

Plano de Comunicação para a Gestão Integrada dos Recursos Hídricos na Bacia do Rio PROVAZ



Projecto de Demonstração para a Gestão Integrada dos Recursos Hídricos na Bacia do Rio ProvaZ, Neves.

São Tomé, S.Tomé e Príncipe
Fevereiro 2015

Plano de Comunicação para a Gestão Integrada dos Recursos Hídricos na Bacia do Rio PROVAZ

Responsável: Ministério das Infraestruturas, Recursos Naturais e Ambiente.

Execução: Direcção-Geral dos Recursos Naturais e Energia

Financiamento: Fundo Global para o Ambiente

Consultoria: Mateus Ferreira

São Tomé, Fevereiro 2015

Resumo

A água é dos recursos naturais vitais para a sobrevivência da humanidade, e as reservas hidrográficas, em quase todo o mundo, estão sob pressão constante, principalmente, nos países onde a concentração populacional é maior. Grande parte da população dos países menos desenvolvidos e até dos países em desenvolvimento ainda não tem acesso à água potável. O crescimento populacional, o aumento da actividade económica e industrial, as mudanças climáticas e o acesso da população à água, como uma das exigências do desenvolvimento sustentável para proporcionar melhores condições de vida às pessoas, um dos desígnios dos Objectivos do Millennium, representam desafios difíceis à humanidade.

A Gestão Integrada dos Recursos Hídricos constitui, por isso, uma evolução progressista e futurista em relação às abordagens tradicionais e habituais dos recursos hídricos, na base de um compromisso e de um esforço racional de todas as partes, responsabilmente interessadas na sua exploração, quer o Estado como a população, de forma a se alcançar esse tão ambicioso desenvolvimento sustentável harmonioso.

Este Plano de Comunicação para a Gestão Integrada dos Recursos Hídricos da Bacia do Rio Prováz pretende estabelecer na base da harmonia um entendimento eficaz e duradouro que promova e conduza à mudanças de atitudes e de comportamentos dos distintos alvos desta estratégia, nomeadamente, as mulheres e raparigas, homens e rapazes que utilizam o rio para as actividades domésticas, económicas, profissionais e lazer, as empresas Rosema e Enco que utilizam também a água do rio Provaz para sua indústria, e chamar a atenção de todas as pessoas que mantêm uma relação indirecta com a bacia hidrográfica, a autarquia, as confissões religiosas, as Ong's ligadas ao rio e ao ambiente, os Órgãos de Soberania, os líderes políticos, a sociedade civil e outros, relativamente, à necessidade de tomada de consciência para a preservação dos recursos hídricos da bacia do rio Provaz, da saúde pública e do meio ambiente, para a vivência e convivência pacífica homem-natureza com vista a esse desejado desenvolvimento sustentável e duradouro.

Índice

Resumo	3
Índice	Erro! Marcador não definido.
Abreviaturas.....	7
1. Introdução.....	8
1.1. O Projecto de Demonstração da Gestão Integrada dos Recursos Hídricos da Bacia do Rio Provaz Recursos Hídricos da Bacia do Rio Provaz.....	8
1.2. Plano de Comunicação para o Projecto de Demonstração da Gestão Integrada dos Recursos Hídricos da Bacia do Rio Provaz.....	9
1.3. Objectivos Gerais.....	9
1.4. Objectivos Específicos	10
1.5. Resultados Esperados	10
1.6. Justificação.....	11
1.7. Contexto Geográfico.....	12
1.8. Contexto Comunicacional.....	12
1.9. Termo “Bacia Hidrográfica”	14
1.10. O Rio Provaz.....	15
1.11. Características da Bacia Hidrográfica	16
1.12. Comunidades Ribeirinhas da Bacia Hidrográfica.....	17
1.13. População da Bacia Hidrográfica	17
1.14. Principais Actividades das Comunidades da Bacia Hidrográfica	17
1.15. Doenças de Origem Hídrica associadas à Bacia Hidrográfica.....	18
1.16. A Cidade de Neves.....	18
1.17. Definição dos Grupos ou Públicos-alvo	19
1.18. Actividades dos Grupos-alvo	21
1.19. Metodologia.....	21
2. Características Gerais das Bacias Hidrográficas do país.....	22
2.1. Recursos por Bacia Hidrográfica.....	22
2.2. Identidade das Bacias Hidrográficas.....	22
2.3. Caracterização Detalhada dos Recursos Hídricos em Termos Quantitativos e Qualitativos	22

2.3.1.	Os Principais Aquíferos	22
2.3.2.	Pluviometria	23
2.3.3.	Recursos Hídricos Subterrâneos (nascentes)	23
2.3.4.	Recursos Hídricos Subterrâneos (furos)	23
2.3.5.	Recursos Hídricos de Superfície (caudal total)	24
2.3.6.	Qualidade Física e Química das Águas Subterrâneas	24
2.3.7.	Qualidade Bacteriológica das Águas Subterrâneas.....	24
2.3.8.	Qualidade das Águas de Superfície.....	25
3.	<i>A Comunicação</i>	25
3.1.	A Importância da Comunicação	26
3.2.	As Funções da Comunicação	27
3.3.	Abordagem Comunicacional e Atitudes Comportamentais em Matéria de Gestão Integrada dos Recursos Hídricos do Provaz.....	28
3.4.	O Carácter Psicológico da Comunicação.....	29
3.5.	As Mensagens de Comunicação	30
3.6.	A Testagem e a Pré-testagem das Mensagens	31
3.7.	Obstáculos à Comunicação	32
3.8.	Meios e veículos de Comunicação de acordo com o Público-alvo.....	33
3.9.	Outros Meios de Comunicação de acordo com o público-alvo.....	34
3.10.	Justificação na definição das acções e meios de comunicação.....	34
3.10.1.	A Comunicação Interpessoal	34
3.10.2.	A Rádio Comunitária, a Rádio Nacional e a TVS.....	35
3.10.3.	Periodicidade dos Programas	36
3.10.4.	Comunicação Visual.....	36
3.10.5.	Cartaz.....	36
3.10.6.	Folhetos.....	37
3.10.7.	Cupons	38
3.10.8.	Escola	38
3.10.9.	Observação	38

3.11. Manter a Assessoria permanente junto à Direcção-geral dos Recursos Naturais e Meio Ambiente durante a implementação do Plano de Comunicação para o Projecto de Demonstração da Gestão Integrada dos Recursos Hídricos na Bacia do Rio Provaz	39
4. <i>Conclusões</i>	39
5. <i>Recomendações</i>	40
6. <i>Bibliografias</i>	40
7. <i>Anexo-I</i>	41
7.1. Conversas com mulheres e raparigas que lavavam roupa e loiça.....	41
8. <i>Cronograma</i>	43
9. <i>Orçamento Estimativo</i>	44

Abreviaturas

RP - Rio Provaz

BRP - Bacia do Rio Provaz

PCPDGIRHBrP - Plano de Comunicação para o Projecto de Demonstração para a Gestão Integrada dos Recursos Hídricos da Bacia do Rio Provaz.

PDGIRHBrP - Projecto de Demonstração para a Gestão Integrada dos Recursos Hídricos da Bacia do Rio Provaz.

GIRHBrP - Gestão Integrada dos Recursos Hídricos da Bacia do Rio Provaz

GIRH - Gestão Integrada de Recursos Hídricos

BH - Bacia Hidrográfica

RH - Recursos Hídricos/Hidrográficos

CArP - Clube de Amigos do Rio Provaz

CGBrP - Comité de Gestão da Bacia do Rio Povaz

EUA - Eficiência de Uso da Água

STP - São Tomé e Príncipe

PC - Plano de Comunicação

I. Introdução

I.1. O Projecto de Demonstração da Gestão Integrada dos Recursos Hídricos da Bacia do Rio Provaz.

O Projecto de Demonstração da Gestão Integrada dos Recursos Hídricos na Bacia do Rio Provaz surge com o objectivo de desenvolver um plano de gestão das Bacias Hidrográficas, tecnicamente propícia para a Bacia do Rio Provaz.

Esse plano de gestão integrada visa permitir a alocação equitativa dos recursos hídricos existentes na bacia do rio Provaz para apoiar o desenvolvimento sustentável das populações locais, protegendo, simultaneamente, a saúde pública, os referidos recursos e o meio ambiente envolvente, com benefícios ambientais, agrícolas, abastecimento da água, saneamento, etc.

A água é dos recursos naturais vitais para a sobrevivência da humanidade, e as reservas hidrográficas em quase todo o mundo estão sob pressão constante, principalmente nos países onde a concentração populacional é maior. Assistimos que grande parte da população dos países menos desenvolvidos e até dos países em desenvolvimento ainda não tem acesso à água potável. Especialistas estimam mesmo que a água poderá ser a causa de grandes conflitos populacionais ou guerras entre países se não se fizer nada para proteger, urgentemente, as Bacias Hidrográficas.

A Gestão Integrada dos Recursos Hídricos constitui uma evolução progressista e futurista em relação às abordagens tradicionais e habituais dos recursos hídricos, na base de um compromisso e de um esforço racional de todas as partes, responsabilmente interessadas na sua exploração, quer o Estado como a população, de forma a se alcançar esse tão desejado desenvolvimento sustentável harmonioso.

A GIRH pressupõe, por isso, delinear políticas e estratégias adequadas para a gestão dos recursos hídricos, identificando problemas e avaliando soluções para as questões da gestão específica da água, que tragam benefícios ambientais, benefícios à agricultura, no abastecimento da água e saneamento do meio. Entre outros objectivos do projecto figuram a protecção da bacia hidrográfica, a prevenção e combate das catástrofes naturais, a redução dos estragos das cheias, a redução da despesa com turismo costeiro, garantindo melhores condições de vida às populações ribeirinhas.

1.2. Plano de Comunicação para o Projecto de Demonstração da Gestão Integrada dos Recursos Hídricos da Bacia do Rio Provaz

Atendendo aos objectivos do Projecto de Demonstração da Gestão Integrada dos Recursos Hídricos da Bacia do Rio Provaz, o Plano de Comunicação para a Gestão Integrada dos Recursos Hídricos da Bacia do Rio Provaz pretende estabelecer na base da harmonia um entendimento eficaz e duradouro que promova e conduza a mudanças de atitudes e de comportamentos dos públicos-alvo, nomeadamente, as populações ribeirinhas, as empresas que utilizam a água proveniente do rio em causa, as pessoas que tem influências sobre as outras, a Autarquia, a Presidência da República, o Governo, os líderes partidários, a sociedade civil, etc, relativamente, à necessidade de tomada de consciência para a preservação dos recursos hídricos da bacia do rio Provaz, a protecção da saúde pública e do meio ambiente, para a vivência e convivência pacífica homem-natureza com vista ao desenvolvimento sustentável e duradouro. Neste plano de comunicação, os aspectos sociais, financeiros e as questões de ordem educacional, cultural e tradicional dos públicos-alvo foram tidos em conta para que fossem instrumentalizados para fins pedagógicos e psicológicos.

