

Eixo Temático ET-08-012 - Recursos Hídricos

USO DA INTERNET NA COMUNICAÇÃO SOCIAL DO COMITÊ DAS BACIAS HIDROGRÁFICAS DO LITORAL NORTE

Camylla Rebeca Melo da Cunha¹; Mirella Leôncio Motta e Costa²

¹Graduanda do CST em Gestão Ambiental do IFPB - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba, E-mail: camyllarebeca@gmail.com; ²Professora do CST em Gestão Ambiental do IFPB - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba, E-mail: mirellamotta@yahoo.com.br.

RESUMO

A gestão dos recursos hídricos deve ser baseada em uma abordagem participativa, a fim de aumentar a conscientização sobre a importância da água entre os decisores políticos e do público em geral. Para o alcance dessa abordagem participativa na gestão de recursos hídricos, é imprescindível a utilização de estratégias de comunicação social, para que a sociedade tenha acesso simétrico às informações sobre a gestão da água no nível da bacia hidrográfica, sendo importante canal para chamamento, divulgações, informações, consultas, manifestações e tomada de decisões em recursos hídricos. Desta forma, o referido trabalho aborda a relevância do uso da internet no Comitê das Bacias Hidrográficas do Litoral Norte através da criação de sua *fanpage* na rede social Facebook. Diante dos números de acessos, curtidas e visualizações de publicações, conclui-se que o Facebook tem sido uma importante ferramenta de comunicação para o CBH-LN com o público em geral, pois nele é possível difundir a existência dos comitês de bacia, tornar públicas suas ações, possibilitar um contato mais acessível com a sua diretoria, bem como contribuir para uma educação ambiental mais eficiente.

Palavras-chave: Comunicação social; Internet; Comitê das Bacias Hidrográfica do Litoral Norte.

INTRODUÇÃO

O processo de participação popular tem a ver com as decisões dos governantes e com a capacidade do povo de exigir os seus direitos e de vir a contribuir ativamente, como sujeito, para construção da sociedade. Uma das instâncias pela qual o homem pode exercer esse direito e esse dever é a comunicação social, compreendendo-se nela todos os níveis e todos os meios criados para efetivá-la (FOLLADOR, 2007). Para o alcance dessa abordagem participativa na gestão de recursos hídricos, é imprescindível a utilização de estratégias de comunicação social, que englobem os processos de informar, persuadir, divulgar, comunicar, estimular, conscientizar, sensibilizar, além de entreter as pessoas.

No contexto da democracia participativa, a comunicação social se destaca por sua capacidade de pautar, convocar e negociar os diversos interesses que transitam em uma comunidade. Mas, para isso, é preciso buscar a “flexibilização”, apontada por

Dowbor (1993). O que significa que tais questões devem ser pensadas no âmbito das políticas públicas de comunicação (FOLLADOR, 2007).

Loures (2006) argumenta que o direito à informação ambiental é um dos instrumentos de efetivação do princípio da participação e, ao mesmo tempo, de controle social do Poder, permitindo a atuação consciente e eficaz da sociedade, no desenvolvimento e na implementação das políticas públicas direcionadas à área ambiental. Este direito possui assento em diversos dispositivos constitucionais, na qualidade de direito público subjetivo e de interesse de natureza difusa, fundamental ao exercício da cidadania, de que são titulares – ao mesmo tempo, cada cidadão e a coletividade como um todo – e que pode, a princípio, ser exercido contra o Estado, os meios de comunicação ou quaisquer pessoas, físicas ou jurídicas, detentoras de informações, dados e documentos de relevância para a proteção ambiental.

Neste sentido, no que se refere à gestão de recursos hídricos, o envolvimento com o público em geral através da comunicação, se torna indispensável para facilitar o acesso entre o cidadão e as entidades responsáveis pelas tomadas de decisões, como também proporcionar uma maior visibilidade, neste caso, ao comitê de bacia hidrográfica.

No trabalho de Lahoz et al. (2009) a comunicação social para recursos hídricos foi utilizada para proporcionar maior entendimento da sociedade sobre a cobrança pelo uso de recursos hídricos, levando esclarecimentos sobre a natureza e os objetivos desse instrumento de gestão na bacia hidrográfica dos rios Piracicaba, Capivari e Jundiáí.

