



**Fortalecimento do
Subcomitê Pinheiros-Pirapora**
comunicação institucional, integração e mobilização social

Relatório da Oficina para elaboração de Plano de Comunicação do Subcomitê Pinheiros-Pirapora/AT



13 de agosto de 2010
CIESP Distrital Oeste - SP

0



Governo do Estado de São Paulo
Secretaria do Meio Ambiente





**Fortalecimento do
Subcomitê Pinheiros-Pirapora**

comunicação institucional, integração e mobilização social

Facilitação Oficina

Rosi Cheque – Sinapse Agência de Notícias Ltda.

Mônica Pilz Borba – 5 Elementos

Caroline Sanches – 5 Elementos

Cecília Santarém – 5 Elementos

Relatoria

Sinapse Agência de Notícias Ltda.:

Rosi Cheque (complementação de dados)

Sandra Mastrogiacomio (relatoria oficina)

Vivianne Amaral (edição final)

Fotos

Caroline Sanches

Rosi Cheque

Sandra Mastrogiacomio





Sumário

Relação de participantes da oficina.....	3
Introdução.....	4
Recepção e café da manhã.....	5
1° P – Problemas.....	7
2° P – Públicos.....	12
3° P – Produtos.....	19
4° P – Plano de Comunicação.....	22
Matriz de produtos da oficina.....	23
Avaliação.....	24
Avaliação consolidada.....	27



Participantes da Oficina

	NOME	INSTITUIÇÃO
Membros do Subcomitê Pinheiros-Pirapora / AT		
01	Carlos Eduardo Guimarães do Nascimento	EMAE
02	Patrícia Bittencourt Pereira	Secretaria de Estado de Habitação
03	Rodrigo Rodrigues Castanho	Secretaria de Estado de Meio Ambiente
04	Cláudia Bittencourt	SABESP
05	Luiz Fernando Daganello Soares	Secretaria de Meio Ambiente de Jandira
06	Juliana Raia	Secretaria de Meio Ambiente de Itapevi
07	Silzeni de Angelo Lopes	Secretaria de Meio Ambiente de Osasco
08	Marcela Meyer	Secretaria de Meio Ambiente de Pirapora do Bom Jesus
09	Ary Alves Ferreira	Secretaria de Meio Ambiente de Barueri
10	Leandro Souza	Secretaria de Meio Ambiente de Carapicuíba
11	Thaisa Carolina Ferreira da Silva	Secretaria de Meio Ambiente de Santana de Parnaíba
12	Pedro Augustín Céspedes Perez	Secretaria do Verde e Meio Ambiente de São Paulo
13	José Carlos Martinho	Prefeitura de Osasco
14	Mônica Pilz Borba	5 Elementos – Instituto de Educação e Pesquisa Ambiental
15	Wilson R. Lopes Pereira	CPMAO
16	Luiz Alfredo Favaretto	CPMAO
17	Guilherme Arb de Oliveira	CIESP Distrital Oeste
Convidados		
18	Edilene Laura Gonçalves	CIESP Distrital Oeste
19	Fábio Paulo Ferreira	CIESP Distrital Oeste
20	Bem Hur Nogueira	CIESP Distrital Oeste
21	Eduardo Fiora	Revista CIESP Distrital Oeste
Equipe de facilitação e relatoria da Oficina		
22	Rosi Cheque	5 Elementos / Sinapse Agencia de Notícias Ltda.
23	Cecília Santarém	5 Elementos
24	Caroline Sanchez	5 Elementos
25	Sandra Mastrogiacomio	Acerta Comunicação

Estado

Prefeituras

Sociedade Civil



Introdução

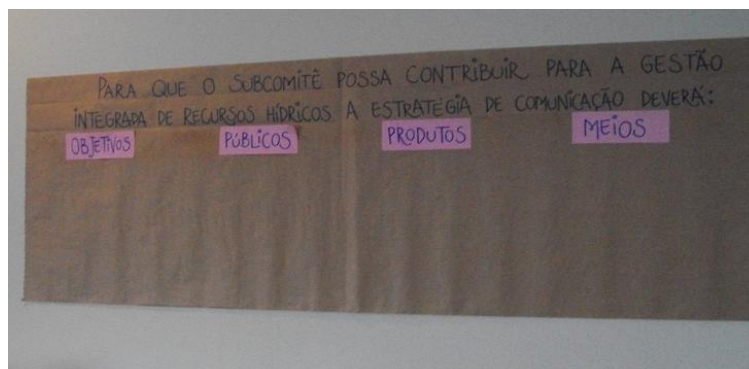
No dia 13 de agosto de 2010, das 8h30 às 17h30, no auditório do CIESP Distrital Oeste, situado à Rua Pio XI, 500, Lapa (SP), foi realizada Oficina Participativa para elaboração de Plano de Comunicação da região Pinheiros-Pirapora. A oficina é uma atividade do projeto *Fortalecimento do Subcomitê Pinheiros-Pirapora/AT: comunicação institucional, integração e mobilização social*, financiado pelo FEHIDRO e em execução pelo 5 Elementos – Instituto de Educação e Pesquisa Ambiental.

A organização e facilitação da oficina foram realizadas pela Sinapse Agência de Notícias e pelo 5 Elementos. A atividade teve como participantes o atual colegiado do Subcomitê e contou com o apoio da Secretaria executiva do Subcomitê Pinheiros-Pirapora, da Câmara Técnica de Planejamento do Subcomitê e do CIESP Distrital Oeste.

O objetivo da Oficina é levantar subsídios e propostas para elaboração de um Plano de Comunicação para o Subcomitê Pinheiros-Pirapora/AT abrangendo o período de outubro de 2010 a dezembro de 2011.

A metodologia referência para o trabalho foi a 4 Ps, desenvolvida pela Conservação Internacional para elaboração de planos de comunicação social em seus projetos de conservação da biodiversidade, que integra as proposições de integrantes não especialistas em comunicação com o olhar dos profissionais de comunicação, responsáveis pela finalização do Plano de Comunicação (4º P). Normalmente é realizada em dois dias de atividade, mas fizemos uma versão de 6 horas de atividades, desenvolvendo os 3 Ps (problema, público e produtos), sendo o 4º P desenvolvido pela Sinapse, a partir dos materiais produzidos na Oficina e com validação de proposta preliminar do Plano por todos os participantes.