1.3. Objectivo Geral

- I. Desenhar uma abordagem comunicacional que se assenta em princípios científicos que leve à mudança de atitudes e de comportamentos dos grupos-alvo que utilizam a bacia do rio Provaz para as suas necessidades domésticas, profissionais e empresariais, assim como de todas as pessoas que mantêm uma relação indirecta com o rio para a correcta utilização dos seus recursos hídricos, no sentido da preservação e protecção simultânea desses recursos, a qualidade da água e a saúde pública.

I.4. Objectivos Específicos

- I. Mudar a atitude negativa e passiva dos grupos-alvo em relação à utilização dos recursos da bacia do rio Provaz, tendo em conta as questões ambientais e a saúde pública.
- II. Promover um conjunto de informações, com funções informativas, educativas, emocionais e persuasivas que promovam e elevam o autoconhecimento e a auto-estima dos grupos-alvo, em relação aos recursos da bacia hidrográfica do Provaz, os cuidados sanitários, a utilização do rio, o consumo da água com qualidade, premiando a vida e o rio.
- III. Sensibilizar a mobilizações de iniciativas que promovam a boa utilização dos recursos hídricos na bacia do Provaz.

I.5. Resultados Esperados

- I. Verificar no prazo de três meses, imediatamente, a seguir à implementação deste Plano de Comunicação, a mudança de comportamento em cerca de 25% dos públicos-alvo, relativamente, à utilização dos recursos do rio Provaz.
- II. Consolidar a mudança progressiva e abrangente dos comportamentos dos grupos-alvo em 100% até ao final da implementação deste Plano de Comunicação e constatar que os recursos do rio Provaz estão seguros, que a água é de boa qualidade e que os índices de doenças de origem hídrica diminuíram significativamente.
- III. Que as informações e as estratégias do presente Plano de Comunicação sejam implementadas e bem-sucedidas, com o apoio, engajamento e influência de todos os públicos-alvo.

1.6. Justificação

A elaboração deste Plano de Comunicação para a Gestão Integrada dos Recursos Hídricos da Bacia do Rio Provaz surge no âmbito do projecto regional *“Implementação da Gestão Integrada dos Recursos Hídricos e das Águas Residuais nos Oceanos Atlântico e Indico”*. É um projecto que visa apoiar seis pequenos Estados insulares em desenvolvimento, os chamados PEID, de que fazem parte no Oceano Atlântico, S.Tomé e Príncipe e Cabo Verde, e no Oceano Indico, as Ilhas Comores, Maldivas, Maurícias e Seychelles. O projecto é financiado pelo Fundo Global para o Ambiente como forma de responder as necessidades de uma eficiente Gestão Integrada dos Recursos Hídricos e uma maior Eficiência de Uso da Água.

Entre as três bacias seleccionadas para o Projecto de Gestão Integrada das Bacias Hidrográficas, nomeadamente, a do rio Papagaio, no Príncipe, e a do rio da Ribeira Afonso, no Distrito de Caué, a Bacia do rio Provaz foi a preferida porque os seus recursos hídricos estão cada vez mais fracos e a perder qualidade. Desconhecem-se ainda as causas desse problema, estando em curso uma investigação da Direcção dos Recursos Naturais e Energia. Além disso, há o problema de na época da chuva haver cheias ao longo de toda a bacia até a foz, em Neves, enquanto na época da Gravana regista-se, precisamente, o contrário; o caudal enfraquece completamente apenas na zona da foz, enquanto no interior da bacia, esse fenómeno não se verifica, o que intriga as pessoas e os próprios técnicos da Direcção dos Recursos Naturais e Energia. Independentemente destes problemas, existe o facto de muito má utilização da bacia do rio pelos grupos-alvo principais, pondo em causa a qualidade dos seus recursos hídricos, a própria sobrevivência do rio, a água e a saúde desses grupos.

O rio Provaz, além de desaguar na cidade de Neves, abastece com água potável toda a população da cidade. A cervejeira ROSEMA utiliza essa água para a produção das suas cervejas. O rio Provaz abastece igualmente os sistemas de combate de incêndios da Empresa de Combustíveis e Óleos, ENCO.

1.7. Contexto Geográfico



Fig. 1

As ilhas de São Tomé e Príncipe, por se localizarem na Linha do Equador a 300 km da costa ocidental do continente africano, possuem um clima tropical húmido, com chuvas abundantes durante quase todo o ano, com temperatura média anual ao nível do mar de 25,6 °C e pluviosidade intensa quase todo o ano. O país tem

apenas duas estações: uma da chuva e outra da Gravana, em que não chove, que vai de Junho a Setembro, mais acentuada na zona nordeste da ilha de S.Tomé, com uma elevada humidade relativa na ordem dos 80 %. O clima das ilhas de STP é fortemente condicionado pelo relevo acidentado, pela corrente quente do Golfo da Guiné, pelos ventos monçónicos e pela translação sazonal das baixas pressões equatoriais. O país tem uma área aproximada de 1001 Km², tendo a ilha de S.Tomé 857 km² e a do Príncipe 144 km². O país possui mais de 50 bacias hidrográficas. As duas ilhas são de origem vulcânica jovens (na escala dos tempos geológicos).

Segundo estudos científicos, calcula-se que a ilha de São Tomé tenha sido constituída entre 10 a 15 milhões de anos, pelo fato das suas bacias hidrográficas serem ainda pouco integradas umas com outras, e a do Príncipe há cerca de 33 milhões de anos.

1.8. Contexto Comunicacional

S.Tomé e Príncipe, pela sua situação socioeconómica, a população não está totalmente exposta a pressão da comunicação. Não porque não haja tecnologia nem meios humanos e materiais disponíveis, mas, principalmente, porque devido as características do próprio meio social, em termos co-habitacionais e familiares, o relacionamento entre as pessoas é mais comum. As dificuldades de entendimento que

¹ Mapa de S.Tomé e Príncipe. Fonte: Google.

surgem devem-se a questões de ordem educacional, escolar e financeira. Por isso e por outras, independentemente, dessas questões, a população habituou-se muito, e essa tendência ganha cada vez mais independência, ao tipo de comunicação “boca a boca”. O que uma pessoa houve, diz a outra, e assim sucessivamente. E ganha credibilidade em função da credibilidade de quem transmite ou do grau de relacionamento existente. Como a população não está muito exposta a pressão dos mídias, porque o poder de aquisição e a geografia do país não permitem a grande parte da população ter acesso a energia eléctrica, aparelhos de TV, rádios, computadores, jornais e revistas. Essa situação até torna fácil medir o impacto das campanhas de comunicação sem ter que saturar a população, testando, corrigindo e melhorando as estratégias de comunicação com base nos resultados das campanhas.

Como processo continuado, este PCGIRHrP pressupõe que as acções desencadeadas não sofram revés na sua aplicação, acompanhamento e avaliação. Em matéria de comunicação, esse processo evolui pelas sucessivas exposições do público às mensagens e conteúdos publicitários disseminadores de informações que estimulem mudanças ou manutenção de comportamentos. Em comunicação este processo designa-se GRP (gross rating point) que vem a ser uma fórmula usada pelos profissionais de comunicação para calcular a quantidade de mensagens necessárias para atingir todo o público-alvo, de forma que, lançadas sucessivamente as mensagens acabam por expor todo o público, alterando o seu comportamento de acordo com o objectivo pretendido.

Como por todo o país, a Rádio é o meio de comunicação mais usado pela população, pela sua natural exposição socioeconómica e geográfica, deve ser aproveitada como difusor por excelência dos conteúdos de comunicação, sendo os folhetos, cartazes, boletins informativos, materiais de distribuição e de fixação orientadores da comunicação pessoal e/ou interpessoal. Também as dramatizações deverão constituir veículos de comunicação sensibilizadores e de criatividade, tomando como exemplos histórias e tradições nacionais e/ou comunitárias. A televisão, pela sua especificidade, de proporcionar o audiovisual, deve ser explorada ao máximo o recurso à imagem. Também tem-se notado um crescente interesse dos jovens no uso da Internet, dado a influência da velocidade da rede, o que torna os jornais digitais ou os serviços das redes sociais, também um meio ideal para dar visibilidade às acções e as actividades inseridas neste Plano de Comunicação. A utilização da escola para repassar as mensagens também é crucial, uma vez que os miúdos são, por excelência, um importante veículo de comunicação, pelo facto de partilharem tudo o que ouvem e aprendem com os pais ou com as pessoas com quem tenham oportunidade de conversar.

Os materiais informativos ou publicitários a serem produzidos devem contar com o envolvimento de todos os protagonistas desse processo de comunicação: Todas as pessoas que utilizam o rio, principalmente mulheres, raparigas, maridos, homens, rapazes, jovens e crianças que constituem o público-alvo principal. Tem de haver, naturalmente, o envolvimento e a inclusão dos representantes das comunidades ribeirinhas, das associações ou de grupos juvenis e também de confissões religiosas, sendo certo o papel cada vez maior da igreja nas comunidades. Outros grupos populacionais, que constituem os públicos-alvo secundários e terciários, desempenham um importante papel pela sua influência pessoal, social, política e económica. À medida que esse processo de comunicação vai absorvendo a participação e assimilação dos alvos pretendidos, ele por si só vai dando respostas que vão alimentar o aperfeiçoamento das mensagens sob forma de conselhos a serem produzidos durante o tempo que durar a campanha ou o programa. Ao contrário da comunicação de massas, onde o público é alvo, nos processos educativos o público é parceiro nessa construção. Assim, o primeiro passo é resgatar o conhecimento que tem sobre o tema. Atendendo à especificidade do tema, que é uma questão local, pode ser aproveitado para outras regiões do país que padecem do mesmo problema. Os encontros, reuniões, ateliers, seminários, através da Comunicação Directa ou Interpessoal, serão um dos maiores meios de dissuasão para se alcançar os objectivos pretendidos.

