

VERSÃO PRELIMINAR PARA DISCUSSÃO - SETEMBRO/2003

Ministério das Cidades
Secretaria Nacional de Saneamento Ambiental

PROGRAMA NACIONAL DE COMBATE AO DESPERDÍCIO DE ÁGUA

DTA **B6**

DTA - Documento Técnico de Apoio n.º B6
ESTRATÉGIAS DE EDUCAÇÃO E COMUNICAÇÃO

VERSÃO PRELIMINAR PARA DISCUSSÃO - SETEMBRO/2003

MINISTRO DAS CIDADES
Olívio Dutra

SECRETÁRIA EXECUTIVA E MINISTRA ADJUNTA
Ermínia Maricato

SECRETÁRIO NACIONAL DE SANEAMENTO AMBIENTAL
Abelardo de O. Filho

COORDENAÇÃO TÉCNICA DOS TRABALHOS
Pela FUSP: Racine Tadeu Araújo Prado
Pelo Ministério das Cidades: Claudia Monique Frank Albuquerque

ENTIDADES PARTICIPANTES DO PROGRAMA NACIONAL DE COMBATE AO DESPERDÍCIO DE ÁGUA-PNCDA
PROTOCOLOS DE COOPERAÇÃO FIRMADOS COM A SECRETARIA NACIONAL DE SANEAMENTO AMBIENTAL/ MC

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE - MMA
Secretaria de Recursos Hídricos – SRH
Secretaria de Meio Ambiente – SMA

MINISTÉRIO DE MINAS E ENERGIA – MME
Eletrobrás/Programa de Combate ao Desperdício de Energia Elétrica - PROCEL

ABES – Associação Brasileira de Engenharia Sanitária e Ambiental
ABIMAQ – Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos
ABNT/COBRACON – Associação Brasileira de Normas Técnicas/Comitê Brasileiro da Construção Civil
AESBE – Associação das Empresas de Saneamento Básico Estaduais
ASFAMAS – Associação Brasileira de Fabricantes de Materiais e Equipamentos para Saneamento
ASSEMAE – Associação Nacional dos Serviços Municipais de Saneamento
EPUSP – Escola Politécnica da Universidade de São Paulo
FUPAM – Fundação para a Pesquisa Ambiental
FUSP – Fundação de Apoio à Universidade de São Paulo
INFURB-USP – Núcleo de Pesquisa em Informações Urbanas da Universidade de São Paulo
IPT – Instituto de Pesquisas Tecnológicas do Estado de São Paulo

PROGRAMA NACIONAL DE COMBATE AO DESPERDÍCIO DE ÁGUA - PNCDA
Esplanada dos Ministérios, Bloco A, sala 340
Brasília, DF - CEP 70.054-901
Fone: (61) 411 4914, Fax: (61) 411 4931

PROGRAMA NACIONAL DE COMBATE AO DESPERDÍCIO DE ÁGUA – PNCDA	4
INTRODUÇÃO	7
1. CAMPANHAS E MOBILIZAÇÃO PARA A CONSERVAÇÃO DE ÁGUA	8
2. DISSEMINAÇÃO PARA OS GESTORES DOS SERVIÇOS DE ABASTECIMENTO	14
2.1 Curso I: Gestores dos Serviços de Abastecimento	14
2.2 Curso I: Programa proposto	14
2.3 Curso I: Anexos	15
3. DISSEMINAÇÃO PARA A EQUIPE OPERACIONAL E GERÊNCIA LOCAL	16
3.1 Curso II: Equipe operacional e gerência local	16
3.2 Curso II: Programa proposto	16
3.3 Curso II: Anexos	18
4. RECOMENDAÇÕES PARA O ENVOLVIMENTO DA COMUNIDADE	19
4.1 Antecedentes e fatores conjunturais	19
4.2 Conclusões Gerais	20
4.2.1 Recomendações Macroestratégicas	21
4.2.2 Recomendações – Microestratégias	22
5. ROTEIRO PRÁTICO PARA O TRABALHO DE COMUNICAÇÃO	24
5.1 Trabalhando a comunicação	24
5.2 Trabalhando a mensagem	25
5.3 Trabalhando a organização de eventos de sensibilização	25
6. BIBLIOGRAFIA ANALISADA	26
ANEXOS	
Anexo I – Experiências nacionais bem sucedidas de ações de: educação ambiental, preservação dos recursos hídricos e uso racional da água	
Anexo II – Noções elementares sobre a teoria das comunicações	
Anexo III – Check list detalhado para a organização de eventos	
Anexo IV – Mobilização comunitária para a semana da água	
Anexo V – Curso I: Gestores dos Serviços de Abastecimento	
Anexo VI – Curso II: Equipe operacional e gerência local	

PROGRAMA NACIONAL DE COMBATE AO DESPERDÍCIO DE ÁGUA - PNCD

O PNCD tem por objetivo geral promover o uso racional da água de abastecimento público nas cidades brasileiras, em benefício da saúde pública, do saneamento ambiental e da eficiência dos serviços, propiciando a melhor produtividade dos ativos existentes e a postergação de parte dos investimentos para a ampliação dos sistemas. Tem por objetivos específicos definir e implementar um conjunto de ações e instrumentos tecnológicos, normativos, econômicos e institucionais, concorrentes para uma efetiva economia dos volumes de água demandados para consumo nas áreas urbanas.

O PNCD encontra-se em sua Fase III. Na Fase I, em 1997, foram discutidos 16 DTAs, que refletiram a retomada de estudos abrangentes na área. A Fase II do Programa, em 1998, incluiu a produção de mais 4 DTA's, sua publicação e a implantação de um sistema de acesso via Internet (www.pncda.gov.br). Os escopos das fases até agora definidas como objetos de convênio são esquematizados nas figuras 1 e 2, a seguir.

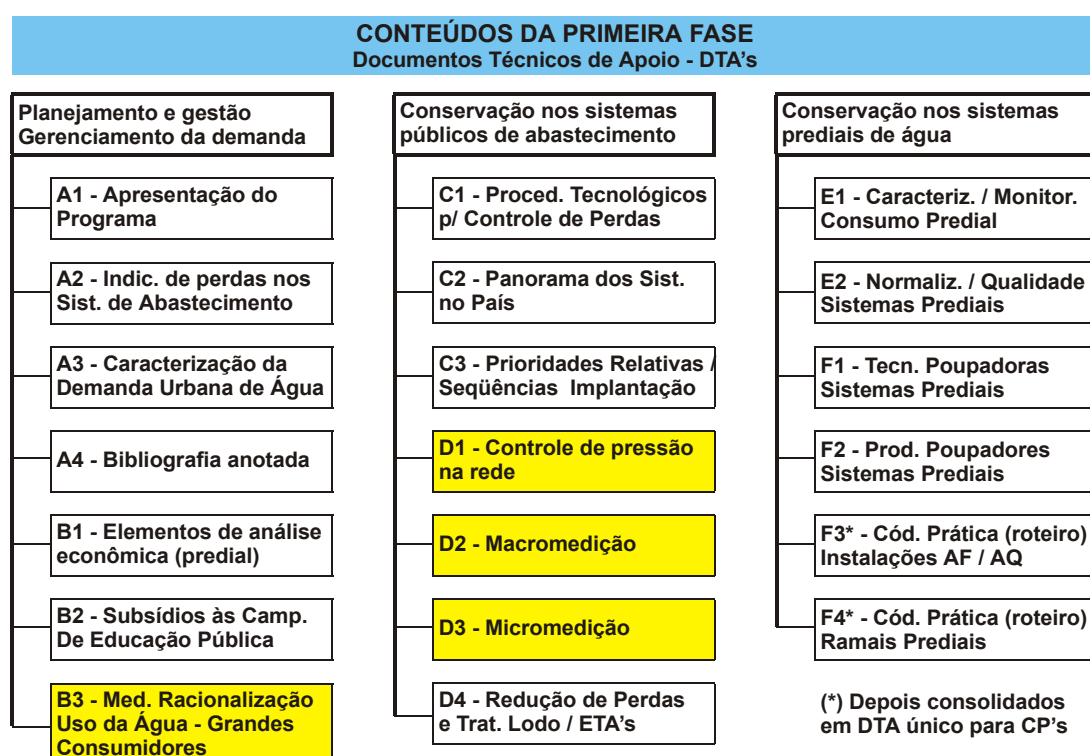


Fig. 1 - PNCD. Escopos da Fase I. 1997

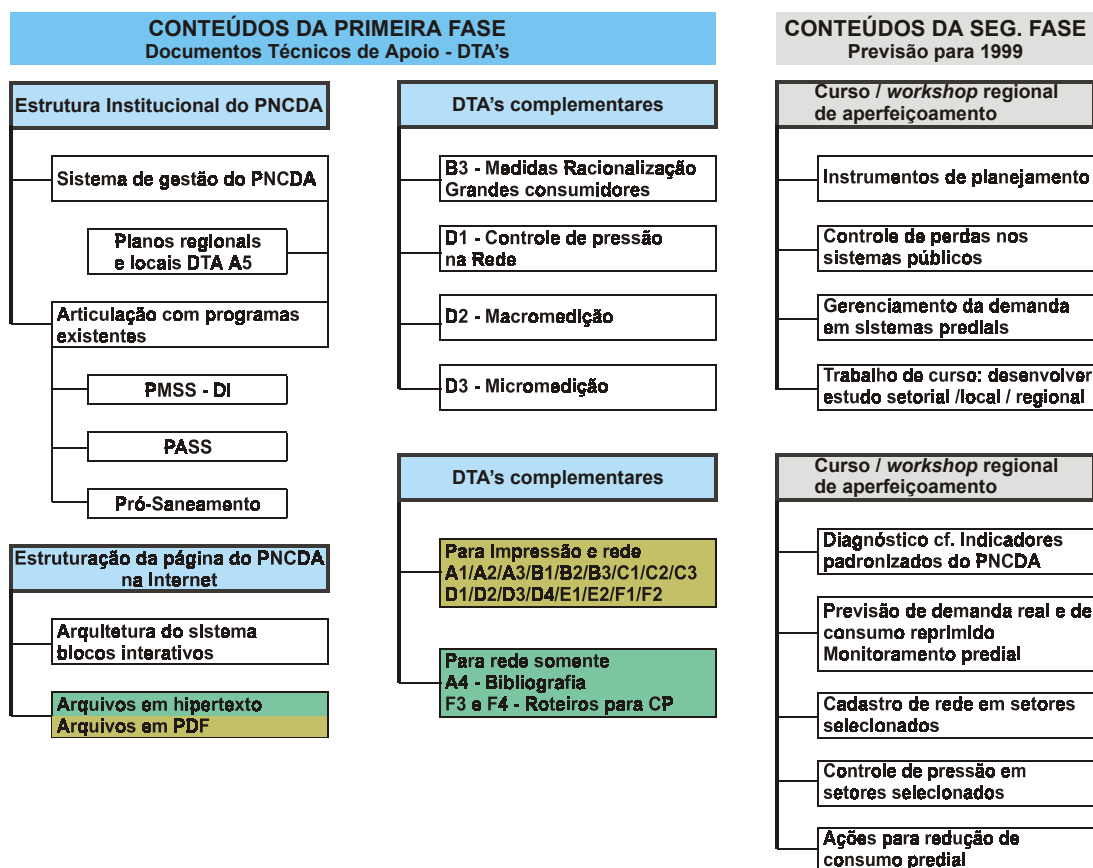


Fig. 2 - PNCD A. Escopos da Fase II. 1998 e 1999

Na Fase III do PNCD A, através de Convênio vigente entre o Ministério das Cidades/Secretaria Nacional de Saneamento Ambiental e a Fusp (Fundação de Apoio à Universidade de São Paulo), foram previstas diversas atividades, revisão e elaboração de DTAs, conforme a seguir:

- DTA A5 - Diretrizes e procedimentos para desenvolvimento dos Planos [regionais e locais] de Combate ao Desperdício de Água (revisão).
- Aperfeiçoamento e alimentação da página do PNCD A na rede mundial de computadores.
- DTA D7 - Submedicação em hidrômetros (elaboração).
- DTA F3 - Código de Prática de Projeto e Execução de Sistemas Prediais de Água - Conservação de Água em Edifícios (elaboração).
- DTA F4 - Código de Prática de Projeto e Execução de Ramais Prediais de Água em Polietileno (elaboração).
- DTA A2 - Indicadores de Perdas nos Sistemas de Abastecimento de Água (revisão).

- DTA A4 - Bibliografia Anotada (revisão).
- DTA C2 - Panorama dos Sistemas Públicos de Abastecimento no País (revisão).
- DTA D2 - Macromedição (revisão).
- DTA D3 - Micromedição (revisão).
- DTA F2 - Produtos Economizadores nos Sistemas Prediais (revisão).
- DTA B6 - Estratégias de educação e comunicação (elaboração). No âmbito deste projeto está prevista a realização de cursos de capacitação em combate ao desperdício de água para uma clientela diversificada (operacional e gerencial) dos prestadores de serviços de abastecimento de água.

DTA – DOCUMENTO TÉCNICO DE APOIO B6
ESTRATÉGIAS DE EDUCAÇÃO E COMUNICAÇÃO

(M I N U T A – 18/08/03)

(REVISADA EM 22/08/03)

INTRODUÇÃO

Este DTA tem como objetivo principal subsidiar os prestadores dos serviços de abastecimento de água, públicos ou privados, estaduais ou municipais, para o estabelecimento de estratégia e detalhamento da abordagem das questões pertinentes ao PNCDa Programa Nacional de Combate ao Desperdício de Água na esfera local, fornecendo informações que permitam a implementação de ações de comunicação e envolvimento comunitário voltadas ao uso racional da água.

Como objetivo secundário, este DTA poderá atender aos agentes de bacias hidrográficas, agentes reguladores, sociedade civil organizada e quem mais deseje implantar ações de educação e comunicação no âmbito da água de abastecimento humano/urbano.

Nos capítulos que seguem é feita a apresentação resumida das recomendações contidas no DTA B2 Campanhas e Programas de Conservação de Água, cuja leitura integral é recomendada.

O programa do curso para sensibilização e motivação dos gestores de serviço de abastecimento, definidos como os profissionais que estabelecem as diretrizes e estratégias da companhia e criam condições e metas para que sejam concretizadas, é tratado no segundo capítulo; o programa do curso para sensibilização, motivação e capacitação da equipe operacional e gerência local, definidos como os profissionais que são responsáveis por diversas tarefas operacionais, desde a captação até a entrega ao consumidor final, ou seja, dos diretores e gerentes, da captação, do tratamento, da distribuição e até mesmo da assistência ao consumidor final, é tratado no terceiro capítulo. É importante destacar que a programação apresentada é considerada a matriz para os cursos de capacitação na esfera dos prestadores dos serviços de abastecimento de água e poderá ter seu formato adequado, de acordo com a realidade local de cada público.

Nos capítulos seguintes são apresentadas Noções de Planejamento Estratégico, onde constam orientações detalhadas de como desenvolver ações de comunicação, de maior ou menor abrangência, que agreguem esforços àquelas já em andamento ou realizadas em outras localidades, sem se afastar da importância do envolvimento da comunidade para a perenidade e sucesso das ações.

Por fim, além da indicação da própria bibliografia analisada, base fundamental de consulta e aprofundamento, os anexos trazem informações de leitura essencial, pois nestes constam as referências de como fazer e demonstram que o Brasil tem casos bem sucedidos, nos mais diversos campos de envolvimento da sociedade, para o uso racional da água, experiências voltadas à educação das crianças, ao envolvimento das mulheres, da motivação e comprometimento do empresariado, salientando experiências relevantes que podem ser consideradas ou até adotadas.

1. CAMPANHAS E MOBILIZAÇÃO PARA A CONSERVAÇÃO DE ÁGUA

○ DTA B2 – Subsídios às Campanhas de Educação Pública voltadas à Economia de Água é de importante leitura para quem deseja se aprofundar e compreender melhor o universo das mais variadas reações humanas, baseadas em padrões comportamentais e culturais.

○ DTA B2 apresenta um panorama breve das origens e das tendências das campanhas e dos programas de conservação de água, trazendo algumas experiências importantes para o melhor entendimento comportamental, enfocando particularmente os Estados Unidos e apresentando equívocos e acertos das experiências.

Destaca-se que apesar do documento DTA B2 ter se originado na Fase I do PNCD, ou seja, em 1997, continua atual já que trata de padrões comportamentais não substancialmente alterados em seis anos.

Desta forma, este capítulo apresenta, de forma resumida, uma noção sobre a origem das campanhas e programas de conservação de água, as principais recomendações extraídas do DTA B2 e a importância da conjugação de esforços com outros agentes na implementação de campanhas e programas de conservação de água.

No início da década de 70, em decorrência da crise do petróleo, começaram a surgir estudos sobre o tema conservação. Nesta oportunidade, com o conseqüente aumento do petróleo, as empresas de serviços públicos se viram obrigadas a investir em projetos de economia de energia. Na mesma época, também ocorreram sérios problemas no abastecimento de água em alguns dos estados norte-americanos, que obrigaram as empresas de água a adotarem políticas de restrição de consumo e de estímulo a auto-restrição.

Em decorrência destas crises, iniciou-se uma consciência ampliada de que certos recursos essenciais são esgotáveis.

Inúmeras experiências foram iniciadas e as avaliações sobre tais intervenções foram necessárias e chocaram por seus resultados, pois as campanhas não tinham conseguido alterar com sucesso o comportamento dos consumidores.

Desta forma, diante dos insucessos das campanhas, surgiram inúmeras questões, que se resumem à principal, que é: Como motivar a sociedade para que ela adote e exerça o uso racional da água?

Esta foi a principal questão dissertada durante o DTA B2, que apresenta toda a transição de postura diante da reavaliação e do redirecionamento dos Programas de Conservação e que, principalmente, traz recomendações essenciais extraídas de todas essas experiências.

○ DTA B2 traz inúmeras recomendações que foram extraídas da bibliografia analisada sobre o tema. Nesta etapa serão apresentadas as principais delas, que devem servir de premissas na formulação de um Planejamento Estratégico, cuja base será apresentada no Capítulo 4 deste documento.

Eficiência na gestão das empresas de serviços:

Esta é a primeira e umas das principais recomendações a serem observadas, pois segundo os autores examinados pelo DTA B2, tal aspecto será essencial para a garantia da cooperação necessária.

A sociedade, para estar disposta e exercer seu papel, precisa ter algumas garantias quanto à gestão das empresas de serviços, ou seja, na prática, precisa saber como quem está pedindo se comporta com relação ao próprio pedido.

Dentro deste aspecto, se destacam fatores como:

Responsabilidade: o problema da escassez ou da disponibilidade da água é um problema natural ou é conseqüente à má administração do recurso.

Metas: a cooperação está relacionada ao conhecimento pela sociedade das metas de conservação e de como são as tomadas de decisão, ou seja, as pessoas só irão cooperar se concordarem com os processos de decisão.

Relacionamento: os consumidores devem reconhecer um bom e justo relacionamento com as empresas, pois este é o fator que definirá se os usuários podem confiar na sua honestidade e competência de decisão.

O DTA B2 enumerou, além dos fatores acima apresentados, que se relacionam com as políticas públicas, mais sete recomendações gerais aos programas de conservação de água e mais sete recomendações específicas para campanhas informativas e educacionais, que igualmente foram extraídas da literatura analisada no documento.