A seguir, apresentamos um relato das atividades e os principais produtos da Oficina.



Matriz para sistematização da produção da oficina.

Recepção e Café da manhã

Os convidados começaram a chegar a partir das 8h15 e foram recepcionados com café da manhã, oferecido pelo 5 Elementos e CIESP.

Os convidados foram orientados para assinar a lista de presença, bem como a confeccionar seu próprio crachá. Para tanto, ofereceu-lhes cartão, canetinha, pincel, giz de cera e lápis de cor.



Thaísa, de Santana de Parnaíba, assina lista de presença. Fernando, de Jandira, desenha crachá.

Abertura das atividades

Às 9h20, foi realizada a abertura da Oficina pelo Diretor Titular do CIESP Distrital Oeste, Fábio Paulo Ferreira, que deu as boas vindas dizendo estar muito feliz em receber a todos. Falou da importância de eventos similares na instituição e da parceria do CIESP com o 5 Elementos e com o Subcomitê Pinheiros-Pirapora para a realização da oficina.

Fábio Ferreira disse ser norma do CIESP registrar em forma de áudio, fotos e texto (notas para a revista) os eventos realizados na instituição e destacou a importância do uso dos microfones nas atividades. Desejou um bom trabalho para todos e passou a palavra para Mônica Pilz Borba, do 5 Elementos e vice-presidente do Subcomitê Pinheiros-Pirapora.

Mônica deu início aos trabalhos, lendo a programação do dia e solicitou atenção, foco e criatividade. “Por ser o dia de trabalho intenso, peço a todos que colaborem e evitem abandonar a oficina antes de sua conclusão”, sublinhou. Foi realizada uma rodada de apresentação de todos os presentes.

Em seguida, Mônica Borba discorreu sobre o projeto *Fortalecimento do Subcomitê Pinheiros-Pirapora/AT: comunicação institucional, integração e mobilização social*.



“A oficina faz parte do projeto Fortalecimento do Subcomitê que acontece desde 2005. Essa é a quarta etapa do projeto e a ideia, hoje, é exatamente fazer um diagnóstico da nossa comunicação, identificar os problemas e buscar um caminho sobre como podemos melhorar nessa comunicação”, explicou Borba.

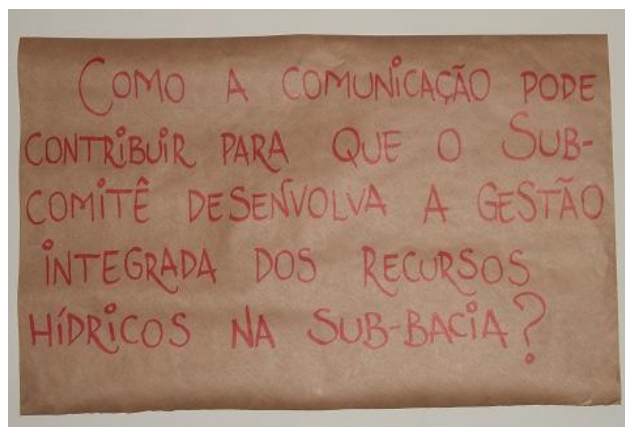


Mônica Borba dá início aos trabalhos

A palavra foi passada para a jornalista Rosi Cheque, também assessora do projeto Fortalecimento do Subcomitê e uma das facilitadoras da oficina, que descreveu as atividades dando um breve histórico da metodologia e do emprego da estratégia dizendo que a oficina 4P foi criada pela ong Conservação Internacional. Aicineira explicou que os quatro “P” derivam de quatro etapas essenciais da oficina: Problemas (primeiro P), Público (segundo P), Produtos (terceiro P) e Plano de Ação (quarto P). “A oficina tem como diferencial o planejamento participativo”, destacou.

A metodologia de facilitação utilizada tem como apoio a utilização de murais de papel e registro em cartelas, de forma que toda a produção coletiva é registrada, permitindo uma visão permanente do desenvolvimento do processo e dos produtos.

Para que os participantes não perdessem o foco, Cecília de Santarém afixou na parede um cartaz com o tema central da oficina “Como a comunicação pode contribuir para que o Subcomitê Pinheiros-Pirapora desenvolva a gestão integrada dos recursos hídricos na sub-bacia?”.



Manter o foco dos participantes



1° P: Problemas

Essa etapa da oficina foi dividida em cinco passos: exposição do cenário, identificação dos problemas, sistematização dos problemas, priorização dos problemas e transformação dos problemas em objetivos.

Carlos Nascimento, secretário executivo do Subcomitê foi convidado a relatar o cenário da atuação do Subcomitê Pinheiros-Pirapora/AT. Para que os problemas fossem identificados de forma contextualizada, Nascimento destacou os diversos problemas relacionados aos recursos hídricos, bem como sobre os desafios do Subcomitê de se fazer conhecer e fazer com que cada representante assuma sua representatividade e participe de suas atividades.

Os problemas identificados na apresentação de Carlos Nascimento foram registrados num papel mural onde foram acentuados os pontos fortes (cartela azul) e fracos/problemas (cartela rosa). Na oportunidade, Pedro Perez, da SVMA/SP, explicou aos participantes as diferenças entre causas e consequências.

Foi solicitado aos participantes que complementassem os problemas ou desafios apontados por Carlos Nascimento, podendo acrescentar ou agrupar esses problemas, pois tais informações seriam essenciais para a definição dos objetivos da oficina, uma vez que estes representam os pilares sobre os quais serão construídos os três “P” seguintes.

Mônica Borba solicitou a todos para que refletissem nos problemas ou desafios de comunicação do Subcomitê em diferentes perspectivas, considerando aspectos políticos e institucionais.

Inicialmente foram levantados oito problemas:

Lista de problemas levantados (1ª parte)

1. Desconhecimento da existência do Subcomitê / Desconhecimento da finalidade do Subcomitê.
2. Como motivar a participação? (além do dinheiro).
3. Subcomitê não tem símbolo/marca/logo.
4. Falta melhorar a compreensão do conceito de representação.
5. As pessoas não assumem responsabilidades (a resolução dos problemas).
6. Falta de entendimento sobre Meio Ambiente e Recursos Naturais (conceito).
7. Melhorar aproximação com a mídia/imprensa local.
8. Horário das reuniões do Subcomitê.