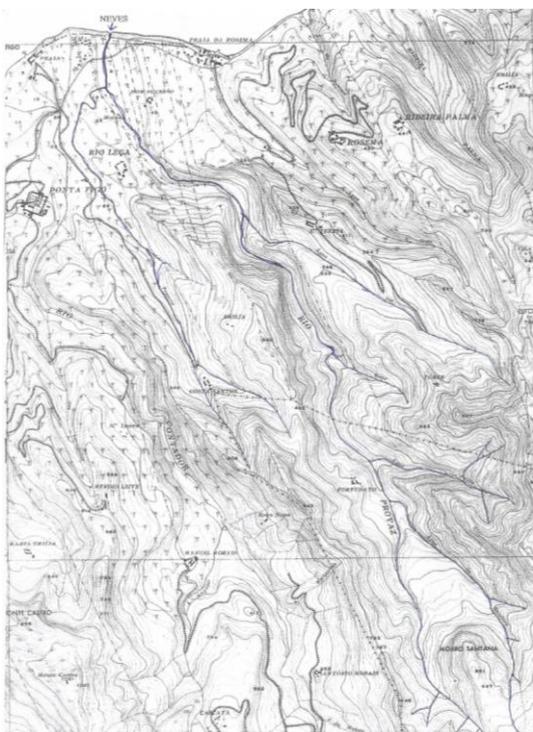


Fig.²

1.9. Termo “Bacia Hidrográfica”

A história do homem sempre esteve muito ligada às bacias hidrográficas. A bacia do rio Nilo foi o berço da civilização egípcia; os mesopotâmicos se abrigaram no vale dos rios Tigre e Eufrates; os hebreus, na bacia do rio Jordão; os chineses se desenvolveram às margens dos rios Yangtzé e Huang Ho; os hindus, na planície dos rios Indo e Ganges, apenas para citar os maiores exemplos. A bacia hidrográfica é usualmente definida como a área na qual

² Mapa da Bacia Hidrográfica do Rio Provaz – Fonte: Plano Director de Água e Saneamento, 1996

ocorre a captação de água (drenagem) para um rio principal e seus afluentes devido às suas características geográficas e topográficas. Os principais elementos componentes das bacias hidrográficas são os “divisores de água”, “fundos de vale”, “sub-bacias”, “nascentes”, “áreas de descarga”, “recarga” e “perfis hidrogeoquímicos” ou “hidroquímicos” características da água subterrânea no espaço litológico.

As regiões hidrográficas são confundidas com “bacias hidrográficas”. Porém, as bacias hidrográficas são menores - embora possam subdividir-se em sub-bacias. As regiões hidrográficas podem abranger mais de uma bacia. Uma bacia hidrográfica ou bacia de drenagem de um curso de água é o conjunto de terras que fazem a drenagem da água das precipitações para esse curso de água e rios menores que desaguam em rios maiores (afluentes). A formação da bacia é feita através dos desníveis dos terrenos que orientam os cursos da água, sempre das áreas mais altas para as mais baixas. Essa área é limitada por um divisor de águas que a separa das bacias adjacentes e que pode ser determinado nas cartas topográficas. As águas superficiais, originárias de qualquer ponto da área delimitada pelo divisor, saem da bacia passando pela secção definida, e a água que precipita fora da área da bacia não contribui para o escoamento na secção considerada. Assim, o conceito de bacia hidrográfica pode ser entendido através de dois aspectos: rede hidrográfica e relevo. Em qualquer mapa geográfico as terras podem ser subdivididas nas bacias hidrográficas dos vários rios.

1.10. O Rio Provaz

Fig.³



O rio Provaz é um dos três maiores rios do distrito de Lembá, a seguir ao rio Lembá e ao Contador.

³ Foto amador do rio Provaz, vendo as mulheres e raparigas a lavar roupas.

O rio Provaz nasce no mouro do mesmo nome, e tem aproximadamente oito mil metros de extensão, correndo para o oeste. Em comparação com outros rios do país, pode-se considera-lo com um rio de média dimensão. Banha as povoações de Fortunato, Santa Teresa e Bom-Sucesso, vindo desaguar na cidade de Neves, capital do distrito, entre as comunidades de Agua Toma e Cova Barro, entre as praias Rosema e Furnas. Tem alguns afluentes como o Rio Alvalade, no distrito de Mé-Zóchi, e um outro afluente, o rio de Água Pequena, que atravessa também a cidade de Neves. O rio Provaz é importante porque é a sua água que alimenta e abastece todas as comunidades ribeirinhas por onde passa, incluindo a cidade de Neves, a capital do distrito, assim como é através dela que é feita a única cerveja do país, a ROSEMA. Além disso, a sua água abastece também os sistemas de extinção de incêndios da Empresa de Combustíveis e Óleos, a ENCO. A água que é destinada ao consumo da população e ao abastecimento da cervejeira Rosema é devidamente tratada e periodicamente vistoriada pela EMAE. Além disso, os técnicos da própria Rosema procedem ao tratamento específico por questões de precaução, embora tenham confirmado que confiam no tratamento dado pela EMAE.

A Bacia Hidrográfica do Provaz joga também um papel fundamental na subsistência das populações das comunidades ribeirinhas e da cidade de Neves, que a utiliza para as actividades domésticas, económicas, financeiras, lazer e outras. Mas há uma tremenda e urgente necessidade de manutenção da sua bacia, e também a necessidade urgente de por cobro aos desvios esporádicos e individuais do curso da mesma, que se vai tentar conseguir com este PC.

1.11. Características da Bacia Hidrográfica

COMITE DE BACIA HIDROGRAFICA DO RIO PROVAZ

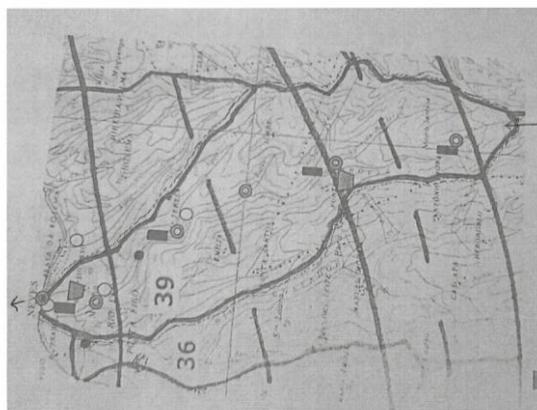


Fig.4

Nome do rio: Provaz

Principais Afluentes: Água da Bandeira, Água Feijão, Água Ester, Água Izé, Água Pequena.

Superfície da Bacia: 9,3 km²

Mapa da Bacia Hidrográfica do Rio Provaz. Fonte: Direcção dos Recursos Naturais e Energia.

Comprimento da Bacia: 8000 metros

Altura do ponto mais elevado da Bacia Hidrográfica: 1300 metros

Altura média da Bacia: 16,3 % (relevo médio)

Extensão da Bacia Hidrográfica: 163 metros

Localização: Noroeste da ilha de S.Tomé, distrito de Lembá.

1.12. Comunidades Ribeirinhas da Bacia Hidrográfica

Cidade de Neves, Torre, Bom Sucesso, Santa Teresa, Neves, Moinho, Rio Leça, roça Emília e Costa Santo.

1.13. População da Bacia Hidrográfica

Somando a totalidade das povoações ribeirinhas da bacia hidrográfica do Provaz, incluindo a da cidade de Neves, estima-se que rondam os 10 mil habitantes.

1.14. Principais Actividades das Comunidades da Bacia Hidrográfica

Actividades	Grau de actividades	Tipo de actividades	Género da população	Localização	Percentagem da população
Agricultura e Pecuária.	1	Horticultura e pequenas plantações de bananeiras Matabaleiras. Pequenas criações de porcos, caprinos e galinhas.	Homens, mulheres e rapazes.	Comunidades ribeirinhas do interior	80%
Pesca	2	Pesca artesanal	Homens e rapazes.	Na foz do rio	80%
Actividades Domésticas	3	Lavagem de roupa e loiças	Mulheres e raparigas, a partir dos 10-12 anos de idade,	Mais na foz do rio.	95%
Vinhateiros	4	Produção e comercialização de vinhos de palma	Essencialmente homens e rapazes.	Mais nas comunidades do interior.	35%
Extração de Inertes	5	Areia, areões e pedras	Homens e rapazes com mais de 16 anos	Toda a comunidade da bacia.	35%
Lazer	6	Banhos, mergulhos e pesca fluvial.	Homens, rapazes e raparigas a partir dos 10-12 anos.	Toda a comunidade da bacia e principalmente a da foz do rio.	25%

Obs: O quadro demonstra as actividades das comunidades ribeirinhas, o tipo de actividades e quem as pratica.

1.15. Doenças de Origem Hídrica associadas à Bacia Hidrográfica

Embora os dados não estejam actualizados, as causas das doenças são na sua maioria de origem fecal-oral, como ilustra o quadro, como consequência do mau estado da água do rio devido às contaminações com lavagem de roupas, loiças, banhos, defecações, lixos domésticos e animais, principalmente, porcos, patos e cães que vão à procura da comida e aproveitam-se para banhos.

Grau de doenças	Tipo de doenças	Pessoa afectada
1º	Febre Tifoide	Todos os públicos-alvo, principalmente, as mulheres e raparigas.
2º	Parasitoses intestinais	Todos os públicos-alvo
3º	Diarreia, Disenteria	Principalmente as crianças
4º	Şistosomia	Mais nos homens, particularmente, nos rapazes.
5º	Ascaridíase (lombrigas)	Crianças, principalmente.

Fig. 5

1.16. A Cidade de Neves



Fig. 6

Neves é a capital e principal cidade do distrito de Lembá, com uma população de cerca de 7 mil e 500 habitantes, e situa-se ao nordeste da ilha de S.Tomé. Ganhou notoriedade de ser a cidade industrial, porque nela se instalaram as duas

e únicas indústrias do país - a cervejeira Rosema e os depósitos de combustível da ENCO - Empresa Nacional de Combustíveis e Óleos, tendo por isso um pequeno porto acostável para pequenos navios petrolíferos, e por ter também um pequeno porto pesqueiro, com uma pequena unidade de tratamento de pescado.

⁵ Quadro das doenças de origem hídrica que afectam às comunidades. Fonte: Área de Saúde de Lembá.