No contexto do estado da Paraíba, a comunicação social para recursos hídricos ainda é considerada deficitária, uma vez que são poucos os canais de comunicação social entre os entes que compõem o Sistema Integrado de Planejamento e Gerenciamento de Recursos Hídricos - SIGERH. Dos entes componentes do SIGERH-PB, os comitês de bacias hidrográficas são os que tem maior necessidade de comunicação social, pois é por meio dele que efetivamente a sociedade civil se integra no sistema.

Os meios de comunicação social classificam-se em (LUSSINGA, 2012): sonoros (telefone, rádio), escritos (jornais, diários e revistas), áudios visuais (televisão e cinema), multimídia (diversos meios simultaneamente), hipermídia (CD-ROM, TV digital e internet).

Outros como, palestras, encontros, programas de educação ambiental e campanhas de comunicação social são alguns dos instrumentos utilizados para provocar a discussão da temática ambiental numa determinada comunidade. São instrumentos que buscam informar e motivar a comunidade para participar do gerenciamento dos recursos hídricos a sua volta (FOLLADOR, 2007).

Apesar de televisão continuar sendo o meio de comunicação mais utilizado pelos brasileiros, a internet vem crescendo anualmente. Dados da Pesquisa Brasileira de Mídia (2015) indicam que quase metade dos brasileiros usa a internet regularmente e que o percentual de pessoas que a utilizam todos os dias cresceu de 26% em 2014 para 37% em 2015 (PBM, 2015). Em se tratando especificamente das mídias sociais¹, o Facebook é a mais utilizada pelos internautas, com 83% do total, conforme Tabela 1.

¹Mídias sociais digitais são interações sociotécnicas típicas da sociedade midiaticizada, em que a mídia torna-se ambiência perpassando todos os campos da experiência humana em sociedade (Carvalho, 2010).

Tabela 1. Percentual de Internautas conectados por meio de mídias sociais.

Facebook	Whatsapp	Youtube	Instagram	Google+	Twitter	Skype	Linkedin	Outros	Não utiliza
83%	58%	17%	12%	8%	5%	4%	1%	1%	6%

Fonte: PBM (2015).

Diante do exposto, faz-se extremamente necessário aproveitar os meios de comunicação mais utilizados pela sociedade atual para fazer a comunicação social para recursos hídricos, e conseqüentemente levar para a sociedade o conhecimento acerca do sistema de recursos hídricos e os problemas associados à má gestão da água, bem como levar informação para a correta utilização dos recursos hídricos.

OBJETIVO GERAL

Apresentar os resultados obtidos com a utilização da internet e das mídias sociais como meios de comunicação social para recursos hídricos, analisando os resultados do site Portal das Águas (www.aguasdaparaiba.com.br) e da *fanpage* do CBH-LN - Comitê das Bacias Hidrográficas do Litoral Norte no Facebook (mídia social).

METODOLOGIA

A metodologia utilizada será exploratória e descritiva, procurando verificar e descrever o uso da internet e das mídias sociais na comunicação social para recursos hídricos do CBH-LN.

O CBH-LN - Comitê de Bacia Hidrográfica do Litoral Norte é um organismo colegiado, componente do SIGERH-PB, com representantes do Poder Público, usuários de água e da sociedade civil organizada, com atribuições normativas, consultivas e deliberativas, tendo como objetivo promover o gerenciamento descentralizado, participativo e integrado dos recursos hídricos.

Em uma reunião plenária do referido comitê foi realizada consulta aos membros, com o objetivo de identificar formas de comunicação social a serem adotadas pelo comitê para dar maior visibilidade ao próprio comitê e garantir o acesso a informações entre os membros e a sociedade.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Como resultados desta consulta aos membros foi identificado que o CBH-LN deveria ter uma visibilidade maior para a sociedade, mostrando suas competências de atuação, bem como suas ações. Para tanto, optou-se por intensificar o uso dos meios já disponíveis e criar uma *fanpage* no Facebook, uma vez que é uma das mídias sociais digitais mais utilizadas na atualidade e seria a forma mais rápida de aproximação com a sociedade em geral.

A Secretaria Executiva dos comitês paraibanos, a AESA – Agência Executiva de Gestão das Águas da Paraíba, criou no ano de 2012, o Portal das Águas (<http://www.aguasdaparaiba.com.br>), como sendo um espaço independente do governo

para inserção de comunicações dos comitês (Figura 1). Entretanto, este site não estava sendo alimentado com frequência.