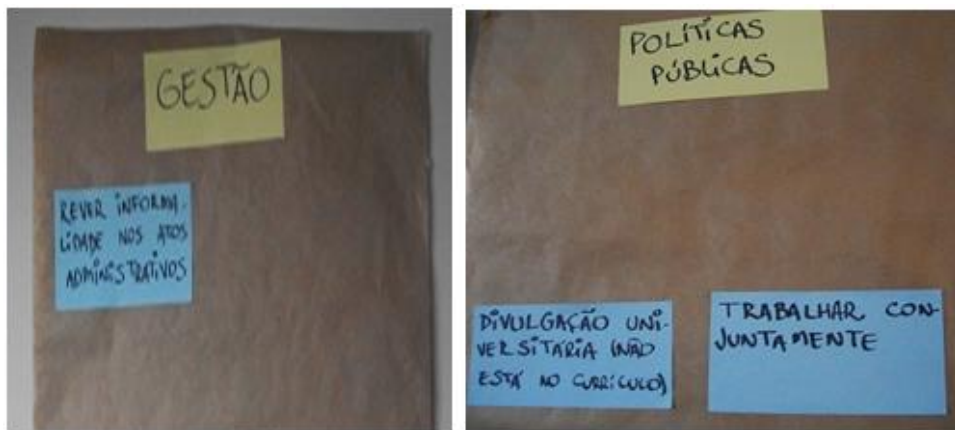
Em relação ao relacionamento com a mídia, Rosi Cheque informou que esta atividade já está sendo desenvolvida no Projeto Fortalecimento do Subcomitê, pela assessoria de comunicação. Segundo Rosi, a mídia local recebe convite/pauta de todas as reuniões do Subcomitê. “A imprensa tem recebido aviso de pauta e de eventos, como a oficina para o Plano de Comunicação. Alguns jornais têm participado e colaborado na divulgação de ações do Subcomitê, conforme comprovado em relatórios de clipagem que são enviados mensalmente para Carlos Marx, Carlos Nascimento, Mônica Borba, Guilherme Arb e todos os membros do colegiado do Subcomitê”.

Após a leitura de problemas levantados, foi solicitado a todos complementar com problemas considerados relevantes, mas que não constavam na primeira lista. Os participantes complementaram a tabela indicando os seguintes problemas:

Lista de problemas - complementação (2ª parte):

- Falta articulação com órgãos públicos / falta articulação com os responsáveis institucionais;
- Destruição da mata ciliar;
- O tema Meio Ambiente/Recursos hídricos não está no currículo das universidades, necessidade de articular com as instituições de ensino;
- Desconhecimento do conceito de gestão dos recursos hídricos por bacia hidrográfica;
- O conceito de gestão dos recursos hídricos por bacia hidrográfica não está internalizado pelos gestores e pela sociedade.
- Não se trabalha por Bacia Hidrográfica / não há planejamento conjunto de ações pelos municípios;
- Não há igualdade (falta articular igualdade);
- Dificuldade de encontrar dados no site FEHIDRO (sugestão: usar como modelo os sites IPA / SMA / Coordenadoria Recursos Hídricos);
- Rever informalidade nas relações institucionais;
- Maioria dos membros do Subcomitê não sabe elaborar projetos para o FEHIDRO, por isso, a necessidade de capacitação sobre elaboração de projetos.

A seguir foi realizado o agrupamento de problemas que foram organizados em 4 grupos temáticos: Comunicação, SGRH, Gestão do subcomitê e Políticas Públicas. Mônica Borba explicou que a priorização de problemas iria focar apenas nos problemas do grupo Comunicação.



Sistematização e agrupamento dos problemas

Na sequência, os facilitadores da oficina solicitaram para que todos lessem e, se necessário, reagrupassem os problemas. Mônica Borba pediu aos participantes que votassem nos três principais problemas. Nesse momento, Cecília e Rosi distribuíram cartões com os números 1, 2 e 3. Cada cartão tinha um peso: Azul (3 pontos), Vermelho (2 pontos) e preto (1 ponto). A seguir foi realizada a votação.



Priorização dos problemas por meio de votação



Os três problemas mais votados foram: A) Conhecer a existência do Subcomitê / para que serve /compreender o conceito de representação; B) Como motivar a participação no subcomitê, além do dinheiro; e E) Ausência de aproximação com as mídias/imprensa local.

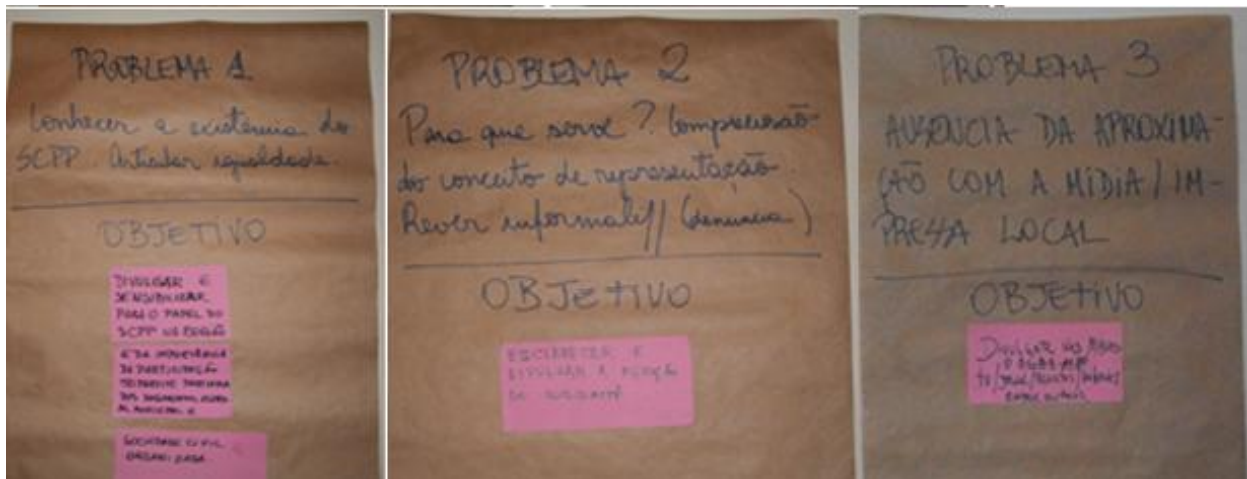
Em seguida, os três problemas escolhidos como prioritários foram reformulados e transformados nos objetivos da estratégia de comunicação. Para tanto, os participantes se dividiram em três grupos e cada grupo pensou nos objetivos do problema proposto. Depois, cada grupo apresentou uma síntese dos objetivos. Os objetivos foram fixados posteriormente na matriz.