⁶ Foto amador aérea da cidade de Neves.

Fig.⁷



o bom uso dos chafarizes. Muitas pessoas adultas bebem a água dos chafarizes como as crianças, encostando a boca nas torneiras, o que só por si é um dos veículos transmissores de doenças.

Maior parte dos chafarizes da cidade de Neves e doutras comunidades ribeirinhas do rio Provaz está em mau estado de conservação, sem manutenção nem limpeza e muitos nem sequer têm torneiras. Mesmo as mulheres e raparigas que mais utilizam a água por causa das tarefas domésticas, não sabem fazer

1.17. Definição dos Grupos ou Públicos-alvo

Fig.⁸



constituem o público-alvo fundamental desse Plano de Comunicação. Os agricultores, que vivem nas comunidades do interior, e os pescadores da foz do rio são também relevantes, bem como todas as pessoas, homens, rapazes e crianças que utilizam o rio para actividades de lazer, como banhos, mergulhos e pesca ou para a extracção

Os alvos primários são todos aqueles que têm ligações directas e frequentes com a bacia hidrográfica do Provaz. Destes alvos, por questões culturais e tradicionais, as mulheres e raparigas por se ocuparem dos trabalhos domésticos e utilizarem, por isso, diariamente o rio,

⁷ Foto de um chafariz da cidade de Neves, vendo as crianças a beber água directamente da torneira.

⁸ Foto de mulheres e raparigas, que constituem o grupo-alvo primário, no rio a lavar roupas.

de inertes. A maioria dos públicos-alvo principais deste PC representa as minorias étnicas descendentes de cabo-verdianos e angolares.

As empresas Rosema e Enco, por utilizarem a água proveniente da captação da Emae localizada no interior da bacia, também são consideradas alvos principais. As duas empresas são alvos importantes porque podem usar os seus meios técnicos, financeiros e administrativos para ajudar a atingir os objectivos deste PC e, conseqüentemente, do Projecto de Gestão Integrada dos Recursos Hidrográficos do rio Provaz. Ambas as empresas precisam do rio, e, portanto, dependem dela para as suas actividades industriais.

Os alvos secundários são todos aqueles que têm influências directas sobre os alvos primários e têm relações indirectas com o rio, por exemplo; maridos, homens, pais, encarregados de educação, familiares próximos, Comité de Gestão da Bacia Hidrográfica do Rio Provaz, Associação dos Amigos do Rio Provaz, Ong ligadas ao Rio e ao Ambiente, Câmara Distrital, Área de Saúde de Lembá, Confissões Religiosas, entre outros. **A Área de Saúde de Lembá** joga aqui um papel importante porque o pessoal de saúde constitui um veículo dissuasor e aconselhador de informações, com funções pedagógicas, educativas e psicológicas.

Os terciários são todos aqueles que têm uma relação abrangente e decisora em relação a implementação dos suportes legais para o cumprimento dos objectivos deste Plano de Comunicação e do Projecto de Demonstração da Gestão Integrada dos Recursos Hídricos na Bacia do Rio Provaz, nomeadamente, os Órgãos de Soberania; (A Presidência da República, Assembleia Nacional, Governo, Políticos, Líderes Partidários).

1.18. Actividades dos Grupos-alvo

Grupo-alvo primário		Actividades
	Mulheres e raparigas a partir dos 10-12 anos.	Venda de peixes (palaiês). Domésticas (lavagem de roupas e utensílios de cozinha).
	Homens e rapazes a partir 15-16 anos.	Agricultura, pesca e pecuária.
	Homens, rapazes e raparigas a partir dos 10-12 anos.	Lazer: Banhos, mergulhos e pesca fluvial. Extração de Inertes.
	Empresa ROSEMA	Água para consumo e indústria
	Empresa ENCO	Água para consumo e extinção de incêndios
Grupo-alvo secundário	Maridos, Homens, Pais, encarregados de educação e familiares próximos, Comité de Gestão da Bacia Hidrográfica, Associação dos Amigos do Rio Provaz, Ong's ligadas ao Rio e ao Ambiente, Câmara Distrital, Área de Saúde de Lembá, Confissões Religiosas.	Diversas.
Grupo-alvo terciário	Decisores políticos: Presidência da República, Governo, Assembleia Nacional, Líderes Partidários e Políticos.	Política

1.19. Metodologia

Este Plano de Comunicação para a Gestão Integrada dos Recursos Hídricos da Bacia do Rio Provaz foi elaborado a partir da recolha e tratamento de informações provenientes do terreno, do contacto directo com os diferentes grupos-alvo e de documentos elaborados e publicados pela Direcção dos Recursos Naturais e Energia, Câmara Distrital de Lembá e Área de Saúde de Lembá, entrevistas e inquéritos. A partir dessas informações, do contexto geográfico, geológico, e epidemiológico, do nível de escolaridade, educacional e cultural dos grupos-alvo, sua situação e condição socioeconómica, este o Plano de Comunicação pretende estabelecer na base da harmonia uma comunicação eficaz e consensual que promova e conduza a mudanças de atitudes e de comportamentos dos alvos referenciados, relativamente à necessidade da tomada de consciência para a preservação dos recursos hídricos, da saúde pública e do meio ambiente para um desenvolvimento sustentável e duradouro. Mas para a execução cabal deste Plano de Comunicação deve-se recorrer a utilização doutros meios e mixes de comunicação, como encontros e ateliers com grupos-alvo, abordagem do tema nas escolas, utilização da rádio comunitária para programas temáticos de sensibilização, com participação de públicos-alvo seleccionados, e, também, eventualmente, a Rádio Nacional e TVS, além da produção de desdobráveis.

2. Características Gerais das Bacias Hidrográficas do país

2.1. Recursos por Bacia Hidrográfica

Durante o estudo para a elaboração do Plano Director de Água e Saneamento constatou-se que as reservas renováveis dos aquíferos do país são significativamente maiores e melhores do que se estimava. Os estudos realizados entre Julho e Agosto de 2010 contemplaram medições a mais de 150 caudais das principais bacias hidrográficas do país. Uma reserva bastante positiva, atendendo que essas medições foram feitas durante a época da Gravana, um período que, como se sabe, o caudal médio dos rios corresponde exactamente ao caudal das nascentes, tanto mais que durante o ano de 2010, entre os meses de Maio e Agosto, na ilha de São Tomé, não se registou praticamente chuva. A Gravana foi invulgarmente longa e precoce.

2.2. Identidade das Bacias Hidrográficas

O Plano Director de Água e Saneamento permitiu também identificar, e este era entre outros o seu grande objectivo, o número de bacias hidrográficas existentes no país e o volume das precipitações nelas contido. Foram identificadas 17 bacias hidrográficas em todo o país, com uma superfície total de 442 km², o que revela uma boa amostra de bacias hidrográficas para um território com 1.001 km² de superfície. A partir das medições dos caudais nessas 17 bacias hidrográficas, estima-se que recursos renováveis representam um total de 72 milhões de m³/ano, ou seja, 5,9% das precipitações. E através da extrapolação do coeficiente de infiltração na escala do país inteiro, pode-se chegar a conclusão de que a infiltração e as reservas renováveis dos aquíferos do país estão avaliadas em 170 milhões de m³ por ano.

2.3. Caracterização Detalhada dos Recursos Hídricos em Termos Quantitativos e Qualitativos

2.3.1. Os Principais Aquíferos

O contexto geral das ilhas de São Tomé e Príncipe é simples. Trata-se de ilhas vulcânicas, cujo subsolo é constituído por uma superposição de correntes basálticas, que proporcionam a constituição de aquíferos.

2.3.2. Pluviometria

São Tomé e Príncipe beneficia de chuvas abundantes, entre 700 e 7 000 mm/ano, dependendo de regiões. As precipitações aumentam com a altitude e são muito regulares de ano para ano e bem distribuídas. Existe uma época seca muito bem definida (a Gravana), que varia de 80 a 120 dias por ano. Devido a falta de chuvas é o único período em que pode haver dificuldades no abastecimento de água, particularmente, na zona Norte da Ilha de São Tomé. Dados do Plano Director de Água e Saneamento avaliam as precipitações totais em 2 900 milhões de m³ por ano.

2.3.3. Recursos Hídricos Subterrâneos (nascentes).

As características geológicas do país, com rochas de natureza aquífera, beneficiam a existência de várias nascentes. O fluxo saudável do caudal médio da água das nascentes revela a vitalidade dos recursos renováveis de águas subterrâneas que podem ser explorados, sendo que uma parte do fluxo subterrâneo alimenta igualmente as nascentes submarinhas não exploráveis. Segundo dados do Plano Director de Água e Saneamento realizado em 1996, São Tomé e Príncipe possui recursos hídricos subterrâneos exploráveis avaliados em 170 milhões de m³ por ano. Os dados provêm de estudos efectuados que mediram simultaneamente o caudal de estiagem (fim de Gravana) das principais nascentes e rios do país, em que se chegou a conclusão de que a maior parte do caudal dos rios durante a Gravana provém das próprias nascentes. Esses estudos permitiram avaliar os recursos renováveis exploráveis em 72 milhões de m³ por ano para 17 bacias vertentes, o que representa 44% da superfície do país. Quando somados o conjunto todo do país, os recursos hídricos subterrâneos exploráveis podem ser avaliados em 170 milhões de m³ por ano.

2.3.4. Recursos Hídricos Subterrâneos (furos).

Uma outra fonte explorável de Recursos Hídricos Subterrâneos por via de rochas aquíferas provém de poços ou furos. Embora não constituam um recurso renovável suplementar em relação ao caudal das nascentes, representam mais uma opção técnica suplementar capaz de abastecer água a pequenas localidades, que não justificam a construção de uma estação de tratamento das águas superficiais. Mas a verdade é que esta opção que tem vindo a ganhar protagonismo, até em aglomerados populacionais maiores, por um lado, para contracenar com a estação da Gravana, por outro, onde existem abastecimentos deficientes de água mesmo na estação da chuva. Isto depois de se verificar que os furos deram resultados

satisfatórios positivos na maior parte de experiências realizadas. Normalmente, os furos atingem uma profundidade média de 90 metros, uma distância em que é possível captar basaltos, e são apoiados com pequenas bombas eléctricas submersas.