Com o objetivo de enfatizar e facilitar o entendimento, tais recomendações serão abaixo transcritas, na forma como apresentadas no DTA B2, já que são atuais ao nosso momento:

Recomendações gerais aos programas de conservação de água:

- *O Estado deve definir padrões de eficiência aceitáveis para servirem de parâmetro à indústria produtora, como também estabelecer padrões aceitáveis para as edificações. É consenso entre os autores analisados que a conservação é um tema que necessita ser regulado pelo Estado, não podendo ser deixada nas mãos do mercado (Aronson e Gonzales, 1990; Oskamp, 1995). Nos Estados Unidos, por exemplo, a vazão dos chuveiros foi limitada pelo governo federal em menos de três galões por minuto. Não se pode comercializar chuveiros com vazão superior a esse teto. Assim, não somente se restringe, mas também se garante padrões aceitáveis (Ebreo et al., 1996);*
- *Os governos devem aproveitar as crises provocadas por fatores climáticos para informar e educar a população sobre a necessidade de conservação de água e patrocinar a troca de equipamentos. Os autores analisados realçam a importância de agir nesses momentos em que a população está mais sensibilizada, quando o problema tem visibilidade e até dramaticidade (Kempton et alii, 1992);*
- *Qualquer programa de conservação deve partir de pesquisas sobre valores, crenças, atitudes e conhecimento factual da população em relação à conservação de água, sobre as atribuições de responsabilidade que faz pela escassez, sobre a imagem que ela possui das empresas e sobre como avalia os processos de tomada de decisão dessas empresas em relação à conservação (Seligman e Finegan, 1990; Thompson e Stoutmeyer, 1991)¹. Para estes autores*

¹ Em experimento realizado no sul da Califórnia, Thompson e Stoutmeyer (1991) descobriram ser possível motivar a população de baixa renda a poupar água, informando-a sobre os efeitos de seu consumo nos recursos coletivos e ensinando-a como poupar. Porém, isso não funcionou com a população de rendas média/alta e alta, que sequer lia a informação fornecida. Resultado oposto foi verificado por Weenig e Midden (1997) na Holanda, onde as classes média e alta são as que mais lêem os folhetos dos programas de conservação. São as mais bem-informadas, as que mais adotam equipamentos eficientes e as mais motivadas a poupar. A população de baixa renda

é necessário ainda conhecer os mitos sobre a água; como as pessoas pensam que a água é gasta; quais equipamentos são conhecidos por consumir mais água e, em especial, como as pessoas consideram os gastos com água: como uma porcentagem do orçamento familiar ou como uma quantia mensal. Esses tópicos são de grande relevância para o desenho de programas e para as campanhas (Stern, 1992). A certeza que se tem é que a garantia de conservação de água exige a mudança de equipamentos²; as campanhas educativas e publicitárias são consideradas essenciais para criar a predisposição necessária à troca. É essencial, por exemplo, definir quais os principais obstáculos à economia de água - no caso da energia, sabe-se que crenças sobre conforto e saúde são elementos-chave. Se os programas de conservação levam em conta esses fatores e reasseguram os usuários que não perderão conforto e não colocarão sua saúde em risco, esses programas ao menos conseguirão atrair sua atenção. É importante, por exemplo, identificar se as pessoas acreditam ser possível economizar água sem sacrifício, ou sem colocar sua saúde em risco e sem abrir mão de seus princípios de higiene;

- *As campanhas e os programas de conservação devem levar em conta a seletividade perceptual das pessoas e grupos sociais, visando produzir material que consiga atrair os não-convertidos. Como afirmam Samuelson e Biek (1991), “as decisões sobre ações de conservação serão avaliadas por meio de quadros de referência preexistentes, estabelecidos pelas crenças e valores dos consumidores”. Conforme demonstraram esses autores, quem defende a conservação do meio ambiente presta mais atenção ao material relativo a esse tema. Portanto, seria necessário considerar esse diferencial de atenção na produção de material publicitário para os desinteressados;*

- *As empresas e organismos envolvidos com os programas de conservação devem priorizar alianças e parcerias com os usuários coletivos e os principais elementos da cadeia produtora: os fabricantes e os grandes consumidores. Não basta conhecer o que pensam e sabem os usuários individuais; é preciso também conhecer a percepção da conservação entre os usuários coletivos (construtores, administradores de condomínios, grandes consumidores), buscando identificar quem são os grupos de referência que influenciam as decisões na escolha de equipamentos (Oskamp, 1995; McKenzie-Mohr et al., 1995). Trabalhar com os grandes consumidores é uma maneira de acelerar o processo de mudança (Stern, 1992). As empresas de serviços de abastecimento devem entrar em contato com as associações de fabricantes³ e de construtores, para que esses grupos tenham confiança nos aparelhos mais eficientes e tenham incentivos para desenvolver ou utilizar mais equipamentos desse tipo. A maior proximidade entre esses grupos reduz a resistência e a percepção de risco de se investir em tais equipamentos (Stern, 1992). Esses grandes usuários, quando cooperam com as medidas de economia, são agentes disseminadores dos aparelhos de alta eficiência. Eles criam condições para um efeito-demonstração: usuários individuais podem experimentar os equipamentos eficientes, familiarizar-se com eles e reassegurar-se de sua eficiência, reduzindo suas dúvidas;*

holandesa não lê as informações e, quando o faz, entende muito pouco. Essa discrepância reitera a necessidade de estudos locais para se ajustar as recomendações gerais às especificidades da cultura local.

- 2** É muito difícil que os consumidores sacrifiquem em alguma medida algo que identifiquem como conforto. Também é muito difícil vender esse princípio e, mais ainda, garantir que tenha sucesso duradouro. Se a atividade for percebida como difícil de ser restringida, as medidas de autocontrole não terão sucesso e a única alternativa será adotar equipamentos eficientes (Seligman e Finegan, 1990).
- 3** Nessa linha, a SABESP, em colaboração com a USP (Escola Politécnica), tem mantido parceria com a ASFAMAS, para aprimorar e desenvolver equipamentos poupadores de água para o Programa de Uso Racional da Água na Grande São Paulo, firmado por intermédio de um protocolo de cooperação técnica e científica.

- *Os programas de conservação de água devem dar incentivos financeiros sob a forma de juros subsidiados, ou dedução de impostos em financiamentos de imóveis que possuam equipamentos eficientes. Também se deve taxar de modo punitivo os equipamentos que consomem muita água. Estas são estratégias consideradas fundamentais para a adoção de equipamentos eficientes na literatura especializada; e*
- *Os programas e as campanhas devem ser monitorados e avaliados periodicamente para garantir sua eficiência e para que possam ser ajustados quando necessário. Isso é o que vem fazendo a East Bay Municipal District Utility (EBMUD) da região de San Francisco, na Califórnia - EUA. Seus programas são informados por levantamentos junto à população e por avaliações que esta entidade faz dos programas. Eles também são avaliados por grupos independentes, com vistas a identificar o impacto dos programas sobre a conservação. Também monitoram os programas de conservação, fazendo o acompanhamento do uso diário de água de grandes consumidores por períodos de até um mês. Detectam-se, assim, os principais fatores que afetam o padrão de uso.*

Recomendações específicas para as campanhas informativas e educacionais:

Os autores consultados pelo DTA B2 fazem uma série de recomendações específicas para o planejamento e a condução de campanhas informativas e educacionais de conservação de água, entre as quais destacam-se as seguintes:

- *As campanhas devem ter continuidade: não podem ser campanhas esporádicas, desenvolvidas apenas em momentos de crise;*

Sobre este aspecto ressalta-se que o uso da água, como já apresentado, depende de padrões culturais e comportamentais. Desta forma, para que se modifiquem estes padrões, faz-se necessária a perenidade das ações, motivando para a continuidade de um comportamento.

- *A educação para a conservação deve ser iniciada nas escolas, para ir sensibilizando desde cedo as crianças: cita-se freqüentemente o exemplo da East Bay Municipal Utility District (EBMUD) da região de San Francisco na Califórnia, que possui um programa sobre o abastecimento público de água voltado exclusivamente para as escolas da região. Neste, as crianças visitam as estações de tratamento de águas, as áreas de manancial, acompanham o percurso da água até as estações, etc.⁴;*

A educação iniciada nas escolas, em especial no período fundamental, é fator importante para a mudança de padrões comportamentais, pois as crianças envolvidas estão em idade de percepção e formação de valores, sendo este um momento especial para incluir o tema do uso racional da água. Além da formação de valores, esta nova geração que se forma sobre a ótica de que o recurso água é finito, tem expressiva atuação como “cobradora” de ações e atitudes de seus pais.

Exemplos como o citado no DTA B2, da escola East Bay Municipal Utility District (EBMUD) da região de San Francisco na Califórnia, estão presentes no Brasil e já provaram que o comportamento

4 A SABESP tem desenvolvido atividades semelhantes, atendendo 23 mil estudantes/ano do 1º, 2º e 3º graus. A campanha educacional conta ainda com um teatro de fantoches, existente há cinco anos na Companhia, com o intuito de conscientizar os alunos sobre como usar a água nas suas atividades diárias sem desperdício, e também como conservar o meio ambiente. Esse teatro é levado para a rede de ensino escolar (estadual e particular). Ainda dentro da campanha educacional, a SABESP tem um programa para professores e alunos do 1º grau, elaborado pela Fundação Padre Anchieta - TV Cultura, SABESP e pela Coordenadoria de Educação e Normas Pedagógicas - CENP - da Secretaria da Educação Estadual. Acrescente-se que a CAESB, em Brasília, tem desenvolvido iniciativas semelhantes, ainda que em menor escala, inclusive com a encenação de peça teatral dirigida ao público infantil. É desejável a avaliação sistemática de tais iniciativas, tendo em vista detectar seu impacto específico sobre o público a que se dirigem.

de uma sociedade pode ser transformado através das escolas, em especial, das crianças. Recomenda-se a leitura do caso do Programa Água na Escola, da ONG Água e Cidade, executado na cidade de Cachoeiro de Itapemirim, no Espírito Santo, que consta no anexo deste documento.

- *As campanhas devem ser segmentadas de acordo com o perfil da população, para atingir públicos diferenciados quanto ao nível de escolaridade, faixa etária, renda e outras categorias relevantes;*

Como já citado neste documento e extraído do próprio B2, a comunicação deve ser preparada na medida que o público alvo é identificado. Assim, geralmente a mensagem transmitida ao público de baixa renda não condiz com a mensagem a ser transmitida ao público de média e alta renda. Geralmente o público de baixa renda tem entendimento diverso e mais sensível às questões coletivas, pois estas tendem a atingi-lo diretamente. Já o público de média e alta renda, geralmente tem a aceitação das mensagens ligadas ao status.

- *Utilizar meios de comunicação e linguagens diferentes para públicos diferenciados:* as campanhas devem considerar que a necessidade de se segmentar implica produzir material informativo e persuasivo (Weenig e Midden, 1997 e 1993), que vai atingir públicos com diferentes habilidades cognitivas, motivações e capacidade de atenção. Grupos formais e informais, associações e sindicatos, devem ser considerados como agentes disseminadores e como alvo de campanhas específicas (Thompson e Stoutmeyer, 1991; Weenig e Midden, 1997; e Samuelson, 1990);

- *As informações veiculadas devem ter formato atraente e conteúdo mínimo objetivo:* é preciso que chamem e prendam a atenção, envolvendo a audiência, e também que contenham as metas de economia, a justificativa destas metas e o que cada um pode fazer para que se consiga atingi-las. As campanhas devem mostrar claramente as relações entre o comportamento individual e as conseqüências coletivas desse comportamento, tanto no que tange à economia quanto no que diz respeito ao desperdício;

- *É preciso avaliar e definir qual órgão ou instituição deve assinar essas campanhas -* ponto considerado fundamental para seu sucesso ou insucesso nos Estados Unidos. No caso brasileiro, há indícios de que as empresas de serviços têm uma imagem ambígua frente à população. Isso deverá ser mais pesquisado, mas os jornais com freqüência publicam cartas de consumidores revoltados com a qualidade dos serviços. O jornal Folha de S. Paulo, em 27/10/97, pgs. 3-8, relatava que as empresas públicas *estressam* os consumidores e são as campeãs de reclamações no PROCON; e

Este aspecto deve ser considerado como de extrema relevância, pois pode comprometer totalmente a iniciativa, já que a população que se pretende atingir deve ter confiança no emissor ou nos emissores da mensagem, podendo a mesma perder o valor ou até tornar-se negativa, caso esta confiança não exista, ou seja negativa.

- *As campanhas de informação e de educação devem enfatizar de maneira clara e simplificada os argumentos econômicos em favor da conservação de água,* mostrando que as pessoas não ganham, mas deixam de perder dinheiro com ela. Ou seja, a ênfase deve ser dada no que deixam de perder (Kempton *et alii*, 1992; Aronson e Gonzales, 1990). Não basta se dizer que os equipamentos eficientes têm bom desempenho; é necessário mostrar que melhoram a qualidade de vida das pessoas e o meio ambiente. Se os equipamentos são baratos, não adianta abordar o seu custo. As campanhas devem ensinar as pessoas a realizarem cálculos de custo *versus* benefícios em uma linguagem simples e divertida. Devem

mostrar como elas podem superar obstáculos com o uso de imagens que refletem o seu cotidiano, para que possam identificar-se com os personagens.

Desta forma, a principal mensagem de motivação que se quer deixar neste primeiro capítulo é que a relação de confiança do usuário com a empresa prestadora, conjugada com esforços como inclusão e até mesmo iniciativa da sociedade diretamente na ação, consideração dos valores sociais de cada grupo social, alianças e parcerias com os mais diversos segmentos da sociedade, entendimento e qualificação da demanda para utilização das tecnologias até mesmo conjugadas com incentivos financeiros e perenidade e acompanhamento das ações, são pontos fundamentais para o sucesso de qualquer iniciativa de Programas de Conservação de Água.

2. DISSEMINAÇÃO PARA OS GESTORES DOS SERVIÇOS DE ABASTECIMENTO

Neste capítulo será apresentada uma das possíveis formas de disseminação do Programa Nacional de Combate ao Desperdício de Água PNCDA, com a missão de traduzir a essência do próprio Programa, na medida em que transformam em mensagem as matérias desenvolvidas ao longo da composição do próprio PNCDA.

Sendo assim, a seguir será apresentada uma das formas de disseminação, o Curso de Capacitação, com foco específico no público dos serviços de abastecimento, em especial aos gestores do serviço que têm o poder de decisão sobre as práticas cotidianas relacionadas ao uso da água, motivando-os a conhecer e aplicar os conceitos, técnicas e tecnologias direcionadas ao uso racional, temas que compõem a programação a seguir:

2.1 Curso I: Gestores dos Serviços de Abastecimento

O Curso I tem como objetivo sensibilizar e instrumentalizar os profissionais da área, para que implementem ações estruturadas e concretas de combate ao desperdício, incluindo-se a mobilização da sociedade local.

Com carga horária estimada em até 4 (quatro) horas, este curso tem como público alvo os gestores dos serviços de abastecimento, definidos como os profissionais que estabelecem as diretrizes e estratégias da companhia e criam condições e metas para que sejam concretizadas, acrescentando-se a este público os formadores de opinião da comunidade em questão.

2.2 Curso I: Programa proposto

Tendo como foco principal a disseminação do PNCDA através de uma de suas linhas de atuação – capacitação dos agentes dos serviços de abastecimento – os principais aspectos a serem abordados no Curso I são o da própria existência do PNCDA e as linhas que nortearam sua concepção, através da exposição do DTA A1, seguida pelos conteúdos pertinentes aos DTAs B2 e B6, apresentando assim os aspectos relativos à comunicação e à educação, finalizando com a importância da implantação dos Planos Locais de Combate ao Desperdício de Água, apresentados no DTA A5.

Desta forma, o conteúdo da programação do Curso I, que deve cumprir a carga horária de até 4 horas, deve conter basicamente o que é a seguir apresentado na tabela 1.

Tabela 1 - Programação Proposta Curso de Gestores dos Serviços de Abastecimento:

Tema 1: O PNCD A - Programa Nacional de Combate ao Desperdício de Água.
DTA Referencial: DTA A1
Conteúdo específico: <ul style="list-style-type: none">• Panorama da situação da água – mundial, nacional e local;• O PNCD A – informações gerais e objetivos;• O PNCD A – Estratégia e estrutura;• Documentos Técnicos de Apoio.
Tema 2: A importância da comunicação, da educação e envolvimento comunitário.
DTAs Referenciais: DTA B2 e B6
Conteúdo específico: <ul style="list-style-type: none">• Origem das Campanhas e Programas de Conservação de Água;• Recomendações Gerais aos Programas de Conservação de Água;• Campanhas e Mobilização para Conservação de Água.
Tema 3: Planos Locais de Combate ao Desperdício de Água.
DTA Referencial: DTA A5
Conteúdo específico: <ul style="list-style-type: none">• Introdução;• Bases conceituais e focos de atuação dos programas;• Potencial, condições de viabilidade e linhas de ação;• Planejamento e gestão – Princípios e diretrizes;• Roteiro básico para elaboração dos PCDA.

Dentro da programação apresentada, é importante considerar um horário específico para a realização de debates, que poderão enriquecer os trabalhos desenvolvidos durante o curso.

2.3 Curso I: Anexos

De forma complementar, o conteúdo das apresentações que deverão ser utilizadas durante a realização do curso segue como anexo a este documento, estando dividido de forma idêntica à programação apresentada no item 2.2 deste documento.

3. DISSEMINAÇÃO PARA A EQUIPE OPERACIONAL E GERÊNCIA LOCAL

Em continuidade ao movimento proposto no Capítulo 2 deste documento, os demais públicos efetivamente envolvidos e com foco específico no pessoal dos serviços de abastecimento, outros profissionais desta mesma área deverão ser igualmente capacitados, a fim de possibilitar a continuidade e entendimento iniciados com a motivação do público com poder de decisão, detalhado no capítulo anterior.

Sendo assim, a seguir será apresentada uma das formas de disseminação, o Curso de Capacitação, com foco específico no público dos serviços de abastecimento, em especial na equipe operacional e gerência local, que precisam estar motivadas e aptas ao entendimento do PNCD.

3.1 Curso II: Equipe operacional e gerência local

O Curso II tem como objetivo demonstrar medidas de combate às perdas e ao desperdício de água e energia em sistemas de abastecimento, incentivando a adoção do PNCD na implantação de Planos Locais de Combate ao Desperdício de Água.

Com carga horária estimada em até 16 (dezesesseis) horas e, adicionalmente, com a realização de visita técnica, este curso tem como público alvo a equipe operacional e gerência local dos serviços de abastecimento, definidos como os profissionais que são responsáveis por diversas tarefas operacionais, desde a captação até a entrega ao consumidor final, ou seja, dos diretores e gerentes, da captação, do tratamento, da distribuição e até mesmo da assistência ao consumidor final.

3.2 Curso II: Programa proposto

Tendo como foco principal a disseminação do PNCD através de uma de suas linhas de atuação – capacitação dos agentes dos serviços de abastecimento – os principais aspectos a serem abordados no Curso II vão desde a própria existência do PNCD até as linhas técnicas específicas abordadas nos diversos DTAs de séries A, B, C, D e F.

Desta forma, o conteúdo da programação do Curso II, que deve cumprir a carga horária de até 16 horas e, adicionalmente visita técnica, deve conter basicamente o que é a seguir apresentado na tabela 2.

Tabela 2 - Programação Proposta Curso da Equipe Operacional e Gerência Local:

Tema 1: O PNCD A - Programa Nacional de Combate ao Desperdício de Água.
DTA Referencial: DTA A1
Conteúdo específico: <ul style="list-style-type: none">• Panorama da situação da água – mundial, nacional e local;• O PNCD A – Informações gerais e objetivos;• O PNCD A – Estratégia e estrutura;• Documentos Técnicos de Apoio.
Tema 2: A importância da comunicação, da educação e envolvimento comunitário.
DTAs Referenciais: DTA B2 e B6
Conteúdo específico: <ul style="list-style-type: none">• Origem das Campanhas e Programas de Conservação de Água;• Recomendações Gerais aos Programas de Conservação de Água;• Campanhas e Mobilização para Conservação de Água.
Tema 3: Planos Locais de Combate ao Desperdício de Água.
DTA Referencial: DTA A5
Conteúdo específico: <ul style="list-style-type: none">• Introdução;• Bases conceituais e focos de atuação dos programas;• Potencial, condições de viabilidade e linhas de ação;• Planejamento e gestão – Princípios e diretrizes;• Roteiro básico para elaboração dos PCDA.
Tema 4: Perdas de água nos sistemas públicos de abastecimento.
DTA Referencial: DTA A2
Conteúdo específico: <ul style="list-style-type: none">• Caracterização – Perdas e suas causas;• Estudos sobre indicadores de perdas;• Monitoramento e controle de perdas;• Construção de indicadores;• Indicadores propostos.
Tema 5: Medidas de redução de perdas.
DTAs Referenciais: DTAs série C
Conteúdo específico: <ul style="list-style-type: none">• Planejamento e ações para redução de perdas;• Estudos de caso.
Tema 6: Controle de pressão na rede e de perdas de água nos sistemas públicos de abastecimento.
DTAs Referenciais: DTAs série D
Conteúdo específico: <ul style="list-style-type: none">• Controle de pressão na rede.