Resultado da votação

Problema	Cartela 1	Cartela 2	Cartela 3	Total	Colocação
A) Conhecer a existência do Subcomitê / para que serve / compreender o conceito de representação	24	12	2	38	1º lugar
B) Como motivar a participação no subcomitê, além do dinheiro	12	10	2	24	2º lugar
C) Informar sobre o conceito de Meio Ambiente e Recursos Naturais / rever horário das reuniões do Subcomitê / rever informalidade	0	4	2	6	6º lugar
D) Informar sobre o conceito de gestão ambiental por bacia hidrográfica	3	2	3	8	4º lugar
E) Ausência de aproximação com as mídias/imprensa local	6	0	4	10	3º lugar
F) Símbolo/marca/logo do Subcomitê (E.P.A. e SMA - usar estes sites como modelo)	0	4	3	7	5º lugar
G) Articulação com órgãos públicos executores	6	0	1	7	5º lugar
H) Pessoas assumirem responsabilidades / site SIGRH é desmotivante	0	2	0	2	7º lugar



Problema 1: Conhecer a existência do Subcomitê / para que serve/ compreender o conceito de representação
Objetivos: <ul style="list-style-type: none">• Divulgar/informar a existência do SCPP.
Problema 2: Como motivar a participação no subcomitê, além do dinheiro
Objetivos: <ul style="list-style-type: none">• Aumentar a participação tripartite paritária dos segmentos (Estadual, Municipal e sociedade civil organizada) no SCPP.• Informar o terceiro setor sobre a existência do SCPP.• Informar escolas/universidade sobre a existência do SCPP.
Problema 3: Ausência de aproximação com as mídias/imprensa local
Objetivo: <ul style="list-style-type: none">• Divulgar na mídia local (revistas, jornais, internet e outros) o Subcomitê.



Os três principais problemas são transformados em objetivos



2° P: Públicos

Na metodologia, o segundo “P” (públicos) identifica e prioriza os públicos que a estratégia (Plano de Comunicação) pretende atingir, incluindo todos os atores nos níveis locais, regional e estadual.



Após seleção dos três problemas prioritários, os participantes escolhem em que grupo deseja ficar

Os facilitadores da oficina explicaram que o “público” é o conjunto de segmentos sociais que contribuem para a solução dos problemas identificados. Para identificar os públicos prioritários foi solicitado se pensar no perfil, comportamento e nas recompensas que cada público busca. Essa parte da oficina foi dividida em cinco etapas: levantamento de públicos potenciais, sistematização dos públicos, definição públicos prioritários, desenho do perfil do público e apresentação dos perfis. Foi explicada a todos a diferença entre público-foco e beneficiário.

Para identificar o perfil do público, a facilitadora Cecília de Santarém solicitou a atenção e pediu para que todos refletissem, discutissem e respondessem a três perguntas:

1) Quem sou? (Nível educacional, hábitos de consumo e lazer, renda média, como se informa, sabe alguma coisa sobre recursos hídricos.

- 2) Quem atitudes desejamos que tenha? O que ele deve mudar para contribuir com o objetivo? Por que não fez isto ainda?
- 3) Que benefícios terá se fizer o que queremos?

Os facilitadores também reforçaram que todos listassem e sugerissem públicos principais relacionados aos problemas e objetivos já selecionados. Este público-alvo deveria incluir pessoas que estão direta e indiretamente ligadas aos problemas/objetivos.

Observou-se grande dificuldade geral em se pensar nos públicos. Eduardo Fiora, jornalista e editor da Revista CIESP, colaborou no sentido de esclarecer quem pode ser o público direto e o público indireto de um plano. As jornalistas Sandra Mastrogiacomio e Rosi Cheque circularam entre os grupos orientando e tirando dúvidas dos participantes sobre como pensar nos públicos dos problemas/objetivos selecionados.

Todas as sugestões de público foram anotadas no flip chart e depois em cartelas afixadas na parede. Foram identificados os seguintes públicos:

- 1 - Nós mesmos (representantes do Subcomitê) cujo objetivo é esclarecer e divulgar a função do Subcomitê;
- 2 - Mídia/imprensa (editores e repórteres de TVs, rádios, jornais, revistas, sites informativos e blogueiros) com a finalidade de divulgar mais o site do Subcomitê e ações, bem como divulgar o Subcomitê nos sites das prefeituras da região Pinheiros-Pirapora e também em sites de ongs da região;
- 3 - Administração pública: Prefeituras da sub-bacia e órgãos estaduais da área de meio ambiente;
- 4 - Sociedade civil, instituições educacionais; professores; lideranças; universidades/pesquisadores; membros de conselhos de meio ambiente.

Público: administração pública	
Perfil de público Prefeituras	Perfil de público Estado
<p>Contexto profissional e funções</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prefeitos • Secretários ligados à área • Corpo técnico das secretarias ligadas à área • Representação (Estado e Prefeitura decidem a representação que é geralmente de formação técnica ou universitária) <p>Como se informa?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Informação recebida por site e pela imprensa oficial do município <p>O que funciona na comunicação com este público: formalidade.</p>	<p>Contexto profissional e funções</p> <ul style="list-style-type: none"> • Corpo técnico representativo (todos) • Secretaria de Meio Ambiente (SMA) • CETESB • Secretaria de Energia e Saneamento (SES) • Sabesp • DAEE • EMAE • SDHU • Secretaria de Habitação (SH) • Secretaria de Desenvolvimento Social (SEADS) • Secretaria de Educação (SEE) <p>Como se informa?</p> <ul style="list-style-type: none"> • site e informativos eletrônicos internos



Público interno: integrantes do colegiado do Subcomitê

Contexto profissional e funções: gestores e técnicos do Estado / Municípios / Organizações da Sociedade Civil.

