

ÍNDICE

12.7 - Plano de Comunicação Social - PCS.....	1/16
---	------

Legendas

Quadro 12.7-1 - Veículos de comunicação e peças gráficas correspondentes. 9/16

Quadro 12.7-2 - Públicos e Temas de Interesse. 10/16

12.7 - Plano de Comunicação Social - PCS

▪ Objetivos

Informar aos públicos de interesse sobre a implantação e operação da Linha de Transmissão (LT) 500 kV Miracema - Sapeaçu e Subestações Associadas por meio do desenvolvimento de estratégias e ações de comunicação que construam e assegurem a transparência de informações. O presente Plano também objetiva o estabelecimento de uma relação dialógica entre o empreendedor e os atores sociais envolvidos no processo de licenciamento ambiental do referido projeto. Os objetivos específicos são:

- ▶ Identificar e manter atualizada a lista de interlocutores estratégicos;
- ▶ Manter a população informada sobre o escopo e o andamento das obras do projeto;
- ▶ Gerir um fluxo de comunicação eficaz com o empreendedor, a fim de que as informações repassadas à população estejam sempre atualizadas;
- ▶ Veicular as ações dos Planos e Programas Ambientais vigentes nesta gestão ambiental;
- ▶ Prestar o serviço de Ouvidoria Telefônica;
- ▶ Interagir com os demais Planos e Programas Ambientais;

▪ Justificativas

Os impactos socioambientais decorrentes das fases de planejamento, instalação e operação deste empreendimento foram identificados, quantificados e qualificados a partir do Diagnóstico Ambiental de sua Área de Influência. Para aqueles classificados como negativos, são previstas medidas de prevenção, monitoramento, mitigação e/ou compensação. Já para os impactos identificados como positivos, são propostas medidas de potencialização, a fim de que as impressões benéficas trazidas pelo empreendimento possam ser bem aproveitadas pela região onde se pretende instalar o projeto. Tais medidas são consubstanciadas nos Programas Ambientais definidos para este empreendimento.

O Plano de Comunicação Social (PCS) está inserido no âmbito das medidas mitigadoras / compensatórias definidas pela legislação ambiental brasileira e prima por

|Coordenador:

|Técnico:

um diálogo constante entre as partes interessadas no processo de licenciamento ambiental da LT 500 kV Miracema - Sapeaçu e Subestações Associadas. Tal diálogo e necessidade de compartilhamento da informação estão consubstanciados na Lei nº 6.938/1981, que dispõe sobre a Política Nacional do Meio Ambiente, seus fins e mecanismos de formulação e aplicação. No Art. 4º, parágrafo 5º do referido dispositivo legal, é ressaltada a importância da “divulgação de dados e informações ambientais”, bem como “a formação de uma consciência pública sobre a necessidade de preservação da qualidade ambiental e do equilíbrio ecológico”.

Nesse sentido, o Plano de Comunicação Social se justifica não só em função dos impactos ambientais identificados, mas pela necessidade de transparência no repasse e divulgação de informações entre as partes interessadas direta e indiretamente pelo empreendimento, a fim de que todos possam compreender seu papel e assumir, dessa maneira, uma postura cooperativa e participativa. Para que isso seja possível, o Plano deve dispor de procedimentos que facilitem a participação dos setores interessados, enfatizando os direitos que lhes correspondem, não devendo, em nenhum momento, criar falsas expectativas. Tomando por base essa premissa, as ações de comunicação devem mapear as dificuldades nas relações entre a empresa e os grupos sociais envolvidos, além de primar pelo princípio da comunicação participativa a serviço das demandas locais, do órgão licenciador e também do empreendimento.

O Plano de Comunicação Social delineado para o empreendimento pretende atuar nos 47 municípios da All ao longo dos estados do Tocantins, Piauí, Maranhão e Bahia.

Durante a realização do EIA/RIMA, a Área de Influência Direta (AID) para o Meio Socioeconômico foi definida como um corredor de 5 km de largura (2,5 km para cada lado a partir do eixo do traçado). Os municípios foram agrupados em 06 (seis) trechos, que têm como pontos limites as subestações de Miracema (TO), Gilbués II (PI), Barreiras II (BA), Bom Jesus da Lapa II (BA), Ibicoara (BA) e Sapeaçu (BA). Cabe lembrar que os 02 (dois) primeiros apresentam contiguidade de áreas (trechos A1 e A2), sendo, em quase todo o percurso, paralelos.