2.3.5. Recursos Hídricos de Superfície (caudal total).

Segundo o estudo publicado no Plano Director de Água e Saneamento, durante os anos de 1988/1990, os rios de São Tomé e Príncipe foram alvo de uma monitorização hidrológica, que permitiu avaliar a taxa média de escoamento em 70% das precipitações, o que representa a existência de 2 mil milhões de m³ de água por ano. Desta altura até agora estão a ser instaladas no país novas estações hidrométricas com o objectivo de aperfeiçoar esta estimativa.

2.3.6. Qualidade Física e Química das Águas Subterrâneas

As características físicas e químicas das águas subterrâneas em São Tomé e Príncipe são muito homogéneas. A maioria parte dos aquíferos localiza-se em rochas vulcânicas (basaltos), produzindo águas de boa qualidade, do ponto de vista físico e químico, pouco mineralizadas, com um PH equilibrado, com muito pouco ferro, poucos nitratos e nitritos. Esta composição verifica-se tanto nas nascentes como nos furos.

A qualidade físico-química destas águas não justifica um tratamento correctivo. O único factor de preocupação é o teor relativamente elevado em nitratos de algumas amostras recolhidas abaixo das zonas urbanizadas. Tais amostras podem estar relacionadas com a existência da poluição difusa do lençol freático resultante dos sistemas de saneamento doméstico autónomo. A existência desse facto que representa um risco para a saúde pública justifica uma vigilância particular dos níveis de nitratos, quando se opta por consumo de água por via de poços e furos nas zonas urbanas.

Apesar do país ser constituído por duas pequenas ilhas, observa-se pouca contaminação dos aquíferos pela água do mar. A situação poderia, no entanto, evoluir desfavoravelmente em caso de recolhas importantes nos aquíferos perto do mar (furos com caudal grande).

2.3.7. Qualidade Bacteriológica das Águas Subterrâneas

As águas subterrâneas são geralmente conhecidas pela sua boa qualidade bacteriológica. Não é o caso de São Tomé e Príncipe onde a metade das amostras analisadas mostra níveis elevados de contaminação fecal. Como acontece com os níveis de nitratos, isto revela uma poluição difusa do lençol freático pelos sistemas de

saneamento autónomo. A consequência prática é que se torna necessário a cloração de todos os sistemas de distribuição de água, incluindo os que são abastecidos pelas nascentes.

2.3.8. Qualidade das Águas de Superfície

As águas de superfície do país têm a mesma composição química que os aquíferos e as nascentes. A sua qualidade bacteriológica é péssima, até em alta altitude, nas zonas fracamente povoadas. Assim sendo, estas águas devem ser cloradas antes de serem distribuídas. O parâmetro mais constrangedor das águas de superfície reside na sua turbidez, que aumenta rapidamente após cada tempestade e que requer a instalação de estações de tratamento completas (decantação, coagulação, filtração). O tratamento destas águas de superfície é muito mais dispendioso e constrangedor do que o das águas subterrâneas e implica o facto de privilegiar as águas subterrâneas (nascentes e furos) sempre que tal seja possível.

3. A Comunicação

A Comunicação é o único meio eficaz para partilhar, transmitir e divulgar qualquer que seja informação, mensagem ou conteúdo. É igualmente através dela o único método de tornar comuns os nossos pensamentos, quer de forma oral ou escrita, com que tipo de pessoa for e de que conteúdo se tratar. Os meios e os mixes de comunicação existentes ajudam a completar ou a atingir esse objectivo.

As teorias comunicacionais estão muito relacionadas com questões educacionais e comportamentais. Atendendo a especificidade do teor da comunicação para o Plano de Comunicação para o Projecto de Demonstração da Gestão Integrada dos Recursos Hídricos no Rio Provaz, o que se pretende, não é mais nem menos, que a mudança de comportamento e o consecutivo engajamento dos grupos alvo. Mas é preciso ter em conta os aspectos sócio-financeiros dos grupos e as questões de ordem educacional e cultural. Dessa forma, recorrendo a conceitos sociológicos dessa base educacional, tradicional e cultural desses grupos, e numa lógica pedagógica, com forte carga de acção psicológica, vai-se utilizar as teorias comunicacionais que levem a atingir os objectivos deste Plano ou Estratégia de Comunicação. Os meios e os mixes de comunicação existentes ajudam a completar ou a atingir esse objectivo.

Não obstante tratar-se dum rio que desagua na cidade de Neves, outros rios padecem do mesmo problema comportamental da população que os explora. Portanto, é uma prioridade praticamente nacional, em que se pretende chamar a atenção, não só dos grupos alvos visados nessa abordagem, mas sim da opinião pública, da população e dos decisores políticos, de modo a suscitar o engajamento pessoal de cada um no sentido da criação de responsabilidades idóneas na utilização dos rios. Quando falamos na Gestão Integrada dos Recursos Hídricos do Rio Provaz, pretendemos salvaguardar dois interesses; do próprio rio em si, preservando as suas qualidades naturais, e da saúde da população que o explora. Salvaguardando esses dois interesses paralelos está-se a contribuir para salvaguardar o desenvolvimento socioeconómico sustentável das populações e, numa forma geral, do país em si. E esses dois interesses representam os ingredientes necessários para desenhar a política ou a estratégia de comunicação para a gestão integrada dos recursos hídricos da bacia do rio Provaz, baseando-se nas abordagens sociopsicológicas e ambientais da comunicação. Outro dado importante é que quando se fala em comunicação como processo continuado, pressupõe-se que as acções desencadeadas não sofram revés na sua aplicação, acompanhamento e avaliação. Em matéria de comunicação, esse processo evolui pelas sucessivas exposições do público às mensagens e conteúdos disseminadores de informação que estimulem mudanças ou manutenção de comportamentos. Ao contrário da comunicação de massa, onde o público é alvo, nos processos educativos o público é parceiro nessa construção. Assim, o primeiro passo é resgatar o conhecimento que tem sobre o tema, no sentido do seu total engajamento, mas tendo em consideração a sua situação e condição socioeconómica, recorrendo a conceitos educacionais, sociológicos, culturais e tradicionais, dentro de uma lógica pedagógica e até psicológica, de como usar o material de comunicação junto dos diferentes aglomerados populacionais, quer urbanos, rurais ou comunitários, para não ter efeito contrário.

3.1. A Importância da Comunicação

A comunicação como ferramenta universal é inevitável no relacionamento interpessoal, é crucial para a mudança de comportamento e de atitude dos públicos-alvo em relação à Bacia Hidrográfica do Provaz. Saber usar as técnicas de comunicação certas é crucial para o sucesso desse Plano de Comunicação. Algumas estratégias de comunicação falham se forem implementadas não por técnicos especializados na área. Quando se diz que a mensagem não surtiu o efeito desejado é porque falhou alguma ou muita coisa. O que temos aqui é falha de comunicação. As informações

devem ser claras para toda a gente, porque todos enfrentam o mesmo problema e precisam da mesma informação, independentemente, do seu nível, estatuto ou grau social. E as falhas só surgem quando se embrulham questões ou relações pessoais com situações de trabalho, isto é, relações de amizade, familiares ou outros interesses. Neste caso surgem falhas porque as instruções, que são as informações, não foram compreendidas ou mal compreendidas voluntaria ou involuntariamente. Os rumores se espalham, comentários informais distorcidos e até brincadeiras ou zangas no seio da equipa. Portanto, a verdadeira questão não está em saber se as pessoas se comunicam, mas se comunicam, de facto, eficaz ou ineficazmente. Em Planos ou Estratégias de Comunicação, quando se pretende passar uma informação com um objectivo, há formas de medir se essa informação passou. É através das testagens ou pré-testagens das mensagens para medir o seu impacto.

3.2. As Funções da Comunicação

A comunicação, antes de tudo, é um processo em que é preciso buscar um início. O que se pretende com as diferentes funções da comunicação é influenciar, por um lado, a atitude da população, e por outro, o seu comportamento, relativamente à Gestão Integrada da Bacia do Rio Provaz. No processo de influência, o que se pretende é aumentar o conhecimento e interesse dos alvos visados para depois o experimentar, para saber se a informação passou ou não, ou seja, se houve de facto a comunicação. As funções da comunicação definidas para este Plano e Estratégia de Comunicação, nomeadamente, a Informativa, Educativa, Emotiva e Persuasiva, sendo estas duas essenciais, fazem aumentar o autoconhecimento e a auto-estima da população, fazendo-a auto-valorizar-se e dignificar a sua condição humana, em relação a um problema do qual depende a sua própria sobrevivência, a sua vida, a sua saúde e dos seus filhos, amigos e familiares e da sua comunidade. É um problema de educação, cultura e sobrevivência. E independentemente destas funções tradicionais da Comunicação, pode-se juntar-lhes as outras duas funções de comunicação psicológica como arma para mobilização; a motivacional e a operacional. A motivacional permite, por um lado, a melhoria das relações sociais, neste caso, também humanas, e por outro, a emergência de soluções técnicas também por parte dos grupos alvo visados, como membros integrantes dessa estratégia, isto é, poderem eles próprios encontrarem soluções para o problema, emitirem sugestões em relação à estratégia. A função operacional visa assegurar que o fluxo das informações técnicas emitidas aos grupos alvo produza interações entre eles de modo a obter o efeito pretendido.

3.3. Abordagem Comunicacional e Atitudes Comportamentais em Matéria de Gestão Integrada dos Recursos Hídricos do Provaz.



A população que utiliza o rio Provaz para as suas actividades domésticas (consumo, cozinha, lavagem de roupa, loiças, banho), económicas (pesca, regadio, extracção de inertes) e para outros fins impróprios (defecação, deitar lixos domésticos, ver passivamente

animais, principalmente, porcos, patos e cães que vão à procura da comida e aproveitam-se para banhos, tem consciência das consequências desses actos quer para o rio e para a qualidade da sua água quer para a sua própria saúde, através de informações ouvidas nos Órgãos da Comunicação Social ou através de familiares, amigos, colegas ou vizinhos que tenham conhecimentos sobre a matéria. Mas dos públicos-alvo principais abordados sobre o conceito de Gestão Integrada dos Recursos Hídricos na Bacia do Rio Provaz ninguém sabe, nem mesmo sobre o que é o Plano de Comunicação.