Perfil: predominantemente nível superior; leitura; música. Gosta de cuidar de plantas; passear em parques; cuidar de animais; praticar esportes; pescar; espetáculos; ganha de 4 a 10 salários mínimos.

Como se informa? Internet; jornal; televisão; rádio; revista.

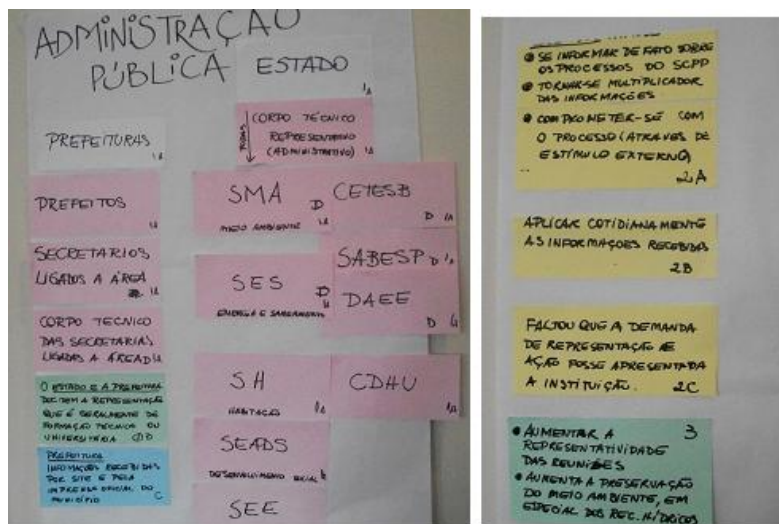
Conhecimento sobre recursos hídricos numa escala de 0 a 10: 5 a 8 em média.

Que atitudes desejamos que tenha? Compromisso; continuidade; respeito; tolerância; entendimento do seu “papel”. Que se consolide como grupo de trabalho; desenvolver foco conjunto, articulação e desenvolvimento de parcerias com agendas compartilhadas e projetos conjuntos, compartilhar conhecimentos para gestão ambiental.

Benefícios que terá com a atuação no subcomitê: Potencializar os indivíduos para ampliar seu “raio” de ação para a melhoria da qualidade ambiental da bacia; e ampliar a visibilidade do subcomitê na bacia.

Falta neste público: atitude, comprometimento, demanda de representação e aplicação das informações.

Os participantes discutiram ainda sobre a necessidade de todos se informarem de fato sobre os processos do Subcomitê e tornar-se multiplicador das informações; comprometer-se com o processo (através de estímulo externo); a demanda de representação e ação deve ser apresentada para a instituição; dever de aplicar cotidianamente as informações recebidas; necessidade de aumentar a representatividade nas reuniões do Subcomitê; necessidade de aumentar a preservação do Meio Ambiente, em especial a dos recursos hídricos.



Participantes identificam públicos e perfis



Sobre o que “não funciona” com o público os participantes responderam: comunicados oficiais e produtos formais; táticas específicas (formalidade); mensagens que estejam diretamente ligadas aos interesses do poder público; e possibilidade de hostilidade à imagem da instituição. Sobre “O que funciona”: aumentar a representatividade das reuniões; e aumentar a preservação do meio ambiente, em especial dos recursos hídricos.

Sobre o que se espera desse público, os participantes responderam:

Atitudes:
<ul style="list-style-type: none">• Busquem informações espontaneamente• Contribuam com a divulgação• Se preocupem com a preservação das matas ciliares• “Cavem” espaços (na mídia local) para divulgar matérias de Meio Ambiente / Recursos Hídricos• Falta de demanda• Pessoas mais informadas/críticas sobre os recursos hídricos

Quando os participantes terminaram suas indicações, cada grupo elegeu um representante para falar sobre os públicos identificados. Cecília de Santarém fixou na parede um mural com os públicos. Após a votação, foi contabilizada a pontuação e escolhidos então os públicos-alvo para o Plano. Cada participante elegeu os três principais públicos segundo suas percepções.



Foto 1: Grupo discute sobre perfil do público interno.



Foto 2: Facilitadora esclarecendo dúvidas.

Por consenso, foram escolhidos três grupos de trabalhos que trilharam os seguintes públicos: interno (Subcomitê); mídia local/veículos de comunicação; e administração pública (municípios e Estado).



Foram eleitos os seguintes públicos para o Plano de Comunicação. Para o primeiro problema “conhecer o subcomitê” ficou decidido que seriam as mídias locais e as administrações públicas. Para o segundo problema “compreensão do conceito” ficou decidido que o público seria o colegiado do Subcomitê. Para o terceiro problema “aproximação com a mídia local” foram sugeridos os seguintes públicos: mídia (editores, repórteres, chefes de redação), coordenadores/responsáveis pela comunicação dos sites das prefeituras dos municípios, bem como do Estado.

Nos municípios encontram-se as prefeituras e seus públicos: prefeitos, secretários e corpo técnico das secretarias. Os participantes lembraram que a Prefeitura e o Estado decidem a representação (que geralmente é de formação técnica ou universitária). Prefeituras: informações recebidas por site e pela imprensa oficial do município.

No público externo, nesse caso o “Estado”, encontra-se todo o corpo técnico administrativo como SMA, CETESB, SES (Energia e Saneamento), Sabesp, DAEE, EMAE, Secretaria de Habitação (SH), CDHU, SEADS (Secretaria Estadual de Desenvolvimento Social), SEE (Secretaria Estadual de Educação). Nesses há o site e os informativos eletrônicos internos.



Grupo discutindo sobre o público “mídias locais”

A facilitadora Rosi Cheque orientou o grupo que trabalhou as mídias locais. No “quem sou?” esclareceu que o jornalista/profissional de comunicação coleta e dissemina as informações/notícias. As informações recebidas por esses profissionais vêm das assessorias (de prefeituras, empresas, ongs, etc.), internet (sites oficiais do governo, sites de instituições de pesquisa, de pesquisadores/formadores de opinião, etc.).



Sobre o que é esperado da mídia foi dito: participação no Subcomitê e disseminação de informações sobre o tema “recursos hídricos” e, em contrapartida, o veículo de comunicação ganha fontes, novos públicos, apoio/patrocínio, etc.

