

Prognóstico

Precisamos entender a comunicação organizacional com um olhar bem mais amplo do que o simples conceito de comunicação no âmbito das organizações. Trata-se, na verdade, de uma ferramenta estratégica de gestão que usa de seus recursos para ajudar uma organização a alcançar seus objetivos. No caso dos comitês de bacia, não há um produto e sim um objetivo atrelado a uma causa. E qual o objetivo do Comitê de Bacia Hidrográfica da Baía da Ilha Grande? Podemos dizer que é, de forma democrática e participativa, promover ou fomentar ações, projetos, mobilizações e estudos em busca da melhoria da qualidade e da quantidade de água no território. Dentro dessa concepção, todos os esforços do colegiado, inclusive da comunicação, precisam convergir e trabalhar nesse sentido para, entre outras coisas, deixar claro a sociedade, imprensa e organizações o importante trabalho realizado pelo colegiado; fazer com que, após esse entendimento, a população atue na causa; agregar mais organizações e pessoas que venham a contribuir com a causa e; ter o reconhecimento, respeito e valorização pública pelo trabalho desenvolvido. Todos esses atributos culminam no fortalecimento institucional, na consolidação da imagem que contribuem para a efetivação das ações e projetos.

Para esse fim, o primeiro passo é o entendimento. Ninguém confia ou abraça uma organização cujo os objetivos não são claros e, nesse espectro, a comunicação é fundamental. É necessário, primeiramente, fazer com que os objetivos sejam claros para todos os membros pois esses são o Colegiado, e desse, seus embaixadores. Uma das ferramentas para ajudar nessa construção é a concepção da missão, visão e valores. Esses conceitos formam o tripé que confere identidade e propósito para uma organização, auxilia na construção de um planejamento estratégico e guia as decisões e a forma com que a organização se apresenta e é vista pela sociedade, desde que fielmente seguido. São indispensáveis para a definição das mensagens chaves, tão importantes na comunicação.

Missão é a razão pela qual a empresa existe. Em outras palavras, define seu foco de atuação. A visão aponta para o grande objetivo de longo prazo, ou seja, o que o Comitê pretende alcançar em um determinado espaço de tempo. Já os valores são os princípios do colegiado e a forma como ele se porta em relação aos seus membros e a sociedade como um todo. Esses conceitos vão auxiliar os trabalhos do CBH BIG e tornar os seus objetivos mais claros para toda a população. Para a concepção, sugerimos:

Missão: de forma democrática e participativa, promover ações e projetos que resultem na preservação dos corpos hídricos e na melhoria da disponibilidade de água em qualidade na bacia da Ilha Grande.

Visão: ser reconhecido em seu território como uma organização de referência no estudo, preservação e conservação dos recursos hídricos.

Valores: transparência nas relações, respeito entre os envolvidos, respeito e cuidado com recursos naturais e os povos dos territórios, e união e sinergia entre as representações envolvidas.

Essa construção deve ser feita com os membros para que juntos encontrem as definições as quais se identifiquem e queiram ser identificados.

Concebendo esse tripé, os objetivos e a forma de atuação começam a ficar mais claros para todos, orientando a atuação do colegiado e a identificação aos públicos. Com isso em mente, no escopo comunicacional, temos que construir nosso Plano de Comunicação de acordo com o Plano de Recursos Hídricos do Comitê da Bacia Hidrográfica da Baía da Ilha Grande (PRH-BIG), que estabeleceu as áreas a serem trabalhadas, sendo: Educação e Comunicação; Uso Racional da Água; e Conscientização para usos rurais. Esses eixos dependem ainda da estruturação da comunicação institucional e principalmente da interna, já que o membro é o capital e a engrenagem do parlamento das águas.

Comunicação Interna

O Comitê é formado por pessoas, que representam suas organizações que por sua vez, representam parcelas da sociedade. Todos têm direito ao uso da água, recurso natural público, finito e dotado de valor econômico. O colegiado se faz através do esforço e capital intelectual de cada um desses membros e, fazer a gestão dessa informação, criar subsídios para seu trabalho e engajá-los é fundamental para o sucesso das ações. Portanto é necessário fomentar a informação útil, em tempo hábil e a capacitação. Dentro desse escopo as ações realizadas serão:

- Padronizar as comunicações/convocações: a linguagem e as cores do Comitê, usando a identidade visual para identificar plenárias, câmaras técnicas e reuniões de grupo de trabalho. Acrescentar o maior número de informações de forma objetiva que possam subsidiar a participação do membro naquela instância e até mesmo sugestão de leituras;
- Fomentar e padronizar o uso do whatsapp: com convocatórias, editais, e mensagens úteis os membros poderão ser informados de forma rápida e simples;