/Continuação Tabela 2

Tema 7: Controle de perdas de água nos sistemas públicos de abastecimento.
DTAs Referenciais: DTAs série D
Conteúdo específico: <ul style="list-style-type: none">• Macromedição.
Tema 8: Controle de perdas de água nos sistemas públicos de abastecimento.
DTAs Referenciais: DTAs série D
Conteúdo específico: <ul style="list-style-type: none">• Micromedição.
Tema 9: Conservação de água nos sistemas prediais.
DTAs Referenciais: DTAs séries E e F
Conteúdo específico: <ul style="list-style-type: none">• Caracterização e monitoramento de consumo predial;• Qualidade dos sistemas prediais;• Tecnologia e produtos economizadores de água;• Códigos de prática.
Tema 10: Eficiência energética no saneamento.
Conteúdo específico: <ul style="list-style-type: none">• Conhecimento do sistema tarifário;• Redução da potência do equipamento;• Alteração do sistema operacional;• Automação do sistema de abastecimento de água;• Geração de energia elétrica.
Visita Técnica

Dentro da programação apresentada, é importante considerar um horário específico para a realização de exercícios, debates e avaliação do curso, que poderão enriquecer os trabalhos desenvolvidos durante o curso.

Outro importante aspecto a ser considerado é a certificação dos participantes, para posterior formação de um banco de dados dos agentes capacitados.

3.3 Curso II: Anexos

De forma complementar, o conteúdo das apresentações que deverão ser utilizadas durante a realização do curso segue como anexo a este documento, estando dividida de forma idêntica à programação apresentada no item 3.2 deste documento.

4. RECOMENDAÇÕES PARA O ENVOLVIMENTO DA COMUNIDADE

Conceber e implantar ações de educação e conscientização da comunidade, para que os objetivos de combate ao desperdício de água em centros urbanos possam ser alcançados. Este capítulo traz elementos para que gestores e operadores das companhias de abastecimento possam implementar ações de comunicação, de forma simples e eficiente.

4.1 Antecedentes e fatores conjunturais

Não é intenção deste documento julgar ou criticar, já que o país reúne casos notáveis e bem sucedidos de gestão e envolvimento comunitário, alguns deles reproduzidos em nossos anexos. É intenção, sim, sugerir a análise de aspectos que possam interferir com a desejável mudança de hábito da população com relação ao uso da água no desenvolver de suas ações.

A água e os brasileiros:

O Brasil é um país privilegiado no que se refere à disponibilidade de recursos hídricos, já que concentra a maior quantidade de água doce no planeta. Não raro encontram-se pelo caminho olhos d'água ou nascentes, sobretudo no verão, o que reforça o sentido de abundância.

As temperaturas elevadas também contribuem com o uso inapropriado, uma vez que induz o brasileiro a se divertir com água. Lavar carros, lavar calçadas, aguar plantas, tomar banho de esguicho, enfim, conviver com água são hábitos freqüentes de nossa população.

A recente experiência do “apagão”:

A sociedade se deu conta de que os recursos naturais são esgotáveis há pouco mais de três décadas. Como em outras partes do mundo, as ações voltadas ao uso racional e/ou ao desenvolvimento de alternativas tecnológicas tiveram seu foco voltado inicialmente à matriz energética. A base de produção de energia no Brasil é fundamentalmente hidroelétrica, já em decorrência da realidade de fartura de recursos hídricos e territoriais.

Recentemente esta relação intrínseca entre água e energia permitiu que a população estabelecesse oportuna comparação entre a crise do “apagão” e o possível colapso de abastecimento de água. Permitiu também reunir elementos para acreditar que sua ação e comprometimento permitem conquistar resultados.

A relação água versus saúde:

A população relaciona espontaneamente a indisponibilidade de água potável e/ou de sistemas de captação e tratamento de esgotos à ocorrência de problemas de saúde pública e à degradação de sua qualidade de vida.

Como se vê o desperdício e a fartura:

Embora toda pessoa declare-se contrária à prática do desperdício, os apelos à racionalidade também são novos entre os costumes quotidianos da população, seja qual for o universo em análise.

Talvez se possa afirmar que não é valorizada a rotina de economizar em razão das diversas influências exercidas pelos povos que hoje compõem a cultura nacional. No âmbito do indivíduo, não estão bem estabelecidos os hábitos de poupança ou de planejamento da vida doméstica, orientando na direção da fartura, ou mesmo do desperdício.

A comunicação atual:

Não se pode notar articulação ou uníssono entre as mensagens difundidas e nem todas as empresas apresentam programas educacionais ou de comunicação.

Exemplos de abordagem:

- Divulgam testes e sugestões para caça a vazamentos;
- Motivam denúncias sobre fraudes ou vazamentos;
- Apresentam o ciclo das águas;
- Solicitam mudanças de hábitos e contribuem com a saúde pública;
- Divulgam competências tecnológicas da concessionária.

O abastecimento como negócio:

Na visão do leigo, as companhias captam, tratam, distribuem e repassam seus custos para o consumidor. Seus maiores esforços se voltam aos processos de engenharia de construção civil, mecânica, química ou mesmo de produção, onde o objetivo é disponibilizar água.

Não que se possa questionar a busca da maximização de resultados, através da redução de custos operacionais ou do combate às perdas, mas, na composição e análise de custos e benefícios, o recurso hídrico em si tem que ser valorizado.

É necessário que, no negócio da água, ela figure realmente entre as prioridades da companhia, norteie a tomada de decisão de seus gestores e seja respeitada pela comunidade.

4.2 Conclusões Gerais

Uma campanha que pretenda promover uma mudança de hábitos e que envolva a comunidade só alcançará êxito se for capaz de ser incorporada ao cotidiano das pessoas e não através da imposição de penalidades – ela é intrínseca – mas da conscientização.

A coordenação de esforços voltados à promoção do uso racional da água deve ser exercida pelo governo, amparado por legislação competente. Porém, uma das imposições conjunturais mais importantes consiste na motivação dos empresários e profissionais envolvidos diretamente no “negócio da água” a transmitir os conhecimentos de que dispõem para que a sociedade possa incorporar novos hábitos e costumes que substituam sua atual relação com a água e sua utilização.

A mudança de hábito implica em ver que:

- A água não é bem de consumo, mas um bem comum;
- Como bem comum não pode ser usada a critério do indivíduo;
- Haverá falta de água, portanto, é necessário dedicar-se à busca de soluções.

Aspectos que não contribuem com os objetivos de combate ao desperdício:

- Há abundância de água no Brasil;
- Acredita-se que o recurso é barato, inclusive boa opção de divertimento;
- Entende-se normal a existência de água corrente por sarjetas e vias públicas;
- As companhias de abastecimento têm seu foco voltado para questões operacionais.

Aspectos que contribuem com os objetivos de combate ao desperdício:

- O iminente colapso energético permitiu a recente vivência de mobilização e êxito;
- O desperdício é prática incorporada pela comunidade, ainda que condenável;
- A associação entre água e condições melhores de vida está sedimentada.

4.2.1 Recomendações Macroestratégicas

- Fazer entender que a **sociedade brasileira** precisa voltar sua atenção para a questão da escassez da água, e não apenas sobre como usá-la.
- Fazer entender que a **sociedade brasileira** precisa voltar sua atenção para a questão do desperdício, entendendo ser inadequada sua prática.
- Fazer entender que a **sociedade brasileira** precisa voltar sua atenção para a questão do país, onde empresários, empresas e cidadãos se beneficiam de um todo.

Água é um dos elementos que compõem o **Brasil enquanto sociedade**, ao lado da extensão territorial, do contato com a natureza, da cordialidade entre povos, da fartura, da música, do índio, etc. Cada um de nós ouviu da mãe – ou no jardim da infância – que a água é importante. A tarefa de promover o uso racional da água inicia-se por explorar este conhecimento já instaurado.

Ou seja, uma ação de comunicação, educação e envolvimento da comunidade terá resultados mais efetivos quanto mais próximas as mensagens transmitidas estiverem do senso comum da população.

Esta população:

- Valoriza a água, ainda que possa Ter hábitos questionáveis;
- Que repudia o desperdício;
- Mobiliza-se para atender a apelos sérios e consistentes de seus governantes.

Recomenda-se aos promotores do uso racional da água que adotem, em caráter permanente:

- Transparência e simplicidade na transmissão de informações;
- Prioridade às recomendações de aplicação imediata: faça a sua parte;
- Divulgação de aspectos restritivos e penalidades legais vigentes;
- Aprimoramento de processos e aproveitamento de críticas construtivas;
- Motivação às iniciativas implementadas ou sugeridas, incentivando a troca de informação.

Recomenda-se que a mensagem a ser transmitida permita compreender com clareza que:

- Vai faltar água às populações urbanas do Brasil;
- Não se deve deixar a água correr para o ralo/bueiro: feche a torneira ou ligue para a concessionária;
- Há os aspectos legais associados ao uso inadequado deste recurso público;
- Deve-se contribuir para que sua empresa, escola, cidade ou família possam melhorar a cada dia;
- Deve-se buscar informação sobre as iniciativas de combate ao desperdício, que já acontecem no Brasil e no mundo.

As peças de comunicação deverão conter a **Marca** e a **Palavra de Ordem** propostas, e serem desenvolvidas com linguagem e formato adequados às características do perfil social, etário e psicográfico do target.

Independentemente de estarmos tratando de uma campanha de massa em mídia eletrônica ou de uma iniciativa local promovida pela comunidade, os públicos visados podem ser divididos em dois grupos:

- Motivados a implementar ação imediata; e
- Motivados a capacitar para a ação.

4.2.2 Recomendações – Microestratégias

Como ponto de partida, para uma ação de comunicação que objetive promover o uso racional da água e a mudança de hábitos da comunidade, algumas peças se fazem necessárias:

Marca de Campanha:

Trata-se de elemento gráfico de fácil visualização, reconhecimento e aplicabilidade, capaz de identificar as diferentes iniciativas voltadas ao objetivo comum de combater o desperdício de água urbana.

Palavra de Ordem:

Trata-se de texto escrito capaz de sintetizar o objetivo maior desta campanha: use a água de forma racional, é a essência.

Folheto-Resumo:

Trata-se de peça impressa de comunicação, voltada à apresentação sintetizada dos objetivos a serem alcançados, bem como dos mecanismos que serão disponibilizados. Deverão ser distribuídos junto ao convite para os cursos a serem ministrados, e em todos os fóruns aos quais o tema se mostre pertinente.

Caderno de Práticas:

Trata-se de apostila impressa a ser distribuída aos participantes dos cursos, contendo indicações e referencial para consulta quando da implementação de ações de combate ao desperdício, promovendo o uso racional ou mesmo a implementação de Planos de Combate ao Desperdício, em esfera local. Poderá ser disponibilizada também através de download no site do PNCD.

Materiais de orquestração:

É recomendável também o desenvolvimento de papelaria completa, com aplicação da Marca de Campanha e de cartaz, selo, adesivo e broches promocionais, capazes de proporcionar aproveitamento de oportunidades de acesso à comunidade e envolver, de forma lúdica, os participantes.

Atividades educacionais voltadas à infância e à juventude:

Entre os diversos meios que nos serão apresentados, recomenda-se a concentração de esforços na direção dos públicos infantis e juvenis, por meio de atividades educacionais a serem exploradas no universo escolar. Entende-se que a escola é, em essência, o aparelho ideológico cujas funções seriam as de apresentar e consolidar as práticas e costumes que caracterizam a comunidade e permitem o convívio social harmônico.

Mas é importante atentar para o fato do aparelho de ensino no Brasil ser gigantesco, com uma quantidade de estudantes que torna complexa e onerosas a produção e a distribuição de volumes. Além da questão de logística, não menos importante seria o trabalho estruturado de motivação e capacitação de professores para o tema, sempre que possível disponibilizando cartilhas de orientação pedagógica e de atividades para os diferentes ciclos.

Exploração e desenvolvimento de meios de comunicação:

Trata-se da rotina de pesquisar e incentivar iniciativas, envolvendo do âmbito pessoal ao público, sempre procurando manter as premissas propostas de evitar a condenação ou julgamento de hábitos, concentrando energia para promover a conscientização, divulgar práticas adequadas; apresentar riscos e penalidades aplicáveis e motivar a busca de referencial e ampliação de conhecimentos.

Canais permanentes a serem explorados:

- Explorar possibilidades da mídia local, como rádios comerciais e comunitárias;
- Explorar as possibilidades oferecidas pelos próprios agentes envolvidos, como adesivagem de veículos, exposição de faixas ou placas nos imóveis de sua propriedade, exposição da marca e da palavra de ordem nos uniformes de funcionários, veiculação de mensagens junto às contas, etc;
- Explorar as possibilidades de noticiários e jornais regionais, suprimindo jornalistas e empresários de informações que lhes permitam desenvolver o tema da água;
- Explorar o poder de exposição dos eventos regionais, capazes de levar os interesses da campanha aos mais íntimos valores do público em questão (água e folclore / água e música / água e entretenimento);
- Explorar o poder de concentração das entidades civis, representativas do clero, da indústria, do bem estar social, entre outras.

Ponderações sobre as diferentes mídias:

Toda programação paga de mensagens publicitárias deve levar em consideração a relação de recursos disponíveis *versus* a possibilidade de atendimento às características do meio. Seguem alguns exercícios de ponderação:

- As mídias eletrônicas, como rádio e televisão, detêm enorme potencial de penetração, porém não permitem, devido a seus custos, grandes períodos de exibição;
- Os jornais, de grande circulação ou locais, são mídias que atingem apenas às populações mais qualificadas, apropriados às mensagens que visam “capacitar” os formadores de opinião;
- A internet, embora tenha penetração limitada, permite a apresentação de variados e fartos materiais reproduzidos a custo zero para o emissor;
- As revistas periódicas permitem grande envolvimento emocional com as mensagens veiculadas, dado o grau de qualidade gráfica, porém sua durabilidade ou penetração é bastante limitada;
- A utilização de outdoors e placas afeta a paisagem, devendo ser levado em consideração se o apelo à racionalidade não estará em conflito com a interferência promovida pelo veículo.

5. ROTEIRO PRÁTICO PARA O TRABALHO DE COMUNICAÇÃO

É apresentado, de forma prática e resumida, um “passo a passo” de como planejar e executar as ações visando o maior fortalecimento e envolvimento comunitário.

Várias peças exemplificativas serão apresentadas e, as mesmas, com apenas pequenas modificações, podem ser adaptadas e utilizadas nos mais diversos tipos de comunidades.

Este roteiro só terá sentido e auxiliará de forma mais adequada se a definição do como e por quê já tiver sido trabalhada, ou seja, se já tiver sido identificado o tipo de ação que pretende aplicar e qual o impacto pretende-se alcançar. Lembramos que a perenidade da ação e o trabalho sistêmico combinando ações e entes no processo são essenciais para o futuro sucesso da empreitada e que a questão água, como já colocado, é uma questão de mudança de hábito, ou seja, alteração cultural, onde as ações plantadas hoje só serão colhidas no futuro, nas próximas gerações e é com esta certeza em mente, com a certeza do futuro, que estas ações devem ser trabalhadas.

5.1 Trabalhando a comunicação

A boa comunicação terá papel fundamental e estratégico para o sucesso da ação planejada. Para isto, seguem alguns aspectos que não podem ser esquecidos:

- Identificar um porta-voz que será o ponto de contato com todos os possíveis colaboradores locais e mídia local. A escolha desta pessoa é essencial para o sucesso na aproximação de todos os demais colaboradores. O porta-voz deve ser uma pessoa que tem facilidade para se expressar e ser compreendido pelos mais diversos públicos, estando sempre preparado para falar da ação proposta e dar entrevistas à mídia quando solicitado;
- Distinguir e coordenar eventos com os possíveis colaboradores locais, a serem identificados dentre a sociedade civil e organizações das mais diversas áreas de atuação, associações de moradores, associações de classe, secretarias públicas, conselhos municipais e outras formas de representação social;
- Identificar e coordenar eventos com os possíveis canais de comunicação do local (revistas, jornais, publicações, rádios, emissoras de tv, etc.), convidando-os a participar da ação planejada;
- Idealizar e produzir “kits” de divulgação das ações planejadas e tê-los sempre a mão para distribuição e possíveis contatos. Não basta apenas criar o material de divulgação, pois um bom material só é realmente bom quando lido e divulgado;
- Escolher um nome impactante e consistente para sua ação ou Programa, tendo uma frase ou palavra de ordem que o identifique;
- Enfatizar e concentrar as ações positivas;
- Não hesitar em procurar os canais de comunicação para divulgação das ações, fazendo o possível para que a sociedade local se sinta parte da ação e não mera expectadora.

5.2 Trabalhando a mensagem

A ação pretendida deve passar a cada possível ente colaborador sua parte na ação e como fazer parte deste esforço. Em ações que visam o combate ao desperdício de água e valorização da implantação de serviços de saneamento básico, é necessário que cada pessoa identifique seu papel no todo e como cada um pode fazer sua parte.

Neste item buscamos dar algumas opções de como todos podem “doar” esforços para o desenvolvimento desejado da ação.

- Identificar os possíveis patrocinadores: necessariamente as atividades envolvidas na ação planejada não precisam envolver um único provedor de recursos, para maior êxito, eficácia e validade da ação, a composição de vários patrocinadores é muito adequada;
- Identificar a força de trabalho local disposta a atuar como profissional ou como voluntária. A conjugação dos esforços entre os diversos entes envolvidos fortalecerá e validará a ação. A ação proposta é uma ação da comunidade e não de iniciativa exclusiva de “A” ou “B”;
- Todos são bem vindos, os voluntários são pessoas que querem fazer a diferença em sua comunidade.

5.3 Trabalhando a organização de eventos de sensibilização

Identificar os mais diversos colaboradores e transmitir a mensagem e as possíveis formas de atuação da sociedade no projeto deixando claro de que ela é bem vinda, são pontos essenciais para o fortalecimento da relação e a identificação da comunidade local com o projeto pretendido.

A organização de eventos como seminários de sensibilização, palestras, cursos e todas as formas de envolvimento direto social, ou seja, envolvimento com a presença humana, com o contato humano, também são essenciais, pois muitas vezes o bom relacionamento e parte das cooperações podem ser iniciados nestas oportunidades. Desta forma, todo o evento deve ser muito bem planejado, procurando assim a garantia do seu sucesso.

Nos anexos está sugerido um cronograma de atividades a ser considerado como apoio na organização de eventos, trazendo alguns aspectos que não devem ser esquecidos. Os prazos propostos podem ser alterados de acordo com a complexidade do evento e da localidade envolvida.

6. BIBLIOGRAFIA ANALISADA

A bibliografia analisada será incluída posteriormente, pois inúmeros autores, sites, materiais promocionais e contatos foram feitos e usados na concepção do documento.

<Incluir a bibliografia analisada>.

ANEXO I

**EXPERIÊNCIAS NACIONAIS BEM SUCEDIDAS DE AÇÕES DE:
EDUCAÇÃO AMBIENTAL, PRESERVAÇÃO DOS RECURSOS HÍDRICOS E
USO RACIONAL DA ÁGUA**

EXPERIÊNCIAS NACIONAIS BEM SUCEDIDAS DE COMBATE AO DESPERDÍCIO DE ÁGUA

Neste anexo, vamos detalhar algumas experiências bem sucedidas, algumas já comentadas nos capítulos anteriores, buscando assim dar subsídio para o desenvolvimento de ações semelhantes ou até mesmo a composição de parcerias com os agentes que já desenvolveram.

