

ÍNDICE

2.4 - Programa de Comunicação social - PCS.....	1/21
2.4.1 - Introdução.....	1/21
2.4.2 - Justificativa.....	1/21
2.4.3 - Objetivos do Programa	3/21
2.4.4 - Metas	5/21
2.4.5 - Indicadores Ambientais.....	5/21
2.4.6 - Público-alvo.....	6/21
2.4.7 - Metodologia e Descrição do Programa	6/21
2.4.8 - Inter-relação com outros Programas	16/21
2.4.9 - Atendimento a Requisitos Legais e/ou outros Requisitos.....	17/21
2.4.10 - Cronograma de Execução.....	19/21
2.4.11 - Responsáveis pela Implementação do Programa	21/21
2.4.12 - Referências Bibliográficas	21/21
2.4.13 - Equipe Técnica	21/21

ANEXOS

Anexo 2.4-1	Relatório de Ações de Comunicação
Anexo 2.4-2	Manual de Identidade Corporativa
Anexo 2.4-3	Modelo de Material Informativo
Anexo 2.4-4	Modelo de Folder para a Fase de Instalação
Anexo 2.4-5	Spot Rádio

Legendas

Quadro 2.4-1 - Impactos a serem contemplados no âmbito do Programa de Comunicação Social	1/21
Quadro 2.4-2 - Municípios atravessados pela LT 500 kV Gilbués II - Ouarolândia II	3/21
Quadro 2.4-3 - Etapas e Atividades do PCS	8/21
Quadro 2.4-4 – Lista das Rádios Locais disponíveis para divulgação das informações do empreendimento	13/21
Quadro 2.4-5 - Quadro lógico: correlação entre Objetivos, Metas e Indicadores.....	16/21

2.4 - PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - PCS

2.4.1 - Introdução

O Programa de Comunicação Social (PCS) é uma ferramenta fundamental para oferecer aos públicos direta ou indiretamente afetados pelo empreendimento informações qualificadas a respeito da rotina das obras, dos benefícios e adversidades decorrentes da etapa de construção do empreendimento e, também, disponibilizar canais de diálogo junto a esses públicos para que possam se manifestar diretamente com o empreendedor.

Esse PCS, desenvolvido para compor o Plano Básico Ambiental da Linha de Transmissão (LT) 500 kV Gilbués II – Ouroândia II, está focado no fortalecimento do diálogo junto a todos os públicos, por meio da utilização de diferentes metodologias e instrumentos de comunicação, a serem aplicados ao longo da implementação do Programa.

2.4.2 - Justificativa

O Estudo de Impacto Ambiental do empreendimento identificou potenciais impactos sobre as populações locais advindos da instalação do empreendimento que se manifestarão desde a etapa de planejamento até a operação da LT, conforme apresentado no **Quadro 2.4-1**. O Programa de Comunicação Social é, portanto, um instrumento necessário à mitigação de impactos negativos, bem como à potencialização dos impactos positivos.

Quadro 2.4-1 - Impactos a serem contemplados no âmbito do Programa de Comunicação Social

IMPACTO 01 -	Geração de expectativas na população
IMPACTO 02 -	Geração de conflitos de interesse
IMPACTO 03 -	Pressão sobre a condição fundiária
IMPACTO 04 -	Geração de emprego
IMPACTO 19 -	Pressão sobre a infraestrutura de serviços essenciais
IMPACTO 24 -	Interferência com Comunidades Tradicionais
IMPACTO 26 -	Incremento da arrecadação tributária'

A inserção do empreendimento no cenário socioeconômico da região implicará em transformações na realidade local. Em alguns dos povoados estudados os moradores sequer têm conhecimento do que é uma Linha de Transmissão e, por isso, é esperada apreensão por parte da população com a chegada da LT 500 kV Gilbués II – Ouroândia II. Essa apreensão pode reverter-se em uma expectativa positiva, em

relação à geração de empregos e o aquecimento da economia local, ou negativa, relativa aos temores de interferências no seu cotidiano e modos de vida.

A realização de Ações de Comunicação durante a fase do desenvolvimento dos Estudos Ambientais, por solicitação do IBAMA no Termo de Referência para elaboração do EIA, constituiu-se em uma medida preventiva para que os efeitos supracitados fossem minimizados anteriormente a realização das Audiências Públicas e ao início das obras.

Nesse sentido, foi realizado um conjunto de atividades, detalhadas no **Anexo 2.4-1 - Relatório de Ações de Comunicação**, deste Programa, abrangendo treinamento de equipes que foram a campo, elaboração de material informativo, comunicação presencial nas Áreas de Estudo (campanha realizada entre os dias 10 e 30 de junho de 2015) e instalação da Ouvidoria. O início do relacionamento com o público de interesse do empreendimento, por si só, já é uma justificativa para a implantação do Programa de Comunicação Social na fase de instalação do empreendimento, tendo em vista a necessidade de manter relacionamento estabelecido mediante contatos regulares.