- Criar um programa/calendário de capacitação: online para ser acessível e não gerar custos. Os próprios membros do Comitê e do sistema, e outros convidados, podem dar as palestras de capacitação sobre assuntos relacionados ao Comitê e seu trabalho;
- Promover e/ou propiciar visitas técnicas: viabilizar visitas técnicas a empresas e instituições na bacia que fazem trabalhos com recursos hídricos, a mananciais de abastecimentos e a iniciativas inspiradoras, para agregar conhecimento interno;
- Manual do membro: produzir um manual curto, digital, com informações úteis e links para documentos que serão usados pelo membro durante seu exercício no colegiado;
- E-mails com informações úteis: novos decretos/leis, campanhas e datas comemorativas.
- Promover mobilizações que engajem o membro e agreguem valores: ações de conscientização, mobilizações e mutirões que podem ser realizadas pelo membro nas comunidades, gerando valor e contato direto aos participantes.

Comunicação Institucional

A comunicação institucional é justamente um processo de comunicação dos valores e objetivos de uma organização, já citados, e tem como objetivo macro intermediar o relacionamento de uma organização com todos os seus públicos. Nesse intuito é necessário escolher os canais e as mensagens corretas para cada público e trabalhar para disseminar o que é o comitê e o que ele faz. Elencamos algumas ações:

- Estabelecer missão, visão e valores: primeiro internalizar esse entendimento e depois, baseá-los em mensagens claras para os públicos;
- Produzir um vídeo institucional curto do Comitê: o objetivo é mostrar de forma simples e atrativa o que ele é e o que ele faz para os públicos, disponibilizando no site, redes sociais, *WhatsApp* e utilizando seu áudio nas rádios;
- Promover identificação visual na sede: usar as cores e logo do Comitê no material de escritório, fixar cartazes e frases que causem identificação e inspirem membros e visitantes. Recursos que causem identificação e inspiração visual;
- Atualização periódica do site: matérias e atualizações quinzenais;

- Atualização e padronização das redes sociais: definir quais redes, frequência de publicação, conteúdo e impulsionamento em casos específicos já que a rede social foi o canal citado como mais usado pelo público externo e se mostra, atualmente, como um grande disseminador de informação;
- Estreitar os laços com os públicos: o fato da Região Hidrográfica I abranger dois municípios integralmente e um parcialmente facilita o foco quando falamos, por exemplo, de organizações públicas. Promover encontro com gestores públicos para mostrar o que o Comitê está realizando e saber o que as prefeituras estão, é uma forma de buscar parcerias e trabalhar em sinergia para a construção de projetos, trazendo para dentro organizações que ajudam a consolidar a imagem do colegiado junto a sociedade. Essa aproximação pode ser realizada com o chefe do executivo e/ou secretários municipais de meio ambiente e educação. Outra questão é lembrar que o Comitê pode conseguir parcerias e realizar grandes ações e projetos com recursos humanos, financeiros e outro tipo de ajuda desses parceiros. Isso vale para a sociedade civil, já que muitas organizações e universidades realizam trabalhos interessantes na bacia e, principalmente, com as empresas que hoje tem áreas e projetos diversos em sustentabilidade e querem agregar isso à sua imagem;
- Produzir palestras online, eventos com seguimentos e material de divulgação sobre os temas de interesse da sociedade relacionado a água: palestra online ou textos na semana mundial da água, trazendo o tema com especificidades da bacia, efemérides, e todo assunto em alta na RH I relacionado aos recursos hídricos; e
- Aproximar dos órgãos de imprensa: conhecer a imprensa local, produzir releases e materiais que possam ser divulgados pela mídia, aproveitando projetos e efemérides.

Eixos da Comunicação do CBH-BIG

Como já ressaltamos ao longo dessa construção, o Plano de Recursos Hídricos do Comitê da Bacia Hidrográfica da Baía da Ilha Grande (PRH-BIG), documento norteador das ações do colegiado, estabeleceu as áreas a serem trabalhadas pela comunicação, enumeradas abaixo de acordo com a hierarquização do próprio Plano:

1. Conscientização para usos rurais;

2. Educação e Comunicação; e
3. Uso Racional da Água.

Através desses eixos, vamos constituir nosso planejamento em comunicação.