1 Educação

1.1 Companhia de Saneamento de Sergipe – DESO

A experiência abaixo apresentada foi extraída após pesquisa realizada em todas os web sites da Companhias Estaduais de Água e Esgoto e é apresentada de forma que consta no web site <http://www.deso.se.gov.br>.

Apresentação:

A Companhia de Saneamento de Sergipe - DESO, através do PDI - Programa de Desenvolvimento Institucional, iniciou em 1999, um programa de Educação Ambiental e Saneamento desenvolvendo **Projetos de Educação Ambiental** Integrados as Ações Concretas de Saneamento nos municípios de Arauá, Própria, Tobias Barreto, Ribeirópolis e na Capital do Estado.

Essas ações visam a aproximação e a interação com crianças, adolescentes e adultos, objetivando obter resultados que beneficiem o meio ambiente de uma maneira geral e, especialmente, o saneamento.

Na realidade a DESO (que já fazia intervenções técnicas na Capital e Interior, melhorando e ampliando sistemas de abastecimento, dentre outros serviços) voltou as suas atenções para o outro lado da torneira. Do mero extrativismo, a DESO, está colocando de volta, aquilo que ao longo dos tempos retirou: pedaços do meio ambiente.

Este trabalho condensa, embora de forma singela, o muito que já foi feito.

Despertar para responsabilidade que todos temos com a preservação do meio ambiente foi a nossa primeira atitude consciente relacionada à natureza e, por conseguinte, com a vida no nosso planeta.

Transmitir o conhecimento na busca da conscientização tornou-se a nossa obrigação.

Introdução:

Toda a população sabe do quanto depende, para o seu bem estar, dos serviços de abastecimento d'água e esgotamento sanitário. Basta faltarem - mesmo momentaneamente - que os efeitos danosos são sentidos, de imediato, por adultos e crianças.

Contudo, reclamar da inexistência desses serviços é só um lado da questão. Falta o outro, que é o de colaborar para a sua existência através da mudança de comportamento.

No vazio que separa uma ação da outra se encontra o vácuo criado pelo desconhecimento. É necessário, portanto, preenchê-lo com informações que levem o conhecimento à população como meio de torná-la co-participante do processo.

Assim sendo, motivados pela importância da obtenção dessa cumplicidade pública, entendemos que era necessário e oportuno ampliar a nossa missão de agente do bem estar social.

VERSÃO PRELIMINAR PARA DISCUSSÃO - SETEMBRO/2003

Resolvemos, então, evoluir. À distante função de provedores e mantenedores dos tradicionais serviços, estamos aliando agora, o papel de orientadores dos seus beneficiários, aproximando-nos, desta forma, da sociedade.

Os objetivos:

A criação, a implantação e a manutenção de um Programa que levasse à população o conhecimento e o aprendizado sobre preservação ambiental, principalmente no que diz respeito ao saneamento, constituiu-se em prioridade para a Diretoria Executiva da Companhia.

O Programa de Educação Ambiental e Saneamento, em andamento sob a coordenação da Assessoria de Comunicação Social é o veículo condutor dessa nova postura da Companhia. Sua missão, portanto, é clara: estreitar os laços com a população, mediante a sua integração ao sistema gerador dos benefícios.

A meta pretendida está calcada nos seguintes princípios:

- Buscar junto à sociedade, o reconhecimento e a valorização do saneamento como atividade essencial à sua saúde;
- Dar conhecimento às pessoas da importância da utilização dos recursos hídricos com responsabilidade;
- Transmitir às comunidades, orientações sobre a preservação do meio ambiente, disseminando informações que contribuam para a redução dos graves problemas provocados pela ação humana.

Tratando-se de um Programa que visa, sobretudo, mudança de atitude, seus procedimentos estão sendo desenvolvidos com dois objetivos:

- Despertar o público para a questão ambiental (processo de impactação);
- Mudar, definitivamente, o comportamento da população com relação a essa questão (processo de fixação).

Para atingi-los são necessários métodos e ações diferentes, representados, na prática, por abordagens específicas para cada finalidade.

A estratégia:

Para a sua perenização serão adotadas ações que facilitem a passagem do processo de impactação para o processo de fixação. A consecução do Programa obedece, portanto, estratégia pré-estabelecida dividida em dois tipos:

Primeiro tipo:

- Implementar cronograma de atividades nas escolas da rede pública e privada do Estado de Sergipe, assim como nos estabelecimentos de proteção e abrigo ao menor;
- Participar de eventos institucionais, culturais e sócio-recreativos;
- Estimular a integração das associações de moradores de bairros da Capital;
- Visitas Técnicas de grupos de estudantes, formadores de opinião (jornalistas, professores, dentre outros) às áreas operacionais da DESO.

VERSÃO PRELIMINAR PARA DISCUSSÃO - SETEMBRO/2003

Segundo tipo:

Ampliar o campo de ação das atividades, estendendo-o a universidade, empresas privadas, órgãos públicos, corporações, dentre outros.

Estabelecer parceria com entidades públicas e ou privadas que, de qualquer modo, possam contribuir como agentes do Programa.

O público alvo:

É sabido que as crianças e os jovens - por estarem passando pelos estágios de formação pessoal - assimilam com mais facilidade as propostas de mudança comportamental.

Considerando que os objetivos do Programa visam perenizar novas posturas com relação ao meio ambiente, foi dada prioridade às ações dirigidas a essas faixas etárias, formadoras que são das próximas gerações de adultos usuários dos serviços de saneamento.

Tal atitude não elimina, todavia, que também sejam executadas, paralelamente, ações que atinjam a população adulta, embora de forma diferente e em menor quantidade.

A metodologia:

A Assessoria de Comunicação Empresarial - ACE - sabia que o processo de impactação responderia pela parte mais importante do processo, na medida que lhe competia o papel de estabelecer o primeiro contato com o público-alvo abrindo-lhe as mentes para a questão.

A importância desta fase exigia, portanto, que fosse estabelecida total empatia entre o público e o assunto, ambos extremamente peculiares e, até então, estranhos, embora convivessem no dia-a-dia.

Para obter essa interação - fator fundamental para o sucesso da campanha - a Assessoria de Comunicação Empresarial lançou mão de meios com os quais as crianças e os adolescentes possuem extrema afinidade: espetáculo teatral "ao vivo", gibis, cartilhas educativas, gincanas estudantis, exibição de filmes e distribuição de peças de vestuário (camisetas, viseiras bonés, entre outros).

A DESO, através da Assessoria de Comunicação Empresarial, coordena Projetos de Trabalho Social do Programa Morar Melhor, através de empresas de consultoria, visando atender às exigências contidas nos contratos firmados com a Caixa Econômica Federal responsável pelo repasse dos recursos do OGU - Orçamento Geral da União.

Estes Projetos Integrados às Ações da DESO visam implementar uma cultura de transformação nas comunidades beneficiadas pelas obras de implantação do sistema de esgotamento sanitário.

De 2001 a 2002, foi desenvolvido um Projeto de Trabalho Social - PTS no Médici I, II, III e Parque Diamante. Conforme demonstrativo das atividades:

VERSÃO PRELIMINAR PARA DISCUSSÃO - SETEMBRO/2003

Atividades desenvolvidas pela Companhia de Saneamento de Sergipe

Projeto de Trabalho Social – PTS

2001-2002

Eventos	Quantidade	Alunos	Professores	Comunidade
Palestra de Educação Ambiental	75	2.925	75	-
Palestra de Educação Ambiental	05	-	-	200
Vivência para o Despertar da Consciência Ecológica Profunda	02	50	-	-
Vivência de Sensibilização para Educação Ambiental	01	-	50	-
Vivência de Sensibilização Sobre Educação Ambiental / Faz Mãe Natureza	01	-	-	50
Vivência na Fazenda Mãe Natureza sobre Educação Ambiental	01	25	13	-
Vivência com os Protetores da Vida / Parque da Sementeira	01	20	-	-
Seminário de Ecologia Profunda / Fazenda Mãe Natureza	01	-	-	50
Seminário A Arte de Viver Em Paz	02	-	-	50
Seminário Cantando a Vida / UNIPAZ	01	20	-	-
Seminário de Sensibilização para Facilitação de um Novo Olhar Sobre as Crianças e Adolescentes	05	-	100	-
Seminário Ensinando para a Vida	01	-	30	-
Seminário de Relação Interpessoais	04	-	-	80
Apresentação de Peça Teatral Sobre Educação Ambiental	16	535	15	-
Festival e Missa Ecológica com a Participação dos Índios Kariris-Xocós	02	-	-	180

VERSÃO PRELIMINAR PARA DISCUSSÃO - SETEMBRO/2003

Eventos	Quantidade	Alunos	Professores	Comunidade
Curso de Valores Humanos	01	-	30	-
Curso de Educação Ambiental	01	-	20	-
Curso de Fabricação de Material de Limpeza	02	-	-	25
Curso de Massoterapia	03	-	-	75
Curso para Formação de Protetores da Vida	01	-	-	20
Curso de Alimentação Natural	01	-	-	30
Oficina de Reciclagem de Papel	02	-	-	25
Curso de Pintura em Jeans	02	-	-	35
Curso de Estamparia em Tecido	02	-	-	50
Curso de Perfumaria	02	-	-	40
Oficina de Embalagens	02	-	-	20
Curso de Pintura em Seda	02	-	-	45
TOTAL	139	3575	333	975

Ainda, dentro do que propõe o Programa Morar Melhor, está sendo desenvolvido o Projeto de Trabalho Social - PTS, no Parque Residencial Beira Rio, Parque dos Coqueiros, Jardim Esperança e Inácio Barbosa, concomitante com os serviços de engenharia para implantação do sistema de esgotamento sanitário nas referidas localidades cujas obras beneficiarão 1.210 famílias, contribuindo para a qualidade ambiental do Rio Poxim.

1.2 Programa Água na Escola – ONG Água e Cidade

As informações e experiências abaixo apresentadas foram extraídas e são apresentadas da forma como consta no web site <http://www.aguaecidade.org.br>.

O Programa Água na Escola é uma das experiências nacionais bem sucedidas que merecem destaque, este programa trabalha conscientizando e formando cidadãos, a partir da escola, para o uso e a conservação dos recursos hídricos.

Este programa é de iniciativa da Água e Cidade e propõe parcerias com as Secretarias de Educação, visando à multiplicação desta experiência.

VERSÃO PRELIMINAR PARA DISCUSSÃO - SETEMBRO/2003

Conteúdo didático: É trabalhado de maneira Conceitual, Procedimental e Atitudinal.

1. Conceituais: repasse de um conceito com relação ao objeto de estudo.

Ex: O que é a água, como se forma a água, a importância da água para os seres vivos. Podemos citar como conceituais aquelas campanhas aleatórias feitas uma vez ou outra, falando de economia de água, geralmente acontece no dia da água.

2. Procedimentais: repasse de como se deve agir ou proceder mediante o conceito passado.

Ex: Devemos economizar água porque ela é um recurso finito e fará falta se não soubermos utilizá-la com raciocínio e devolvê-la ao meio ambiente em condições adequadas. Este conceito de procedimento todos tem após serem conscientizados. Podemos citar como Procedimentais aquelas campanhas aleatórias que são feitas quando querem estimular a população a economizar água porque os reservatórios estão vazios e é algo que precisa ser feito de imediato até o perigo de faltar água.

3. Atitudinais: são os conteúdos que o aluno adquire com a somatória do aprendizado conceitual e procedimental levando-o a tomar decisões por sua conta própria.

Ex: Tomar a iniciativa por si próprio com relação ao uso racional da água sem que ninguém precise lembrá-lo constantemente. Escovar os dentes de torneira fechada, verificar vazamentos e solucionar o problema, enfim, interiorizar a questão como sendo parte de suas ações diárias, sem que ninguém intervenha para que ele tome a atitude.

Objetivos:

- Educar as crianças;
- Capacitar os professores sensíveis à causa ambiental, para tornarem-se agentes multiplicadores, nas escolas e na comunidade;
- Educar a Sociedade;
- Visar o uso racional da água nas escolas.

Metodologia para desenvolvimento das ações:

O Programa está estruturado em 04 (quatro) projetos, cuja implantação pode ser modificada conforme resultado de avaliações.

1 – Projeto: Formação Continuada de Professores

Objetivos:

- Promover cursos de formação continuada para professores do Ensino Fundamental e Médio para que sejam agentes multiplicadores e voluntários da água junto à comunidade escolar, mobilizando indiretamente a comunidade de entorno;
- Levar o aluno a conhecer a água;
- Educar para a mudança de hábitos e atitudes;
- Conscientizar o aluno quanto às fontes de poluição;
- Educar para a importância da água como direito de todos;

VERSÃO PRELIMINAR PARA DISCUSSÃO - SETEMBRO/2003

- Divulgar tecnologia de combate ao desperdício.

Ações: promover cursos de formação continuada com o tema “água”, sensibilizando os diretores e capacitando os professores das escolas envolvidas.

Tema “Água” no currículo: aplicar na grade curricular o recurso natural “água”, em todas as disciplinas da 5ª série, do primeiro grau, trabalhando o tema em aula e atividades extras, como palestras, visitas e demonstrações.

Foco: Formação da consciência de uso racional dos alunos e redução do consumo de água no habitat humano.

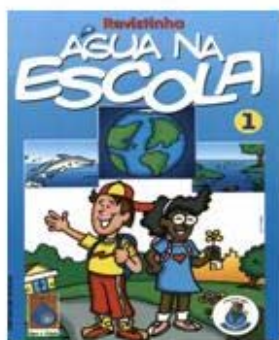
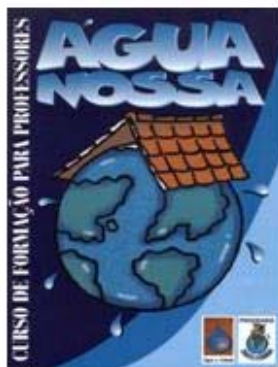
2 – Projeto: Produção de Material Instrucional e Institucional

Objetivos:

- Produzir material didático e pedagógico com a finalidade de suporte, para uso em sala de aula pelos alunos e professor.
- Dar subsídios teóricos aos professores do Ensino Fundamental;
- Divulgar como se faz à conscientização para o uso adequado e racional da água;
- Oferecer metodologia para que haja mudanças de atitudes em relação à vital necessidade de preservação de nossos recursos hídricos;
- Ensinar a importância de se fazer economia de água;
- Divulgar tecnologia de ponta para o uso racional de água.

Ações:

- Elaboração do conteúdo a ser abordado na revista, para os seguintes assuntos: A Água, A Água no Mundo, A Água e o homem, A Água como bem social, A Preparação da Água, Custo da Água, A Água em casa, Projetos de Economia de Água, Consumo Industrial, Legislação sobre Água, Preocupação Mundial com a Água;
- Impressão e montagem das revistas;
- Distribuição para as redes de ensino públicas e particulares envolvidas.
- Foco: redução do consumo da através da conscientização e uso de tecnologias.



3 – Projeto: Visitas a Laboratórios de Pesquisa e Estações de Tratamento de Água

Objetivos:

- Realizar atividades de campo para assimilação dos conteúdos trabalhados;
- Proporcionar ao professor auxílio prático para suas aulas;
- Oportunizar ao aluno conhecimento in loco dos assuntos abordados em sala de aula.

Ações: promover visitas a laboratórios de pesquisas e proporcionar aulas práticas em estações de tratamento de água – ETAs.

Foco: observação dos cuidados para a preparação da água para o consumo humano.

4 – Projeto: Feiras Específicas sobre Água

Objetivo: incentivar as escolas para que mostrem, em uma grande feira anual, os trabalhos desenvolvidos ao longo do ano letivo, havendo assim, integração das ações desenvolvidas e troca de experiências.

VERSÃO PRELIMINAR PARA DISCUSSÃO - SETEMBRO/2003

Ações:

- Promover contato constante com as escolas;
- Incentivar a interdisciplinaridade das ações em relação ao tema água
- Fornecer material de apoio técnico e pedagógico;
- Tabelar em forma de gráficos os gastos com a água durante o ano em curso (em metros cúbicos e em dinheiro);

Foco: escolas, professores, alunos, comunidade trocando informações sobre o uso racional da água e economia.

Como o Programa vai até a Escola:

A forma mais econômica e direta para levar as mensagens aos alunos e comunidade é através da edição de revistinhas.

O professor deve participar do Curso de Formação de 20 horas para que a escola possa receber para seus alunos da 5ª série as revistinhas que são divididas em 6 números, contendo em linguagem simplificada e em desenhos os temas abordados no curso de professores.

Cada número de revistinha é distribuído de 45 em 45 dias aproximadamente, para que este material sirva de suporte ao professor ao longo do ano.

As regras pré-estabelecidas pelo Conselho da Água e Cidade, da Diretoria do Programa, não permitem que este material seja distribuído sem que o Programa seja adotado oficialmente.

O Programa depende do apoio da **Secretaria Municipal e Estadual de Educação, Prefeitura Municipal e de empresas mantenedoras**, empresas engajadas com a causa, que patrocinam o Programa.

As empresas podem ser locais, nacionais e internacionais, mas devem ter compromisso com a Gestão da Água.

Municípios onde o Programa é desenvolvido:

Joinville – Santa Catarina – 1998 a 2002:

Parceiros institucionais: Secretaria de Educação e Prefeitura Municipal.

Mantenedores locais: DOCOL Metais Sanitários Ltda. e TIGRE S/A.

Metas atingidas:

- Professores treinados, capacitados e certificados (diretamente): 525;
- Escolas envolvidas: 240;
- Alunos envolvidos diretamente, que receberam as revistinhas: 27.000.

Depoimento – Escola Municipal João Costa, em Joinville, para a Revista Nova Escola, Editora Abril, edição 144:

“Na Escola Municipal João Costa, em Joinville, Santa Catarina, foram necessários nove anos para transformar a postura dos alunos em relação ao uso da água. Mas valeu a pena. Desde 1996, a redução no consumo do colégio é de 70%, em média. “Resolvemos adotar a questão da água como

VERSÃO PRELIMINAR PARA DISCUSSÃO - SETEMBRO/2003

carro-chefe da Educação Ambiental porque ela permite estabelecer pontes com todos os outros aspectos da ecologia", conta a diretora, Brigida Erhardt.

Há dois anos, a escola entrou no Programa Água Nossa, parceria da ONG Água e Cidade com a Secretaria Municipal de Educação. No início, os estudantes aprendem a "teoria" sobre a água: de onde ela vem, para que serve, onde está sendo poluída, como é tratada, qual sua composição... Para isso, a aula é deslocada para um cenário muito inspirador: as margens do Rio Itaum-Mirim, vizinho do colégio.

O segundo passo é investir na mudança dos hábitos. As crianças identificam formas de desperdício em casa e na escola e buscam alternativas para evitá-las. A aluna Monique Lucas Marques aproveitava a hora de lavar a roupa para conversar com as amigas. Enquanto o papo se estendia, a água corria. "Agora, lavo rapidinho e só depois vou fofocar", conta.

Cachoeiro de Itapemirim – Espírito Santo – 2002 a 2004:

Parceiros institucionais: Prefeitura Municipal, Superintendência Regional de Educação Pólo Cachoeiro e Escolas de Ensino Privado.

Mantenedores locais: CITÁGUA Águas de Cachoeiro S/A, Colégio São Camilo/ ES, DOCOL Metais Sanitários Ltda., Saint Gobain Canalização e Hultec.

Metas previstas até 2004:

- Professores treinados, capacitados e certificados (diretamente): 1000;
- Alunos envolvidos diretamente, que receberam as revistinhas: 6.000.

1.3 Iniciativas da ANA Agência Nacional de Águas

As informações e experiências abaixo apresentadas foram extraídas e são apresentadas da forma como consta no web site <http://www.ana.gov.br>.

Área de educação:

A conscientização da importância da água para a qualidade de vida da população e como insumo produtivo impõe a necessidade de disseminação de dados, informações, conhecimentos e boas práticas, para a sociedade em geral e para segmentos específicos, sobre como melhor aproveitar o recurso disponível conservá-la em termos quantitativos e qualitativos e gerenciar os seus diversos usos visando a sua sustentabilidade.

