / externo	Curto

ESTRATÉGIA	LINHA DE AÇÃO	PÚBLICO	PREVISÃO
Divulgar os documentos construídos pelo CBH-BS como o Relatório de Situação e o Plano de Bacia.	Identificar temas de interesse para despertar a atenção da mídia na divulgação destes importantes documentos Apresentar os documentos nos conselhos regionais visando utilizar base de dados nas ações de planejamento territorial Construir publicações que traduzam os documentos para linguagem acessível ao público em geral. Elaborar plano de distribuição dos materiais	Interno/ Externo	Curto
Produzir um material de comunicação para tomadores de decisão	Distribuir o material para gestores públicos recém-empossados, tomadores de decisão visando facilitar e fortalecer o entendimento e ações no CBH-BS	Interno	Médio
Fomentar contato com mídias e instituições	Utilizar e alimentar a rede de contatos construídas pelo Programa (2018/2019) com veículos de notícias e comunicadores da região. Atualizar mailing das instituições articuladas e mapeadas e das mídias da região.	Interno	Curto
Realizar campanhas	Definir temas anuais para realizar concurso de fotografia, reportagens e exposição em parceria com universidades e veículos de comunicação.	Interno e Externo	Longo
Promover a atualização e manutenção do site do CBH-BS	Conciliar a identidade visual do site com os produtos de comunicação do CBH-BS Promover as informações disponibilizadas com linguagem de fácil acesso Viabilizar serviços especializados para a elaboração de conteúdo e web designer	Interno	Curto
Redes sociais: página do CBH-BS no facebook	Alimentar a página do FB, para dar continuidade a visibilidade das ações do Comitê	Interno	Curto

Entende-se como: curto prazo (2 anos), médio prazo (4 anos) e longo prazo (6 anos).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSEMBLEIA GERAL DA ONU. “Declaração Universal dos Direitos Humanos”. 217 (III) A. Paris, 1948.

AICE: ASSOCIAÇÃO INTERNACIONAL DE CIDADES EDUCADORAS. Carta de las Ciudades Educadora, ayuntamiento de barcelona, La Ciudad Educadora.

BENEVIDES, Maria Victoria de Mesquita. Educação para a democracia. Lua Nova, São Paulo, n. 38, p. 223-237, dez. 1996.

BIASOLI, S. A. Institucionalização de políticas públicas de educação ambiental: subsídios para a defesa de uma política do cotidiano. Piracicaba, 2015, 234 p. Tese (Doutorado) Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz” Centro de Energia Nuclear na Agricultura.

BRASIL, Lei N° 12.305 de 02 de agosto de 2010 – Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS).

BRASIL, Ministério da Educação e do Desporto, Lei nº. 9.795 de 27 de abril de 1999. Dispõe sobre a educação ambiental, institui a Política Nacional de Educação Ambiental e dá outras providências. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, n. 79, 28 abr. 1999.

BRASIL,. Programa de Educomunicação Socioambiental. Organização: Órgão Gestor da Política Nacional de Educação Ambiental: MMA, 2005.

BRASIL. Programa Nacional de Educação Ambiental – ProNEA: documento básico. Ministério do Meio Ambiente, Diretoria de Educação Ambiental; Ministério da Educação, Coordenadoria geral de Educação Ambiental. 4ed. Brasília, 2014. BRASIL.

BRASIL. Órgão Gestor da Política Nacional de Educação Ambiental. Programa Nacional de Formação de Educadoras(es) Ambientais: por um Brasil educado e educando ambientalmente para a sustentabilidade – ProFEA. Brasília: Série Documentos Técnicos, n. 8, 2006.

BRASIL. Órgão Gestor da Política Nacional de Educação Ambiental. Programa Nacional de Educomunicação Socioambiental, Brasília: Série Documentos Técnicos, n. 2, 2005.

BORDENAVE, J. E. D. O que é participação. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BUBER, Martin. Yo y Tu. Buenos Aires: Nueva Visión, 1977.

CARVALHO, I. C. de M. Educação Ambiental Crítica: nomes e endereçamentos da educação. In: LAYRARGUES, Philippe Pomier (coord.). Identidades da educação ambiental brasileira / Ministério de Meio Ambiente. Diretoria de Educação Ambiental; Brasília: Ministério do Meio Ambiente, 2004.

CÉSAR, R. E. Movimentos sociais, comunidade e cidadania. In: KUNSCH, M. M. K; KUNSCH, W.L. Relações Públicas comunitárias: A comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora. São Paulo: Summus, 2007. p. 78-91.

COVRE, M. L. M. O que é cidadania. São Paulo: Brasiliense, 2001.

- DEMO, P. 2001. Conhecimento e Aprendizagem na Nova Mídia. Editora Plano, Brasília.
- FORUM INTERNACIONAL DAS ONGs. Tratado de educação ambiental para sociedades sustentáveis e responsabilidade global. Rio de Janeiro: 1992.
- FREIRE, P. Ação cultural para a liberdade. 2ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977.
- FREIRE, P. Conscientização: teoria e prática da libertação. Uma introdução ao pensamento de Paulo Freire. (Traducción de Kátia de Mello e Silva). 3ª ed. (1ª edición: 1967). Sao Paulo: Morais, 1980.
- FREIRE, Paulo. Extensão ou Comunicação? 12ª edição. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- FREIRE, P. Educação como prática de liberdade. 29. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2006.
- FREIRE, P. Pedagogia da Autonomia: saberes necessários à prática educativa. São Paulo: Paz e Terra, 2009.
- HALL, S. A identidade cultural na pós-modernidade / Stuart Hall; tradução Tomaz Tadeu da Silva, Guacira Lopes Louro – 9. ed. – Rio de Janeiro: DP&A, 2004.
- MATAREZI. “Estruturas e espaços educadores: quando espaços e estruturas se tornam educadores”, FERRARO JÚNIOR, L.A. (org) Encontros e Caminhos: formação de educadoras (es) ambientais e coletivos educadores, 2005. Brasília: MMA, Diretoria de Educação Ambiental, 358p.
- MIANI, Rozinaldo A. Os pressupostos teóricos da comunicação comunitária e sua condição de alternativa política ao monopólio midiático. Intexto, Porto Alegre, UFRGS, v.02, n.25, p. 221-233, dez. 2011.
- PAIVA, R. O espírito comum: comunidade, mídia e globalismo. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.
- PERUZZO, C. M. K. Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.
- PERUZZO, Cícilia M. Krohling. Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária. Anuário Unesco-Umesp de Comunicação Regional. São Bernardo do Campo: Cátedra Unesco-Umesp, 2003. p. 52-78
- SECCHI, L. Políticas Públicas: Conceitos, Esquemas de análise; Casos Práticos. 2. ed. São Paulo. CengageLearning, 2013.
- SOARES, Ismar de Oliveira Soares. Educommunication. São Paulo: NCE-ECA/USP. 2004.
- TEMER, A. C. R. P. & NERY, V. C. A. Para Entender as Teorias da Comunicação. Uberlândia (MG): Aspectus, 2004.
- TRAJBER, R. SATO, M (2010) “Escolas sustentáveis: incubadoras de transformações nas comunidades”. Revista eletrônica do mestrado em Educação Ambiental. ISSN 1517-1256, v. especial, setembro. p. 70-78. Disponível em: <http://www.remea.furg.br/edicoes/vesp2010/art5vesp2010.pdf>. Acesso em: 5 de agosto de 2011.