De qualquer maneira, no âmbito do Projecto de Gestão Integrada dos Recursos Hídricos na Bacia Hidrográfica do Rio Provaz, a Direcção dos Recursos Naturais e Energia, organismo responsável pela execução desse projecto, tem realizado há já algum tempo acções de informação e sensibilização, por meio de deslocações ao terreno, promovendo seminários locais para divulgação de informações de sensibilização, também através da Rádio Comunitária, tendo mesmo criado a Associação dos Amigos do Rio Provaz e o Comité de Gestão da Bacia do Rio Provaz, entre outras acções. Deste modo, a pergunta que se coloca é perceber por que razão a população que precisa do rio, porque é o único recurso de sobrevivência que tem, face a escassez da água que assola quase todo o distrito de Lembá, e, particularmente, a cidade de Neves, tendo consciência disso, procede tão imaturamente com o rio?

Grupo-alvo primário		Percentagem
	Mulheres e raparigas a partir dos 10-12 anos.	85%
	Homens, rapazes e raparigas a partir dos 10-12 anos.	75%
	Empresa ROSEMA	-----
	Empresa ENCO	-----
Grupo-alvo secundário	Pais, encarregados de educação e familiares, Comité de Gestão dos Recursos Hídricos do Provaz, Associação dos Amigos do Rio Provaz, Ong ligadas ao Rio e ao Ambiente, Câmara Distrital, Área de Saúde de Lembá. Confissões Religiosas.	-----
Grupo-alvo terciário	Decisores políticos: Presidência da República, Governo, Assembleia Nacional, líderes partidários e políticos. Confissões religiosas.	-----

Fig.º

A Rosema e a Enco comentam que a sua relação com o rio, de maneira alguma, põe em causa a sobrevivência do mesmo nem a qualidade da sua água, porque, no caso da Rosema, além do tratamento feito na fonte de captação pelos técnicos da Emae, a água que entra para a produção é testada antes por seus técnicos, embora confiassem no tratamento dado pela Emae. No caso da Enco, a água não sofre tratamento adicional porque é utilizada para o combate de incêndios, estando neste momento a ser construídos dois outros depósitos para reforçar o sistema. As duas empresas têm uma estação de tratamento de resíduos, e a água não reutilizável não volta ao rio.

3.4. O Carácter Psicológico da Comunicação

O facto da maior parte dos grupos-alvo ter consciência de que os seus actos põem em causa a sobrevivência da bacia do rio Provaz, a qualidade da água e a sua própria saúde torna fácil mudar os seus comportamentos. Conhecidos os factores que prejudicam e os que facilitam a comunicação, torna possível identificar as barreiras existentes, suscitando uma dinâmica interactiva que leve a ultrapassar essas mesmas barreiras. Os obstáculos são de natureza comportamental, e os problemas comportamentais resolvem-se recorrendo aos fundamentos da psicologia cognitiva da comunicação. A abordagem psicológica serve precisamente para formular um conjunto de teorias explicativas do comportamento humano no ambiente social. É precisamente esta capacidade de ajudar o indivíduo a formular modelos alternativos ao seu comportamento, no sentido de o integrar pessoal e socialmente, que reside a importância vital dessa abordagem. O desempenho do indivíduo nem sempre é o

⁹ Percentagem dos grupos alvo que diz ter consciência de que os seus actos podem por em causa a sobrevivência da bacia hidrográfica e a sua própria saúde, mas diz não ter outra alternativa.

produto de uma relação causa-efeito, baseada em princípios científicos, mas antes determinado por um conjunto complexo de factores, cujas acções, ele, o indivíduo, como pessoa complexa que é, nem sempre as motivações que tem são orientadas por razões económicas e racionais. Como todos os públicos-alvo principais estão conscientes de que as suas acções põem em causa a sobrevivência do rio e a sua própria saúde, com repercussões negativas para as gerações vindouras, os mecanismos de acção psicológica resumem-se a capacidade do comunicador persuadir emocionalmente os públicos-alvo.

3.5. As Mensagens de Comunicação

Como todos os públicos-alvo principais deste PC têm consciência de que os seus actos não são adequados, não vale a pena, portanto, lembrá-los disso ou dar informações tipo informativas. Estas mensagens não surtem efeito, nem no subconsciente desses públicos.

Exemplos:

- I. “Cuide bem do rio para a sua própria sobrevivência.”
- II. “Não trate assim o rio.”
- III. “O seu gesto pode pôr em causa a sobrevivência do rio.”
- IV. “Proteja o rio para proteger a sua saúde.”
- V. “Sabe que lavando a roupa e a loiça assim juntas, pode estragar a roupa e a sua saúde?”
- VI. “É o rio que te dá a vida e saúde, trate-o bem!”
- VII. “A areia e a pedra são também a vida do rio, não tire a vida dele.”
- VIII. “Você sabe que não deve tratar assim o rio, porque faz isso?”

Ou seja, não basta apenas mensagens com função informativa. Pode-se ajuntar a função emotiva à informativa, porque leva ou põe as pessoas a reflectir mais sobre os seus actos. Porque quando se toca em algo que põe em risco a saúde ou a vida, o comportamento da pessoa altera relativamente. Por isso, mensagens com funções emotivas e, até, persuasivas, com alguma dramatização, dão melhores resultados.

Exemplos com dramatismos:

- I. “Não vê que o rio está a morrer por causa de você, quer morrer também com ele? Se o matar, você também pode morrer!”
- II. “Não mate assim o rio, porque ao contrário de você, ele vai renascer!”
- III. “Quer matar o rio para fazer com que os seus filhos não o utilizem? Então, cuide bem dele!”
- IV. “Se o rio secar, você não terá mais onde beber! É isso que quer?”
- V. “A sua vida e a sua saúde dependem do rio, trate-o bem! Não o suje nem o maltrate”.
- VI. “Quer viver na sujeira o resto de vida? **NÃO**, então cuide e limpe o rio!”
- VII. “Gosta dos seus filhos, do marido e da vida? **SIM**, então cuide e limpe do rio!”
- VIII. “Tem gosto pela vida? **SIM**, então cuide e limpe o rio!”.
- IX. “**NÃO** defeque nem suje o rio, você vai ficar doente.”
- X. “**CUIDADO** com os **PORCOS** no **RIO**, vão deixar você doente!”
- XI. “Lave a loiça no sítio limpo, você não fica doente!”.
- XII. Oh, ... não misture a roupa e a loiça quando lava!”

Estas mensagens produziram melhores efeitos porque levaram as pessoas a pensar nas consequências dos seus actos perante o rio, chegando ao ponto de concordarem que efectivamente vale a pena preservar a qualidade da bacia hidrográfica para garantir o curso do rio, a qualidade da sua água e a sua saúde e vida. As conclusões para esses dois tipos de mensagens foram baseadas nos métodos de testagem e pré-testagem das mensagens.

3.6. A Testagem e a Pré-testagem das Mensagens

A testagem e a pré-testagem das mensagens servem-se para apoiar, validar, apurar e medir o impacto das mensagens junto dos públicos-alvo. Consiste em expor uma amostra da mensagem ao público-alvo para medir a sua reacção em relação à mesma. Os métodos de pré-teste são numerosos e variados, podendo ser qualitativos ou quantitativos, ou seja, em focus group ou entrevistas individuais de profundidade ou com base numa amostra do público-alvo, respectivamente.

3.7. Obstáculos à Comunicação

Os principais obstáculos a esse Plano de Comunicação são de natureza, principalmente, escolar, porque muitos públicos-alvo, particularmente, as mulheres, raparigas e homens, por serem domésticas, palaiês, pescadores e agricultores, têm escolaridade reduzida ou quase nenhuma. E as raparigas, mesmo em idade escolar que, juntamente com as mães ou mulheres constituem o alvo principal, têm muito pouco nível escolar e abandonaram já os estudos. O mesmo acontece com os rapazes. Alias, cerca de 80 % da população das comunidades da Bacia Hidrográfica do Rio Provaz têm baixo nível de escolaridade. Além do problema escolar, existe a questão de ordem tradicional na relação das comunidades com o rio, particularmente, a de Neves. A relação dessas pessoas, maioritariamente de origem angolara, com o rio, é uma questão cultural, vem da tenra idade e consolida-se com o tempo. Essa população que utiliza mais a foz do rio, utiliza mais a língua materna, o fôrro ou angolara na sua comunicação interpessoal. Enquanto a população das comunidades ribeirinhas do interior é, maioritariamente, de origem cabo-verdiana ou de outras origens. Quer num caso como noutro, não é que não falam ou que não entendam o português, têm é alguma dificuldade na compreensão. A identificação desses obstáculos permite encontrar linguagens comunicacionais alternativas e apropriadas para ultrapassar essas barreiras.

3.8. Meios e veículos de Comunicação de acordo com o Público-alvo

Público-alvo	Ações e meios	Objectivos	Cronograma
Mulheres e raparigas a partir dos 10-12 anos. Homens e rapazes a partir 15-16 anos. Homens, rapazes e raparigas a partir dos 10-12 anos.	Actividades interactivas, informação, sensibilização e mobilização. Ações nas escolas sobre o tema. Exemplos práticos com recursos a fotos. Troca de experiencia. Documentários. Reflexão. Para os que estudam – abordagem do tema na escola.	Tornar o projecto amplamente divulgado e suscitar a inclusão e participação massiva dos públicos-alvo. Promover as mudanças de comportamentos através de ações educativas.	Ao longo do projecto
Crianças (meninas e meninos (<10 anos de idade)	Abordagem do tema na escola. Actividades interactivas e lúdicas sobre o tema. Exemplos práticos com recursos a fotos.	Promover as mudanças de comportamentos através de ações educativas.	Ao longo do projecto
Maridos, homens, Pais, encarregados de educação e familiares,	Actividades interactivas. Informação e sensibilização. Exemplos práticos com recursos a fotos. Troca de experiencia. Documentários. Reflexão.	Tornar o projecto amplamente divulgado e suscitar a inclusão e participação massiva dos públicos-alvo. Promover as mudanças de comportamentos através de ações educativas.	Ao longo do projecto
ROSEMA e ENCO, Associação dos Amigos do Rio Provez, Comité de Gestão dos Recursos Hídricos da Bacia do rio Provez, Ong ligadas ao Rio e ao Ambiente, Poder Local, Área de Saúde de Lembá, Confissões Religiosas.	Informação e sensibilização. Exemplos práticos com recursos a fotos. Troca de experiencia. Documentários. Reflexão.	Tornar o projecto amplamente divulgado e suscitar a inclusão e participação massiva dos públicos-alvo.	Ao longo do projecto
Presidência da República, Assembleia Nacional, Governo, Líderes Partidários.	Informação e sensibilização. Exemplos práticos com recursos a fotos. Documentários. Reflexão.	Tornar o projecto amplamente divulgado e suscitar a inclusão e participação massiva dos públicos-alvo.	No arranque e no meio do projecto.