Com a grande demanda por parte dos membros do CBH-LN, a alimentação do site foi intensificada, tendo sido redigidas e postadas notícias, tais como a aprovação do novo regimento interno, divulgação e inscrição do curso de gerenciamento de resíduos sólidos, convocação e realização de reuniões ordinárias, entre outros.

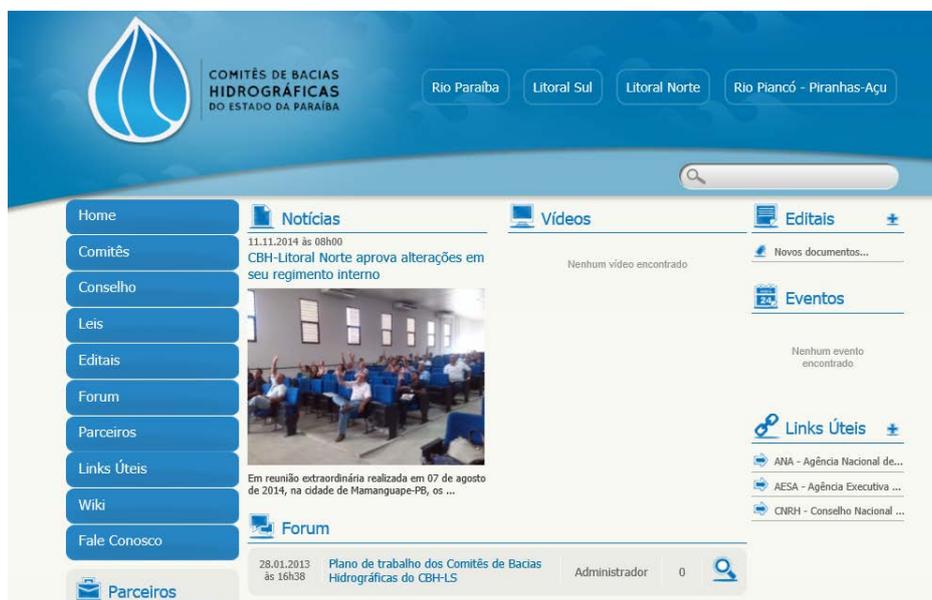


Figura 1. Site www.aguasdaparaiba.com.br que hospeda as informações dos CBHs paraibanos. Fonte: Portal das águas, 2015.

Na Tabela 2, observam-se as dez notícias mais acessadas no site, com o respectivo número de acessos. Observa-se que além de notícias referentes aos comitês paraibanos, são inseridas reportagens com foco na meteorologia e na gestão de recursos hídricos.

Tabela 2. Dez notícias mais acessadas e número de acessos.

Data	Notícia	Nº de acessos
22/10/2013	Membros do Comitê das Bacias do Litoral Sul serão eleitos dias 29 e 30	627
15/01/2013	Esta semana, na Paraíba, choveu mais em Caldas Brandão. Espera-se mais chuvas para fevereiro no Sertão.	590
06/02/2014	A Agência Executiva de Gestão das Águas da Paraíba (Aesa) publicou nesta terça-feira (4) o edital de convocação do processo eleitoral do CBH-PB	505
11/11/2014	CBH-Litoral Norte promove Curso de Gerenciamento de Resíduos Sólidos	485
08/01/2013	Chuva no sertão	352

31/10/2012	Ministério da Integração Nacional vai investir na recuperação de barragens	348
29/05/2013	Portal dos CBHs da Paraíba está no ar	333
18/11/2014	Comitês Estaduais e AESA realizam III Encontro Estadual de Comitês de Bacias	297
11/11/2014	CBH-Litoral Norte aprova alterações em seu regimento interno	280
04-06-2015	CBH-Litoral Norte realizou 2ª Reunião Ordinária de 2015	110

Uma das sugestões propostas pelos membros, foi a criação da *fanpage* do CBH-LN na mídia social digital do Facebook. A página foi devidamente criada e vinculada à conta de e-mail do próprio comitê. Na Figura 2 visualiza-se a *fanpage*.



Figura 2. Fanpage CBH-LN. Fonte: Fanpage CBH-LN, 2015.