O grupo que discutiu sobre as “mídias locais” indicou jornais, rádios, carro de som, imagens (como foto, banner, ou outro), internet e revistas. Sobre o nível educacional colocou entre superior e médio. Sobre os hábitos de consumo e lazer foram levantados cinema, TV/Cabo, parques, viagens, barzinhos, leitura (jornal e revista) e internet. Sobre como esse público se informa foram levantados TV, revistas, Internet, rádio, jornais, shows, festas.

Sobre as atitudes das mídias locais, o grupo ressaltou: que busquem informações espontaneamente; que contribuam com a divulgação; que se preocupem com a preservação das matas ciliares; que abram espaço para divulgar matérias/artigos/pesquisas sobre Meio Ambiente e sobre Recursos Hídricos.

Sobre o que o grupo espera deste público, a resposta foi que eles sejam mais informados e que os jornalistas sejam mais críticos sobre os recursos hídricos.



Público mídia local (repostas das perguntas)				
Mídia Local	Nível Educacional	Hábitos de consumo/lazer	Como se informa	O que sabe sobre recursos hídricos (1 a 10)
Jornais com circulação restrita	Superior	Cinema TV/cabo Parques	TV Revistas Internet	5
Rádio	Superior	Viagens Cinema	Rádio	3
Carro de som	Médio	Barzinho Cinema	Jornais Internet	0
Divulgação visual impressa	Médio	Jornal Revista	Shows Festas	0
Internet	Todos os níveis	Internet	Internet TV Rádio	2
Revistas	XXXX	Cinema	Revistas TV	5



Cecília explica próximos passos



Matriz da oficina sendo preenchida

3º P: Produtos

Mônica Borba fez uma breve avaliação dos resultados alcançados nas etapas anteriores (problemas, objetivos e públicos) e apresentou o terceiro “P” (produto). Por volta das 15h00, deu-se início a terceira etapa da oficina.



Mônica Borba explica próximos passos: produtos



Na metodologia, no terceiro “P” (produtos) os participantes da oficina devem listar os produtos e as ferramentas de comunicação imprescindíveis e adequadas para atingir os públicos, sempre de acordo com os problemas e as realidades de cada público e mercado.

“Produtos”, explicou Borba, são ferramentas ou atividades produzidas e organizadas para atingir os públicos identificados. Essa etapa da oficina também teve cinco passos: listar mídia local/regional; levantamento de produtos potenciais; definição produto (público prioritário); apresentação produtos levantados; e definição dos produtos prioritários.

Foi explicado que no terceiro “P” os participantes deveriam identificar e elaborar uma lista de todos os meios/produtos de comunicação no contexto da região Pinheiros-Pirapora. Houve uma explosão de sugestões que foram complementadas com a “Lista de ferramentas e veículos de comunicação” e com o material “Guia de Mídias” entregues para cada grupo.



Foto 1: Leandro selecionando ferramentas.

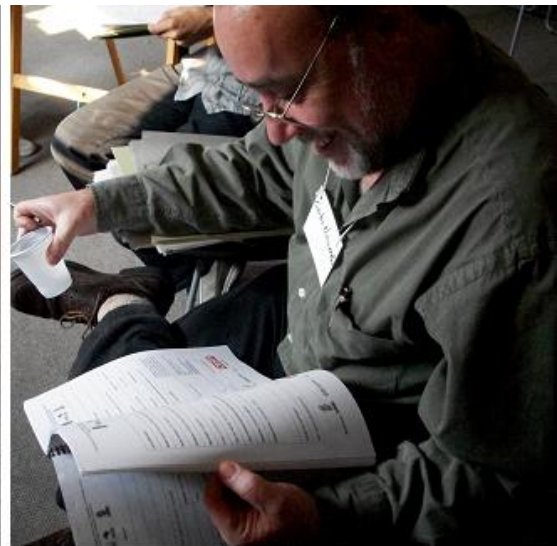
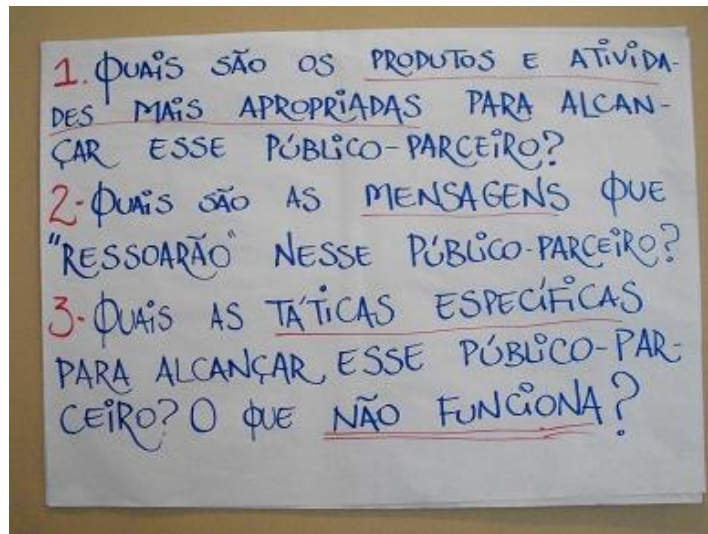


Foto 2: Carlos Nascimento folheia Guia de Mídias.

Para estimular a criatividade dos participantes e, assim, acontecer a “explosão de ideias”, foi fixado na parede um cartaz com as perguntas: Quais são os produtos e as atividades mais apropriadas para alcançar esse público-parceiro? Quais são as mensagens que ressoarão nesse público-parceiro? Quais as táticas específicas para alcançar esse público-parceiro? O que não funciona?

Em “mídias locais” foram identificados os seguintes produtos: documentário (explicar tecnicamente o Subcomitê / Recursos hídricos); apresentação em PowerPoint para grupos específicos; internet (blog, Twitter do Subcomitê); sugestões de pauta; apresentar dados de pesquisa/gráficos para a mídia.



Perguntas orientadoras sobre produtos de comunicação.

Produtos levantados pelos participantes: cobertura de evento / pesquisa, reportagens / matérias, boletins, e-mail, shows, documentários, release, aviso de pauta, CD (apresentação em PowerPoint sobre Subcomitê, dados/gráficos), documentários, Twitter, grupos eletrônicos, cartaz, site, boletim. Além da satisfação pessoal, um dos ganhos apontados foi a contribuição para a melhoria dos recursos hídricos.