Conscientização para usos rurais

Quando falamos de comunidades rurais, no caso específico da RH-I, podemos entender e incluir também as comunidades tradicionais, indígenas, caiçaras e quilombolas, que guardam características semelhantes e/ou similares aos conceitos que definem as comunidades rurais. Falamos de um público específico, que vive longe das zonas urbanas, que exige ações e investimentos em Comunicação também específicos e singulares. Seria necessário, por exemplo, uma imersão ou um mínimo conhecimento territorial para entendermos costumes e os meios mais usados por essa população, já que muita das vezes, comunidades como estas, ainda tem dificuldades de acesso à *Internet*, entre outras coisas.

Por outro lado, cabe aos Comitês de Bacia não só a elaboração de ações e projetos, mas também o fomento, a participação e a divulgação. Sabendo disso, baseados nas iniciativas apontadas no diagnóstico, chegamos ao Observatório de Territórios Sustentáveis e Saudáveis da Bocaina (OTSS). Trata-se de um espaço tecnopolítico de geração de conhecimento crítico, a partir do diálogo entre saber tradicional e científico, para o desenvolvimento de estratégias que promovam sustentabilidade, saúde e direitos para o bem viver das comunidades tradicionais em seus territórios. A iniciativa surgiu de uma parceria entre a Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz) e o Fórum de Comunidades Tradicionais de Angra dos Reis, Paraty e Ubatuba (FCT), e hoje conta com o apoio da Fundação Nacional de Saúde (Funasa), Fundação para o Desenvolvimento Científico e Tecnológico em Saúde (Fiotec), e parceria com prefeituras, universidades federais e outros órgãos. O OTSS atua em territórios indígenas, quilombolas e caiçaras de Angra dos Reis, Paraty e Ubatuba nas áreas de saneamento ecológico, agroecologia, turismo de base comunitária, promoção da saúde, educação diferenciada, justiça socioambiental, cartografia social, incubação de tecnologias sociais e monitoramento territorializado da Agenda 2030, com o objetivo de contribuir para a agenda global de desenvolvimento sustentável a partir um modo de governança que se mostre capaz de promover a territorialização dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.

O OTSS já tem sólido trabalho técnico-social dentro do território e das agendas pertinentes ao CBH-BIG, e reúne atores que promoveriam trocas importantes com o Comitê. Avaliando o trabalho realizado entendemos que a inserção do CBH-BIG no OTSS

traria benefícios diversos para o próprio colegiado, seja na contribuição para a efetivação dos desembolsos em prol de ações sólidas, no aprendizado e troca de experiências e até no fortalecimento institucional, ao agregar a marca do Comitê a um trabalho que se mostra tão promissor. Inclusive, numa visão a médio e longo prazo, a entrada através da Comunicação poderá abrir portas para que no futuro ações em diversas áreas possam ser efetivadas em conjunto, seja através do OTSS, seja através das organizações que delem fazem parte. Dentre as justificativas dessa parceria e inserção, elencamos:

- No escopo de atuação do OTSS há áreas coincidentes com o objetivo e atuação do CBH-BIG, de acordo com seu regimento interno, a saber:
 - Art. 3º - São objetivos do CBH-BIG:
 - VI - compatibilizar a gestão dos recursos hídricos, superficiais e subterrâneos, com o desenvolvimento regional, o gerenciamento costeiro e a proteção do meio ambiente, adequando-os às diversidades físicas, geográficas, bióticas, demográficas, econômicas, sociais, históricas e culturais da sua área de atuação;
 - Art. 6º - São atribuições do CBH-BIG na sua área de atuação:
 - XVIII - promover a divulgação de questões identificadas e da atuação do Comitê quanto à administração dos recursos hídricos;
 - XIX - desenvolver e apoiar iniciativas em educação ambiental e mecanismos de consulta e participação da população na gestão dos recursos hídricos da Bacia; e
 - XXIV - apoiar e promover estudos, iniciativas e programas destinados à gestão de recursos hídricos.