Além disso, é rotineiro que, em um empreendimento de Linha de Transmissão, existam conflitos de interesse acerca de diferentes atividades do processo de instalação (entre proprietários em decorrência da indenização pelo uso da Faixa de Servidão, entre trabalhadores da obra e moradores locais, entre poder público e a definição de compensações ambientais, por exemplo).

Finalmente, existe a tendência que a chegada da LT eleve os preços de determinadas propriedades ou desvalorize outras, agravando a situação social de populações com baixo grau de instrução ou em condição fundiária irregular.

Desse modo, o PCS deve intervir sobre esses impactos como uma medida ambiental que visa à sua minimização, ao buscar oferecer informações transparentes e claras a respeito dos reais impactos do empreendimento e, ainda, procurar uma atuação como um mediador neutro em busca da resolução dos conflitos de interesse associados ao empreendimento.

Para isso, o PCS deverá ser executado em todos os 21 municípios atravessados pelo empreendimento, como apresentado no **Quadro 2.4-2**.

Quadro 2.4-2 - Municípios atravessados pela LT 500 kV Gilbués II - Ouroilândia II

UF	Município
PI	Gilbués
PI	Monte Alegre do Piauí
PI	Riacho Frio
PI	Parnaguá
PI	Júlio Borges
BA	Buritirama
BA	Barra
BA	Xique-Xique
BA	Gentio do Ouro
BA	Ipupiara
BA	Brotas de Macaúbas
BA	Itaguaçu da Bahia
BA	Central
BA	Jussara
BA	São Gabriel
BA	Morro do Chapéu
BA	Ourolândia
BA	Várzea Nova
BA	João Dourado
BA	América Dourada
BA	Cafarnaum

Dessa forma, busca-se abranger todos os públicos de interesse identificados, priorizando em algumas ações de comunicação direta (presencial) os públicos diretamente afetados pelo processo construtivo, sejam eles proprietários e moradores da Faixa de Servidão do empreendimento ou moradores vizinhos aos canteiros de obra a serem instalados.

2.4.3 - Objetivos do Programa

- Geral

O Programa de Comunicação Social tem por objetivo geral estabelecer um canal de comunicação contínua entre os públicos de interesse da LT 500 kV Gilbués II – Ouroilândia II e o empreendedor, oferecendo informações qualificadas a respeito do empreendimento, suas atividades e seus programas ambientais, de forma dialogada e adequada às características de cada um de seus públicos, por meio de diferentes instrumentos, com o intuito de mitigar potenciais impactos da

instalação da Linha de Transmissão sobre a população afetada, especialmente aquelas comunidades afetadas pelo estabelecimento da Faixa de Servidão Administrativa.

▪ Específicos

- ▶ Identificar e atualizar as informações sobre os principais interlocutores estratégicos, veículos de comunicação adequados e especificidades locais para a comunicação do empreendimento;
- ▶ Assegurar a transparência ao longo do processo de implantação do empreendimento por meio do estabelecimento de uma relação dialógica entre empreendedor e as partes interessadas dando ênfase à comunicação com os proprietários e moradores estabelecidos ao longo da Faixa de Servidão Administrativa;
- ▶ Informar ao público de interesse a respeito de todas as principais atividades do processo construtivo, todas as restrições e questões de segurança associadas à LT e o processo de sua instalação, sobre os planos e programas ambientais previstos, e sobre os meios de contato da Ouvidoria;
- ▶ Promover a comunicação em contato direto com a população diretamente afetada pelo empreendimento;
- ▶ Contribuir para a minimização dos impactos da implantação do empreendimento por meio do diálogo com a população diretamente afetada, durante as fases da obra;
- ▶ Realizar encontros com representantes do poder público e lideranças de organizações da sociedade civil nos municípios atravessados pela LT;
- ▶ Estabelecer um canal de comunicação direta com o público de interesse do projeto, capaz de receber solicitações de informações e questionamentos a respeito da atividade e oferecer respostas;
- ▶ Interagir com os demais programas ambientais;
- ▶ Divulgar e informar sobre as ações dos programas ambientais integrantes do conjunto de medidas mitigatórias e/ou compensatórias no âmbito da gestão ambiental do empreendimento.

2.4.4 - Metas

Identificar e registrar 100% dos representantes do poder público das áreas de influência do empreendimento e, ainda, 100% das lideranças comunitárias contatadas pela equipe do Programa ao longo de sua atuação em campo;

Produzir e distribuir materiais informativos durante as campanhas de campo para 100% do público identificado na lista de partes interessadas;

Realizar 02 (duas) campanhas de radiodifusão de spots sobre o empreendimento com cobertura em 100% dos municípios atravessados;

Realizar 03 (três) campanhas de campo de comunicação junto aos moradores do entorno de canteiros e proprietários ao longo da faixa de servidão;

Utilizar meios de comunicação específicos da região – carro ou bicicleta de som, por exemplo - para divulgação de informações e convocação para reuniões de interesse público em 100% dos municípios;

Manter o Serviço de Ouvidoria Telefônica (ligações telefônicas e e-mail), respondendo, em até 72 horas úteis, a 100% dos questionamentos do público recebidos por este canal.