A seguir foram definidos quais os meios e ferramentas adequados para atingir os públicos escolhidos para o Plano de Comunicação. Aos participantes foi solicitado pensar nas seguintes perguntas: Quais os produtos e atividades mais apropriados para alcançar este público-alvo? Quais são as mensagens que ressoarão neste público? Quais as táticas específicas para alcançar este público?

Produtos para as mídias locais (veículos de comunicação)

- Documentário (explicar tecnicamente)
- Apresentação em PowerPoint para grupos específicos (redatores, editores, etc.)
- Internet (Blog / Twitter)
- Produção de sugestão de pauta, etc.
- Apresentar dados/gráficos (não impor)
- Convivência com o problema ambiental (elevar a importância dos mesmos em razão da pegada ambiental para possibilitar a fluências das ações do subcomitê.

Pensando-se na relação objetivos/públicos, foram selecionados os seguintes produtos: banners, bolsas, sugestão de pautas, evento para comemorar o 13º aniversário do Subcomitê, a ser realizado em setembro; oficinas, visitas monitoradas, mural, documentário (explicando tecnicamente o Subcomitê), PowerPoint sobre a história do Subcomitê para a mídia (com CD para multiplicação), comunicados oficiais e produtos

formais para os municípios e para o Estado; e releases e avisos de pauta para a mídia local, apresentação em PowerPoint para grupos específicos.

4° P: Plano de Comunicação

O quarto “P” é a última etapa da metodologia e é onde acontece a criação de um Plano de Ação (plano de comunicação) coerente, reunindo todas as informações adquiridas ao longo do dia. Essas informações são colocadas em uma matriz com um cronograma temporal, de parcerias e orçamentário.

Mônica Borba explicou aos participantes que o Plano de Comunicação será criado a partir das análises das informações elaboradas na oficina. O diagnóstico será feito por Vivianne Amaral e Rosi Cheque que farão a revisão da matriz, depois vão elaborar o Plano preliminar que será encaminhado para os participantes da oficina para contribuições finais e, desta feita, finalizar o Plano.

Os facilitadores informaram ainda que a matriz de integração dos dados levantados será feita em até 20 dias úteis. Uma vez finalizado, o Plano de Comunicação deverá orientar as ações de comunicação, no período de novembro de 2010 a dezembro de 2011. O produto final estará disponível no site Pinheiros-Pirapora (www.pinheirospirapora.org.br).

Rosi Cheque e Cecília de Santarém distribuíram ficha de avaliação para os participantes. O evento foi finalizado com uma roda onde todos de mãos dadas se entreolharam e expuseram seu sentimento e sua percepção das atividades do dia. Mônica Borba sugeriu que o dia fosse resumido em uma palavra. Alegria, produtividade, amor, desafio vencido, participação, trabalho em equipe e sabedoria foram algumas das palavras ditas.



Encerramento da oficina e agradecimentos



Matriz			
Para que o Subcomitê possa contribuir para a gestão integrada de recursos hídricos a estratégia de comunicação deverá:			
Problemas	Públicos / parceiros	Produtos	Meios
Falta de visibilidade e desconhecimento da existência do Subcomitê: função na política estadual de gestão integrada de recursos hídricos, compreender o conceito de representação (colegiado).	<ul style="list-style-type: none">- mídia Local- administrações públicas- colegiado Subcomitê	<ul style="list-style-type: none">- banners- bolsas- oficinas- visitas monitoradas- mural- comunicados oficiais e produtos formais	<ul style="list-style-type: none">- eventos (como o 13º aniversário do Subcomitê)- apresentação em PowerPoint para grupos específicos sobre a história do Subcomitê- CD para multiplicação
Necessidade de informar e mobilizar para a participação no Subcomitê e consolidar seu perfil tripartite: prefeituras, Estado, sociedade civil e usuários de água.	<ul style="list-style-type: none">- instituições de ensino superior e pesquisa- organizações da sociedade civil- organizações de usuários da água- prefeituras <p>(Todos da sub-bacia)</p>	<ul style="list-style-type: none">- folder,- banner- PowerPoint- texto informativo- documentário	<ul style="list-style-type: none">- eventos, palestras, Informação dirigida, reuniões
Falta de relacionamento com as mídias / imprensa local.	<ul style="list-style-type: none">- mídia local (editores, redatores, etc.)- municípios (prefeituras)- Estado	<ul style="list-style-type: none">- documentário (explicar tecnicamente)	<ul style="list-style-type: none">- eventos (convite/aviso de pauta/release)- blog / twitter- CD para multiplicação- apresentação em PowerPoint para sobre a história do Subcomitê



Avaliação

Ao longo do dia, convidados e representantes dos segmentos Prefeituras, Estado e Sociedade Civil se envolverem no espírito criativo e interativo. Apenas 16 pessoas quiseram responder ao questionário de avaliação, sendo que cinco delas não se identificaram.

Luiz Alfredo Favaretto e Wilson Pereira, do Conselho de Proteção ao Meio Ambiente de Osasco (CPMAO), consideraram, no geral, as atividades boas. Ambos avaliaram como “excelente” o dia. Comparada com outras oficinas nas quais participaram, os educadores consideraram como sendo “muito bom”. “É preciso manter esse processo de aprendizado contínuo de capacitação dos membros do Subcomitê”, relatou Alfredo.

A representante da Secretaria de Meio Ambiente de Santana de Parnaíba, Thaisa Caroline Ferreira Silva, considerou excelentes a apresentação do conteúdo, os recursos utilizados na apresentação da metodologia, exercícios e equipe/facilitadores.

Claudia Bittencourt, da Sabesp, considerou todo o trabalho excelente, desde conteúdo e organização à metodologia e equipe. Disse ter gostado de tudo e ressaltou que as atividades não foram cansativas. Além disso, o processo foi participativo e construtivo. Em sua avaliação, considerou a capacitação global como excelente e no quesito comparativo com outras capacitações em que já participou considerou muito bom. “Eu já conhecia a metodologia e também participei de uma Oficina 4P. Nesta eu adorei tudo”.