Como podemos observar a página no Facebook não trata apenas de questões do próprio comitê, mas também tem a preocupação de informar e conscientizar a sociedade, para que ela possa receber informações em relação à gestão dos recursos hídricos, podendo aplicar tais conhecimentos no seu dia-a-dia. Na Figura 3 temos o total de “curtidas” da *fanpage*, como observar-se a seguir, o número é animador se comparado a outras páginas com perfis semelhantes.



Figura 3. Total de curtidas na fanpage do CBH-LN. Fonte: Fanpage CBH-LN, 2015.

Observando ainda a Figura 3, desde a criação da *fanpage* no mês de março de 2015, a página teve um crescimento gradativo o que demonstra o alcance a um bom público, e também que o conteúdo vem sendo bem aceito e absorvido. No total somam-se 251 “curtidas”. Já na Figura 4, dimensiona-se o alcance e envolvimento das publicações com o público alvo.

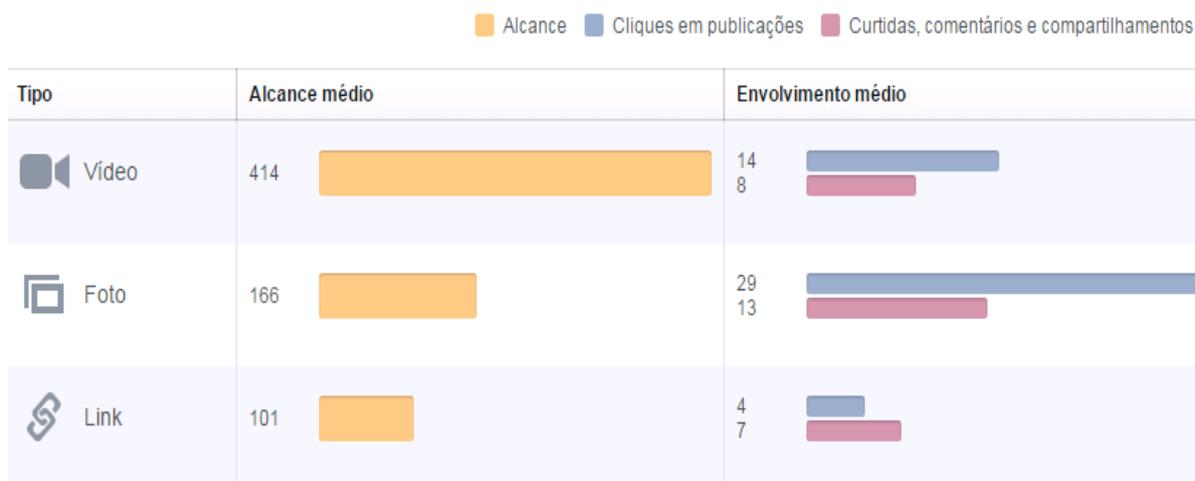


Figura 4. Alcance e envolvimento do público alvo com diferentes tipos de publicações. Fonte: Fanpage CBH-LN, 2015.

Olhando a Figura 4, é possível perceber que os alcances da publicação em vídeo têm maior acesso, seguidas pelas postagens com fotos, pois tem uma abrangência significativa e é responsável por envolver o maior número de pessoas. Observando a Figura 5, sabe-se como as pessoas “curtem” a referida página.