É natural inferir que este assunto representa um grande desafio a ser enfrentado para que a Agência possa desenvolver um trabalho bem orientado, inovador e gerador de resultados sólidos para a gestão e o uso sustentável dos recursos hídricos.

A estratégia da ANA em educação para recursos hídricos leva em consideração os seguintes aspectos: (i) enfoque orientado à solução de problemas concretos da comunidade, adaptado à realidade sócio cultural, econômica e ecológica de cada sociedade e região; (ii) enfoque interdisciplinar dos problemas; (iii) a participação da comunidade; (iv) o caráter permanente, orientado para o futuro.

A Política Nacional de Recursos Hídricos e a Política Nacional de Educação Ambiental convergem em alguns pontos, tais como: (i) a construção e vivência da democracia participativa; (ii) a busca do conhecimento sobre as demandas e capacidades ou disponibilidade do meio ambiente; (iii) a ação

VERSÃO PRELIMINAR PARA DISCUSSÃO - SETEMBRO/2003

concreta sobre a realidade local e regional, no sentido de resolver problemas, transformando o modo de vida das comunidades.

Neste sentido, a STC pretende buscar parceiros para promover a educação e conscientização sobre a necessidade de preservação e uso racional dos recursos hídricos e sobre a importância da participação popular nos comitês de bacia hidrográfica.

Para o ano de 2003, a prioridade será ampliar o uso dos instrumentos de comunicação de largo alcance com ênfase no rádio e na televisão para que a ANA possa, de forma integrada e eficiente, cumprir sua missão de estimular a participação da sociedade na proteção dos recursos hídricos.

Ações na área:

No ano de 2002, a STC priorizou a formalização de uma parceria com a Organização Não-Governamental Escola Brasil que produz e veicula, por intermédio das Rádios Nacional da Amazônia (ondas curtas) e Nacional de Brasília (ondas médias), o Programa de Rádio "Escola Brasil".



No ar desde 1997, com trinta minutos de duração e linguagem simples, este programa aborda temas ligados à educação fundamental, conscientizando pais, professores e alunos sobre a importância do ensino e mobilizando a comunidade para participar de todas as atividades da escola e para exercer o controle social da educação. O público ouvinte reside em áreas rurais ou pequenos municípios do norte, nordeste, centro-oeste e sudeste. A escolaridade média é de 4 a 8 anos de estudo. E a área de abrangência engloba cerca de 1.100 municípios.

A parceria com a ANA, no valor de R\$ 22.755,00, permitiu o desenvolvimento da promoção "Terra das Águas" onde os ouvintes foram estimulados a escrever sobre a importância de cuidar dos rios e lagos. Os professores foram estimulados a debater o assunto na sala de aula junto com os estudantes. As melhores cartas receberam os seguintes prêmios: computadores, filtros de barro, camisetas e rádios de pilha.

Durante os três meses em que esteve no ar, a promoção recebeu um total de 20 mil cartas oriundas de 266 municípios das regiões norte, nordeste, centro-oeste e sudeste. Foram veiculadas 4 horas e 35 minutos de matérias relacionadas com o tema água e sobre a atuação da Agência Nacional de Águas além de entrevistas com o Diretor Presidente e com técnicos da ANA.

Para se ter uma idéia clara da penetração desta iniciativa no interior do País, destaca-se que os prêmios foram enviados para as seguintes localidades: (i) computadores para as escolas das seguintes localidades - Ceilândia DF, Paranatinga MT, Eldorado dos Carajás PA, Açailândia MA; (ii) rádios portáteis para municípios dos seguintes estados - Pará, Tocantins, Mato Grosso, Bahia, Minas Gerais, Goiás, Piauí; (iii) filtros de barro e camisetas - Bahia, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Ceará, Maranhão, Minas Gerais, Tocantins, Goiás e Distrito Federal.

Merece destaque que esta iniciativa não se configura como uma campanha publicitária, mas sim como a utilização de um poderoso instrumento de mídia para promover a educação e a conscientização da sociedade brasileira para a área de recursos hídricos. Os programas buscaram estimular a utilização racional da água, esclarecer sobre os princípios e as leis que as controlam e propor a redução do desperdício e da degradação.

Perspectiva na área de educação:

A estratégia da ANA de educação para recursos hídricos leva em consideração os seguintes aspectos: (i) enfoque orientado à solução de problemas concretos da comunidade, adaptado à realidade sócio-cultural, econômica e ecológica de cada sociedade e região; (ii) enfoque interdisciplinar dos problemas; (iii) a participação da comunidade; (iv) o caráter permanente, orientado para o futuro.

A Política Nacional de Recursos Hídricos e a Política Nacional de Educação Ambiental (Lei no 9.795/99) convergem nos seguintes pontos: (i) a construção e vivência da democracia participativa; (ii) a busca do conhecimento sobre as demandas e capacidades ou disponibilidade do meio ambiente; (iii) a ação concreta sobre a realidade local e regional, no sentido de resolver problemas, transformando o modo de vida das comunidades. Uma das estratégias para a efetiva implantação, convergente e articulada, dessas duas políticas nacionais é a prática sócio-educativa baseada na concepção de investigação-ação.

Neste sentido, a STC pretende buscar parceiros para promover a educação e conscientização sobre a necessidade de preservação e uso racional dos recursos hídricos e sobre a importância da participação popular nos comitês de bacia hidrográfica.

A prioridade será ampliar o uso dos instrumentos de comunicação de largo alcance com ênfase no rádio e na televisão para que a ANA possa, de forma integrada e eficiente, cumprir sua missão de estimular à participação da sociedade na proteção dos recursos hídricos.

1.4 Revista Nova Escola

As informações e experiências abaixo apresentadas foram extraídas e são apresentadas da forma como consta no web site <http://www.novaescola.abril.com.br>.

De 2 a 13 de junho, o Site do Professor viajou pela diversidade cultural brasileira, em busca de iniciativas educacionais que transformam a cultura local em diferencial pedagógico – Caminhos do Brasil.

Escolas que o Brasil desconhece: O “Caminhos do Brasil” deste ano traçou um mapa da diversidade cultural brasileira retratada pela Educação. O resultado de duas semanas de visitas a escolas de todos os estados do país é um mosaico de práticas e de posturas pedagógicas. São iniciativas que se moldam às condições de cada grupo ou comunidade e mostram como é possível educar crianças, jovens e adultos para o conhecimento universal levando em conta o contexto cultural em que vivem.

O “Caminhos do Brasil” está dividido nos seguintes temas:

- -Adaptação à realidade;
- Grupos étnicos;
- Alternância.
- Escolas de assentamentos e do MST;
- Meio ambiente ou condições geográficas;
- Sistemas prisionais;
- Escola de aplicação;

VERSÃO PRELIMINAR PARA DISCUSSÃO - SETEMBRO/2003

- Educação holística;
- Educação Especial;
- Gênero;
- Escola Ativa;
- Remanescentes de quilombos;
- Estrangeira.

Como é feito:

O “Caminhos do Brasil” é um projeto que está em sua quarta edição. Nos anos anteriores visitou escolas rurais (2000), escolas na periferia das grandes cidades (2001) e escolas informatizadas (2002).

Este é um projeto que difere do trabalho cotidiano da equipe do site e da revista. Querem, com ele, nos aproximar do leitor - fonte de nossas reportagens. Por isso, não só os jornalistas, mas os artistas gráficos, a secretária da redação e o responsável pelo atendimento ao leitor viajam durante duas semanas pelo Brasil. Neste ano, contam com 20 profissionais “na estrada”.

O trabalho começa bem antes das viagens, com a definição do tema e a procura pelas escolas. Ao mesmo tempo, o webdesigner prepara o visual do site. No decorrer das duas semanas de viagem, enquanto metade da equipe faz as visitas, a outra mantém o ritmo da redação e recebe e edita os relatos para colocá-los o mais rapidamente possível no ar. Em muitos locais, os recursos de telecomunicações são escassos. Mas isso não é problema. Se não há internet, os textos são ditados por telefone.

Alguns viajantes levam máquinas fotográficas digitais, o que permite publicar mais rapidamente as imagens captadas. Os que viajam com máquinas convencionais têm as fotos publicadas posteriormente. Ao término das duas semanas, todo o material fica disponível no site, na seção Coberturas Especiais.

Meio ambiente ou condições geográficas:

Dentro do tema “Meio ambiente ou condições geográficas” abaixo são apresentadas as experiências que se encontram registradas no site, cabe esclarecer que as experiências foram extraídas da mesma forma como publicadas no site, excluindo-se apenas as eventuais fotos que existiam, também cabe esclarecer que grande parte das experiências abaixo apresentadas está em forma de depoimentos, pois foram passadas de forma dinâmica pela equipe envolvida no Programa.

Escola Bosque Professor Eidorfe Moreira

Ilha de Caratateua (PA)

Depoimento: Denise Pellegrini

EDUCAÇÃO AMBIENTAL PARA SALVAR A ILHA

Começo o “Caminhos do Brasil” deste ano em Belém. Desembarquei ontem na capital do Pará por volta de 13 horas. Fazia muito calor: 30 graus! Meu destino era a Escola Bosque Professor Eidorfe Moreira, localizada na ilha de Caratateua, a 40 quilômetros de Belém. Cheguei à escola, instalada numa área de 120 mil metros quadrados de mata, debaixo de uma típica chuva de verão. Como as

salas de aula, laboratórios e demais dependências da escola ficam espalhadas pela imensa área, não pude conhecer tudo de imediato. Logo fiquei sabendo que os professores haviam sido dispensados para participar de uma assembléia da categoria. Alunos, por lá, só os que ensaiavam o lundu, dança típica da região.

Preocupação com o ambiente

Fui recebida pela diretora Nalzira Freire das Mercês, que me explicou um pouco do trabalho lá desenvolvido, todo voltado para a educação ambiental. Desde que Caratateua foi ligada a Belém por uma ponte, em 1985, a rápida urbanização tornou-se um problema para a localidade. Muitos moradores vindos de fora começaram a ocupar desordenadamente a ilha que até então vivia da pesca e da extração do açaí. Hoje, o comércio informal é forte na região. Com o crescimento, vieram também a violência e a poluição.

A escola trabalha para que os alunos e suas famílias consigam usufruir do progresso ao mesmo tempo em que preservam e recuperam o seu entorno. Desde a Educação Infantil a tônica do projeto pedagógico é a educação ambiental. Todos participam de projetos, como "O lixo nosso de cada dia" ou "Plantas medicinais", coordenados por um corpo docente qualificado: os 68 professores têm nível superior, metade tem especialização, oito são mestres e um é doutor. A formação dos alunos é concluída no Ensino Médio, quando têm a opção de se formar técnicos em flora, fauna ou ecoturismo.

Conscientização e políticas públicas

A diretora afirma que a escola tem tido sucesso na formação dos alunos e na relação com a comunidade. Mas para que haja mudança na ilha, o trabalho da escola ainda é insuficiente: "Dependemos de políticas públicas para não haver mais degradação", alerta. Enquanto isso, os alunos se mobilizam. Janaína Gomes Santiago, 15 anos, estuda na escola desde que foi aberta, em 1995. "Aqui na escola a gente ensina e aprende ao mesmo tempo", explica. Com outros colegas, ela faz pesquisas e participa de um trabalho de conscientização nas praias de água doce para que as pessoas não deixem o lixo na areia ao final de um dia de lazer.

Hoje pela manhã fui de barco conhecer um dos seis anexos da escola, localizados na ilha de Jutuba, distante 40 minutos de barco da ilha de Caratateua. Mando notícias de lá mais tarde.

Escola Bosque Professor Eidorfe Moreira

Ilha de Caratateua (PA)

Depoimento: Denise Pellegrini

ESCOLA COMO PONTE PARA O MUNDO

Eram 10 horas da manhã quando consegui, com o fotógrafo Luis Miranda, da Secretaria Municipal de Educação de Belém, fretar um barco para nos levar à ilha de Jutuba. Lá funciona um dos anexos da Escola Bosque. Atravessamos a Baía de Guajará e, 40 minutos depois, estávamos atracando na ponte da escola, construída sobre as águas. Não há nada mais na ilha além da escola e de algumas casas de palafita espalhadas pela beira do rio.

De manhã, funciona na escola uma sala de Educação Infantil e outra de CB1. Como a professora da pré-escola havia faltado, só estava lá a professora Lucidéia Andrade, formada em Magistério e Letras. Sua sala é forrada de cartazes, muitos deles de Nova Escola, e de materiais escritos por ela, como a lista dos nomes dos alunos, um material importantíssimo na alfabetização dos alunos. "Estou

tendo muita dificuldade para alfabetizá-los", confessa a professora. Apesar de ainda não saberem ler, os estudantes ficaram muito interessados em folhear os livros, a maioria didáticos, que estavam na pequena sala de leitura.

A escola possui também uma sala de recreação, que não pude conhecer porque a chave estava com a professora que faltou. Assim como eu, também os alunos de Lucidéia não puderam entrar lá hoje. Uma pena, já que a escola possui um espaço tão reduzido. O único local que têm para correr é uma estreita ponte.

Também nos anexos, o forte da proposta pedagógica é a educação ambiental. E a lição está na ponta da língua da criança. Quando perguntei o que a turma aprendia sobre a ilha, o aluno Marac Campos Barbosa, de 9 anos, se apressou em responder: "Temos que proteger a ilha e não jogar lixo na água, como as pessoas que vêm por aqui passear de barco".

Na hora da saída, a garotada vai toda para casa de barco escolar. Logo depois, fui visitar a casa do aluno Bruno Campos Barbosa, de 9 anos, que mora bem próximo à escola. Filho de um mecânico de motores de barco e de uma dona de casa, o garoto é muito quieto. Sua mãe, Leonice, aprova a proposta da escola, voltada para a educação ambiental. E contou que Bruno ensina a ela as coisas que aprende com a professora Lucidéia. "Ele já me repreendeu quando me viu jogando lixo na água, dizendo que se eu fizesse isso, os peixes morreriam. Tive que pedir desculpas a ele", confessou.

A vida da família não é fácil. Não há água encanada, rede de esgoto ou luz elétrica. Os alimentos e água potável vêm do outro lado da ilha. "Quando não temos água, bebemos a do rio mesmo, tratada com o produto fornecido pelo serviço de saúde", explica.

As dificuldades em Jutuba não param por aí. Por causa do sistema de transporte precário, a professora Lucidéia dá aulas no período da tarde apenas das 13 às 14h30. Na verdade, as aulas terminariam às 16. Como o último barco que a levaria para casa passa bem mais cedo, não há outra alternativa. Seus alunos vão ter aulas nos feriados e nas férias para que ela dê conta do programa.

Hoje à noite viajo para Macapá e amanhã de manhã para Maracá, onde visitarei uma escola instalada numa área extrativista de castanha. Mando outras notícias de lá, se houver acesso à Internet.

Escola das Dunas

Extremoz (RN)

Depoimento: Lourdes Atié

DUNAS E MANGUES COMO LABORATÓRIO

Continuando minha viagem pelos Caminhos do Brasil visitei ontem, no Rio Grande do Norte, a Escola das Dunas, uma instituição particular, mas que oferece educação gratuita para moradores de da Praia de Pitangui, no município de Extremoz, e imediações. A escola foi adotada como colégio de aplicação pela Pró-Reitoria de Extensão e Ação Comunitária da Universidade Potiguar (UNP), mantido pela Fundação para o Desenvolvimento da Terra Potiguar.

A Escola das Dunas existe há 12 anos. É pequena e bem cuidada. Possui dois computadores e uma pequena biblioteca. Atualmente atende 188 alunos, na maioria filhos de pescadores, em três turmas - uma para cada série do Ensino Médio. Além de aprender o que estabelece o currículo oficial, os alunos estudam preservação ambiental focada nas características da região. Boa parte dessas aulas é realizada do lado de fora da escola, nas dunas e manguezais que marcam a paisagem do local. Todo

esse diferencial faz com que as vagas, quando existem, sejam muito disputadas. Estudar lá é descobrir a natureza.

A natureza como meio e fim

A criação da Escola das Dunas nasceu da intenção da UNP de adotar uma comunidade que pudesse investir em melhorias para região utilizando o conhecimento produzido pela universidade. O município de Pitangui foi escolhido por apresentar um grande potencial turístico, até então desperdiçado pela falta de investimentos. Esse caminho passava, necessariamente, pela educação oferecida aos jovens da comunidade.

A Pró-Reitora Ana Cristina conta que os resultados da empreitada são muitos: hoje a cidade está mais limpa, pois sabe cuidar do lixo que produz. O efeito é evidente na área da saúde, que registrou a diminuição do diagnóstico de doenças na população. Melhorou, enfim, a qualidade de vida dos moradores.

Hoje a UNP coordena estudos técnicos sobre a região, como o que prevê a fixação das dunas por meio de vegetação específica, a criação de um viveiro de plantas medicinais e o monitoramento costeiro. Os alunos da escola participam desses projetos, estudam as características da região e aprendem a preservar o meio ambiente. Nos fins de semana, muitos trabalham como guias turísticos, mas agora com a consciência e o compromisso de cuidar da própria terra.

O orgulho de estudar

Os alunos contam que sentem muito orgulho por serem estudantes da Escola das Dunas. É difícil entrar, mas é a certeza de um futuro melhor. Os que se destacam ao longo da escolaridade ganham bolsas para seguir os estudos na UNP. Essa valorização resultou na melhoria da auto-estima desses jovens, que antes se viam diminuídos pela presença dos turistas na cidade. Agora se sentem em igualdade de condições.

A Escola das Dunas já formou 602 alunos. Alguns deles, ainda bastante jovens, são hoje professores da escola e se orgulham muito. O clima de descontração é grande nas salas de aula.

Aulas ao ar livre

A paisagem de Pitangue não serve de objeto de estudo somente para questões ligada ao meio ambiente. Descer numa tirolesa por um cabo de aço no meio das dunas é um excelente exercício prático para estudar velocidade média e observar se ela sofre interferência do peso do aluno. E que ângulos se formam no cabo de aço durante a descida? No esqui com pranchas de madeira, professor e alunos discutem o movimento uniforme e o movimento variado e observam na prática a aplicação das leis de Newton.

À noite, a meninada passeia pelas dunas e mangues sem luz alguma, para desenvolver a percepção e aprender técnicas de orientação na natureza. O contato com a fauna (outro dia se depararam com uma cobra no meio do caminho) e a flora faz com que estudem as espécies presentes na região e formas de preservação.

Aprender assim, numa comunidade em que até pouco tempo atrás a única perspectiva era repetir a história sofrida dos pais e avós, a Escola das Dunas é, sem dúvida, uma esperança para um mundo melhor.

Escola Municipal do Balbino

Cascavel (CE)

Depoimento: Meire Cavalcante

A ESCOLA QUE É DE TODOS

O município litorâneo de Cascavel fica a 70 quilômetros de Fortaleza (CE). A população local, na sua maioria descendentes da miscigenação entre negros e índios, vive da pesca e da agricultura.

Visitei ontem a Escola Municipal do Balbino, localizada em um dos antigos povoados da região. Ao ver o muro da escola com a pintura toda descascada (feito com material de péssima qualidade usado pela prefeitura), não podia imaginar que a pequena escola seria tão bela por dentro.

O segredo para a boa manutenção é a integração com a comunidade, promovida pelo Projeto Escola e Vida no Litoral e estimulada o tempo todo pela diretora Ana Diva Freitas e seus professores. Um exemplo dessa aproximação é o parquinho onde as crianças brincam.

Orgulho da comunidade, ele foi construído por alunos, professores e pais. As tintas foram compradas com dinheiro arrecadado por um trabalho beneficente da Suíça. A madeira foi doada pela comunidade. "Tudo acabou custando apenas 280 reais. Havia crianças aqui que nunca tinham visto ou brincado em um parquinho assim", conta Mirian Rocha de Oliveira, assessora do projeto.