2.4.5 - Indicadores Ambientais

- Quantidade de material gráfico produzido e distribuído, especificando a quantidade, frequência e destinação;
- Número de veiculações dos anúncios nos canais determinados para a divulgação, com base nos Registros de Veiculação;
- Número de chamados telefônicos e e-mails registrados pelo serviço de Ouvidoria;
- Percentual dos chamados/e-mails com retorno no prazo de 72 horas úteis;
- Quantificação das abordagens ao público evidenciadas por ficha de campo, registro fotográfico e/ou listas de presença em eventos e reuniões;
- Lista com atualização dos contatos das lideranças, gestores (público interno), poder público e população residente e/ou que desenvolver atividade produtiva na área de influência do empreendimento;
- Número de reuniões institucionais realizadas.

2.4.6 - Público-alvo

Público interno:

- Colaboradores do empreendedor;
- Colaboradores de empresas terceirizadas que estabelecerão contato com os públicos externos (consultorias e empreiteiras, especialmente).

Público externo:

- Representantes do poder público: em especial as prefeituras e as secretarias municipais da AII;
- Representantes dos órgãos ambientais e de fiscalização regional;
- Lideranças comunitárias da AID e organizações da sociedade civil da AII;
- Proprietários e moradores ao longo da Faixa de Servidão da LT e da AID;
- População residente no entorno imediato de canteiros de obra e povoados nos principais acessos às frentes de obra do empreendimento.

2.4.7 - Metodologia e Descrição do Programa

Considerando o proposto no PCS no âmbito do Estudo de Impacto Ambiental (EIA), a metodologia do presente Programa de Comunicação Social (PCS), integrante do Plano Básico Ambiental (PBA) orienta-se pelas diretrizes e estratégias a seguir enunciadas:

- Diretrizes
 - ▶ Neutralidade e transparência no diálogo com os públicos de interesse:

As atividades do Programa de Comunicação Social devem ser estruturadas, em seus diferentes canais, oferecendo informações transparentes a respeito do processo de licenciamento ambiental. O PCS, também, não deve omitir ou supervalorizar informações, sejam elas favoráveis ou contrárias a quaisquer das partes, mas deve buscar minimizar a assimetria de informação sobre o empreendimento entre o empreendedor e os públicos-alvo do Programa.

- ▶ Linguagem adequada aos públicos específicos:

O Programa de Comunicação Social deve, na difusão de informações qualificadas, lançar mão de diferentes linguagens para melhor atingir os diferentes públicos, explorando os potenciais de cada um dos veículos de comunicação selecionados.

- ▶ Simetria e simultaneidade com a instalação do empreendimento:

Todas as atividades do Programa devem considerar o cronograma e a dinâmica do processo de instalação do empreendimento, de modo a propor ações de comunicação associadas às diferentes etapas do processo construtivo, e encerrando a comunicação somente após o término das obras.

▪ Estratégias

As estratégias para a execução do PCS foram concebidas no âmbito do EIA, e apontam para o desenvolvimento de atividades adequadas às condições de implantação do programa localmente, e seguindo as diretrizes propostas.

- ▶ Comunicação Interna:

Definição de elementos fundamentais para garantir o bom funcionamento do fluxo de comunicação entre as diferentes equipes envolvidas nos programas ambientais que estabelecerão algum tipo de contato com os públicos externos do PCS, fornecendo treinamento de alinhamento de discurso e elaboração de mensagens-chave, de modo a minimizar a geração de ruídos de comunicação.

- ▶ Comunicação Institucional:

Desenvolvimento de ações de comunicação junto ao público institucionalmente constituído, formalizando a interlocução do PCS, no âmbito do licenciamento ambiental, com diferentes atores do poder público e da sociedade civil organizada na AII, de forma permanente ou em campanhas regulares, coletiva ou individualmente.

► **Diálogo social:**

Estabelece um elo constante de comunicação entre o empreendedor e os públicos porventura afetados, a partir da disseminação de informação em linguagem adequada, mediante o uso da radiodifusão, materiais impressos e outros recursos, da abertura de canais de diálogo direto, como a ouvidoria telefônica, e do exercício da comunicação direta com as próprias comunidades e/ou moradores afetados pelo estabelecimento da Faixa de Servidão e na AID, de forma permanente ou em campanhas periódicas.