A região onde se pretende instalar a LT 500 kV Miracema - Sapeaçu e Subestações Associadas é marcada pela presença de empreendimentos similares e, por isso, é importante que o Plano de Comunicação Social atente para o paralelismo / proximidade com Linhas de Transmissão e outros empreendimentos já existentes no local, em virtude de potenciais conflitos com a população local. A escolha das estratégias de comunicação a serem estabelecidas deve considerar tanto o impacto sinérgico dos empreendimentos existentes quanto os conflitos de informação, sobretudo com a implantação de mais uma Linha de Transmissão de energia (há paralelismo em parte do trecho A1A2 e em quase todo o trajeto dos trechos A4 e A5). Cabe lembrar, ainda, que no município de Caetité/BA há a ocorrência de conflitos fundiários em virtude dos diversos empreendimentos eólicos estabelecidos na região.

Como essas populações, em outros momentos, já vivenciaram a instalação de projetos semelhantes, é imprescindível levantar ações e meios de comunicação já utilizados nesses locais, de maneira a aprimorar os processos e entender o nível prévio de informação. Nesse sentido, a Campanha de Ações Prévias de Comunicação Socioambiental, implementada a partir das orientações do Termo de Referência do empreendimento, indicou um importante direcionamento para a futura gestão da comunicação do mesmo. O documento determinou que, durante a fase de elaboração do EIA, deveriam ser executadas ações de comunicação a fim de que os públicos envolvidos diretamente na implantação do empreendimento pudessem ter acesso a informações sobre o empreendimento desde o seu planejamento.

No Capítulo 4 do EIA, há uma seção que aponta os empreendimentos próximos, como LTs, ferrovias, rodovias, etc., já existentes nos municípios que também serão atravessados pela LT 500 kV Miracema - Sapeaçu e Subestações Associadas. Além da lista apresentada no referido Capítulo, destacam-se também: UHE Lajeado em Miracema do Tocantins/TO, que deu origem ao PA Mundo Novo; e os Parques Eólicos nos municípios baianos de Macaúbas, Bom Jesus da Lapa, Riacho de Santana, Igaporã e Caetité.

Por se tratar de um empreendimento linear de grande extensão, recomenda-se especial atenção ao processo de gestão comunicacional¹, tendo em vista a diversidade de atores sociais envolvidos no seu processo de licenciamento ambiental. Dessa forma, é necessário buscar uma atuação integrada, de forma que o diálogo não se perca durante a transmissão da informação. Por isso, o Plano de Comunicação Social irá priorizar o repasse de informações às partes interessadas, uma vez que eles terão de conviver diretamente com os impactos associados à implantação e posterior operação do empreendimento. Vale lembrar que a comunicação não pode ficar restrita apenas àqueles que são afetados diretamente pela construção do empreendimento, mas deve ser reproduzida, sempre que possível, àqueles que terão seu cotidiano afetado pelas obras, mesmo que não tenham propriedades inseridas no traçado do projeto.

O presente estudo apresenta uma subdivisão por regiões e/ou estados, mas a gestão dos Planos e Programas Ambientais, especialmente o de Comunicação, deve ser mantida de forma unificada e específica quanto às ações desenvolvidas para os públicos das Áreas de Influência Direta (AID) e Indireta (AII), posto que deve-se buscar uma atuação sinérgica para que as áreas possam convergir entre si. A Comunicação, em sua premissa maior, deve primar pelo bem comum, pois é condição *sine qua non* para que ocorram as trocas de informação entre empreendedor e os demais grupos sociais identificados no licenciamento ambiental do empreendimento. Tendo por base esse contexto, é importante ressaltar que a dinâmica proposta para o PCS poderá sofrer alterações e complementações com o decorrer do processo de licenciamento, seja pelo aprimoramento de conclusões obtidas nessa etapa, seja pelo surgimento de demandas específicas ao longo dos 18 meses previstos para execução das obras.

Este Plano será responsável, assim, por alinhar e monitorar os diálogos entre as partes envolvidas, tecendo uma malha de informações que deve ser alimentada continuamente, a fim de que empreendedor, população local e poder público possam estar em permanente contato.

¹ Processo pelo qual são organizadas as diversas atividades desempenhadas no campo da comunicação.

▪ Metas

- ▶ Verificar e atualizar semestralmente a lista de partes interessadas (sindicatos de trabalhadores rurais e produtores rurais, associações de moradores, Poder Público, Privado e Organizações Não Governamentais);
- ▶ Produzir e distribuir pelo menos 04 (quatro) materiais informativos direcionados para temáticas específicas, em formato de folheto institucional, volantes e panfletos para as campanhas de início e término de obras; e boletim informativo ou revista, para as campanhas durante as obras;
- ▶ Transmitir a pelo menos 80% dos proprietários e habitantes afetados direta e indiretamente pela implantação do empreendimento informações sobre o mesmo.. Também deverão ser veiculados 02 (dois) spots radiofônicos, um no início e outro no final das obras, de maneira a intensificar a comunicação com os moradores;
- ▶ Realizar 01 (uma) reunião a cada bimestre na região dos canteiros de obras, com a participação de pelo menos 80% das partes interessadas no local;
- ▶ Publicar informações sobre os demais Planos e Programas Ambientais implementados durante as 04 (quatro) campanhas de comunicação previstas, a fim de manter atualizados os públicos de interesse;
- ▶ Responder, em até 72 horas, os questionamentos do público recebidos via ouvidoria;
- ▶ Realizar promover 01 (uma) reunião por trimestre com os coordenadores dos demais Programas Ambientais de forma a manter atualizados moradores, lideranças locais, poder público e demais atores sociais envolvidos.