3.9. Outros Meios de Comunicação de acordo com o público-alvo

Meios de Comunicação	Público-alvo	Objectivo	Cronograma
Rádio Comunitária	Grupos-alvo primários e secundários.	Tornar o projecto amplamente divulgado e suscitar a inclusão e participação massiva dos públicos-alvo. Promover as mudanças de comportamentos através de programas temáticos. Dramatizar as vezes as informações. - Convidar públicos-alvo para participar nos programas.	Com maior ênfase no início do projecto e depois ao longo do projecto, dando exemplos de acções dos públicos-alvo. Regularmente.
Comunicação Visual, Desdobráveis, Cartaz, Folhetos, Cupões	Grupos-alvo primários e secundários que sabem ler.	Promoção de outras interacções. Influenciar esse público-alvo para assunção de maior protagonismo. Dar outras visibilidades ao projecto e ao plano de comunicação. Suscitar a interactividade com as acções do projecto. Criar empatia desse público-alvo.	No início e durante o projecto.
Escola	Público-alvo estudantil.	Tornar o projecto amplamente divulgado e suscitar a inclusão e participação massiva dos alunos. Promover as mudanças de comportamentos através de programas temáticos. Valorização do papel da escola e dos alunos.	Amplamente, no início do projecto e depois, regularmente.
Rádio Nacional e TV	Todos os Públicos-alvo.	Tornar o projecto amplamente divulgado e suscitar a inclusão e participação massiva dos públicos-alvo e de todos.	No início do projecto.

3.10. Justificação na definição das acções e meios de comunicação

3.10.1. A Comunicação Interpessoal

É o tipo de comunicação privilegiada deste Plano de Comunicação para colher as opiniões e as sensibilidades dos grupos alvo. Através deste tipo de comunicação pode-se individualizar as relações com os grupos-alvo, utilizando a língua e linguagens que mais convém, como por exemplo o crioulo forro, a língua angolara, o crioulo cabo-verdiano entre outras. Tal como atrás se referiu, a população são-tomense tem como principal fonte de informação, a comunicação pessoa por pessoa e a Rádio, o que quer dizer que a oralidade é uma forma predominante da comunicação nacional, senão, local. Por isso, deve-se ter em conta o modo como as informações e as histórias, até mesmo as fofocas, são partilhadas entre as pessoas. Muitas vezes, as histórias giram no imaginário de quem a transmite e são carregadas de alguma dramaticidade e emoção para suscitar interesse. Isto pode ser uma mais-valia a ter em conta. Este será, por isso, um dos maiores meios a utilizar. Através da Comunicação Directa e Interpessoal pode este Plano de Comunicação tocar as pessoas. Para esse objectivo, é necessário estabelecer um calendário de sessões de deslocações para reuniões individuais ou em grupos. Isto pode ser feito através da criação de grupos de mobilização seleccionados, sujeitos à formação, que trabalharão

no terreno, deslocando-se porta à porta, dando informações contínuas à população e aos grupos alvo identificados. As sessões de formação deverão concentrar específica e objectivamente nas técnicas de comunicação sobre as mensagens dissuasoras, com efeitos psicológicos que levem a mudanças de comportamento.

As deslocações a vários pontos e locais identificados, que têm a ver com o rio, para contactos visuais e orais com a população, com objectivo de conversar, informar e esclarecer, é portanto crucial nesse tipo de comunicação para prestação de toda a informação possível sobre a campanha pretendida. Essas deslocações devem ser realizadas sempre que necessárias, a fim de ter um acompanhamento mais actualizado do impacto que a campanha está a ter, dando esclarecimentos e tirando as dúvidas. Essas deslocações devem ser de aconselhamento, a linguagem deve ser familiar, sustentadas simpática e cordialmente.

3.10.2. A Rádio Comunitária, a Rádio Nacional e a TVS

A Rádio é um dos meios mais expressivos que a população são-tomense tem. E pode e deve ser usado para repassar as mensagens de sensibilização e mobilização vigentes nesse Plano e Estratégia de Comunicação. Não necessariamente a Rádio Nacional. A Rádio Nacional pode ser usada para uma campanha de âmbito nacional mais alargada. Como o Distrito de Lembá tem uma Rádio Comunitária, e uma vez que o nosso objectivo é atingir as populações que utilizam e que beneficiam do Rio Provaz, podemos recorrer a essa rádio para atingir os grupos-alvo visados. Ao fazer isso, estaríamos a criar uma espécie de empatia entre a rádio e a população envolvente. O locutor/apresentador e o ouvinte se transformariam num activo do programa, sugerindo formas de aconselhamento e entretenimento para o enriquecimento das mensagens e os conselhos a passar. Uma mensagem lida por um membro ou um responsável de uma comunidade ou por um popular pode ser mais eficiente do que lida por um locutor de rádio ou por um jornalista profissional.

Se quisermos generalizar, esse modelo ou essa técnica pode ser adaptada a programas nacionais de Rádio e de TV. Um dado importante, é que a maioria da população do Distrito de Lembá, propriamente, da cidade de Neves, não tem aparelho de TV, e com as falhas de energia eléctrica, a TV pode não produzir efeito desejado, o que vem reforçar a ideia da importância da Rádio, como alternativa, e principalmente, a comunitária. De qualquer forma, televisão é televisão, e o facto de ser possível a utilização simultânea do som e imagem deve ser muito bem explorada. Os programas de Rádio e TV podem ser um só, ou produzidos separadamente, conforme as situações. Além dos programas de Rádio e TV, a Consultoria propõe

também a produção de spots publicitários institucionais que devem também reger pelas normas de elaboração recomendadas. A elaboração de mensagens deve basear-se num tipo de comunicação apropriada e específica, como rege o conceito de elaboração da própria mensagem. Focar e ir ao essencial de uma forma directa e simples, com enfoque ao alvo pretendido.

3.10.3. Periodicidade dos Programas

Os programas poderão ser produzidos dependentemente da necessidade da acção psicológica que se quer. O timing ou a urgência dos casos determinam esse facto. A duração dos programas também depende desse facto.

3.10.4. Comunicação Visual

Mesmo na idade primitiva, o homem das cavernas, ainda sem o poder da palavra, ou seja, da comunicação oral, já insinuava uma maneira de se entender com seu semelhante, recorrendo a gestos e associando os fatos de sua vida diária aos desenhos que fazia nas paredes das cavernas. Foi exactamente esta forma de se expressar que deu origem a todo o sistema de Comunicação Visual conhecido hoje em dia. Seja um desenho, um símbolo, um ícone, um signo, uma cor, uma letra ou uma forma qualquer em destaque, em algum lugar, a comunicação visual tem, no próprio conceito do termo, um único e fundamental objectivo: dizer alguma coisa, silenciosamente. E essa coisa por mais subjectiva que seja atrai as pessoas. E não são apenas curiosos, pois expressa um significado e define um local, uma situação e dá uma orientação a quem olha.

A Comunicação Visual tem sido já utilizada através das campanhas da Unicef, designadamente, através de pinturas e desenhos nos murros e paredes. No caso concreto que estamos a tratar, pode ser também explorada. Mesmo da forma mais simples, como os murais, como em forma de outdoors, dum modo mais expressivo.

3.10.5. Cartaz

Um cartaz divide-se em quatro partes:

Título ou chamada; b) Ilustração; c) Texto; d) Assinatura.

O primeiro cuidado que devemos ter ao planejar um cartaz é estabelecer uma hierarquia entre as partes, de forma a criar uma prioridade e um roteiro de leitura.

Isto quer dizer que uma das partes do cartaz deve ter maior destaque que a outra e as outras partes numa ordem decrescente de tamanho. Para o público de baixa instrução, o mais indicado seria que a ilustração fosse a parte com maior destaque, seguida pelo título, texto e assinatura. Por ser um cartaz, deve saber-se expressar de forma clara, curta e concisa. Aí a mensagem tem que obedecer esses três mandamentos, caso contrário o seu mecanismo de acção psicológica será zero.

Título: O título de um cartaz deve ser muito conciso, para dar uma ideia ao leitor do que se trata; no caso de uma campanha para a Gestão Integrada dos Recursos Hídricos da Bacia do Rio Provaz, deve-se, obrigatoriamente, fazer referência ao rio e às pessoas. Nunca usar trocadilhos ou fazer humor, pois este tipo de comunicação pode causar viés.

Ilustração: A imagem deve ser fiel ao objecto representado e deve-se ater à escala. É muito comum ver cartazes fazendo referência a um objecto único, quando na realidade aqui temos dois objectos; o rio e as pessoas. O ideal é agregar à imagem do cartaz algum outro elemento identificador, como o ambiente.

Texto: Como vimos antes, o título deve dar uma ideia do assunto e, assim, o texto só terá informações complementares.

Assinatura: A assinatura deve vir no rodapé do cartaz em letras miúdas, pois a sua função é tão-somente informar o órgão responsável.

3.10.6. Folhetos

Os folhetos obedecem os mesmos mandamentos do cartaz, embora de forma mais alargada. Ou seja, através dos folhetos podemos passar mais informações. Mais ao escrever um folheto é preciso ter em conta que esta peça de comunicação servirá de apoio para o Informador passar as mensagens à população, na maioria das vezes, alfabetada, ou servirá para as crianças na escola, que por sua vez, ao chegarem em casa, repassarão a informação para os pais ou seus responsáveis. Uma das características da oralidade é a história e os exemplos que são desenvolvidos com o auxílio dos mitos e crenças locais. Ao escrever este texto, escreva uma história, como se fosse uma história infantil. E uma boa história tem que ter uma boa ideia, uma narrativa simples e sobretudo ter emoção. Uma história sem emoção é como comida sem tempero, a gente come e nunca mais lembra. Outro ponto importante, é que a história deve ser apoiada por desenhos simples, mas sugestivos e que, principalmente,

complemente o texto passando uma ideia dos personagens e ambiente. Como as fábulas, a história tem que ter um final tipo: moral da história.

