

despertar o imaginário popular para a importância do envolvimento em trabalho de tão grande relevância.

## 6.2 LOGOMARCA E SLOGAN PARA COMUNICAÇÃO

Criação de uma identidade visual que possa ser referencial não somente nas cartilhas como também durante toda elaboração do PMSB, tanto na sua divulgação, quanto em seus canais de comunicação. Importante que não tenha semelhança com alguma campanha pública ou política, que ele traga referência à cidade e ao saneamento, evidenciando o meio ambiente.

A logomarca deve ser o ponto de partida do PMS, pois serão instrumentos vitais para a fixação simbólica e efetiva do programa, devem apresentar cores sólidas e com imagens representativas sempre inseridas no contexto do PMSB.

A elaboração desta identidade visual é de responsabilidade da Terra Consultoria e fica a critério da Prefeitura de Caiapônia sua aprovação ou mesmo considerado sua criação pela própria prefeitura. Será enviado junto a este plano a sugestão de logomarca.

## 6.3 PEÇAS PARA AMPLA DIVULGAÇÃO

### FERRAMENTAS DE COMUNICAÇÃO

Ofícios

Releases

Cartas

Informes periódicos eletrônicos através das redes sociais

Exposição fotográfica

Matérias / Assessoria de imprensa da Terra Consultoria

Matérias informativas/ técnicas

Cartilhas

Folders

Panfletos

Vídeos

1.	Itens de Mobilização Social	Unidade	Quantidade (Preencher)
1.1.	Item 1 - Folder e convites (impressos e xerocados).	Unidade	2.000
1.2.	Item 2 - Cartaz - Manuais e confeccionados pela equipe.	Unidade	100
1.3.	Item 3 - Divulgação - Rádio Comunitária.	Horas	10
2.	Itens do Evento Setorial	Unidade	Quantidade (Preencher)
2.1.	Item 1 - Bloco papel - lápis.	Unidade	450
2.2.	Item 2 - Crachás - cartolina - cordão.	Unidade	450

**1- Itens de mobilização social:** Itens necessários para realizar os eventos de mobilização social, visando o incentivo à presença da sociedade no Evento Setorial do PMSB.

**2- Itens do Evento Setorial:** Itens necessários para realizar o Evento Setorial.

**Obs.: Todo o processo de Mobilização, bem como a realização da Conferência ocorrerá com recursos captados pelo município através da FUNASA.**

### 6.3.1 FOLDER DIRECIONADO AO PÚBLICO GERAL

O folder (folheto, brochura ou *flyer*) é um documento escrito com dobra, utilizado quando se quer passar uma quantidade de informações, ou então quando se faz necessário dar uma aparência estética a alguma mensagem de teor informativo ou publicitário. Uma peça publicitária que terá caráter promocional do PMSB e institucional por circular somente dentro da cidade. Limitada pelo seu espaço físico, irá conter informações de impacto visual, ou seja, com menos texto, todavia bastante abrangente. O Objetivo é que atenda o público em geral menos voltado à leitura e mais apto a obter informações instantâneas e pontuais.

É evidente que grande parte da população demonstra sensibilidade aos movimentos ambientais, principalmente no que tange as necessidades básicas coletivas, porém, o estímulo através de folders busca aumentar esse interesse. Mesmo com o foco ao conteúdo visual, essa peça conterá informações importantes e sucintas, ressaltando a importância da água, esgoto e segregação do lixo nas residências e sua contextualização diretamente ligada à saúde pública.

O desenvolvimento, elaboração e distribuição dos folders ficam a critério da avaliação do Comitê de Coordenação podendo ser usado material já elaborado e produzido desde que caiba no contexto a ser desenvolvido por esse PMSB.

### **6.3.2 FOLDER DIRECIONADO AO SETOR PRODUTIVO**

Folder voltado para os comerciantes, empresários, profissionais de entidades de classe e seguimentos diversos, com conteúdo mais consistente, contendo informações técnicas sobre o saneamento básico, seus agentes envolvidos e o papel das empresas neste contexto, principalmente no foco da responsabilidade solidária. O objetivo é que estes agentes atingidos contribuam com a mobilização e na difusão de informações.