"Minha maior conquista nesta escola é a participação dos pais. Muitas crianças iam estudar em um povoado vizinho, pois as famílias não acreditavam na qualidade do ensino daqui", conta Ana. "Em 2000, a escola passou a usar o meio em que as crianças vivem como base de todo o projeto pedagógico. Isso integrou as famílias e interessou a todos. Hoje, criança daqui estuda aqui", completa.

Luta pela terra

Estuda e faz do entorno da escola um manancial de informações. Na aula a que assistimos ontem, visitamos o mangue e a lagoa seca. A professora Jamile Moura Almeida explicou para a turma da 3ª série que a paisagem do lugar era bem diferente há cerca de cinco anos. Segundo ela, um grande especulador de terras da região, chamado Rui Caminha, escavou a lagoa, construiu um hotel, criou ilhas artificiais e jogou cloro na água até ela ficar azul como a de uma piscina. O resultado foi devastador: os peixes morreram e os turistas voltavam para casa com irritações na pele. O empreendimento foi embargado pela Superintendência Estadual do Meio Ambiente, mas até hoje a lagoa não se recuperou.

A grilagem de terras é um dos principais problemas enfrentados pelas comunidades de pescadores. Imobiliárias, com a omissão e a corrupção do poder público, expulsam os moradores das beiras das praias para longe e se apossam do que pertence a essas famílias há séculos. Na contramão desse movimento, o povoado de Balbino conseguiu o título de posse das terras em 30 de maio de 1997, data comemorada anualmente, a partir de então, como uma vitória dos pescadores.

Preservar para sobreviver

Sob esse clima político agitado, as crianças aprendem a preservar o mangue, uma das fontes de sustento das famílias. Os professores mostram quais os prejuízos da pesca predatória e ensinam quais as épocas certas para a pescaria. Obtive essa informação da própria meninada, que demonstra muita consciência sobre os problemas ambientais e sobre a questão da luta pelas terras.

VERSÃO PRELIMINAR PARA DISCUSSÃO - SETEMBRO/2003

"Antes, esse povo negava sua cultura e sua origem, como se fosse vergonhoso ser pescador. Agora, a escola é um local de resgate dessa cultura", orgulha-se Ana Diva. Ao entender e proteger o ambiente em que vivem, as crianças conhecem também sua história. Costumes passaram a ser valorizados e, em alguns casos, recuperados da iminente extinção. É o caso da dança do coco, que já ia sendo esquecida por todos. Os mais velhos contam que costumavam dançar para comemorar a volta dos pescadores, pois nunca sabiam se o mar os deixaria voltar pra casa. Hoje, as crianças apresentam a dança e batucam um ritmo que contagia qualquer visitante.

Assiduidade

Com a escola valorizada pela comunidade e fazendo um bom trabalho, a evasão praticamente deixou de existir. "Tem dia que chove tanto que eu acho que nenhum aluno vai aparecer. Quando me dou conta, estão todos aqui, ainda que ensopados. Muitos caminham bastante até chegar à escola", diz Jamile, que faz questão de dizer o quanto gosta de lecionar para suas crianças. "Para mim, trabalhar aqui representou uma mudança interior. Percebi que a riqueza dessas pessoas não está nos bens materiais, que tão pouco elas têm", comenta.

Também tive essa sensação, desde o início da minha participação neste "Caminhos do Brasil". Presenciei muita dificuldade de ordem material e financeira, mas também testemunhei uma felicidade autêntica e intensa. Senti que as pessoas são felizes quando se orgulham do que são, valorizam o meio onde vivem e conhecem sua história. E como é importante o papel da escola em tudo isso...

1.5 MEC Ministério da Educação e Cultura

As informações e experiências abaixo apresentadas foram extraídas e são apresentadas da forma como consta no web site <http://www.mec.gov.br>.

Tornar parte essencial na Educação de todos os Cidadãos

O que se espera da Educação Ambiental no Brasil é que ela seja assumida como obrigação nacional de acordo com Constituição Federal promulgada em 1988 e pela Lei nº 9795/99, que institui a Política Nacional de Educação Ambiental.

A Secretaria de Educação Fundamental do MEC por meio da Coordenação de Educação Ambiental - COEA tem como missão formular e propor políticas de qualidade para o ensino fundamental apoiando os sistemas de ensino estaduais e municipais, promovendo e ampliando as condições do aluno para o exercício da cidadania.

Entre outras atribuições, a esta Coordenação compete:

- Incentivar a inserção do tema transversal Meio Ambiente em projetos educativos da escola;
- Estimular ações que propiciem a melhoria da formação de professores e uma aprendizagem diversificada dos alunos, de modo que possam ter instrumentos para se posicionar frente às questões ambientais.

Conheça abaixo alguns Programas e Materiais criados pelo MEC para a Educação Ambiental:

Programa Parâmetros em Ação - Meio Ambiente na Escola

Este Programa tem como objetivo estratégico a institucionalização da Educação Ambiental nos sistemas de ensino. Contribui para o desenvolvimento de ações integradas, que envolve a equipe

VERSÃO PRELIMINAR PARA DISCUSSÃO - SETEMBRO/2003

escolar, alunos e comunidade, tanto em relação à formação de professores quanto na elaboração de projetos educativos pelas escolas.

O programa é realizado em parceria com as Secretarias de Educação Estaduais e Municipais, Universidades e Organizações Não-Governamentais interessadas. Os materiais produzidos estão distribuídos em dois kits: do formador e do professor. O primeiro subsidia os coordenadores de grupo no seu trabalho como formador e o segundo contém materiais que podem auxiliar os professores em suas atividades para a prática da educação ambiental nas escolas como tema transversal.

Objetivo do programa: inserir a Educação Ambiental nas políticas de formação em serviço de educadores dos sistemas de ensino, propondo uma metodologia de formação continuada em Meio Ambiente no segmento de 5ª à 8ª series do ensino fundamental, de forma interdisciplinar.

Conheça abaixo os materiais que compõe o Programa



Kit do Formador

- Guia de Orientações Metodológicas
- Guia de Orientação de Vídeos
- Mapa
- Guia do Formador

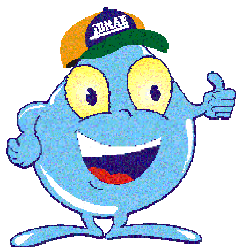


Kit do Professor

- Caderno de Apresentação
- Guia do Professor
- Bibliografia e sites comentados
- Catálogo de endereço para ações e informações de Educação Ambiental

1.6 DMAE Departamento Municipal de Água e Esgoto de Porto Alegre/ RS

As informações e experiências abaixo apresentadas foram extraídas e é apresentada de forma que consta no web site <http://www.portoalegre.rs.gov.br/dmae>.



Programa Gota D'Água

As ações de educação ambiental existem há 10 anos no Dmae, mas em 2001 a equipe foi ampliada e renovada e outros projetos foram acrescentados ao programa. Em março de 2001 foi implantado o programa Gota D'Água com o objetivo de chamar a atenção da população para questões envolvendo a água, seu consumo, tratamento e destinação. Para isso, o Dmae se utiliza da educação como importante instrumento para a gestão ambiental que acontece de forma sistemática e organizada dentro do processo de ensino-aprendizagem.

VERSÃO PRELIMINAR PARA DISCUSSÃO - SETEMBRO/2003

Para executar este trabalho, a equipe é atualmente formada por 18 pessoas e conta com a parceria de outras áreas do Departamento como a DVT, Divisão de Tratamento, UTE -Unidade Técnica - Assessoria de Imprensa, e ASSEC, Assessoria Comunitária. Além disso, foram elaborados dentro do mesmo programa quatro projetos voltados para os diversos setores da sociedade: Tratando Água Conosco, Colméia, Vivências, Beija Flor.

Tratando a Água Conosco:

É o projeto educacional que pretende mostrar às escolas, tanto públicas quanto privadas, as etapas do tratamento da água, desde a captação da água bruta do Lago Guaíba, até o uso na cidade e depois a destinação do esgoto. Para isto, promove visitas à ETA - Estação de Tratamento de Água Moinhos de Vento, acompanhadas de palestras, vídeos, materiais educativos e de publicidade institucional do DMAE. As ações têm o objetivo de alertar à população sobre a responsabilidade com o ambiente, em atitudes do cotidiano, e enfatizar o uso racional da água.

Beija-Flor:

Aqui o DMAE vai até as escolas, levando as oficinas, palestras e jogos interativos, mostrando a interface da educação ambiental nas diversas disciplinas curriculares. É a oportunidade de alunos e professores vivenciarem na prática os conhecimentos teóricos abordados.

Vivências:

Está destinado ao público formador e multiplicador de opinião como os Centros Administrativos Regionais (CARs), o Conselho do Orçamento Participativo e funcionários do DMAE. Seu objetivo é capacitar e qualificar estas pessoas para que elas levem adiante os conceitos e conhecimentos sobre água potável, ciclo hidrológico, esgoto cloacal, misto e pluvial, preservação e educação ambiental. Se utiliza de oficinas onde os temas são debatidos de forma lúdica , interativa e criativa , buscando na vivência de cada um a construção do coletivo.

Colméia:

Direcionado para as comunidades, principalmente as que tenham obras de saneamento conquistadas no Orçamento Participativo. Funciona usando a lógica da Colméia, onde todos precisam colaborar para o sucesso da comunidade aliando a isto o recurso do teatro de marionetes, abordando temas como a importância da água e da obra conquistada para a vida de todos, a despoluição do Lago Guaíba e a preservação ambiental.

Resultados:

O trabalho desenvolvido faz avaliações periódicas utilizando questionários que funcionam como subsídio sobre o que ocorre com as escolas antes e depois da visita. A idéia é que ocorra maior engajamento das instituições de ensino. Muitas escolas utilizam as visitas como complemento ao seu projeto de educação ambiental, mas outras tantas passam a desenvolver um trabalho mais sistemático depois do contato com os projetos do Gota D'Água.

Tratando a Água Conosco: Em 2001 foram atendidos 12.002 alunos, num total 160 escolas, tanto da rede pública como privada.

Projeto Beija Flor: O atendimento em 2001 foi de 5.304 alunos e professores, em 40 entidades de ensino.

Projeto Vivências: Nesse ano foram realizadas 08 oficinas atendendo 150 funcionários.

Projeto Colméia: Por meio de palestras, visitas domiciliares, teatro de bonecos, reuniões de rua, entre outros, atendeu-se cerca de 20 localidades diferentes, envolvendo mais de 2500 moradores nas atividades.

1.7 Programa Educativo "Minha Escola na SANASA"

As informações e experiências abaixo apresentadas foram extraídas e são apresentadas da forma como constam no web site <http://www.sanasa.com.br>.

Prêmio destaque "Ação Pela Água" 2001

Tendo por base os cenários urbanos onde são desenvolvidas as distintas atividades dos setores público e privado, um programa de educação complementar voltado para atingir a população estudantil a partir da 7ª série do ensino fundamental que deverá garantir resultados bastante satisfatórios à sociedade sendo aplicado com consistência e organização.

As observações e os ensinamentos exemplificados no mundo cotidiano e relacionados às lições de sala de aula deixam na mente dos jovens impressões duradouras propagáveis para dentro de suas casas e, portanto, com alcance indireto nos familiares e vizinhos, além de assegurar desde cedo a consciência cidadã e a valorização da auto-estima pelas benfeitorias de uso comum colocadas à disposição da população.

Os sistemas públicos de Abastecimento de Água, Coleta, Afastamento e Tratamento dos Esgotos apresentam-se como oportunos para propiciar complementaridade e exemplificação de temas escolares, particularizadas ao ambiente de convívio dos estudantes.

Neste sentido, a SANASA está desenvolvendo um programa educativo denominado "Minha Escola na Sanasa", abrangendo escolas das redes municipal, estadual e particular do ensino de Campinas, dispondo para tal de uma equipe composta de engenheiros, biólogos e relações públicas do seu próprio quadro de funcionários.

Objetivo do Programa

Independentemente do nível de escolaridade dos participantes, o programa "Minha Escola na Sanasa" tem como objetivo a divulgação ampla de conceitos gerais sobre a importância do recurso natural Água, seus usos múltiplos e sucessivos e particularmente os aspectos relacionados à saúde e à qualidade de vida da população caracterizados pelos sistemas de abastecimento de água e de coleta, afastamento e tratamento dos esgotos em Campinas.

Metodologia Empregada

O programa abrange 4 etapas interdependentes quais sejam:

Etapas 1 - Introdução à Problemática da Água



Consiste na apresentação em sala de aula, com a participação dos professores, preferencialmente de geografia e ciências, de tópicos relacionados à água e cidadania (ver tabela 1). Esta apresentação deverá ser realizada nos horários de aula, com duração máxima de 60 minutos, proferida por um profissional da Sanasa.

VERSÃO PRELIMINAR PARA DISCUSSÃO - SETEMBRO/2003

Etapa 2 - Material Didático

Consiste na distribuição do material didático (cartilhas, folhetos, cartazes, etc) individualmente para cada estudante de modo que ele possa anexá-lo no livro didático ou no caderno, como também acompanhar as atividades da etapa seguinte.

Etapa 3 - Visita às Instalações da Sanasa

As instalações da Sanasa de interesse para visitas estão apresentadas na tabela 2. Os roteiros e os interesses por uma ou outra unidade deverão ser estabelecidos previamente de comum acordo entre a Sanasa e a direção da escola. A disponibilidade do ônibus por grupo de 40 alunos é de aproximadamente 3 horas, de 2º a 6º feiras, no período matutino entre 8 e 11 horas e no período vespertino entre 14 e 17 horas.

Etapa 4 - Avaliação e Sugestões

A avaliação da eficiência do programa é feita através da ficha de Avaliação Anexo 2, encaminhada à Sanasa pelos professores que participam da apresentação em sala de aula e das visitas às instalações da SANASA. Caberá aos professores acompanhantes, em nome da escola, apresentar à Sanasa sugestões e recomendações que possam trazer melhorias crescentes ao programa.

Tabela 1 - Tópicos relacionados a ÁGUA e CIDADANIA

- 1- Água no mundo;
- 2- O Ciclo de água;
- 3- Os Usos da água;
- 4- A poluição das Águas, Causas e Conseqüências;
- 5- Bacias Hidrográficas;
- 6- Campinas e Seus Recursos Hídricos;
- 7- A Potabilização da Água para Consumo Humano;
- 8- Como a Água Potável Chega em Nossas Casas;
- 9- Como e por que se mede a água consumida em nossas casas;
- 10- O sistema de coleta e afastamento dos esgotos;
- 11- O tratamento dos esgotos.

Unidades da Sanasa para realização de Visitas

1. Captação de Água no Rio Atibaia;
2. Captação de Água no Rio Capivari junto à Rodovia dos Bandeirantes;
3. Estações de Tratamento de Água n.º 3 e n.º 4 (Estrada de Sousas);
4. Estações de Tratamento de Água n.º 1 e n.º 2 (Swift);
5. Estação de Tratamento de Água do Rio Capivari (Rodovia dos Bandeirantes);
6. Estação de Tratamento dos Esgotos da Bacia do Ribeirão Samambaia (região leste);
7. Laboratório Central;
8. Centro de Controle Operacional de Distribuição de Água (Sede da Sanasa).

Condições Operacionais do Programa

A escola ou instituição interessada no Programa "Minha Escola na Sanasa", deverá se dirigir à Sanasa mediante ofício cujo modelo está apresentado no site da Sanasa na forma do anexo 1.

Dada a intensa demanda que o programa está obtendo, cada escola deverá participar com uma única série (mesmo que os alunos desta estejam distribuídos em várias classes e em períodos distintos). A todos será oferecido o mesmo programa. Desta forma, torna-se importante que a escola escolha com clareza a série participante e que os objetivos do programa estejam sincronizados com os assuntos nela ministrados pelos professores.

Será de responsabilidade da escola a aprovação e autorização dos pais dos alunos (menores de idade) para participação dos filhos no programa.

A Sanasa atenderá as inscrições por ordem cronológica de solicitação, dando prioridade para as escolas que ainda não tiveram a oportunidade de propiciar visitas dos seus alunos à Sanasa.

1.8 "Escola Água Cidadã"

As informações e experiências abaixo apresentadas foram extraídas e são apresentadas da forma como constam no web site <http://www.cidadesdobrasil.com.br/gestao/gestao31p1.htm>.



Estudantes de Uberlândia vão aprender como aproveitar melhor a água a partir das ações do projeto "Escola Água Cidadã".

Uma das três maiores cidades de Minas Gerais, localizada a 550 quilômetros de Belo Horizonte, Uberlândia, vem dando sinais de que está atenta a um dos problemas que devem afligir a população mundial neste século - a falta de água. Na cidade, a prefeitura resolveu lançar um projeto de conscientização sobre o uso racional da água e a preservação dos rios e mananciais.

De acordo com dados da prefeitura, no município existe um desperdício de aproximadamente 33% da água tratada. Apesar deste índice ser menor do que a média nacional que é de aproximadamente 40%, a prefeitura considera que o desperdício deve ser combatido. "É um contra-senso tratar a água e depois desperdiçá-la", analisa o prefeito Zaire Rezende.

O lançamento do projeto aconteceu justamente no Dia Mundial da Água (23 de março). Ele recebeu o nome de "Escola Água Cidadã", em função de ser direcionado aos estudantes do ensino fundamental e do ensino médio, das escolas públicas e privadas de Uberlândia. A ação está sendo focada nos estudantes porque a prefeitura aposta que eles serão agentes multiplicadores desta nova consciência sobre o aproveitamento da água. Aliás, o surgimento deste projeto aconteceu devido ao grande interesse das escolas e dos estudantes em conhecerem e desenvolverem pesquisas em torno das estações de tratamento. "Neste projeto unimos o interesse já existente das escolas em conhecer o trabalho de tratamento da água com a nossa necessidade em modificar o comportamento das pessoas diante do uso da água", avalia o diretor geral do Departamento Municipal de Água e Esgoto, Renato Celso Cardoso.

Além do Departamento Municipal de Água e Esgoto (Dmae), as secretarias municipais da Educação, do Meio Ambiente, de Comunicação Social e de Ciência e Tecnologia, também estão trabalhando juntas nesta iniciativa que vai abordar o assunto dentro e fora das instituições de ensino.

VERSÃO PRELIMINAR PARA DISCUSSÃO - SETEMBRO/2003

Estamos organizando um cronograma de trabalho que vai funcionar da seguinte forma: inicialmente os técnicos do (Dmae) irão às escolas e discutirão o uso racional da água nas salas de aulas e depois os estudantes serão convidados a visitarem as estações de tratamento", explica o diretor geral do Dmae. Durante o primeiro contato com os estudantes será apresentado um vídeo educativo de 10 minutos. Após a apresentação, uma fita será doada para a escola deixar a disposição de alunos e professores.

Além do vídeo, os estudantes das quatro primeiras séries do ensino fundamental vão receber uma cartilha chamada de "Joãozinho e sua Turma - Os Defensores da Água". O livro é impresso em cores, com textos de fácil compreensão e desenhos que despertam o interesse dos leitores infantis. O projeto também prevê a realização de palestras envolvendo temas como "a crise da água e o desafio da sustentabilidade", o "papel do poder público na gestão ambiental da bacia do rio Uberabinha", que abastece a cidade, e "o ser humano e a educação ambiental". No total, está sendo investido R\$ 150 mil no "Escola Água Cidadã".

Parcerias com entidades formadoras de opinião como ONG's e a imprensa também vêm sendo firmadas pela prefeitura, para fortalecer a preocupação ambiental das pessoas e produzir resultados concretos em favor da natureza. "Quanto antes despertarmos o indivíduo para as questões ambientais, maiores serão as chances de a sociedade assumir uma postura racional perante a natureza. Por isso é importante que a sociedade perceba a água como um bem finito", defende Cardoso.

1.9 Projeto Estação Educacional Flutuante

As informações e experiências abaixo apresentadas foram extraídas e são apresentadas da forma como constam no web site <http://www.uniagua.org.br>.