► **Sistemática de Implantação**

Com base nas diretrizes e estratégias propostas, o Programa de Comunicação Social foi estruturado para ser realizado ao longo das três etapas correspondentes aos diferentes momentos da obra de instalação do empreendimento. A cada etapa do PCS estão previstas atividades correspondentes, como pode ser observado no **Quadro 2.4-3**.

Quadro 2.4-3 - Etapas e Atividades do PCS

Etapa	Fase	Atividade
I	Antes do início da fase de obras	Atividade 1 – Planejamento das atividades
		Atividade 2 – Atualização da lista de partes interessadas
		Atividade 3 - Posicionamento institucional e mensagem-chave
		Atividade 4 - Reuniões de gestão integrada
		Atividade 5 – Atendimento à Ouvidoria
		Atividade 6 – Elaboração de materiais informativos para divulgação do início das obras
		Atividade 7 – Realização de Campanha de Campo para divulgação do início das obras
		Atividade 8 – Veiculação de Anúncio de Rádio para divulgação do Início das Obras
II	Durante a fase de obras	Atividade 9 – Elaboração de materiais informativos para divulgação do andamento das obras
		Atividade 10 – Realização de Campanhas de Campo para divulgação do andamento das obras
III	Término da fase de obras	Atividade 11 – Elaboração de material informativo sobre o final das obras
		Atividade 12 – Realização de Campanha de Campo para divulgação do final das obras
		Atividade 13 – Veiculação de Anúncio de Rádio para divulgação do término das obras.
Ao longo de todo o PCS		Atividade 14 – Monitoramento e avaliação

As referidas atividades deverão ser desenvolvidas durante todo o tempo de implantação do empreendimento, sugerindo-se que sejam iniciadas um mês antes do início das obras, conforme cronograma-executivo.

Inclui-se junto aos proprietários na AID, os proprietários na área da faixa de servidão que receberão informações sobre as questões relacionadas à implantação e restrições de uso na faixa de servidão, com ações de Comunicação Social que serão realizadas no âmbito do Programa de Negociação e Indenização para o Estabelecimento da Faixa de Servidão.

Além disso, em função da concentração de trabalhadores nos canteiros de obras e dos possíveis impactos causados por sua presença nos municípios em que forem instalados, serão realizadas ações de Comunicação com os trabalhadores no âmbito do **Programa de Educação Ambiental – Componente II - Trabalhadores (PEAT) - item 2.9.**

É importante ressaltar que todo material informativo obedecerá a uma identidade visual preestabelecida, necessária para conferir uniformidade e uma associação imediata com o empreendimento nos diversos instrumentos de comunicação. É desejável que a identidade visual do PCS seja elaborada levando-se em consideração àquela desenvolvida para as Ações de Comunicação, durante a fase de Estudos Ambientais, e àquelas desenvolvidas para os demais programas, que também produzirá materiais gráficos para os públicos relacionados. Para tanto, serão determinados, por um profissional de design, padrões de referência para serem adotados em todas as peças de comunicação e deverá seguir o manual de identidade corporativa do Grupo Cymimasa, que segue no **Anexo 2.4-2**, deste Programa.

Para tanto, serão determinados, por um profissional de design, padrões de referência para serem adotados em todas as peças de comunicação.

As peças utilizarão uma linguagem simples, de fácil compreensão para todos os públicos e, em todos os materiais informativos, deverá conter o número telefônico da Ouvidoria – 0800-7292964 e informações sobre a licença ambiental, incluindo o contato da Linha verde do IBAMA (0800-618080) nos materiais do PCS.

Etapa I: Antes do início da fase de obras

Atividade 1 – Planejamento das Atividades

Esta atividade consiste na mobilização da equipe técnica para implantar as ações do Programa de Comunicação Social. Para tal, serão selecionados profissionais de Comunicação Social, com experiência prévia na implantação de programas de comunicação voltados para o licenciamento ambiental de empreendimentos lineares.

Para subsidiar esta etapa, serão utilizados os dados coletados durante a campanha de Ações de Comunicação na fase de elaboração dos estudos e cujos resultados foram apresentados e sintetizados junto ao capítulo do Meio Socioeconômico do EIA (Ecology Brasil, 2015) e cujo material informativo utilizado à época segue apresentado no **Anexo 2.4-3**.

Atividade 2 – Atualização da lista de partes interessadas

Esta ação consiste em atualizar a lista com o público de interesse identificado previamente no EIA, a fim de orientar as ações do PCS ao longo da implantação da LT.

A atualização será periódica e se dará durante as etapas de cadastramento de proprietários atingidos durante o estabelecimento da faixa de servidão, em inter-relação com o **Programa de Negociação e Indenização para o Estabelecimento da Faixa de Servidão (item 2.5)**, que servirá como fonte de informação para a identificação de tais proprietários e por outras campanhas de campo que poderão indicar a entrada de novos atores no quadro do público alvo do empreendimento. A Ouvidoria poderá contribuir neste processo, assim como os demais programas ambientais associados ao empreendimento.