"Para compelir, contudo, o Poder Público a ser prudente e cuidadoso no vigiar, orientar e ordenar a saúde ambiental nos casos em que haja prejuízo para as pessoas, para a propriedade ou para os recursos naturais, mesmo com a observância dos padrões oficiais, o Poder Público deve responder solidariamente com o particular" (MACHADO, 1991, p. 203).

### **6.3.3 CARTILHA EDUCATIVA**

Dirigida aos alunos e os professores da rede pública e privada e demais agentes que estão em contato com a rede de ensino. A cartilha deve conter diversas informações e ilustrações que serão facilmente assimiladas.

Esta cartilha será distribuída ao público infantil com a sugestão de criação de personagens infantis para comunicar diretamente com este público-alvo e que estabeleça um diálogo de modo a conscientizá-los para a importância do saneamento básico e do uso comedido dos recursos naturais, usando é claro, uma linguagem adequada para este público. O que se pretende é trazer o público infantil para o seio da campanha, porque indiretamente atingiremos seus pais e familiares.

A cartilha infantil pode ser utilizada na forma de gibi com a oportunidade das crianças interagirem com o personagem, gerando a atividade lúdica.

## **6.4 EXPOSIÇÃO FOTOGRÁFICA**

A falta de conhecimento impede o sucesso de diversas ações importantes, com isso, a fotografia de caráter informativa oferece uma visão clara, engenhosa e ampla de um acontecimento de interesse jornalístico.

Por esse motivo serão feitas, em acordo com as mesmas, a mobilização dos jornais locais na produção fotográficas do tema saneamento a ser exposta nos eventos de mobilização no intuito de elucidar a população a importância do tema, buscando assim sua participação mais efetiva.

## 6.5 CAMPANHAS VIRTUAIS

As campanhas virtuais são criadas para aprimorar o canal de comunicação e mobilização social, deve ser mais amplamente usada devido sua rapidez e maior abrangência, além do caráter sustentável através da redução do uso de material impresso.

As redes sociais representam hoje uma ferramenta de comunicação maciça, tanto para crianças, quanto jovens e adultos que as frequentam a todo minuto. Tem também a conotação de ser ambientalmente correta, porque evita desperdícios, como já evidenciado. O objetivo é comunicar sobre a elaboração do PMSB e manter todos os canais informados da evolução dos trabalhos, buscando o maior alcance possível.

O *facebook* é a rede social mais difundida da atualidade, assim como o aplicativo multiplataforma de mensagens instantâneas para *smartphones*, o *WhatsApp* que além de mensagens de texto, os usuários podem enviar imagens, vídeos e mensagens de áudio de mídia. Desta forma pode-se informar em tempo real o desenvolvimento dos trabalhos em todas as fases, bem como divulgar os dias das audiências públicas, oficinas, reuniões e palestras que forem marcadas.

É de amplo conhecimento a importância desta ferramenta para divulgação de movimentos sociais, comerciais, artísticos, etc. Possui interface amigável e qualquer cidadão, independente de faixa etária e classe social, consegue utilizar sem percalços, podendo participar de fóruns de debates, se manifestando a respeito do tema e tornando o processo de mobilização social ainda mais participativo.

A criação de um *site* aliado a um *blog* também é uma opção para ser um canal de debates e de informação, contendo textos explicativos criados pela equipe de trabalho e aprovados pelo Comitê de Coordenação, ampliando ainda mais o conteúdo das informações contidas no material impresso.

O objetivo do *site/blog* é explorar todo o conteúdo programático ilimitadamente, evitando excesso de papéis e panfletos informativos. Assim como as redes sociais, é um importante canal para a participação popular, poderá receber comentários, onde qualquer cidadão poderá expressar o seu pensamento ou opinião a respeito do PMSB. Todos os comentários e participações serão listados e entregues ao Comitê de Coordenação e Executivo através dos relatórios mensais para que possam ser levados em conta na avaliação do processo participativo.

Estas ferramentas deverão ser criadas de comum acordo com a Prefeitura de Caiapônia e será gerenciada em parceria com a equipe de trabalho da Terra Consultoria, Estudos e Projetos Ambientais, representantes do Comitê de Coordenação e demais representantes da sociedade designados.