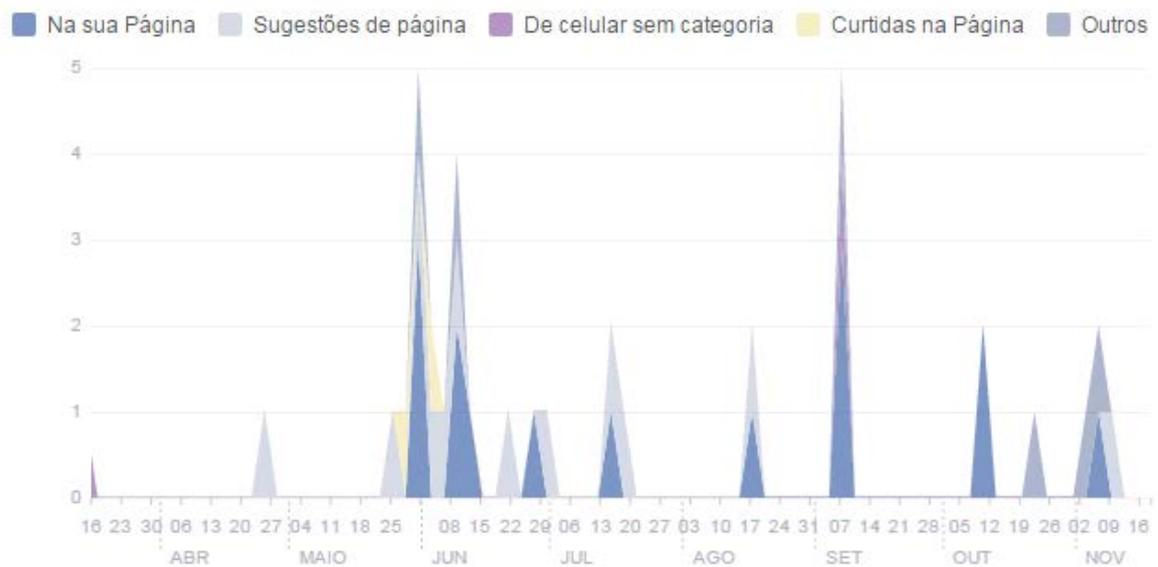


Figura 5. Formas de curtidas. Fonte: *Fanpage* CBH-LN, 2015.

Vendo o gráfico da Figura 5, conclui-se que a maioria das curtidas que a *fanpage* possui ocorre na própria página, ou seja, por pessoas que entram para ver o conteúdo e se identificam com as postagens. Em seguida, tem-se as curtidas oriundas de sugestões da página (recurso que o Facebook utiliza para divulgar as *fanpages* de forma gratuita até um certo alcance), e algumas das curtidas vem de pessoas que conheceram o perfil pelo celular. Na Figura 6, tem-se uma noção do envolvimento individual, o que possibilita observar como os seguidores interagem com os posts.



Figura 6. Número de curtidas, comentários, compartilhamentos. Fonte: *Fanpage* CBH-LN, 2015.

Na *fanpage* do CBH-LN, as curtidas diretamente nas postagens ainda é o recurso mais utilizado pelo público, e conforme a Figura 6 acima é notória a vantagem delas em relação aos outros modos de envolvimento. Em seguida tem-se os compartilhamentos, meio esse que colabora para o aumento do alcance das publicações em perfis que muitas vezes não conhecem o tipo de informação publicada, contribuindo assim para uma divulgação mais abrangente. Na Figura 7, é possível conhecer a porcentagem das pessoas envolvidas com a *fanpage* pelo gênero e faixa etária.

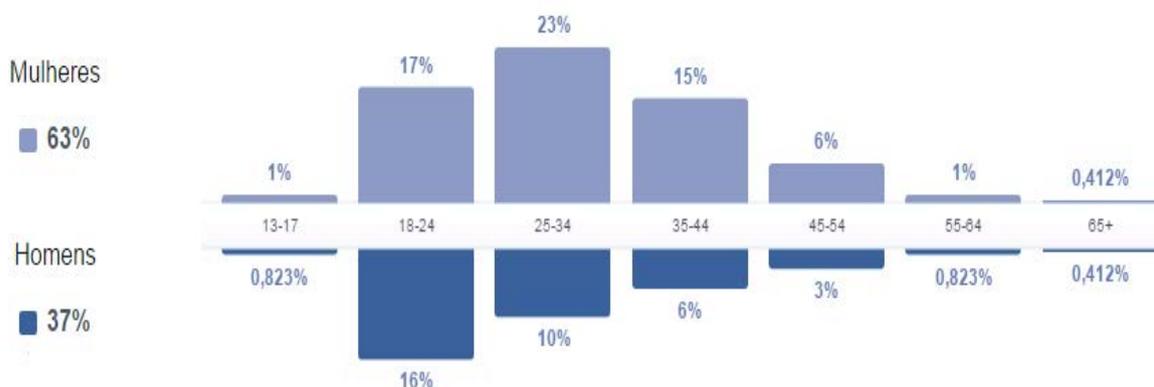


Figura 7. Público envolvido com a *fanpage* do CBH-LN. Fonte: *Fanpage* CBH-LN, 2015.