Atividade 3 - Posicionamento Institucional e Mensagem-chave

Refere-se à formalização do posicionamento institucional com a criação e atualização de uma mensagem-chave e um documento de perguntas e respostas sobre o empreendimento, com a participação das diversas áreas envolvidas com as obras.

A formação da mensagem-chave e a elaboração do documento de perguntas e respostas consolidarão o posicionamento oficial do empreendedor sobre os diversos assuntos relativos ao empreendimento e nortearão o discurso da comunicação social sobre os temas tratados e futuramente divulgados pelos materiais informativos a serem produzidos.

Atividade 4 – Realização de reuniões de Gestão Integrada

Serão realizadas reuniões periódicas com os técnicos de campo, juntamente com o coordenador-geral, e as equipes dos demais programas ambientais para a atualização das informações e das atividades de campo.

Essa atividade terá por finalidade, auxiliar e mediar o desenvolvimento da gestão integrada da comunicação. Para cada reunião, será elaborada uma ata para documentar a atividade e servir como uma das bases de dados para a continuidade da gestão da comunicação.

Atividade 5 – Atendimento à Ouvidoria

A Ouvidoria é uma atividade que busca instituir um canal de comunicação direto e eficaz com a população das Áreas de Influência do empreendimento, registrando opiniões e esclarecendo dúvidas.

O sistema de Ouvidoria da LT 500 kV Gilbués II – Ourolândia II funciona via telefone e e-mail, implementado no âmbito das Ações de Comunicação durante a fase de Estudos Ambientais. Vem sendo operado por um profissional treinado para o serviço, no número gratuito 0800-7292964 e no e-mail contato@cymimasa.com, sendo o horário de atendimento é de segunda à quinta-feira de 9 às 18h e sexta-feira de 9 às 14h.

Os contatos realizados são registrados em planilha de controle, a fim de monitorar o desempenho das ações de comunicação e diminuir os possíveis ruídos de comunicação em campo, e tais dados são estruturados quantitativamente para composição dos relatórios de atividades. Sugere-se que sejam mantidos os mesmos contatos e procedimentos ao longo de toda a Fase de Instalação do empreendimento.

O número da Ouvidoria e seu horário de atendimento foram divulgados nas peças de comunicação durante a fase de Comunicação Prévia, e serão mantidos de forma a garantir o bom funcionamento do Sistema e o aprimoramento do diálogo com a população local.

Atividade 6 – Elaboração de materiais informativos para a campanha de início das obras

Para a fase de início das obras, será produzido **01 (um) um folder**, com informações gerais sobre o empreendimento (objetivos e benefícios), divulgação do telefone de Ouvidoria e do e-mail de contato, mapa de localização do empreendimento, estrutura e as justificativas para sua concretização. O **Anexo 2.4-3**, deste Programa, apresenta um modelo de Folder, que deverá utilizado nessa etapa e, ainda,

deverá ser seguido para próximas etapas de implementação do Programa, sempre buscando a apresentação de informações atualizadas e com a utilização de linguagem acessível e compreensível tanto para um público especializado quanto para a população em geral.

Na elaboração deste e dos demais materiais informativos (apresentados adiante nas atividades 9 e 11) ou de divulgação do empreendimento, deverão constar, conforme define a Instrução Normativa nº 2 de 2012, o logo do IBAMA, telefone 0800 da Linha Verde do órgão ambiental licenciador e a informação, na primeira menção ao nome do empreendimento, que este material é elaborado em atendimento ao processo de licenciamento ambiental conduzido pelo IBAMA.

Atividade 7 – Realização de Campanhas de Campo para divulgação do Início das Obras

A Campanha de Comunicação Social terá como objetivo informar os públicos de interesse sobre a implantação da LT 500 kV Gilbués II – Ouroândia II, os impactos e as medidas mitigadoras relacionadas, enfatizando no contato pessoal com proprietários e moradores presentes na Faixa de Servidão a respeito das diretrizes do **Programa de Negociação e Indenização para o Estabelecimento da Faixa de Servidão (item 2.5)**, além de realizar a distribuição do folder informativo elaborado para a campanha de início das obras (**Anexo 2.4-3**).

A realização dessa campanha deverá focar, em caráter especial, os proprietários e moradores das áreas de implantação da Faixa de Servidão Administrativa da Linha de Transmissão em questão, de forma a esclarecer dúvidas e questionamentos sobre as etapas de desenvolvimento do empreendimento e sobre o processo de negociação e indenização do estabelecimento da faixa de servidão administrativa, bem como a obtenção das autorizações de passagem do empreendimento. Caberá ao PCS apontar direitos e obrigações do empreendedor e dos proprietários no processo de negociação e manutenção da referida Faixa de Servidão.

Nessa etapa serão visitados: população diretamente afetada, proprietários e moradores cadastrados da Área de Influência Direta (AID) e Prefeituras e Secretarias dos municípios atravessados pela Linha de Transmissão.