Além de outras justificativas:

- Falando-se da atuação e promoção relacionada ao meio ambiente e sustentabilidade, o recurso hídrico é um viés indissociável e, em Angra dos Reis e Paraty, o CBH-BIG é o colegiado que por lei atua e defende a causa, além de arbitrar os conflitos em primeira instância, fazendo-se essencial em ações, projetos e mobilizações que tenham em seu escopo a sustentabilidade e a água doce;
- Há no CBH-BIG diversas representações que inclusive já fazem parte do OTSS e o próprio observatório fazendo parte do Comitê, ou seja, já existem os laços;
- O OTSS é uma pessoa jurídica de direito público o que facilita/agiliza os arranjos administrativos e jurídicos para tramitação de recursos do Comitê, caso a opção seja a descentralização;
- “Pra que reinventar a roda?”. O ditado popular destaca que muitas das vezes é desperdício de recurso e tempo realizar um trabalho já realizado, quando

podemos fazer parte e fomentar o que já é feito, potencializando as ações e agregando recursos para seu ganho em escala; e

- O recurso disponível do Comitê para a agenda de mobilização e conscientização para usos rurais, se aplicado sozinho, poderá ter impacto e efetividade bem menor. Por outro lado, somando forças e recursos, seria possível alcançar os objetivos do colegiado de forma mais efetiva e abrangente, promovendo a eficiência e a efetividade da aplicação dos recursos oriundos da cobrança pelo uso da água.

Essas são algumas das alegações que mostram que a participação do CBH-BIG em determinadas ações do OTSS pode ser um fato otimizador de recursos e resultados.

Entendendo o porquê precisamos saber como. Para agregarmos algo a uma iniciativa, devemos ter respostas e não perguntas. O primeiro passo é delimitarmos a área a qual o Comitê poderá contribuir dentro da iniciativa, sendo elas:

Saneamento ecológico – descrito no site do OTSS como ferramenta que promove equidade, saúde e qualidade de vida, uma vez que é desenvolvido e construído de acordo com o contexto e realidade dos povos e comunidades tradicionais da região, integrando o respeito e diálogo com a sociobiodiversidade de cada território, por meio de conceitos da permacultura, bioconstrução e diversos outros saberes, comunitários e técnicos, constroem ferramentas para sanear e promover a saúde em cada local; e

Educação Diferenciada - descrita como uma ferramenta que respeita e valoriza a cultura e os saberes do território, está conectada com a realidade local e global e promove autonomia buscando qualidade de vida de forma sustentável.

Essas áreas de atuação e trabalho sólido do OTSS vão ao encontro do eixo Conscientização para usos rurais e também do eixo Educação e Comunicação, descritos no PRH-BIG para a comunicação. E como podemos contribuir? Esse é o próximo passo.

Destinando recursos da mobilização para o OTSS para contribuir com a mobilização em ações como: subsídio de informações técnicas e do território que o Comitê possua; produção de material audiovisual; impressão das cartilhas informativas ou material didático do OTSS para distribuição nos territórios; investimento em eventos, mobilizações, encontros e divulgações das ações nos territórios; divulgação e promoção das ações do OTSS nas reuniões, eventos e canais de comunicação do CBH-BIG; participação, dentro das possibilidades dos membros do colegiado, nas iniciativas do OTSS e; outros investimentos e até apoio técnico pertinentes apontados pelo próprio OTSS, que estejam dentro do escopo dos recursos hídricos e das possibilidades do Colegiado.

Importante lembrar que segundo o artigo 49 da Lei estadual 3239/99, que institui a Política Estadual De Recursos Hídricos, *"os valores arrecadados com a cobrança pelo uso de recursos hídricos, inscritos como receita do FUNDRHI, serão aplicados na região*

ou na bacia hidrográfica em que foram gerados". Ou seja, por força de lei, o investimento do CBH-BIG no OTSS só poderá ser efetivado nas ações dentro dos limites da Região Hidrográfica - I (Baía da Ilha Grande - BIG).

A aproximação e as tratativas para a inserção do CBH-BIG nos contextos citados seriam iniciadas, caso aprovadas, primeiramente com o membro do OTSS no colegiado e posteriormente em reuniões com as lideranças da iniciativa, apresentando as alegações e sugestões. O apoio seria discutido levando em consideração as necessidades do OTSS e os recursos financeiros e operacionais disponíveis do CBH-BIG.

Educação e Comunicação

A educação ambiental é o caminho para a mudança necessária que precisamos efetivar na sociedade no que tange o uso e a própria relação com os recursos hídricos. O entendimento de que se trata de um bem natural público, finito e dotado de valor econômico, resulta em melhores práticas de uso e preservação. O diagnóstico, que contou com participação expressiva de educadores, apresentou caminhos que podem ser seguidos pela Comunicação. Dentre as ações trazemos:

- Apoio e fomento a campanha “Não jogue o seu óleo pelo ralo”: seguir com o apoio e contribuição para a efetivação e ganho de escala da iniciativa;
- Produção de material lúdico-didático sobre sustentabilidade e recursos hídricos para os anos iniciais: produção de cartilha digital, ilustrada e apresentação em *Power Point* que poderão ser utilizada em salas de aula. O material ficará disponível em nosso site e poderá ser impresso pela prefeitura ou parceiros que apoiarem a iniciativa;
- Promover e/ou viabilizar visitas guiadas a mananciais da bacia, estações de tratamentos ou projetos que promovam a educação ambiental e o correto uso da água;
- Disponibilizar editais para fomento de pesquisa e educação ambiental; e
- Participar e promover eventos, seminários, webinários, rodas de conversas e outras realizações sobre recursos hídricos envolvendo instituições de ensino.