3.10.7. Cupons

Pode-se aproveitar os folhetos e/ou os boletins informativos para conquistar a participação da população, mediante a técnica de “preenchimento de cupons”, em que se organiza perguntas e respostas com prémios para quem acertar. As perguntas seriam, obviamente, de acordo com os objectivos da campanha pretendida. Além de promover o hábito pela leitura, está-se também e em simultâneo a “namorar” de uma forma silenciosa a participação popular para atingir os objectivos do plano. Estas respostas medem também a eficiência dos anúncios e orientavam seus criadores para aperfeiçoá-los.

3.10.8. Escola

De facto a escola é um outro grande meio para fazer chegar e passar a informação. Quanto à escola, estamos perante duas situações: a de mudança de atitude da geração nova para o objectivo que pretendemos, que é precisamente a mudança de comportamento, para não termos que repetir o plano de geração em geração. Outra situação é que, normalmente, tudo que acontece na escola, a criança tem por hábito partilhá-lo com os pais. Neste caso, estaríamos a matar dois coelhos só com um disparo. Com a inclusão e a sensibilização das crianças, e através destas reforçar as informações aos pais ou aos encarregados de educação, familiares e amigos, a escola, além de formar novas gerações, pode utilizar a criança como um veículo de comunicação que pode influenciar a mudança de comportamento das gerações adultas.

3.10.9. Observação

Quer os boletins informativos como os programas de Rádio e Televisão devem servir de suporte às campanhas em curso, numa base mais alargada, com mais informação, mais sensibilização, mais explicação. Quer a linguagem jornalística como as terminologias técnicas devem ser simples e elucidativas de modo a esclarecer os diferentes públicos-alvo, em especial, os que com menos nível de escolaridade.

3.11. Manter a Assessoria permanente junto à Direcção-geral dos Recursos Naturais e Meio Ambiente durante a implementação do Plano de Comunicação para o Projecto de Demonstração da Gestão Integrada dos Recursos Hídricos na Bacia do Rio Provaz

Uma nota importante é a necessidade de manter a consultoria ou a assessoria permanente junto da Direcção-geral dos Recursos Naturais e Energia, enquanto durar a implementação do Plano ou a Estratégia de Comunicação. Uma coisa é a elaboração do plano com a respectiva metodologia, outra é a sua implementação, o seu seguimento e avaliação ou seja a pós-testagem. Não que se duvidasse da equipa que vai fazer a sua execução, mas por questões de segurança e salvaguarda dos interesses profissionais do consultor, no sentido de evitar fracassos e/ou desperdícios, seria de todo conveniente que se mantivesse a assessoria permanente enquanto durar a implementação do plano.

4. Conclusões

Independentemente dos obstáculos encontrados, no que toca essencialmente a questões de ordem escolar e cultural dos públicos-alvo, devidamente identificados, este Plano de Comunicação é exequível no sentido de alcançar os objectivos do Projecto de Demonstração de Gestão Integrada dos Recursos Hídricos na Bacia do Rio Provaz. Porque permitiu desenhar uma abordagem comunicacional que se assenta em princípios científicos que leve a mudanças de atitudes e de comportamentos dos públicos-alvo que utilizam a bacia do rio Provaz para as suas necessidades domésticas, profissionais, empresariais e de lazer, assim como de todas as pessoas que mantêm uma relação indirecta com o rio, no sentido da preservação e protecção simultânea dos recursos hídricos, da qualidade da água e a saúde pública. E desta forma, tal como pretende o Projecto de Demonstração de Gestão Integrada dos Recursos Hídricos da Bacia do rio Provaz permitir uma alocação equitativa dos recursos hídricos existentes para apoiar o desenvolvimento sustentável das populações locais, protegendo a saúde pública, os referidos recursos e o meio ambiente envolvente, com benefícios ambientais, agrícolas e no abastecimento da água e saneamento, etc.

5. Recomendações

Este Plano de Comunicação deve ser executado de forma coordenada no âmbito do Projecto de Demonstração da Gestão Integrada dos Recursos Hídricos na Bacia do Rio Provaz, entre todos os parceiros envolvidos, nomeadamente, a Direcção dos Recursos Naturais e Energia, a Câmara Distrital, a Área de Saúde de Lembá, o Comité de Gestão da Bacia do rio Provaz, o Clube de Amigos do rio Provaz, Confissões Religiosas e outros, devendo ser respeitadas as estratégias do mesmo no sentido de evitar desperdícios e actos paralelos que podem pôr em causa o plano.

O acto de lançamento da campanha deverá ter a cobertura dos Órgãos de Comunicação Social para conferir uma maior seriedade, responsabilidade e abrangência ao projecto para ganhar a visibilidade desejada. De três em três meses deve ser feita a avaliação do impacto do Plano de Comunicação para se poder fazer as correções devidas e evitar desperdícios de recursos. Devem ser submetidos a acções de formação ou a encontros regulares, todas as pessoas recrutadas para apoiar a campanha de sensibilização, assim como os próprios elementos dos grupos criados a volta do projecto, como o Comité de Gestão da Bacia do Rio Provaz, o Clube dos Amigos do Rio Provaz, de modo a puderem demonstrar capacidade técnica de comunicação, particularmente, a persuasão nas abordagens aos públicos-alvo.

A implementação cabal desse Plano de Comunicação vai para além dos objectivos aqui definidos, podendo ser adaptados aos projectos idênticos noutras bacias hidrográficas do país que padecem do mesmo problema.

6. Bibliografias

Fundamentos da Comunicação, Lisboa - Portugal, Ana Cristina MONTEIRO, Joaquim CAETANO, Humberto MARQUES e João LOURENÇO.

Política Global de Comunicação, MERCATOR, Lisboa - Portugal, 2011.

Técnicas de Comunicação, Instituto Bento Carraça, Rio de Janeiro, Brasil.

Plano Director de Água e Saneamento, S.Tomé, 1996 - Direcção dos Recursos Naturais e Energia.

Pesquisas Google, Terminologia Bacia Hidrográfica.

7. Anexo-I

7.1. Conversas com mulheres e raparigas que lavavam roupa e loiça

Vocês estão a lavar roupas e loiças tudo junto porque? Não sabem que assim faz mal, não ficam doentes?

- Não.

Mas se evitassem isso, não acham que seria melhor?

- Como assim?

Darem distância entre as pessoas que lavam a roupa e as pessoas que lavam loiça, para evitar que a sujidade de uma coisa e outra não prejudicasse a outra.

- Ahahaaa, sim. Gente está “habitado” já. Ela é minha amiga. E depois toda a gente procura melhor lugar, para lavar e estender roupa.

Mas assim está mal, e depois aqui mesmo vocês tomam banho. Tudo muito pertinho, pessoa a lavar roupa, pessoa a lavar loiça, pessoa a tomar banho. Assim estão a fazer tudo com agua praticamente suja. Sabiam que isso traz doença?

- Gente ouviu dizer.

Ouviu dizer, e nunca ficaram doentes com isso?

- Acho que não.

Nunca ficaram doentes?

- Já, mas não é por causa disso.

Como é que sabe?

- Médico é que disse.

Outra coisa, estamos no estação da chuva, porquê que o rio está assim tão fraco?

- Êêhhh, esse mês aqui não choveu nada. Quando chove, aqui fica todo cheio, a água vem até aqui.

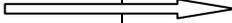
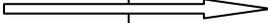
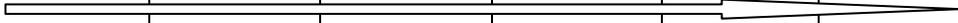
Ei você, essa loiça está limpa mesmo?

- Shie, está. Porquê?

Acho que não está, porque você lavou perto daquela senhora que está a lavar a roupa, e a água está a descer suja.

8. Cronograma

Para implementar imediatamente a seguir a implementação do Plano de Comunicação para a Gestão Integrada dos Recursos Hídricos da bacia do rio Provaz, em concertação com a agenda do grupo de trabalho do projecto.

Actividades	1º trimestre	2º trimestre	3º trimestre	4º trimestre	1º semestre	2º semestre
Sessões de Capacitação dos grupos e equipas envolvidas						
Deslocações ao terreno						
Programa de Rádio Comunitária						
Spots Publicitários: Rádio Comunitária, Rádio Nacional e TVS						
Produção de Materiais de Comunicação: T-shirts, Comunicação Visual, Folhetos, Cartazes						
Assessoria permanente						

9. Orçamento Estimativo

Actividades	Especificações	Grupos Envolvidos	Justificação de Custos	Custos/ Unidade	Custos Trimestrais	Total dois anos	
Apoio às Actividades de Comunicação	Deslocações ao Terreno	Clube de Amigos do Rio ProvaZ Comité de Gestão da Bacia do Rio ProvaZ Outros Grupos Formados	Apoio à logística. Subsídios de participação.	-----	Db\$; 4.500.000,00	Db\$; 36.000.000,00	
Programa de Rádio e TV	Rádio Comunitária "Tlaxá"	Grupos-alvo primários e secundários	Visibilidades, sensibilização e mobilização com impactos directos	-----	Db\$; 3.000.000,00	Db\$; 24.000.000,00	
	Rádio Nacional	Grupos-alvo primários e secundários	Visibilidades, sensibilização e mobilização	-----	Db\$; 5.000.000,00	Db\$; 40.000.000,00	
	Programa TV\$	Todos os grupos			Db\$; 6.000.000,00	Db\$; 48.000.000,00	
Produção dos Materiais de Comunicação	Spots Rádio Comunitária Tlaxá	Só pessoas de grupos seleccionados	Visibilidades, sensibilização e mobilização com impactos directos	-----	Db\$; 1.500.000,00	Db\$; 12.000.000,00	
	Spots Rádio Nacional	Só pessoas de grupos seleccionados			Db\$; 3.000.000,00	Db\$; 24.000.000,00	
	Spots TV\$	Só pessoas de grupos seleccionados	Visibilidades, sensibilização e mobilização	-----	Db\$; 4.500.000,00	Db\$; 36.000.000,00	
Outros Materiais de Comunicação	T - Shirts		Visibilidades, sensibilização e mobilização	-----	Quantidades		
	Cartazes				1/Db\$; 107.530,00	300 t-shirts	Db\$; 32.259.000,00
	Folhetos				1/Db\$; 11.520,00	50 Cartazes	Db\$; 576.000,00
				1/Db\$; 5.000,00	100 folhetos	Db\$; 500.000,00	
Total Final em dois anos: Db\$; 253.335.000,00 (duzentos e cinquenta e três milhões, trezentas e trinta e cinco mil dobrás).							

Obs; A produção e a divulgação dos spots na Rádio Nacional e na TV\$, bem como a produção dos próprios programas para estas duas estações, só justificam caso sejam, de facto, necessários.