Projeto Estação Educacional Flutuante

Objetivo

O projeto consiste em promover educação ambiental para crianças do ensino fundamental e médio, utilizando-se de uma escuna de 40 pés com capacidade para 30 pessoas, na represa Billings em Riacho Grande em São Paulo.

Justificativa

A bacia hidrográfica da Billings, com um território de 58.280,32 hectares ou 582,8 km², é o maior e mais importante reservatório de água da Região Metropolitana de São Paulo e esta localizada à sudeste da mesma. A oeste faz limite com a Bacia Hidrográfica da Guarapiranga e, ao sul, com a Serra do Mar. Seus principais formadores são o Rio Grande ou Jurubatuba, Ribeirão Pires, Rio Pequeno, Rio Pedra Branca, Rio Taquacetuba, Ribeirão Bororé, Ribeirão Cocaia, Ribeirão Guacuri, Córrego Grota Funda e Córrego Alvarenga.

A área da Billings foi inundada a partir de 1.927, no curso do Rio Grande, com a construção da barragem de Pedreira pela antiga Light. A idéia era a de gerar energia elétrica na Usina de Henry Borden em Cubatão, levando-se em conta o desnível da Serra do Mar e com o aproveitamento das águas da Bacia do Alto Tiête. Nos idos anos 40, para a ampliação da capacidade de geração de energia na Usina Hidrelétrica de Henry Borden, e, para as ações de controle de enchentes e afastamento de efluentes industriais e de esgoto, iniciou-se o desvio da parte das águas do rio Tiête e seus afluentes, para aumentar a vazão da represa Billings. Poucos anos depois, o bombeamento passa a apresentar graves consequências ambientais. A cidade de São Paulo cresceu, não havia coleta e

tratamento de esgotos e a poluição do Tiête e seus afluentes aumentou, resultando no comprometimento da qualidade das águas da represa. No início dos anos 70 surgiram as manchas anaeróbicas.

Em 1.982, por causa do esgoto excessivo, a contaminação por algas cianofícias altamente tóxicas. Após anos de discussão, em 1.993, é restringido o bombeamento, somente utilizado em casos de enchentes. Ao mesmo tempo, as áreas do entorno da represa, de grande importância para a sua conservação, passam a serem invadidas por loteamentos clandestinos de maneira irresponsável e sem o controle por parte das administrações públicas, deteriorando ainda mais o estado desse manancial.

Recentemente, no ano 2.000, ampliou-se o uso da Billings por intermédio de sua interligação por bombeamento com a represa Guarapiranga.

Não houve estudo de impacto ambiental para essa ação, o que provocará a contaminação definitiva da represa Guarapiranga por metais pesados e algas potencialmente hepatotóxicas.

Metodologia

Utilizando-se de uma escuna de 40 pés com capacidade para 30 pessoas, na represa Billings em Riacho Grande em São Paulo.

As crianças são embarcadas em chácara ambiental em Riacho Grande, navegam pela represa até as áreas poluídas e comprometidas.

A área em terra é específica para instrução e lanche.

2 Comprometimento das organizações, das empresas e indústrias:

2.1 SABESP: Uso racional: PURA Programa de Uso Racional da Água: Estudos de Caso:

A experiência abaixo apresentada foi extraída após pesquisa realizada em todas as web sites das Companhias Estaduais de Água e Esgoto e é apresentada de forma que consta no web site da SABESP <http://www.sabesp.com.br/pura/cases/default.htm> para os casos de Cozinha Industrial – Sede SABESP, Condomínio Jardim Cidade – Moema – SP, CEAGESP Companhia de Entrepostos e Armazéns Gerais de São Paulo e Universidade de São Paulo.

Para combater o desperdício e racionalizar o uso da água através de ações normativas, a Sabesp implantou o PURA, em 1995, inicialmente na própria empresa, servindo de modelo para outras instituições.

Para alcançar seus objetivos, a Sabesp firmou um contrato com a Escola Politécnica da USP - POLI, para o desenvolvimento das bases tecnológicas do PURA. Além disso, foram firmados convênios com fabricantes de equipamentos hidráulicos, entre outros.

A partir daí, foram desenvolvidos projetos de Uso Racional da Água em hospitais, escolas, escritórios comerciais, etc, com resultados impressionantes: A Escola Fernão Dias, por exemplo, reduziu seu consumo de água em 93%. Na cozinha da Ford, a economia atingiu mais de 35%.

Nessa área, você confere alguns estudos de caso onde o PURA foi implantado:

- Cozinhas Industriais;
- Condomínios;

VERSÃO PRELIMINAR PARA DISCUSSÃO - SETEMBRO/2003

- Entrepósitos;
- Entidades filantrópicas;
- Escritórios;
- Escolas;
- Hospitais;
- Universidades.

Cozinha Industrial – Sede Sabesp

Consumo em m³ – 1996.

Mês	Consumo	Conta (R\$)
Março	320,0	1.405,70
Abril	283,0	1.239,20
Maio	235,5	1.025,45
Junho	137,0	582,20
Julho	180,0	775,70
Agosto	153,0	654,20
Setembro	112,6	472,40

Impacto da Redução: 64,69%

Funcionários: 21 pessoas

Refeições/Dia: 400

Consumo per capita: de 33 para 16 lts/refeição/dia

Ações:

- Detecção e conserto de vazamentos;
- Instalação de equipamentos economizadores (1 torneira de acionamento com o pé, 5 arejadores tipo econômico, 2 chuveirinhos dispersantes);
- Campanha educacional.

Concluído em setembro/1996

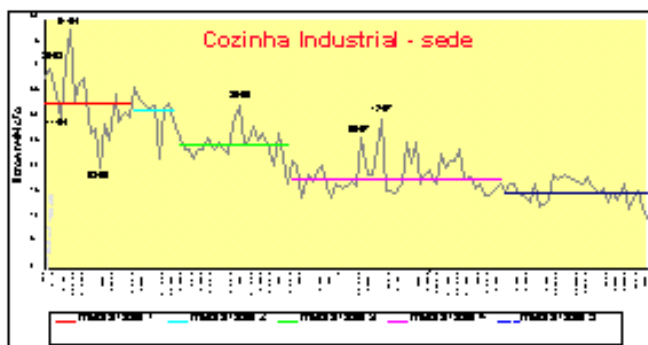
Custo do Investimento (material + mão-de-obra): R\$ 500,00

Retorno: 16 dias

Consumo médio antes do PURA: 320 m³/mês - R\$ 1.405,70

Consumo médio com a intervenção do PURA: 133 m³/mês - R\$ 472,40

VERSÃO PRELIMINAR PARA DISCUSSÃO - SETEMBRO/2003



Condomínio Jardim Cidade – Moema – SP

Características do edifício: 11 andares por bloco, 4 apartamentos por andar

Consumo Médio antes do PURA: 1.460 m³/mês – R\$ 7.013,54

Consumo Médio após o PURA: 1.045 m³/ mês – R\$ 4.996,64

Economia Mensal (de 1998 para 1999): 415 m³/ mês – R\$ 2.016,90

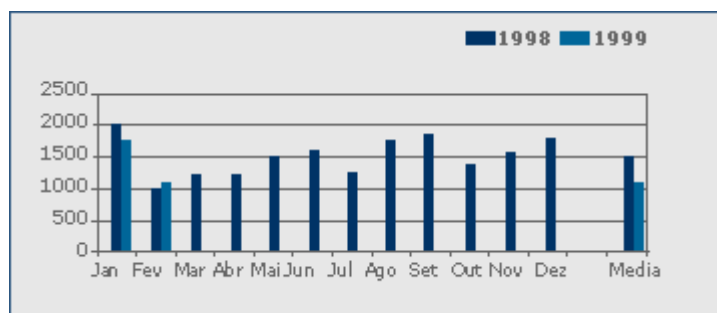
Impacto da Redução: 28,50%

Ações:

Pesquisa e correção de vazamentos na rede interna, reservatórios, pontos de consumo instalações hidráulicas prediais.

Valor do Investimento: R\$ 4.000,00

Retorno: 2 meses



CEAGESP Companhia de Entrepósitos e Armazéns Gerais de São Paulo

Início do PURA: Setembro de 1998

Consumo Médio antes do PURA: 65.000 m³/mês

Consumo Médio após o PURA: 44.540 m³/mês

População: 55.000 pessoas/dia

Atividades de Uso da água:

- Consumo humano, alimentação de bacias sanitárias, torneiras, chuveiros;

VERSÃO PRELIMINAR PARA DISCUSSÃO - SETEMBRO/2003

- Limpeza de pátios;
- Rega de gramados e jardins.

Ações:

- Detecção e conserto de vazamentos visíveis e não visíveis na rede externa, reservatórios e instalações hidráulicas prediais;
- Troca parcial de equipamentos convencionais por equipamentos economizadores de água Campanha educacional;
- Estudo para reaproveitamento de água de lavagem

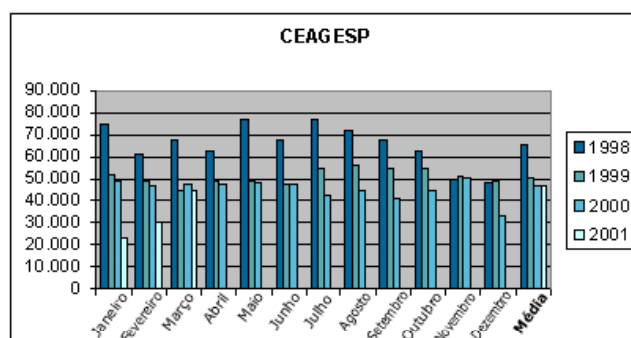
Valor do Investimento (consultoria + mão-de-obra + material): R\$ 212.000,00

Impacto da Redução: 32%

Economia Mensal: R\$ 238.000,00

Retorno: imediato

Consumo per capita: de 39,4 lts/pessoa/dia para 27 lts/pessoa/dia



2.2 Programa Gestão da Água nas Organizações:

As informações e experiências abaixo apresentadas foram extraídas e são apresentadas da forma como consta no web site <http://www.aguaecidade.org.br>.

O Programa Gestão da Água nas Organizações é uma das experiências nacionais bem sucedidas que merecem destaque, este programa trabalha conscientizando e formando cidadãos, a partir da escola, para o uso e a conservação dos recursos hídricos.

Este programa é de iniciativa da Água e Cidade e a conscientizar e mobilizar as empresas e as organizações em geral, e através delas, a **Sociedade** sobre a importância estratégica da conservação da água, o principal insumo a ser considerado no **desenvolvimento sustentável**.

Atua conscientizando e mobilizando os **empresários** e os **profissionais** das organizações para que adotem uma **Metodologia** com indicadores definidos, que permitem avaliar e quantificar o nível do comprometimento da sua organização, para com o uso racional da água e na conservação do meio ambiente, estimulando **voluntários da água (gestores da água)** para a **gestão da água e do meio ambiente** coordenando as ações e avaliando os resultados.

VERSÃO PRELIMINAR PARA DISCUSSÃO - SETEMBRO/2003

1. Desenvolver “**Metodologia** estruturante” (metodologia que induz ações permanentes, tais como a gestão) que desperta a organização para o voluntariado;
2. Estabelecer e proceder a avaliações periódicas, determinando o número mínimo de pontos, segundo os critérios de avaliação do “Prêmio Água e Cidade”, que deve ser obtido pelas organizações de um determinado setor, para ser considerada comprometida com a causa;
3. Premiar os participantes, indústrias, empresas e organizações em geral que se destacarem no gerenciamento do uso racional da água e na conservação do meio ambiente.

O “Prêmio Água e Cidade” inclui vários tipos de organizações, tais como: hotéis, “shopping centers”, escolas, hospitais, condomínios comerciais, condomínios residenciais, clubes, indústrias, empresas de serviço e demais organizações, valendo-se da mesma metodologia, para que todas sejam despertadas e possam contar com gestão empresarial específica para a água e a conservação do meio ambiente.

Dessa forma, tanto a **Água e Cidade** converge seus esforços na tarefa de conscientizar e mobilizar, a sociedade, utilizando para isso as empresas, assim como, as “**equipes da água**”, com os “**voluntários da água**”, nas organizações, ajudam nessa tarefa, dentro das empresas e nos locais onde vivem em comunidade, incluindo-se suas moradias.

Para todas essas empresas, entidades ou organizações, são criadas “**equipes da água**”, composta por “**voluntários da água**” eleitos ou indicados entre os colaboradores, nas suas empresas para o “manejo da água”. Cada organização deve nomear seu “**gestor da água**”, responsável pela coordenação dos trabalhos.

Curso de Gestores da Água (curso de 8 horas):

Os “**gestores da água**” são treinados, capacitados e certificados para utilizar o Manual de Avaliação do Prêmio Água e Cidade, sendo também “auto-avaliador”, da empresa onde trabalha, nesse curso serão apresentados 8 critérios para dimensão da aplicação:

1. Planejamento e coordenação
2. Infra-estrutura e organização
3. Mobilização e sensibilização
4. Procedimentos
5. Tecnologia
6. Manutenção e atualização
7. Controle e gerenciamento
8. Resultados

Curso de Examinadores Externos (curso de 8 horas):

Os “**examinadores externos**” (profissionais independentes) (dois para cada empresa a ser avaliada), igualmente “voluntários” mas, participantes e credenciados em entidades especializadas, especialmente escolhidas pela Equipe de Profissionais, (contratada pela Água e Cidade para coordenação do Prêmio Água e Cidade, farão o mesmo trabalho de avaliação).

VERSÃO PRELIMINAR PARA DISCUSSÃO - SETEMBRO/2003

Assim, cada entidade será avaliada três vezes: pelo **“gestor da água”** e por dois **“examinadores externos”**.

Até o junho de 2003, **Água e Cidade** já capacitou e certificou: **1453 “Gestores da Água”** e **45 “Examinadores Externos”**.

O Prêmio Água e Cidade é evolutivo no seu conteúdo, para promover mudanças e o comprometimento das organizações, de forma permanente.

Uma **“Banca de Juizes”**, composta por pessoas de grande significado para a questão da água e da “cidadania empresarial e o compromisso social e ambiental das empresas”, sem a possibilidade de identificar as empresas inscritas, vai indicar os vencedores, com base nos relatórios de auto-avaliação e dos “examinadores externos”.

A pontuação obtida na participação do Prêmio Água e Cidade, nas diferentes modalidades, pode ser exibida pelas organizações participantes (a seu critério) como forma de demonstrarem e divulgarem, a qualidade e das respectivas gestões no uso racional da água e na conservação do meio ambiente.

A **“Metodologia”** estruturante do Prêmio Água e Cidade vai ajudar também aquelas empresas que desejam a obtenção de algum tipo de certificação (ISO 14000). A certificação não é o objetivo do Prêmio Água e Cidade, mas vai ajudar na estruturação da gestão responsável da água, por parte das candidatas.

São escolhidas entre as organizações avaliadas, as *Melhores Práticas* de cada ano.

No ano **2000**, foram:

- Centro Operacional de Rio Claro da TIGRE em Rio Claro
- Cozinha industrial da Sede da SABESP em São Paulo
- Setor de Galvanoplastia da DOCOL III em Joinville

No ano **2001**, foi:

- Fábrica de Metais DECA-HYDRA de São Paulo

No ano **2002**, foi:

- Instituição de Ensino SÃO CAMILO em Cachoeiro de Itapemirim - ES

O Prêmio Água e Cidade cria um referencial de “benchmarking” em indústrias, empresas de serviços e organizações em geral.

3 Envolvimento da sociedade através das mulheres:

3.1 Programa Águas Vivas

O Programa Águas Vivas é uma das experiências nacionais bem sucedidas que merecem destaque, este programa trabalha conscientizando e formando cidadãos, a partir da escola, para o uso e a conservação dos recursos hídricos.

Este programa é de iniciativa da ONG Água e Cidade tem por objetivo capacitar **as mulheres** para atuar na **melhoria da qualidade** dos sistemas prediais de **água e esgoto sanitário**, da **infra-estrutura** e

VERSÃO PRELIMINAR PARA DISCUSSÃO - SETEMBRO/2003

dos **serviços públicos** urbanos, existentes ou a serem construídos, habilitando-a a avaliar a dignidade da moradia e seu entorno, o habitat, tornando-o saudável e sustentável.

As Águas Vivas atuam conscientizando a sociedade para:

- Coleta e tratamento de esgoto;
- Sistemas hidráulicos prediais executados com a boa prática e com materiais de qualidade, que atendam aos requisitos mínimos exigidos pela normalização;
- Uso e manutenção corretos dos sistemas hidráulicos prediais;
- Capacitação para execução, uso e manutenção dos sistemas prediais;
- Acompanhamento do pós-execução para avaliação da melhoria da qualidade de vida;
- Contribuição para a sustentabilidade da sociedade local;
- Despertar para a cidadania, auxiliando na mobilização para a obtenção de melhores condições de vida, concernentes à água e ao esgoto sanitário.

Água pura ou tratada para todos
Garantia universal
Ultimamente ameaçada
Assim, as águas vivas
Solidárias e defensoras como as urtigas do mar

Valorizam as águas doces e salgadas
Incentivam a coleta e o tratamento de esgotos
Viabilizam melhorias nas cidades
Ambientes saudáveis
Saúde e harmonia no habitat

ANEXO II

NOÇÕES ELEMENTARES SOBRE A TEORIA DAS COMUNICAÇÕES

NOÇÕES ELEMENTARES SOBRE A TEORIA DAS COMUNICAÇÕES

Os objetivos do Programa Nacional de Combate ao Desperdício de Água PNCDa serão alcançados através de **ações perenes**, com resultados a serem conquistados, de forma progressiva e freqüente, a médio e longo prazos.

Dada a diversidade de problemas relacionados à água, sua exploração e consumo no Brasil, e à necessária orquestração das ações relacionadas ao estabelecimento de regras à sociedade, por parte do poder público, o Plano Estratégico de Comunicação deverá ser entendido como ferramenta de gestão, a ser seguida pelos públicos capazes de promover o uso racional.

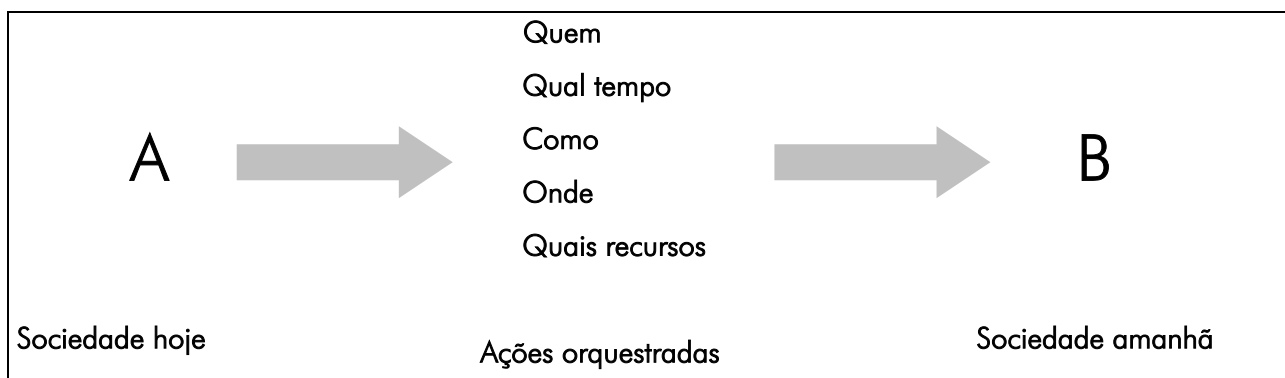
As razões para formular e registrar-se um Plano Estratégico são:

- Trazer disciplina ao processo;
- Definir de forma realista e relevante os objetivos de comunicação e apelos a explorar;
- Formalizar ações, para que no futuro possam ser avaliadas e aperfeiçoadas;
- Orientar comunicação criativa, relevante e brilhante, que atenda efetivamente aos objetivos.

1. O objetivo

As ações de comunicação objetivam **mudar o comportamento do público** – e não apenas dizer algo, da parte do governo, da universidade, da empresa, da sociedade ou do fornecedor.