## 6.6 DIVULGAÇÃO POR VÍDEO

A produção de vídeos irá criar mais um canal de divulgação para o desenvolvimento e a importância do PMSB. Sugere-se a produção de vídeos com duração média de 30 segundos a ser vinculado no endereço de todas as redes sociais envolvidas e canais de comunicação diversos na internet. Os vídeos serão compartilhados após a aprovação prévia do Comitê de Coordenação e posteriormente inseridos (carregados) em conta registrada no site YOUTUBE.

## 6.7 BANNER ELETRÔNICO PARA SITES DE PARCEIROS

Banners são utilizados para fazer publicidade na internet, podendo ser apresentados a partir de animações em *Shockwave*, *Java* ou *Flash* ou mesmo em formato de imagens estáticas.

Geralmente possuem tamanho reduzido e são hospedados pela maioria dos sites que vendem espaço publicitário na web ou mesmo podem ter espaços cedidos em blogs, páginas comerciais ou institucionais. Os padrões que regulamentam o seu tamanho, são os definidos pela IAB (Internet Advertising Bureau) e CASIE (Coalition for Advertising Supported Information and Entertainment) e recomendados pela AMT (Associação de Mídia Interativa) para o uso no Brasil dimensionados através de pixels e no seguinte tamanho:

- 468 X 60 Pixels (Full Banner);
- 392 x 72 Pixels (Full Banner com barra de navegação vertical);
- 234 x 60 Pixels (Half Banner);
- 120 x 240 Pixels (Banner Vertical);
- 120 x 90 Pixels (Button 1);
- 120 x 60 Pixels (Button 2);
- 125 x 125 Pixels (Square Button);
- 88 x 31 Pixels (Micro Button).

Um *banner* eficiente é normalmente aquele que chama a atenção e desperta a curiosidade do internauta ao ponto de fazê-lo clicar no mesmo para ter acesso a mais informações sobre o que está sendo divulgado, podendo ser direcionado para qualquer outro *site* ou rede social.

O banner pode ser utilizado tanto para fazer propaganda dentro de seu próprio site, quanto em outros *websites* através da compra, troca ou doação de espaço. Poderá com prévia autorização, ser veiculado no site da Prefeitura de Caiapônia ou outro canal predefinido, possibilitando ampliar a informação à população em geral.

## 6.8 CAMPANHAS EXTERNAS

Esta etapa envolve a divulgação em mídias mais difundidas como rádio, jornais, revistas, boletins e periódicos em geral, ou mesmo a televisão local. Serão elaboradas matérias informativas para a mídia local, onde haverá um resumo do conteúdo do desenvolvimento do PMSB. A mídia será multiplicadora do planejamento de comunicação. A redação do *release* será feita pela equipe da Terra Consultoria, Estudos e Projetos Ambientais e com a aprovação do Comitê de Coordenação do PMSB. Neste documento haverá a indicação dos responsáveis pelos comitês para atender a eventuais consultas da população e da própria mídia local.

## 6.9 AUDIÊNCIAS PÚBLICAS

As audiências fundamentam-se no princípio da publicidade dos atos da administração e estão relacionadas com o repasse de informações das atividades e definições por parte do Poder Público.

Como acontece com o Plano Diretor, aqui também, será feita a audiência pública ao final da elaboração do PMSB, todos os eventos públicos serão realizados buscando ter uma relevante participação popular com oportunidade de manifestação ampla.

## 6.10 EVENTOS COMUNITÁRIOS

Para que sejam atendidos os objetivos do PMSB, a Terra sugere a realização de quatro reuniões. A primeira seria somente entre os Comitês (Coordenação e Executivo) e a Terra. As outras três reuniões serão feitas na forma de Audiências Públicas: uma para a fase de diagnóstico; outra para a fase de prognóstico; e mais uma para as fases de priorização de objetivos e/ou programas. A

quantidade e os objetivos dessas reuniões estão de acordo com o Termo de Referência da FUNASA (2012 p.20).

## 6.11 REUNIÕES TÉCNICAS

Estas reuniões possuem caráter elucidativo acerca da elaboração do PMSB e é direcionado tanto para os integrantes dos comitês quanto para os gestores públicos, demais colaboradores e sociedade em geral. Tem como objetivo o levantamento de problemas e informações dos eixos do saneamento básico e também o treinamento e a capacitação dos participantes locais no levantamento de dados para a elaboração do PMSB.