Uso Racional da Água

O uso racional de água deveria estar imerso em nosso cotidiano de forma com que todas as nossas ações levassem seus conceitos em consideração. Ao criarmos campanhas nesse contexto, é necessário entender características regionais e fixar um

objetivo que seja claro, abrangente e possa ser efetivo, ou seja, que realmente gere impacto na bacia. Por esses motivos sugerimos que o alvo das ações seja a rede hoteleira. Caracterizada também como Costa Verde, a RH-I é destino turístico conhecido dentro e fora do país. Só no município de Angra dos Reis, em 2017, em nove meses, a rede hoteleira recebeu 360 mil hóspedes¹. Somando Paraty e o trecho de Mangaratiba pertencente a RH-I, os números passam facilmente da casa das 400 mil pessoas, sem considerar os trabalhadores de setor, que são muitos. Pessoas essas que fazem uso de grandes quantidades de água doce, com impacto direto na quantidade e na qualidade da água disponível na bacia. Além disso, conscientizar essas pessoas é levar uma mensagem e o nome do Comitê para outros locais do Brasil e até do mundo, devido a origem dos hóspedes, vindos de outras regiões do país e países deste e outro continente.

Um estudo comparativo do reuso de água na rede hoteleira de João Pessoa-PB² mostrou que o consumo de água e de energia podem cair pela metade em estabelecimentos de hospedagem aplicando-se práticas sustentáveis na gestão e no dia-a-dia, conferindo ganhos ambientais à sociedade e econômicos ao setor, como mostram os gráficos do estudo abaixo, em relação ao consumo de água. O estudo destacou que o hotel “A”, que aplicou conceitos sustentáveis no seu dia-a-dia diminuiu substancialmente o consumo de água e gerou economia em comparação ao hotel “B”, que não utiliza os mesmos conceitos:

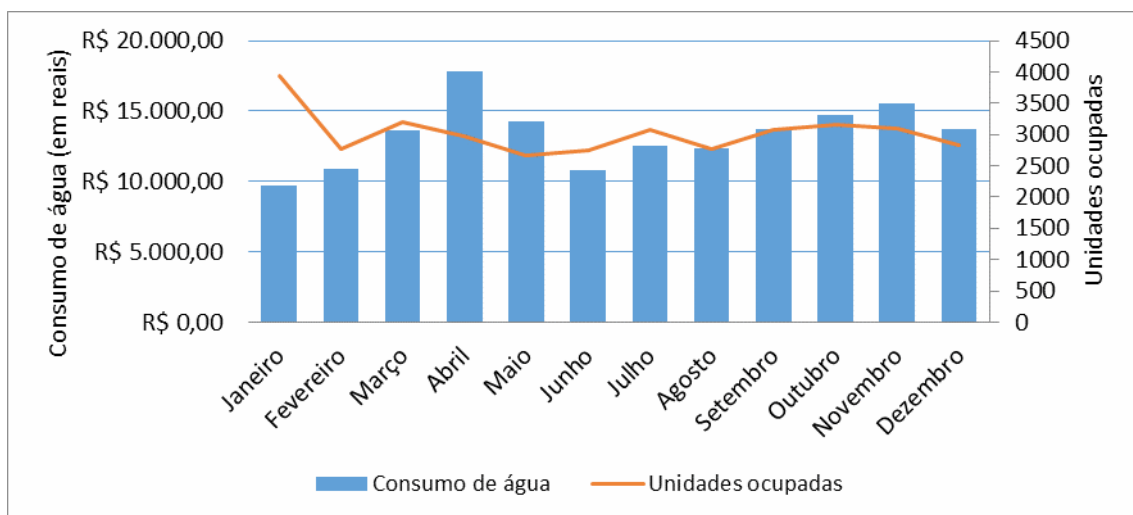


Gráfico 1 - Consumo de água e a quantidade de unidades ocupadas no hotel “A”, no ano de 2012.