Para fazer algo com a comunidade, faz-se necessário por entender como o cidadão vê a questão da água hoje (ponto **A** atual). Então, decide-se como o problema deveria ser visto amanhã, como resultado da comunicação (Ponto **B** benefício). A estratégia é o mapa que determina como ir do ponto **A** para o ponto **B**.



2 A determinação de públicos

A determinação de públicos a serem considerados pelo poder público, pelos gestores de serviços públicos de abastecimento, pelos profissionais operadores destes serviços ou pelas lideranças da comunidade deve levar em conta a **inclusão do emissor entre os agentes solucionadores** do problema, não enquanto instrutores de atitudes de terceiros, mas enquanto partícipes, através dos meios de que dispõem para promover o uso o uso racional da água.

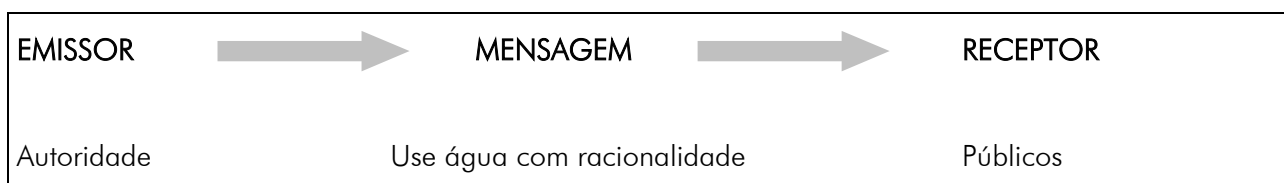
Inicialmente recomendamos a consideração de três grupos de públicos, a saber:

- **Universo Intrinsecamente relacionado ao negócio da água**, como gestores e operadores dos serviços de abastecimento em todo o Brasil e representantes do setor energético;
- **Sociedade civil organizada e autoridades circundantes**, como secretarias de saúde, de educação, organizações não governamentais, representantes do clero, da imprensa, etc;
- **Comunidade como um todo.**

3 A comunicação efetiva

A comunicação é efetivamente realizada quando a **mensagem é compreendida e aceita**, ou seja, quando as etapas, distintas e determinadas por agentes diversos e em variados meios, se cumprem com eficiência:

- O emissor deve dominar o tema sobre o qual discorre e ser capaz de atrair atenção;
- A mensagem tem de ser claramente compreensível e capaz de motivar para a ação;
- O receptor deve estar interessado no tema que ouve, e atribuir credibilidade a quem emite;
- O meio concorre com todos, atraindo para incontáveis alternativas de atenção e distração.



É necessário compreender que o processo de comunicação se conclui a cada nova tentativa, logrando ou não êxito, e considerar o efeito das características temporais do meio em que a mensagem é transmitida, fora do controle do emissor ou do receptor.

A necessidade de repetição e a impossibilidade de controle sobre interferências justificam a adoção de uma **marca**, a ser exposta repetidamente pela campanha de combate ao desperdício, bem como de uma **palavra de ordem**, de forma que, se o conteúdo não for integralmente compreendido, ainda assim haverá registro de “quem falou e do que queria”.

4 Considerações sobre o processo de tomada de decisão

O processo de tomada de decisão, entre os quais está a **adoção de um ou outro comportamento**, passa pela avaliação de cada um dos passos a seguir:

- Reconhecimento do ambiente em que o problema / oferta ou demanda está inserido;
- Consideração dos segmentos disponíveis entre as alternativas que se lhe aplicam;
- Ponderação de benefícios e/ ou alternativas que lhe afetam diretamente;
- Avaliação dos riscos associados ao problema e à adoção de determinada alternativa.

AMBIENTE	⇒	SEGMENTOS	⇒	BENEFÍCIOS / ALTERNATIVAS	⇒	AVALIAÇÃO	⇒	DECISÃO
Sociedade		Rural		Economia		Riscos imediatos		Denúncia
Empresas		Urbano		Saúde pública		Penalidades		Economia
Problemas		Privado		Desenvolvimento		Auto-imagem		Hábitos

É importante destacar que, após a tomada de decisão, reinicia-se o processo, de forma que a verificação do não cumprimento, pelos agentes, ou do não reconhecimento, pela sociedade, provavelmente levará o indivíduo a uma **situação de constrangimento** ou revolta.

ANEXO III

CHECK LIST DETALHADO PARA A ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS

CHECK LIST DETALHADO PARA A ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS

15 semanas antes:

- Idealizar a programação;
- Identificar o público alvo direto e indireto;
- Identificar uma data tentativa para a realização do evento;
- Identificar e convidar os possíveis palestrantes e participantes diretos da programação;
- Identificar os materiais impressos ou em formato eletrônico que serão entregues no evento;
- Identificar e convidar os possíveis patrocinadores e colaboradores, envolver os interessados na idealização do evento e submeter a eles a programação proposta.

12 semanas antes:

- Definir a programação e os palestrantes e demais participantes;
- Definir os envolvidos diretos na realização do evento, que podem ser apresentados como: coordenação/ organização, patrocínio e apoio;
- Após consulta entre os envolvidos diretos já definidos, definir a data e local do evento;
- Identificar as possíveis autoridades e pessoas de relevância social a serem convidadas;
- Idealizar o formato do convite e demais materiais a serem distribuídos;
- Obter as logomarcas de todos os envolvidos que irão constar nos materiais impressos;
- Definir e revisar a mala direta dos convidados via postal e via e-mail.

10 semanas antes:

- Definir o formato dos convites do evento e demais materiais visuais se houver, como: cartazes, vídeos, web site, e-mail marketing, etc.;
- Definir modelos de correspondências e convidar as autoridades e pessoas de relevância social locais já identificadas;
- Enviar o calendário e programação do evento aos agentes locais de comunicação, munido de um release.

08 semanas antes:

- Iniciar a prévia divulgação do evento, via web site (próprio ou através de chamadas em web sites de parceiros) e via mensagem eletrônica;
- Solicitar o envio dos currículos dos palestrantes, resumo da apresentação de cada um e identificação dos recursos visuais necessários para cada apresentação;
- Determinar e reservar todos os equipamentos necessários para o evento:
Adequação do local:

VERSÃO PRELIMINAR PARA DISCUSSÃO - SETEMBRO/2003

- o Limpeza e asseio do local;
- o Condições dos banheiros;
- o Condição do sistema de condicionamento do ar;
- o Acessibilidade a deficientes físicos;
- o Necessidade de locação de mobiliário extra;
- o Voltagem da energia elétrica e identificação dos pontos;
- o Verificação da iluminação e do som;
- o Acesso via transporte urbano;
- o Estacionamento para carros;
- o Placas identificando a localização dos banheiros;
- o Placas solicitando que os telefones celulares ou bips permaneçam desligados ou em posição de “vibra call”.

Equipamentos visuais de apoio:

- o Projetor multimídia;
- o Notebook;
- o Retro-projetor;
- o Tela de projeção;
- o Apontador laser;
- o Flip chart;
- o Vídeo cassete;
- o Televisão.

Organização do atendimento aos palestrantes e convidados especiais:

- o Identificação e reserva dos locais para hospedagem e transporte dos palestrantes e convidados especiais, quando estes vierem de fora da cidade;
- o Detalhamento de toda a programação do evento e horários onde as pessoas são esperadas;
- o Durante a apresentação de cada um, disponibilização de todo o material necessário, previamente solicitado;
- o Nunca esquecer de servir água ao palestrante e a todos os convidados na composição da mesa, na solenidade de abertura, quando houver.

Organização dos intervalos entre as palestras e café:

- o Identificar no convite os horários de intervalo para café e procurar cumpri-los rigorosamente;

VERSÃO PRELIMINAR PARA DISCUSSÃO - SETEMBRO/2003

- Providenciar água e café durante todo o evento, e em especial, no horário do intervalo, incrementar com alguns petiscos (bolachas, mini lanches, salgados, etc.) quando possível em quantidade a satisfazer o público participante – só ofereça se puder oferecer a todos.

Registro do evento:

- Fotografar todo o evento;
- Filmar, quando possível, o evento ou parte dele.

06 semanas antes:

- Enviar os convites via postal para a mala direta já trabalhada;
- Confirmar via telefone a presença dos convidados especiais: autoridades e pessoas de relevância social;
- Enviar cartazes e materiais informativos para os parceiros envolvidos para o auxílio da divulgação.

05 semanas antes:

- Manter a mídia local envolvida atualizada sobre os últimos acontecimentos, quando possível escrevendo ou publicando uma nota sobre a relevância do evento e os informando sobre os convidados especiais já confirmados;
- Reenviar o convite via eletrônica (e-mail marketing);
- Solicitar o envio dos currículos e dos resumos das apresentações dos palestrantes que ainda não tiverem enviado.

04 semanas antes:

- Criar uma lista direta de comunicação de pessoas que devem permanecer totalmente informadas sobre os últimos acontecimentos para o evento;
- Definir e contratar a equipe de apoio para o dia: recepcionistas, seguranças, equipe de som, etc.;
- Fazer um balanço prévio das inscrições já recebidas, o que pode influenciar outros planejamentos com locação de cadeiras extras, contratação do café, etc., porém ter definido um número máximo de inscrições a serem aceitas, descontada a margem de desistência (aliás, lembrar de ressaltar no convite que as vagas são limitadas, e quando possível, colocar prazo para envio das inscrições);
- Verificar e revisar todo o material impresso já entregue: folhetos, manuais, banners, etc.

03 semanas antes:

- Enviar release atualizado e “kits” do evento a mídia local;
- Reconfirmar as presenças dos convidados especiais e enviar toda a informação necessária para acomodação e transporte dos que vierem de outras cidades;

VERSÃO PRELIMINAR PARA DISCUSSÃO - SETEMBRO/2003

- Enviar todas as informações necessárias aos palestrantes, que vierem de outras cidades, como meio de transporte, acomodação, horários a serem observados, etc.

02 semanas antes:

- Ligar e confirmar a presença da mídia local;
- Verificar os detalhes finais;
- Confirmar transporte para os palestrantes e convidados especiais;
- Confirmar hotel para os palestrantes e convidados especiais que tiverem suas despesas arcadas pelo evento (quando isto ocorrer) e enviar estas confirmações aos interessados;
- Confirmar toda a equipe de apoio;
- Renovar o envio do e-mail marketing, caso as vagas ainda não estejam esgotadas;
- Receber e testar todas as apresentações dos palestrantes que irão utilizar recursos visuais.

01 semana antes:

- Manter os contatos com a mídia e convidados especiais;
- Definir últimos detalhes com os palestrantes;
- Testar todos os materiais próprios que serão utilizados;
- Confirmar as possíveis locações que serão efetuadas;
- Verificar se todas as intervenções no local foram realizadas.

01 dia antes:

- Visitar e verificar o local;
- Receber todos os materiais no local e providenciar a montagem do que for necessário;
- Testar todos os equipamentos, em especial os recursos visuais no local.

No dia do evento:

- Iniciar o evento no horário marcado e procurar seguir rigorosamente a programação apresentada;
- Coordenar a composição da mesa e abertura do evento, seguindo protocolos das autoridades presentes;
- Coordenar o tempo dos palestrantes e convidados com palavra para que os horários sejam cumpridos;
- Coordenar o café, água e comida nos intervalos;
- Manter o local e os banheiros sempre limpos;
- Gravar e fotografar o evento;

VERSÃO PRELIMINAR PARA DISCUSSÃO - SETEMBRO/2003

- Dar atenção a todos os convidados através dos coordenadores do evento e da equipe de apoio que deverão estar atentas a esta demanda;
- Procure cadastrar todos os presentes e confirmar seus endereços e melhor forma para comunicação;
- Abra um espaço para manifestação ativa dos participantes, como um livro de dedicações e sugestões.

Dias seguintes ao evento:

- Escreva e encaminhe uma carta de agradecimento aos participantes, em especial, aos palestrantes e convidados especiais;
- Escreva um artigo e envie para a mídia que esteve presente ou não;
- Escreva um agradecimento especial a todos os parceiros envolvidos;
- Devolva todos os equipamentos locados;
- Revele as fotos e encaminhe aos principais envolvidos e mídia local;
- Coloque um balanço do evento no web site.

ANEXO IV

MOBILIZAÇÃO COMUNITÁRIA PARA A SEMANA DA ÁGUA

MOBILIZAÇÃO COMUNITÁRIA PARA O DIA E A SEMANA DA ÁGUA

○ envolvimento comunitário é de essencial consideração para o sucesso e perenidade de ações para o uso racional da água.

A comunidade deve ser envolvida e motivada frente às necessidades de uma boa saúde e, portanto, frente à importância de um adequado abastecimento de água e saneamento nas comunidades.

Ninguém pode ser excluído desta tarefa e de parte da sua responsabilidade frente a este importante desafio. O desenvolvimento sustentável depende do envolvimento direto da comunidade nas ações e processos que visam obtê-lo.

Assim, os bons resultados dependeram do entendimento da sociedade, e cada grupo social que a integra, sobre a consciente necessidade de sua participação, que deverá ser responsável e informada, para que a tomada de decisões se realize com transparência.

Importante ressaltar que a perenidade da ação e o trabalho sistêmico combinando ações e entes no processo é essencial para o futuro sucesso da empreitada e que a questão água, como já colocada é uma questão de mudança de hábito, ou seja, alteração cultural, onde as ações plantadas hoje só serão colhidas no futuro, nas próximas gerações e é com esta certeza em mente, com a certeza do futuro que estas ações devem ser trabalhadas

Como bibliografia e material de consulta, além dos inúmeros exemplos que constam no anexo deste documento, é recomendada a leitura do “Guia para a Mobilização Comunitária para o Dia Interamericano da Água e a Semana da Água” que pode ser acessado através do site www.cepis.ops-oms.org.

1 O papel dos educadores

Os educadores são de extrema importância no processo de conscientização para o uso adequado da água, pois estes formam o futuro do país, através do papel que exercem na formação dos seus alunos fazendo com que estes tenham consciência da importância da água e do seu uso, motivando a reflexão destes para a importância do tema.

Como forma de atuação, os educadores podem ser facilmente estimulados a adotar o tema água durante suas atividades, programando aulas e atividades específicas para propiciar o entendimento, conscientização e sensibilização dos alunos e através destes seus pais e mães, familiares, vizinhos e toda a sociedade.

Com o estímulo dos educadores, podem surgir o desenvolvimento das capacidades humanas e institucionais favorecendo a melhoria das condições atuais nas comunidades mobilizadas.

Os educadores devem ser estimulados e capacitados a trabalhar o tema. A seguir, são relacionadas algumas atividades que podem motivar o exercício deste trabalho:

1. Incluir o tema água na matéria que está sendo ministrada;
2. Estimular e promover atividades que envolvam o tema como visitas a ETA Estações de Tratamento de Água, a ETE Estações de Tratamento de Esgotos, promoção de feiras e eventos, promoção de gincanas para o uso racional;

VERSÃO PRELIMINAR PARA DISCUSSÃO - SETEMBRO/2003

3. Estimular o uso racional da água dentro da própria escola, estabelecendo metas e acompanhando os resultados;
4. Promover atividades comemorativas no Dia Mundial da Água;
5. Promover passeatas, envolvendo toda a comunidade conscientizando para a importância do uso racional da água;
6. Elaborar material promocional e instrucional para a realização dos trabalhos internos e externos;
7. Abrir a escola à comunidade, convidando a participar de ciclos de seminários sobre a água;
8. Promover concursos com temas alusivos à água, como desenho, música, poesias, etc.;
9. Promover campanhas de saúde sobre a prevenção de doenças relacionadas com a água;
10. Estimular que os alunos transmitam os conhecimentos adquiridos aos demais, através do envolvimento dele com associações e entidades parceiras de envolvimento comunitário.

Estes são só alguns exemplos das atividades que os educadores podem trabalhar ou estimular dentro da escola, escolas ou comunidade onde está inserido.

2 O papel dos meios de comunicação

Os meios de comunicação devem ser estimulados a inserir o tema em suas chamadas e matérias de interesse público, pois estes têm a possibilidade de chegar a grandes grupos da população, de forma rápida e direta.

Os meios de comunicação podem exercer papel importante na forma de levar a mensagem, fazendo com que todos tenham condições de entender a situação real dos recursos hídricos e dos demais recursos naturais.

De forma direta, os meios de comunicação, como jornais e revistas podem promover colunas específicas para a promoção e discussão do uso racional da água e manter sempre em pauta o assunto, incluindo matérias sobre os recursos hídricos, esclarecendo a população sobre a forma de gestão e de seu papel participativo nesta etapa, como participantes do processo, através dos Comitês de Bacias Hidrográficas.

Os meios de comunicação como emissoras de televisão e rádio, igualmente podem promover programas específicos sobre o tema e podem ser estimulados a incluir mensagens educativas durante seus mais diversos programas, principalmente os programas infantis.

3 Campanhas sobre a água

Para o alcance de bons resultados, é importante que as Campanhas sobre a água se convertam a uma atividade que motive e sensibilize a população.

Preferencialmente, estas campanhas devem percorrer todo o tema, desde o macro ao micro, em outras palavras, deve-se iniciar pela sensibilização local para a situação mundial, para então ser passada a informação local, ou seja, como a comunidade se encontra no momento atual.

VERSÃO PRELIMINAR PARA DISCUSSÃO - SETEMBRO/2003

Outro aspecto importante é enfatizar as possíveis ações que podem ser adotadas para a solução dos problemas. A Campanha não pode se limitar somente a informar o cenário, mas deve informar principalmente o que se espera de cada um para que este cenário mude, motivando a mudança de conduta. Com a informação em mãos, os destinatários da campanha poderão decidir conscientemente como pretendem atuar.

As campanhas devem ter elementos claros de sustentabilidade, com períodos de duração definidos, metas específicas, e renovação possível à medida que se priorizam outros elementos que devem ser trabalhados.

A seguir, serão apresentados alguns critérios orientadores, apresentados no “Guia de trabalho sobre a água”, de 07 de outubro de 2000, que sua observação é importante para o sucesso de uma campanha:

1. A visão do tema (neste caso a água e a ênfase escolhida) deverá ser integral, com inclusão das relações entre a sociedade e a natureza e sua articulação com o desenvolvimento sustentável, como conceito principal de toda a campanha;
2. Os interesses da proteção e manejo adequado da natureza e do recurso água em particular deverão articular-se com os interesses de sobrevivência e bem estar da população;
3. As idéias utilizadas na campanha deverão integrar-se com as ações desenvolvidas pelos vários setores sociais;
4. Essas ações deverão estar integradas entre si para propor uma clara convergência entre os setores e não atividades isoladas.

Para que uma campanha ambiental seja coerente (boa relação entre as partes e o todo) é preciso atender aos seguintes aspectos:

1. Coerência entre o que se pode fazer e as possibilidades reais de que as pessoas o façam (sob o ponto de vista de acesso aos recursos, meios externos que o facilitem, capacitação ou preparação);
2. Coerência entre o que propõe e os resultados razoavelmente alcançáveis e mensuráveis;
3. Coerência entre o que propõe a obter e o interesse da população;
4. Coerência entre o que se quer obter e a qualidade das estratégias a serem adotadas para que os meios que realizam a difusão provoquem um bom impacto;
5. Coerência entre os esforços realizados e os benefícios a serem obtidos;
6. Coerência entre o setor principal ao qual se dirige a campanha e as formas de expressão e comunicação do referido setor.

ANEXO V

CURSO I GESTORES DOS SERVIÇOS DE ABASTECIMENTO

CURSO I: GESTORES DOS SERVIÇOS DE ABASTECIMENTO

Neste anexo, consta o conteúdo, conforme a programação do Curso I, destinado aos Gestores dos Serviços de Abastecimento, da forma constante no item 3.2 do DTA B6, o qual este documento é anexo.

ANEXO VI

CURSO II EQUIPE OPERACIONAL E GERÊNCIA LOCAL

CURSO II: EQUIPE OPERACIONAL E GERÊNCIA LOCAL

Neste anexo, consta o conteúdo, conforme a programação do Curso II, destinado a Equipe Operacional e Gerência Local, da forma constante no item 2.3 do DTA B6, o qual este documento é anexo.