A primeira reunião de apresentação do PMSB foi realizada em 24 de fevereiro de 2015, às 14:00 h, através da equipe formada pelos representantes da empresa Terra Estudos e Projetos Ambientais LTDA. A primeira reunião oficial foi realizada no auditório da Prefeitura de Caiapônia, onde estavam presentes o Exmo. Sr. Prefeito Argemiro R. dos Santos Neto, Vereadores da Câmara Municipal de Caiapônia, Secretários da Prefeitura, Agentes de Saúde, representante da concessionária Saneago, representante dos assentamentos rurais, entre outros (enumerados na lista de presença em anexo). Em caráter orientador estavam os ilustres Sr. Luiz Fernando Sanches de Siqueira e a Sra. Leila Santana Nascimento Souza, ambos representando o Ministério da Saúde / FUNASA - GO.

Na reunião foi apresentado os conceitos e diretrizes do Plano Municipal de Saneamento Básico - PMSB para o conhecimento de todos os presentes no auditório e os princípios e a obrigatoriedade da formação do Comitê de Coordenação e do Comitê Executivo.

Em primeira instância o Exmo. Pref. Argemiro R. dos Santos Neto abriu a reunião pontuando a importância do PMSB para o Município de Caiapônia e também agradecendo a participação de todos os presentes na reunião. Logo após foi ministrado uma palestra a cerca do Plano Municipal de Saneamento Básico pelo Biólogo e Especialista em Educação Ambiental, o Sr. Giovane Moraes Toledo representante da Terra Consultoria, onde foram apresentado os tópicos, problemas, causas, ações, diagnóstico, prognóstico, entre outros temas que irão abranger o plano. Também foi apresentado a identidade visual criada para a divulgação do PMSB, o site e o blog ([www.pmsbcaiaponia.jimdo.com](http://www.pmsbcaiaponia.jimdo.com)) e a rede social (facebook: pmsbcaiaponia), todas já desenvolvidas como canais de comunicação do Plano de Mobilização Social. Em seguida abriu-se um momento de discussão sobre o assunto junto aos presentes que tiveram a oportunidade de tirar dúvidas e interagir sobre o PMSB que irá ser executado no município de Caiapônia. Logo após o Sr. Luiz Fernando Sanches de Siqueira, como representante da FUNASA, palestrou sobre cada produto que irá abranger o PMSB e explicou a

tamanha importância do plano: “... pois o PMSB é um plano histórico para a cidade de Caiapônia. São só 22 municípios do estado de Goiás contemplados pela MS/FUNASA com o plano e essa administração vai ficar marcada pelo projeto que será apresentado no período de dez meses...(Luiz Fernando Sanches de Siqueira - FUNASA)”, outrora a Sra. Laila Santana Nascimento Souza, representante da FUNASA, discorreu sobre o Produto "B" (Plano de Mobilização Social), parabenizou a Prefeitura de Caiapônia por estar tão empenhada no projeto e também fez elogios à equipe da Terra responsável por elaborar o PMSB.

Dando continuidade à mobilização e com foco na formação dos comitês e levantamento de dados para um diagnóstico preliminar do município, no dia seguinte, em 25 de fevereiro, às 09:00 h, no Auditório da Prefeitura de Caiapônia, foi dada sequência à reunião iniciada no dia anterior. Nesse momento estavam presentes os prováveis futuros representantes dos comitês de coordenação e executivo que irão ficar à frente dos trabalhos. Segue abaixo o quadro informativo com os nomes dos possíveis representantes de cada comitê com suas respectivas funções:

<b>COMITÊ</b>	<b>NOME/CARGO OU FUNÇÃO</b>
Coordenação	1. Iara Dalila T. Duarte Medeiros / Sec. Mun. Saúde
Coordenação	2. Clinton Rezende Mendonça / Técnico, sec. Mun. Saúde
Coordenação	3. Adilson Leão Leite / Assessor Sec. Administração
Coordenação	4. José Neto dos Santos / Presidente Câmara Municipal
Executivo	1. Helen Karen G. Leite / Acadêmica de Eng. Ambiental
Executivo	2. Soraia Cabral Lima Cruz / Esc. Adm I
Executivo	3. João Cassemiro Oliveira / Rp. Saneago
Executivo	4. Zander Morais A. Filho / Acadêmico de Eng. Ambiental
Executivo	5. João Batista Pereira / Gestor da Agricultura Familiar
Executivo	6. Francisco Gomes Belo / Coordenador do Sintraf
Executivo	7. Luciene G. Martins Albuquerque / Ass. Social - CRAS
Executivo	8. Maria Marciel Costa / Coord. Do Núcleo de Endemias
Executivo	9. Lurcilene de Melo / Fiscal da Vigilância Sanitária
Executivo	10. Wellington R. Horbylon / Sec. De Obras e limpeza urbana
Executivo	11. Agnaldo Goulart de Andrade / Sec. De Agricultura
Executivo	12. Valdemiro Luiz dos Santos / Ass. De Secretario de Obras
Executivo	13. Sandoval Ribeiro de Sousa / Pres. Sind. Dos Trabalhadores Rurais de Caiapônia-GO

Quadro 01: Composição preliminar do Comitê de Coordenação e Executivo.



Também foi discutido sobre os problemas enfrentados pelo município a cerca dos 4 eixos do saneamento básico e ações da Prefeitura pertinente ao tema com a participação de alunos do curso de Engenharia Ambiental da FESURV (Campus de Caiapônia) e demais presentes.

## 6.12 AUDIÊNCIAS PÚBLICAS

As audiências públicas têm caráter participativo e os documentos a serem discutidos (em sua versão preliminar) serão disponibilizados no site da prefeitura com antecedência de 03 (três) dias da data da reunião. O texto final elaborado após cada fase ficará no site da prefeitura até o término da construção do PMSB.

A mobilização da população para as audiências públicas poderá ser realizada através de “carros de som” que devem circular nos bairros do município. A comunicação das informações e a mobilização também serão realizadas por mídia escrita (jornal local) e falada (rádio local). Os líderes comunitários tem papel fundamental nesta etapa podendo ajudar na divulgação das informações em sua área de atuação através de cartazes e panfletos. O meio digital (*facebook, twitter, e-mail* e informes no *site* da prefeitura) devem ser incentivados.

Durante as reuniões e audiências será utilizado o uso de painéis, panfletos e documentos para divulgar e uniformizar as informações entre os participantes. Todas as apresentações por parte da Terra serão realizadas com o apoio de recursos multimídia (computador e *data-show*).

Em todas as reuniões e eventos realizados na elaboração do PMSB haverá o registro através de atas, fotos, e a coleta de assinaturas dos participantes. Poderá também haver o registro do áudio e vídeo, porém o mesmo fica sob o critério da prefeitura e sob a responsabilidade do Comitê de Coordenação.

## 7 CRONOGRAMA

O Plano de Mobilização Social visa desenvolver ações para a sensibilização da sociedade quanto à relevância do Plano e da sua participação no processo de sua elaboração. Conforme tal definição, o Plano de Mobilização Social deverá abranger:

## 7.1 CRONOGRAMA DE AÇÕES

FASES DO PMS	PARÂMETROS
1. Criação logomarca e slogan do PMSB;	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A logomarca e o slogan devem ser o ponto de partida do PMS, pois são instrumentos vitais para a fixação simbólica e efetiva do programa.</li> </ul>
2. Formatação de mecanismos de divulgação e comunicação para a disseminação e o acesso às informações; 3. Criação de layouts para materiais impressos e virtuais; 4. Geração de conteúdos;	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Serão utilizadas todas as ferramentas de comunicação virtual através de <i>blogs</i>, redes sociais, vídeos e <i>sites</i>;</li> <li>• Materiais impressos para informar e educar, estimulando a coparticipação social.</li> </ul>
5. Estabelecimento de canais para recebimento de informações, sugestões e críticas;	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ativação e manutenção dos canais de comunicação propostos focando na divulgação ativa e repercussão pela sociedade (divulgação receptiva) em nível local, traçando relacionamento com o público local que poderá interagir por meio das ferramentas online: <i>site/blog</i>, <i>facebook</i>, <i>email</i>, <i>instagran</i> e outras ferramentas virtuais interativas.</li> </ul>
6. Elaboração e execução do Plano de Mobilização Social – PMS;	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Referencial para a execução dos serviços em atendimento ao escopo dos trabalhos. A metodologia a ser adotada foi tal que permita à equipe técnica, em conjunto com os comitês, atuar com maior liberdade no sentido de buscar as soluções mais adequadas para o desenvolvimento das atividades.</li> </ul>
7. Eventos de Mobilização Social;	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participação na agenda de parceiros oferecendo oficinas, mini-cursos, palestras e eventos culturais com música/teatro.</li> <li>• Divulgação por meio de seus canais de comunicação e mídias (impressas e online).</li> <li>• Parceira com Instituições de ensino.</li> </ul>