¹ - Fonte: Prefeitura Municipal de Angra dos Reis (https://www.angra.rj.gov.br/noticia.asp?vid_noticia=53472&indexsigla=imp . Acesso em 24 de nov de 2020).

² Fonte: <http://revistaeea.org/pf.php?idartigo=3398>. Acesso em 24 de nov de 2020.

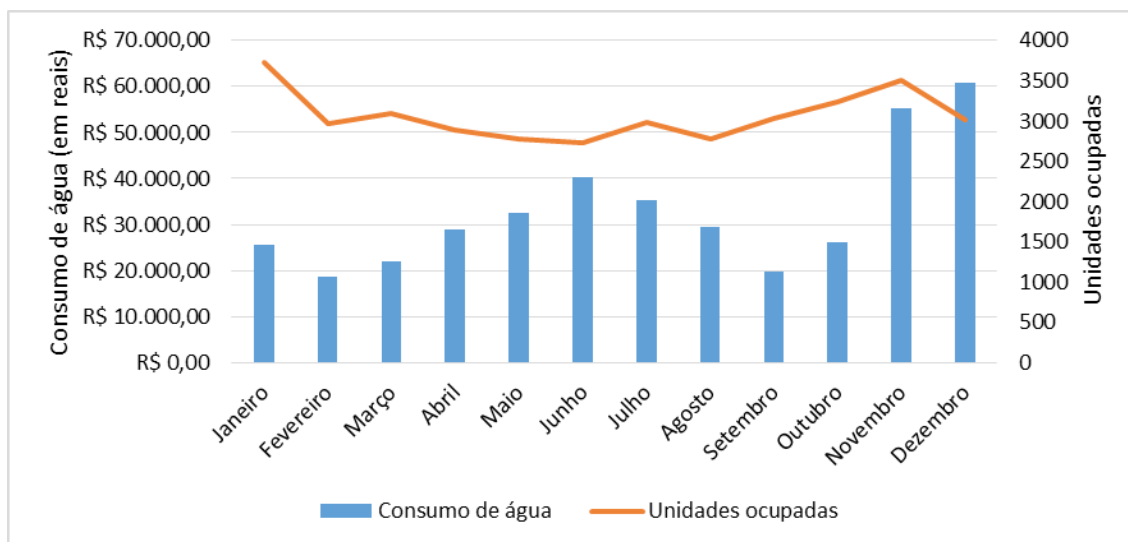


Gráfico 2 - Consumo de água e a quantidade de unidades ocupadas no hotel "B", no ano de 2012.

Desse modo, podemos dizer que incentivar essas práticas pode gerar impactos na água da bacia, promovendo benefícios ao meio ambiente, à população e também a um importante setor econômico da RH-I, com ganhos para todos os envolvidos na mobilização.

A ainda no PRH-BIG há a linha 5.2.2 que prevê o fomento ao uso racional no turismo. O objetivo é incentivar o turismo sustentável em massa e em base comunitária. O Comitê irá lançar um edital de pesquisa de programas que vão levantar ao menos cinco medidas para o uso racional além de roteiro para o turismo de base comunitária, e estratégias para sua implementação. A ação seria criar apoiar a divulgação e as ações do edital e criar uma campanha com nome atrativo, que remeta à bacia e ao Comitê, com o objetivo de incentivar a adoção de práticas de usos sustentáveis trazidas pelas pesquisas e também pequenas ações por parte dos hóspedes (não trocar as toalhas diariamente, e dicas para uso racional de jacuzzi, duchas e da energia elétrica, etc).

A conscientização seria realizada através de cartilhas ou cartazes adesivos, que seriam distribuídos ou fixados nos estabelecimentos e pontos turísticos. Além de cards nas redes sociais, spots nas rádios, a mobilização tem potencial para conseguir espaço nas mídias locais.

A campanha pode envolver as Secretarias Municipais de Turismo, Secretaria de Estado de Turismo, Conselhos Municipais de Turismo, Associação Brasileira de Indústria de Hotéis - Rio de Janeiro, associações locais de estabelecimentos de hospedagem e/ou turismo, companhias e concessionárias de água e empresas do ramo.

É importante mostrar que o uso inadequado da água pode fazer com que a população do entorno e até o próprio estabelecimento sofra com a escassez.

A opção, em caso de dificuldade de mobilização, de envolver uma única rede ou um estabelecimento para um projeto piloto.