Para Silzeni de Angelo Lopes, da Secretaria de Meio Ambiente de Osasco, as atividades foram, no geral, boas. Comparada esta oficina com outras nas quais que já participou, a professora considerou muito boa. A representante da Secretaria de Habitação, Patrícia Bittencourt Pereira, avaliou a oficina também como sendo boa e avaliou como sendo “igual” a capacitação de hoje comparada com outras nas quais já participou. Destacou a relevância de enviar previamente por e-mail o material a ser usado.

O representante da Secretaria de Meio Ambiente de Carapicuíba, Leandro de Souza Martins, disse ter sido a experiência muito boa e as atividades produtivas. No geral a capacitação foi excelente. Comparada essa capacitação com outras, Leandro considerou muito bom. “O dia foi muito bom. Os materiais escritos, a equipe e os facilitadores foram excelentes”.

Marcela Meyer, secretária de Meio Ambiente de Pirapora do Bom Jesus, disse que os exercícios práticos realizados, os grupos de trabalho, horário e os facilitadores da oficina foram excelentes. Na avaliação global da capacitação e na avaliação comparativa desta capacitação com outras nas quais já participou, Meyer considerou respectivamente excelente e muito bom. “Sugiro a elaboração de um vídeo onde aborde as belezas e os problemas dos municípios do Subcomitê”.



Juliana Raia, da Secretaria de Meio Ambiente de Itapevi, considerou a compreensão do conteúdo regular. Já os materiais escritos, grupos de trabalho, horário e facilitadores bons. Para a gestora ambiental foi considerado excelente tanto a metodologia quanto a apresentação e os exercícios práticos. No geral, considerou os trabalhos e atividades como sendo bons.

José Carlos Martinho, da Prefeitura de Osasco, disse ter gostado muito das dinâmicas do dia. Para ele, não foi cansativo. Avaliou como excelente a organização, equipe, facilitadores e local. Considerou bom o horário, conteúdo, o trabalho em grupo, os exercícios e os materiais distribuídos como “lista de ferramentas” e “guia de mídias”. Em sua avaliação global da oficina considerou bom e disse nunca ter participado de capacitações antes. Solicitou seu cadastramento para recebimento do Boletim Pinheiros-Pirapora.

Mônica Pilz Borba considerou como “bom” o conteúdo e apresentação, aplicabilidade de seu trabalho, tempo de discussão, exercícios práticos aplicados, materiais escritos, grupos de trabalho, equipe e facilitador. Considerou excelente o local do evento e os recursos (PowerPoint, vídeos). Em sua avaliação geral considerou “bom”. Comparada com outras capacitações com outras nas quais já participou considerou “muito bom”. Destacou a necessidade de economia de papel e tinta para produzir a avaliação e demais materiais. Considerou regular a organização e o horário.

Thaís Carolina Ferreira da Silva, representante da Secretaria de Meio Ambiente de Santana de Parnaíba, no geral, avaliou como sendo “bom”. Em relação a demais capacitações em que participou considerou “muito bom”. Em sua opinião a equipe/facilitadores, bem como horário, apresentação e compreensão do conteúdo, foi excelente. Avaliou como “bom” os demais quesitos.

Dos cinco que avaliaram e não se identificaram considerou, no geral, a oficina como sendo “bom”. Comparada com outras capacitações nos quais já participou, 1 considerou “muito bom”, 1 nunca participou de capacitações e 3 consideraram “igual”. As demais atividades foram consideradas entre “bom” e “regular”.

Circularam na oficina 30 pessoas. Assinaram a lista de presença Mônica Pilz Borba, do 5 Elementos; Wilson R. Lopes Pereira e Luiz Alfredo Favaretto, do CPAO; Carlos Eduardo Guimarães do Nascimento, da EMAE; Patrícia Bittencourt Pereira, da Secretaria de Habitação; Rodrigo Rodrigues Castanho, da SMA/SP; Ary Alves Ferreira, da Sema Barueri; Leandro Souza, da Sema Carapicuíba; José Carlos Martinho, da Prefeitura de Osasco; Marcela Meyer, da Sema de Pirapora do Bom Jesus; Silzeni de Ângelo Lopes; da Sema Osasco; Juliana Raia, da Sema Itapevi; Luiz Fernando Daganello Soares, da Sema Jandira; Thaís Carolina Ferreira Silva, da Sema Santana de Parnaíba; Edilene Laura Gonçalves; gerente CIESP Distrital Oeste; Fábio Paulo Ferreira, diretor CIESP Distrital Oeste; Bem Hur Nogueira, Marketing CIESP Distrital Oeste; e Pedro Augustin Céspedes Perez, da SMA/SP.



**Fortalecimento do
Subcomitê Pinheiros-Pirapora**

comunicação institucional, integração e mobilização social

Ainda, Sandra Mastrogiacomio, jornalista Acerta Comunicação; Eduardo Fiora, jornalista Revista CIESP Distrital Oeste; Claudia Bittencourt, da Sabesp; Cecília de Santarém Azevedo e Carolina Sanches, do 5 Elementos; e Rosi Cheque, da Sinapse Agência de Notícias / 5 Elementos.



Final da oficina: cada participante foi estimulado a falar sobre suas percepções em uma palavra.



Consolidação da avaliação da oficina					
Itens para avaliar	EXCELENTE	BOM	REGULAR	RUIM	MUITO RUIM
Conteúdo					
Apresentação do conteúdo	5	12	0	0	0
Compreensão do conteúdo	3	11	3	0	0
Aplicabilidade ao meu trabalho	2	11	1	0	0
Organização					
Horários	3	10	3	0	0
Tempo de discussão	3	12	1	0	0
Local	12	4	0	0	0
Metodologia					
Recursos (apresentação em PowerPoint, vídeos)	5	8	2	0	0
Exercícios práticos realizados	5	10	1	0	0
Materiais escritos	3	10	2	0	0
Grupos de trabalho	6	10	0	0	0
Equipe					
Facilitador/ professor	6	10	0	0	0



AVALIAÇÃO GLOBAL DA CAPACITAÇÃO	EXCELENTE	BOM	REGULAR	RUIM	MUITO RUIM
	4	12	0	0	0

Avaliação comparativa desta capacitação com relação a outras dos quais já participou	MUITO BOM	NÃO TÃO BOM	IGUAL	NÃO PARTICIPEI DE OUTRAS CAPACITAÇÕES
	9	0	4	2