8. Interação com mídia local;	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estabelecer contato com os diversos veículos de comunicação (Jornal impresso, TV, rádio, revistas e sites de notícias) buscando mídias espontâneas.</li> <li>• Promoção de debates em programas de notícias em TV e rádio.</li> </ul>
9. Audiência pública para o processo de validação do PMSB;	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concepção de eventos abertos à comunidade local para discussão e participação popular na formulação do PMSB.</li> <li>• Será informada via ofícios, redes sociais e matérias espontâneas.</li> </ul>
10. Relatório dos eventos;	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Haverá relatório escrito das ações, fotografias de eventos e outras ações dos trabalhos, mobilização e audiências públicas.</li> </ul>
11. Entrega do PMSB;	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Divulgados em redes sociais, mídias espontâneas.</li> </ul>
12. Divulgação do PMSB.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Divulgação por redes sociais e mídias espontâneas.</li> </ul>

Para a apresentação dos produtos, o cronograma proposto segue o ordenamento segundo o Quadro 1.

FASES DO PMS (2015)	Fev.	Mar.	Abr.	Maio
1. Criação logomarca e slogan do PMSB;				
2. Formatação de mecanismos de divulgação e comunicação para a disseminação e o acesso às informações;				
3. Criação de layouts para materiais impressos e virtuais;				
4. Geração de conteúdos;				
5. Estabelecimento de canais para recebimento de informações, sugestões e críticas;				
6. Elaboração e execução do Plano de Mobilização Social – PMS;				
7. Eventos de Mobilização Social;				
8. Interação com mídia local;				

9. Audiência pública para o processo de validação do PMSB;							
10. Relatório dos eventos;							
11. Entrega do PMSB;							
12. Divulgação do PMSB.							

Quadro 1 – Cronograma de execução do PMS.

FASES DO PMS (2015)	Jun.	Jul.	Ago.	Set.
1. Criação logomarca e slogan do PMSB;				
2. Formatação de mecanismos de divulgação e comunicação para a disseminação e o acesso às informações;				
3. Criação de layouts para materiais impressos e virtuais;				
4. Geração de conteúdos;				
5. Estabelecimento de canais para recebimento de informações, sugestões e críticas;				
6. Elaboração e execução do Plano de Mobilização Social – PMS;				
7. Eventos de Mobilização Social;				
8. Interação com mídia local;				
9. Audiência pública para o processo de validação do PMSB;				
10. Relatório dos eventos;				
11. Entrega do PMSB;				
12. Divulgação do PMSB.				

Quadro 1 – Cronograma de execução do PMS (continuação).

## 8 MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO

O Plano de Mobilização Social – PMS prevê a implementação de um sistema de monitoramento e avaliação baseado na combinação de várias abordagens, com maior ênfase nas ferramentas baseadas em metas.

A dimensão do monitoramento consistirá na coleta sistemática e análise de como o PMS evolui, buscando melhorar a sua eficiência e a sua eficácia, envolvendo os seguintes aspectos:

1. Estabelecer indicadores de eficiência;



2. Estabelecer sistemas para coleta de informações, relacionando os indicadores definidos;
3. Coletar e armazenar a informação;
4. Analisar a informação;
5. Utilizar a informação para informar ao gerenciamento periódico.

A dimensão da avaliação terá um caráter formativo, sendo elaborada ao mesmo tempo em que o PMSB estiver sendo desenvolvido, e servirá basicamente para:

1. Avaliar o que o PMSB pretende atingir;
2. Analisar seu progresso em relação ao previsto e suas metas de impacto;
3. Examinar se houve eficácia na estratégia proposta;
4. Examinar se houve o uso eficiente dos recursos.