Considerando a pandemia da COVID-19, o tempo para a mobilização e ainda que esse eixo não é o prioritário dentro do PRH-BIG, essa ação seria estruturada em 2021, para ser efetivada em dezembro de 2021 ou 2022, de acordo com o andamento do planejamento.

Após a análise dos resultados, a campanha pode evoluir para um selo do Comitê para os hotéis que de fato abraçarem a causa e, futuramente, a busca pela efetivação de uma política pública que regulamente a prática.

Outras ações relacionadas ao uso racional de água

O Comitê pode realizar ainda campanhas e/ou divulgações balizadas em informações úteis, agregando orientação, conscientização, proposição de soluções, estudos e projetos do Comitê. Informar periodicamente ou quando disponível o nível dos reservatórios, além da relevância, abre espaço para falarmos sobre uso racional de água. Informações como essa podem ser obtidas através do Serviço Autônomo de Água e Esgoto de Angra dos Reis (SAAE - Angra dos Reis), como mostram as imagens abaixo:

INFORME

ALERTA

**ATENÇÃO!
ESTAMOS EM ESTADO DE ALERTA!**

Informamos aos moradores que voltamos ao estado de alerta com relação aos níveis de barragens e reservatórios de Angra dos Reis.

Com os níveis baixos, seremos obrigados a retornar com as manobras mais frequentes.

A previsão de chuva é apenas para o dia 20 de agosto, então reforçamos a necessidade de se economizar e também fazer o uso racional de água. Qualquer vazamento de água deve ser avisado imediatamente ao SAAE.

SEDE E REGIONAIS DO SAAE/AR

Japuíba: (24) 3368-4965
Frate: (24) 3369-4446
Mambucaba: (24) 3362-3779
Serra D'Água: (24) 3367-7250
Camorim: (24) 3377-7064
Jacuecanga: (24) 3361-8565
Abraão: (24) 3361-9990
Sede: (24) 3377-6621 ou (24) 3377-6551
Plantão (finais de semana e feriados): (24) 3365-4700

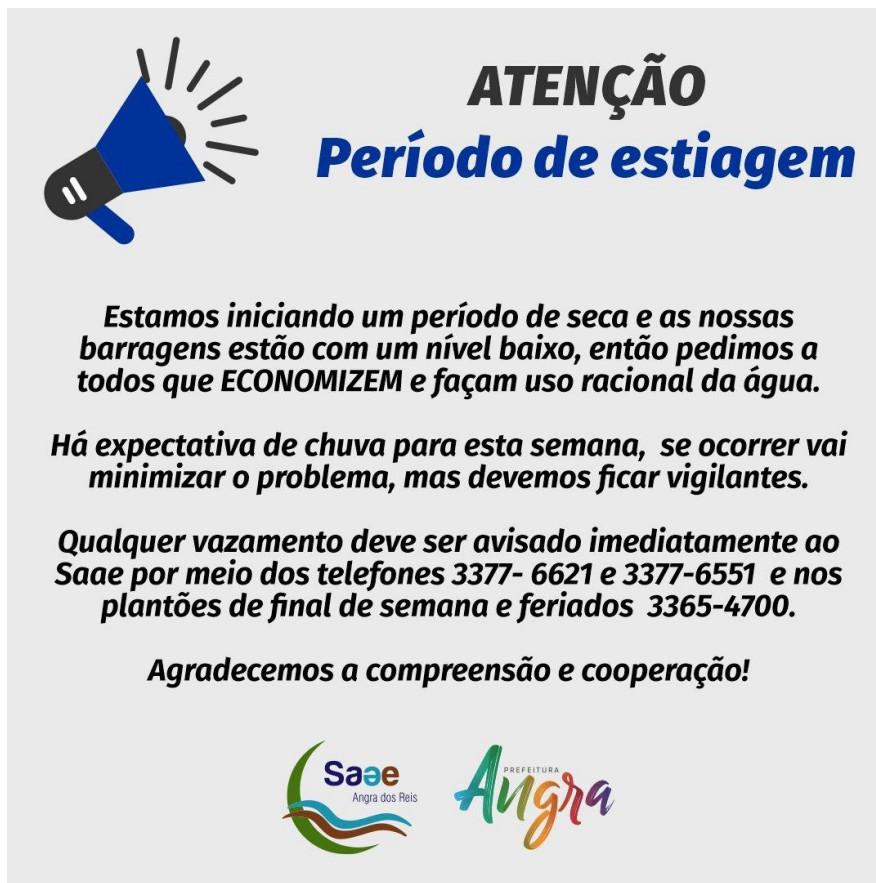
Barragem da Banqueta

Barragem da Banqueta

SAAE Angra dos Reis

Angra

Figura 1 - Banner disponível no site do SAAE de Angra dos Reis alerta a população sobre os níveis de água dos reservatórios da cidade. Fonte: <http://www.saaeangra.com.br/>



ATENÇÃO
Período de estiagem

Estamos iniciando um período de seca e as nossas barragens estão com um nível baixo, então pedimos a todos que ECONOMIZEM e façam uso racional da água.