O trabalho de campo deverá ser documentado por intermédio de registro fotográfico, caderno de campo e, eventualmente, pelo preenchimento de fichas de Ouvidoria, caso sejam efetuados questionamentos ou reclamações presencialmente. Posteriormente, estas informações serão compiladas em relatório consolidando as atividades executadas.

Atividade 8 – Veiculação de Anúncio de Rádio para divulgação do Início das Obras

Será veiculado um anúncio em rádio ou outro veículo local identificado, pelo período de uma semana e com ao menos duas inserções por dia, informando sobre o início das obras, com abrangência em todos os municípios da área de influência do empreendimento. Deverão ser utilizadas as emissoras locais mapeadas durante a realização das Ações de Comunicação e mobilização para as audiências públicas, descritas no **Quadro 2.4-4**.

Quadro 2.4-4 – Lista das Rádios Locais disponíveis para divulgação das informações do empreendimento

UF	Município	Rádio
BA	Barra	Rio Grande FM
BA	Brotas de Macaúbas	FM Macaúbas
BA	Buritirama	Buritirama FM
BA	Ipupiara	Ipupiara FM
BA	Irecê	101,5 News FM
BA	Irecê	Rádio Regional
BA	Irecê	Líder FM
BA	Jacobina	Jacobina FM
BA	Jussara	Jussara FM
BA	Morro do Chapéu	Diamantina FM
BA	Morro do Chapéu	Brilhante FM
BA	Xique-Xique	Rádio Tribuna de Xique-Xique
BA	Xique-Xique	FM Xique-Xique

Os textos a serem aplicados em spot de rádio encontram-se apresentados no **Anexo 2.4-5**, deste Programa.

Etapa II: Durante a fase de obras

Atividade 9 – Elaboração de materiais informativos para divulgação do andamento das obras

Para esta fase de obras serão produzidos **(02) dois Boletins Informativos** com informações gerais sobre o empreendimento e o andamento das obras, divulgação dos contatos da Ouvidoria e mapa de localização do empreendimento, nos moldes do folder elaborado para a etapa de comunicação prévia, apresentado no **Anexo 2.4-3**, deste Programa.

Suas informações deverão ser compreensíveis para um público especializado e para a população em geral.

Atividade 10 – Realização de Campanhas de Campo para divulgação do andamento das obras

Durante o período de obras, está prevista a realização de duas Campanhas de Campo.

As atividades vinculadas à campanha prevista contarão com uma ou mais equipes de comunicadores sociais, que realizarão comunicação com os moradores, por meio de comunicação face-a-face, priorizando proprietários rurais e moradores da AID do empreendimento. Essa comunicação propiciará o atendimento à população diretamente atingida, principalmente em se tratando de assuntos mais sensíveis, como o processo construtivo e o relacionamento entre os trabalhadores das obras e as comunidades, esclarecendo dúvidas sobre a convivência com o empreendimento. A divulgação do serviço de Ouvidoria deve ser reforçada.

O trabalho de campo deverá ser documentado mediante registro fotográfico e caderno de campo. Posteriormente, estas informações serão compiladas em relatório, consolidando as atividades executadas.

Será realizado o envio, por correio, de material gráfico informativo às Prefeituras e Secretarias municipais a fim de manter os representantes informados sobre o andamento das obras e reforçar o serviço de Ouvidoria para o registro de reclamações, dúvidas e sugestões, evidenciado por meio de Aviso de Recebimento (AR).

Etapa III: Término da fase de obras

Atividade 11 – Elaboração de Material Informativo sobre o Final das Obras

Nesta etapa será produzido **(01) um Boletim Informativo** com informações para divulgação do término da etapa de obras, contendo informações sobre o processo de energização da Linha de Transmissão, os resultados dos programas ambientais e demais atividades de desmobilização da implantação do empreendimento.

Atividade 12 – Campanha de Campo para Divulgação do Final das Obras

Para o encerramento das obras, a Campanha de Comunicação Social terá como objetivo informar os públicos de interesse sobre o término da etapa de obras, o processo de energização da Linha de Transmissão e os impactos ambientais para a etapa de operação associados à geração de ruídos e efeito corona, além das demais atividades de desmobilização da implantação do empreendimento.

As visitas priorizam esforços junto aos proprietários rurais e moradores situados na AID do empreendimento, que serão procurados por profissionais de comunicação qualificados e treinados para oferecer informações a respeito do processo construtivo da LT, da realização dos Programas Ambientais e reforçar o canal da Ouvidoria junto aos interlocutores.

Nessa etapa serão visitados: população diretamente afetada, proprietários e moradores cadastrados da Área de Influência Direta (AID), Prefeituras e Secretarias dos municípios atravessados pela Linha de Transmissão.