Todos os eventos serão documentados com fotografias e registro de presenças para análise. O objetivo é registrar todos os acontecimentos que serão amplamente divulgados nas redes sociais e farão parte integrante do PMSB, quando de seu relatório final. Por ocasião dos eventos a população conhecerá o contexto da elaboração do PMSB, tendo contato com equipes profissionais bem como receberá todas as informações necessárias e desejadas.

Será disponibilizado no *site*, *blog* ou rede social o cronograma das atividades, banco de dados, conteúdos pertinentes e notícias vinculadas à elaboração do plano. Estes recursos serão uma ferramenta importante, pois dispõe de ambiente virtual (fórum de debate) que contribuirá para a avaliação, o monitoramento e a troca de informações.

## 9 BIBLIOGRAFIA

BRASIL. Presidência da República. DECRETO Nº 8.243. Institui a Política de Participação social – PNS e o Sistema Nacional de Participação Social – SNPS, e dá outras providências.

BAQUERO, Rute Vivian Angelo. Empoderamento: Instrumento De Emancipação Social? – Uma Discussão Conceitual. REVISTA DEBATES, Porto Alegre, v. 6, n. 1, p.173-187, jan.-abr. 2012.

BRASIL. Ministério da Saúde – Fundação Nacional de Saúde. Termo de referência para elaboração de planos municipais de saneamento básico. Brasília, DF, 2012. 14p.

BRASIL. Ministério das Cidades. Guia para elaboração de planos municipais de saneamento básico. Brasília, DF, 2011, 49p.

FERNANDES, Rubens César. Terceiro setor. In: *Privado porém público: o terceiro setor na América Latina*. 2. ed. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1994.

FONSECA, Cláudia G. da. A comunicação e a produção de sentido sobre a saúde. *Geraes Revista de Comunicação Social*, Belo Horizonte, n. 49, p. 39-43, 1998.

FONSECA, Magna Pataro; COSTA, Maria da Conceição Baêta da. *Educação, comunicação e mobilização social: instrumentos e sensibilização para limpeza urbana em Belo Horizonte*. Belo Horizonte: Secretaria Municipal do Meio Ambiente, 1996

FONSECA, Magna Pataro; COSTA, Maria da Conceição Baêta da. *Educação, comunicação e mobilização social: instrumentos e sensibilização para limpeza urbana em Belo Horizonte*. Belo Horizonte: Secretaria Municipal do Meio Ambiente, 1996.

FRANCO, Augusto de. *Ação local: a nova política da contemporaneidade*. Brasília/Rio de Janeiro: Ágora/FASE, 1995.

HABERMAS, J. *Teoría de la acción comunicativa: complementos e estudios previos*. Madrid: Cátedra, 1989a.

HABERMAS, Jürgen. *Direito e democracia: entre faticidade e validade*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.

HENRIQUES, Márcio Simeone. *O planejamento sistêmico da comunicação*. Belo Horizonte. 1998.

JUNIOR, Alceu de C. G.; SOBRINHO, Geraldo B.; SAMPAIO, Camila C. **A informação no contexto dos planos de saneamento básico**. 2º Ed, Brasília, 2012.

MACHADO, Paulo Affonso Leme. *Direito ambiental brasileiro*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1991.

MATURANA, Humberto.  *Emoções e linguagem na educação e na política*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1998.

OLIVEIRA, D. P. R. *Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas*. São Paulo. Atlas 2002.

PERUZZO, Cícilia Maria Krohling. *Comunicação nos movimentos populares*. Petrópolis: Vozes, 1998.

TACUSSEL, Patrick. *Comunidade e Sociedade: a partilha intersubjetiva do sentido*. *Geraes – Revista de Comunicação Social*, Belo Horizonte, n. 49, p. 3-12, 1998.

TELLES, Vera da Silva. *Direitos sociais. Afinal do que se trata?* Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.

TORO, Bernardo. *Mobilização social: um modo de construir a democracia e a participação*: Autentica Editora LTDA, 104 págs. Nísia Maria Duarte Werneck.

TORO, Bernardo. **O que é Mobilização Social**. Nossa Salvador. Disponível em: <<http://www.nossasalvador.org.br/site/colunas/135-o-que-e-mobilizacao-social>>. Acesso em 10/02/2013.