Há expectativa de chuva para esta semana, se ocorrer vai minimizar o problema, mas devemos ficar vigilantes.

Qualquer vazamento deve ser avisado imediatamente ao Saae por meio dos telefones 3377- 6621 e 3377-6551 e nos plantões de final de semana e feriados 3365-4700.

Agradecemos a compreensão e cooperação!

Saae Angra dos Reis Prefeitura Angra

Figura 2 - Banner disponível no site do SAAE de Angra dos Reis alerta a população sobre o período de estiagem.
Fonte: <http://www.saaeangra.com.br/>

Há a possibilidade de divulgar e trabalhar informações úteis obtidas através de outros órgãos como o INEA (boletim de qualidade das águas e até o relatório de balneabilidade), CEDAE, Secretarias de Meio Ambiente e Saúde, sempre criando ganchos para o debate sobre o uso racional e sustentável da água e conservação e preservação do meio ambiente.

Outra sugestão é a campanha permanente “Mapa da mina”. O objetivo seria informar a potabilidade dessas fontes muito usadas pelos moradores da região. Só em Angra dos Reis são mais de 30 minas, segundo a Secretaria de Saúde do município³. O objetivo, além de informar, é criar entradas para o debate sobre o uso racional de água e a conservação e preservação dessas fontes, bem como a preservação e conservação dos corpos hídricos importantes para o abastecimento.

Para as campanhas, a sugestão é buscar essas informações no site ou diretamente nos órgãos responsáveis por e-mail ou telefone.

Essas campanhas podem ser realizadas no site, nas redes sociais e via *WhatsApp* e, dependendo da relevância, relacionando a mídia que sempre busca temas de impacto na sociedade.

³ Fonte: https://www.angra.rj.gov.br/noticia.asp?vid_noticia=27996&IndexSigla=imp

Conclusão

O prognóstico visa estabelecer os pontos macros para a consolidação de um plano de trabalho que atenda aos apontamentos do diagnóstico e ao PRH-BIG de forma tangível. O desafio aqui é planejar ações que estejam dentro dos recursos financeiros, humanos e logísticos disponíveis – que são escassos, e que de fato tragam resultados abrangentes.

Outra questão relevante é que a mobilização é uma arma com uma só munição. O acerto leva ao objetivo bem estruturado e o erro ao descrédito. Para se mobilizar é imprescindível conhecer bem o público e o que ele pode fazer para ajudar. Como diria o sociólogo Herbert José de Sousa, o Betinho, “mobilizar as pessoas para o combate à miséria é relativamente fácil. O problema é que no momento seguinte temos que saber informar o que esperamos delas, objetivamente e o que cada um pode fazer. Sem essas respostas a chama do entusiasmo se apaga e reativá-la é sempre muito mais difícil.” As perguntas são válidas quando buscamos a reflexão. Quando queremos mobilizar e criar empatia, temos que ter respostas. Ao efetivarmos nossas ações precisamos ter em mente quais serão nossos públicos e o que esperamos deles com ações tangíveis e efetivas, ou seja, mirar objetivos que podem ser alcançados.

Lembramos ainda que esse planejamento, como a própria comunicação, não é estático. É necessário mensurar resultados e fazer avaliações de acordo com o momento e as necessidades do colegiado. Sugerimos que o plano de trabalho seja realizado, a princípio, para um horizonte de no máximo três anos de forma a dar tempo para a construção das ações de forma estruturada e que o planejamento seja revisitado anualmente e adaptado a novas demandas, situações e realidade. Deve se avaliar a situação externa, a prioridade dos públicos e a situação interna (prioridades, recursos, etc).

O objetivo macro de todas as ações é fazer com que os públicos entendam a água como um bem natural público, finito e dotado de valor econômico; o trabalho do CBH-BIG e; a consolidação da imagem do colegiado e de parcerias que possam ajudar aos membros a construírem as ações previstas no PRH-BIG e alçarem voos cada vez maiores na busca da preservação, conservação e da promoção da melhoria da qualidade e quantidade de água disponível na bacia.