É notória a predominância feminina (63%) entre as pessoas que curtem a página, sendo interessante observar que a maior parte delas tem entre 25 e 34 anos enquanto 37% dos homens tem a sua maioria entre 18 e 24 anos. Com esse resultado percebemos a importância, e de como ao longo do tempo as mulheres tem tido um papel fundamental nos assuntos que envolvem a gestão da água no país.

A utilização do site Portal das Águas e da *fanpage* do CBH-LN no Facebook são ações pontuais, que devem fazer parte do plano de comunicação do CBH-LN - uma ação macro de comunicação social no âmbito do planejamento do comitê. Quando elaborado, este plano permitirá que CBH-LN tenha sua voz amplificada e propicie a comunicação social para mobilização e posterior participação do público. Enquanto o mesmo não é finalizado intensificou-se a divulgação dos conteúdos pela *fanpage* e pelo site dos comitês de bacias hidrográficas estaduais.

CONCLUSÕES

Conforme assinala Brown (1999) “a chave para proteger a natureza é tornar o público consciente da necessidade disso. O mais excitante dessas novas tecnologias, sobretudo da Internet, é prover o acesso a informações que o público em geral não tinha antigamente”.

A internet, em especial as mídias sociais digitais, são importantes espaços para divulgação de conteúdos relacionados aos recursos hídricos. Diante dos números de

acessos, curtidas e visualizações de publicações, conclui-se que o Facebook tem sido uma importante ferramenta de comunicação para o CBH-LN com o público em geral, pois nele é possível difundir a existência dos comitês de bacia, tornar públicas suas ações, possibilitar um contato mais acessível com a sua diretoria, bem como contribuir para uma educação ambiental mais eficiente.

É grande o potencial da internet, pois proporciona teoricamente a recepção e produção de informação conforme afirma Follador (2007), todavia a autora lembra que apenas uma parcela da sociedade brasileira tem acesso a este instrumento. Por isso, a página no Facebook deve ser apenas um dos instrumentos utilizados para uma comunicação eficiente, reconhecendo a importância e a necessidade de se utilizar os demais meios de comunicação existentes.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos o apoio técnico, institucional do IFPB - *Campus* João Pessoa, como também seu investimento financeiro através das bolsas oferecidas pelo PROBEXT no ano de 2014.

REFERÊNCIAS

BROW, L. Entrevista Lester Brown presidente do Worldwatch Institute. **Correio da Bahia**, 27 de novembro de 1999.

CARVALHO, L. M. **Legitimação institucional do jornalismo informativo nas mídias sociais digitais**: estratégias emergentes no conteúdo de Zero Hora no Twitter. Santa Maria: Universidade Federal de Santa Maria, 2010. (Dissertação de Mestrado em Comunicação Midiática).

FOLLADOR, M. L. **Comunicação social como instrumento para a gestão dos recursos hídricos uma análise da experiência de uma organização pública** - o caso SRH-Bahia. Salvador: Universidade Federal da Bahia, 2007. (Dissertação de Mestrado Profissional).

ICWE - International Conference on Water and the Environment. **The Dublin Statement and Report of the Conference**, 26-31 January, 1992.

LAHÓZ, F. C. C.; CAMPOS, E. F.; BORTOLAZZO, V. C.; OLIVEIRA, I.; MILANEZ, I. P.; FILIPPINI, I. T. Metodologia de comunicação social para a implantação da cobrança pelo uso da água nas bacias PJ integrando o sistema de gestão de recursos hídricos nas bacias PCJ. **Anais do XVIII Simpósio Brasileiro de Recursos Hídricos**, Campo Grande-MS, 2009.

LOURES, F. T. R. **A Implementação do Direito à Informação Ambiental**. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2006. (Biblioteca Jurídica Virtual).

LUSSINGA, M. F. **Os meios de comunicação social, veículos de uso obrigatório para o desenvolvimento.** Instituto Superior de Ciências da Educação (ISCED) da Huíla, Angola, 2012.

PBM - Pesquisa Brasileira de Mídia. **Hábitos de consumo de mídia pela população brasileira,** 2015.

PORTAL DAS ÁGUAS. **Comitês de Bacias Hidrográficas do Estado da Paraíba.** Disponível em <<http://www.aguasdaparaiba.com.br>>. Acesso em: 21 out. 2015.