O trabalho de campo deverá ser documentado por intermédio de registro fotográfico e caderno de campo. Nos contatos realizados durante essa etapa final de atividades de campo do PCS, deverá ser aplicado um questionário breve, avaliando a percepção do público a respeito da efetividade do Programa de Comunicação Social. Posteriormente, estas informações serão compiladas em relatório consolidando as atividades executadas.

Atividade 13 – Veiculação de Anúncio de Rádio para divulgação do término das obras.

Será veiculado um anúncio em rádio, ou outro veículo local identificado, durante ao menos uma semana com pelo menos duas inserções diárias, informando sobre o término das obras e a energização da LT, com abrangência em todos os municípios da área de influência do empreendimento. O texto para o citado spot encontra-se apresentado no **Anexo 2.4-5**.

Atividade 14 - Monitoramento e Avaliação

A realização do monitoramento e avaliação da efetividade do PCS deverá ser conduzida periodicamente pela elaboração de relatórios, que devem descrever as atividades realizadas, com suas respectivas evidências e, também, apontar o avanço no período do atendimento às metas pretendidas, com base na consolidação dos indicadores propostos (**2.4.5 - Indicadores Ambientais**), seguindo a correlação proposta no **Quadro 2.4-5**.

Quadro 2.4-5 - Quadro lógico: correlação entre Objetivos, Metas e Indicadores

OBJETIVOS	METAS	INDICADORES
Identificar e atualizar as informações sobre os principais interlocutores estratégicos, veículos de comunicação adequados e especificidades locais para a comunicação do empreendimento.	Identificar e registrar 100% dos representantes do poder público das áreas de influência do empreendimento e ainda 100% lideranças comunitárias contatadas pela equipe do Programa ao longo de sua atuação em campo.	Número de interlocutores identificados e registrados na Lista de Partes Interessadas.
Informar ao público de interesse a respeito de todas as principais atividades do processo construtivo, todas as restrições e questões de segurança associadas à LT e o processo de sua instalação, sobre os programas ambientais previstos, e sobre os meios de contato da ouvidoria.	Distribuir material informativo para 100% do público identificado.	Quantidade de material informativo elaborado e efetivamente distribuído.
	Realizar 02 (duas) campanhas de radiodifusão de spots sobre o empreendimento.	Registro de veiculação de spots, constando quantidade, data e horário.
Promover a comunicação em contato direto com a população diretamente afetada pelo empreendimento.	Realizar 04 (quatro) campanhas de comunicação junto aos moradores do entorno de canteiros e proprietários da faixa de servidão.	Número de visitas de comunicação realizadas em cada campanha, evidenciadas pelos de registro fotográfico.
Realizar encontros com representantes do poder público e lideranças de organizações da sociedade civil nos municípios atravessados pela LT.	Realizar 02 (duas) campanhas de comunicação junto aos representantes do poder público e lideranças locais identificadas.	
Estabelecer um canal de comunicação direta com o público de interesse do projeto, capaz de receber solicitações de informação e questionamentos a respeito da atividade e oferecer respostas.	Manter a Ouvidoria (por telefone e e-mail) ao longo de todo o período de obras.	Número de atendimentos realizados pela Ouvidoria dentro do prazo estabelecido, evidenciado por meio de fichas de registro.
	Responder a 90% dos atendimentos da Ouvidoria dentro um prazo de 10 dias corridos.	

Esta atividade é necessária à eficácia do Programa, pois permitirá corrigir, adequar ou modificar, em tempo hábil, as estratégias e ações propostas. O acompanhamento incluirá o registro fotográfico das ações de comunicação, além de documentos referentes.

Esta atividade ocorre ao longo de todas as etapas do Programa, mas consolida-se ao término do PCS com a produção do relatório final de atividades.

2.4.8 - Inter-relação com outros Programas

O PCS apresenta interação com todos os programas ambientais, sendo o principal canalizador das atividades do PBA, juntamente com o **Sistema de Gestão Ambiental – SGA (item 1)**, por meio da utilização deste conteúdo nas ações de divulgação do empreendimento.

Destaca-se a inter-relação com o **Programa de Negociação e Indenização para o Estabelecimento da Faixa de Servidão (item 2.5)**, que é particularmente relevante para o desenvolvimento das atividades do PCS. Primeiramente, este Programa fornece informações de identificação dos proprietários que serão alvo da negociação para o estabelecimento da Faixa de Servidão Administrativa, e que são públicos prioritários do PCS. Além disso, é papel do PCS, por meio da Ouvidoria e das visitas a serem realizadas pelas campanhas, oferecer um canal de comunicação para ouvir possíveis demandas e

reclamações de tais proprietários, e promover o diálogo para resolução de eventuais questões pendentes, e servindo como interlocutor promovendo a transparência nos processos e a isonomia nas relações entre empreendedor e população impactada.

Finalmente, possui inter-relação direta com o **Programa de Educação Ambiental – PEA, Componente I – Grupos Sociais - item 2.9**, tendo em vista a previsão de convergência dos públicos desses Programas, assim como o **Componente II - Trabalhadores (PEAT)**, à medida que as ações de comunicação poderão ser ampliadas e realizadas em conjunto com este Programa.

2.4.9 - Atendimento a Requisitos Legais e/ou outros Requisitos

O Programa de Comunicação Social deve atender aos seguintes requisitos legais:

- Lei nº 6.938 de 17/01/1981 - Política Nacional do Meio Ambiente: dispõe sobre a Política Nacional do Meio Ambiente, seus fins e mecanismos de formulação e aplicação, e dá outras providências;
- Lei nº 9.795 de 27/04/1999: dispõe sobre a Educação Ambiental no Brasil e institui a Política Nacional de Educação Ambiental;
- Resolução CONAMA nº 237 de 19/12/1997: estabelece o Sistema de Licenciamento Ambiental;
- Resolução CONAMA nº 422 de 23/03/2010: estabelece diretrizes para as campanhas, ações e projetos de Educação Ambiental, conforme Lei no 9.795, de 27 de abril de 1999, e dá outras providências.

2.4.10 - Cronograma de Execução

Cronograma Da Obra		LT 500KV GILBUÉS II - OUROLÂNDIA II																															
MÊS		-6	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
LICENCIAMENTO AMBIENTAL																																	
Emissão da Licença de Instalação (LI)																																	
Acompanhamento da Obra																																	
Emissão da Licença de Operação (LO)																																	
ATIVIDADES PRELIMINARES																																	
Liberação da Faixa																																	
LINHA DE TRANSMISSÃO																																	
Mobilização																																	
Instalação de Canteiros																																	
Construção de Pré-moldados																																	
Supressão e abertura de Acessos																																	
Obras Civas																																	
Montagem de Estruturas																																	
Lançamento de Cabos																																	
Comissionamento																																	
Desmobilização																																	
SUBESTAÇÕES																																	
Mobilização																																	
Instalação de Canteiros																																	
Obras Civas																																	
Montagem Eletromecânica																																	
Instalações Elétricas																																	
Comissionamento																																	
Energização das Instalações																																	
Desmobilização																																	
OPERAÇÃO COMERCIAL																																	
Operação Comercial (Início)																																	

Cronograma		PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - PCS																															
MÊS		-6	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
ATIVIDADES																																	
Planejamento das atividades																																	
Atualização da lista de partes interessadas																																	
Posicionamento institucional e mensagem-chave																																	
Reuniões de gestão integrada																																	
Atendimento à Ouvidoria																																	
Elaboração de materiais informativos para divulgação do início das obras																																	
Realização de Campanha de Campo para divulgação do início das obras																																	
Veiculação de Anúncio de Rádio para divulgação do início das Obras																																	
Elaboração de materiais informativos para divulgação do andamento das obras																																	
Realização de Campanhas de Campo para divulgação do andamento das obras																																	
Elaboração de material informativo sobre o final das obras																																	
Realização de Campanha de Campo para divulgação do final das obras																																	
Veiculação de Anúncio de Rádio para divulgação do término das obras.																																	
Monitoramento e avaliação																																	

2.4.11 - Responsáveis pela Implementação do Programa

A realização do PCS é de responsabilidade da JMM, podendo ser transferida para empresa de Consultoria Ambiental ou de Consultoria de Comunicação em Meio Ambiente.

2.4.12 - Referências Bibliográficas

AMARAL FILHO, N., MURAD, E. G. e BOFF, E. Comunicação organizacional verde: economia, marketing ambiental e diálogo social para a sustentabilidade corporativa. Rio de Janeiro: Editório, 2013.

BARBOSA, Gustavo. Dicionário de Comunicação/Gustavo Barbosa, Carlos Alberto Rabaça. 2ª. Ed. rev. e atualizada. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

ECOLOGY AND ENVIRONMENT DO BRASIL. Estudo de Impacto Ambiental (EIA) LT 500 kV Gilbués II - Ouarolândia II. Rio de Janeiro, 2015.

HABERMAS, J. Mudança estrutural da esfera pública. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

KUNSCH, Margarida M. K., Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. Edição revisada, ampliada e atualizada. São Paulo: Summus, 2003.

MANUAL DE COMUNICAÇÃO E MEIO AMBIENTE. Realização da WWF-Brasil e IIEB - Instituto Brasileiro de Educação do Brasil. São Paulo: Peirópolis, 2004.

PERUZZO, C. M. Comunicação nos Movimentos Populares. São Paulo: Vozes, 2003.

2.4.13 - Equipe Técnica

Profissional	Formação	Registro em Conselho	Cadastro Técnico Federal (IBAMA)
Daniel Silva	Mestre em Comunicação Social	12855252-8 DETRAN/RJ	5207046