▪ Metodologia

A metodologia delineada para este Plano deve pressupor uma comunicação fundamentada em princípios como transparência, ética e horizontalidade das informações, de maneira que possam ser estabelecidos diálogos sociais entre a população afetada direta e indiretamente pelo empreendimento e o empreendedor. Assim, é importante estabelecer algumas premissas, de maneira a orientar as ações do PCS:

|Coordenador:

|Técnico:

- ▶ Comunicação que estabeleça a construção e manutenção do relacionamento com as comunidades, visando a divulgação de informações fidedignas;
- ▶ Valorização das opiniões e pontos de vista dos públicos afetados;
- ▶ Compreensão das etapas do processo de licenciamento.

Assim, o Plano de Comunicação Social deve se constituir tendo por base as seguintes linhas de ação:

- ▶ Articulação - desenvolvimento de atividades de comunicação que estabeleçam um relacionamento construtivo com as instituições governamentais, em especial o poder público, lideranças e organizações locais;
- ▶ Difusão - conjunto de ações e produção de instrumentos de comunicação que considerem as características dos diversos públicos-alvo. Tais ferramentas devem conter explicações claras sobre os diversos aspectos do empreendimento, além de serem embasadas no tripé impacto > medida > plano/programa: o processo de licenciamento ambiental e os efeitos de sua instalação, a adoção de medidas ambientais de compensação/mitigação e a implementação e monitoramento dos Programas Ambientais. Tais atividades devem estar voltadas, principalmente, para o público residente na Área de Influência do projeto.²
- ▶ Monitoramento e Avaliação: diz respeito ao processo de acompanhamento e *feedback* das atividades de comunicação realizadas.

Sistemática de Implantação

Considerando as etapas em que o Plano de Comunicação Social está embasado, é importante identificar as atividades que serão desenvolvidas ao longo dessas etapas.

² Tomando como base o referencial teórico multidisciplinar estabelecido na Instrução Normativa Nº 2, de 27 de março de 2012, que determina as diretrizes e os procedimentos que orientam e regulam os programas e projetos de educação ambiental.

Etapa 1: Antes do Início das Obras

a.1. Planejamento das Atividades

- ▶ Mobilização da equipe de comunicadores;
- ▶ Posicionamento institucional e mensagem-chave;
- ▶ Identificação dos veículos locais e regionais;
- ▶ Atualização da lista de partes interessadas;
- ▶ Elaboração de material informativo.

a.2. Ações de Comunicação

- ▶ Reuniões Institucionais com o poder público local e e demais instituições da Área de Influência;
- ▶ Veiculação de spot radiofônico comunicando o início do processo construtivo;
- ▶ Comunicação face a face com proprietários e reuniões institucionais locais com distribuição do material informativo, reforçando os canais de comunicação com o empreendedor (por meio da Ouvidoria Telefônica).

a.3. Ações de Controle e Verificação

- ▶ Monitoramento e avaliação das medidas implementadas ao longo da primeira etapa.

Etapa 2: Ao longo da Fase de Obras

- ▶ Reuniões Institucionais com o poder público dos municípios onde haverá instalação de canteiros de obras;
- ▶ Visitas à população afetada, especialmente aos moradores inseridos na AID, a fim de esclarecer dúvidas cotidianas sobre o empreendimento e informar sobre a convivência com o mesmo;
- ▶ Desenvolvimento de ações periódicas de campo contemplando comunicação face a face e reuniões com o público-alvo para o esclarecimento de dúvidas e

encaminhamento de reclamações e sugestões. Durante todo o período de obras, os comunicadores ficarão responsáveis, cada qual em seu trecho, pela comunicação com os proprietários e população local para dirimir eventuais dúvidas sobre o empreendimento e intermediar questões conflituosas que possam vir a ocorrer durante o processo construtivo. Tais visitas terão por base o andamento do cronograma de obras;

- ▶ Distribuição de material informativo durante as ações periódicas de campo;
- ▶ Divulgação do sistema de ouvidoria telefônica, já estabelecido desde as Ações Prévias de Comunicação Socioambiental, de forma a aprimorar o diálogo entre os atores sociais envolvidos na implantação do empreendimento.

Etapa 3: Operação da Linha de Transmissão e das Subestações

- ▶ Elaboração de material informativo explicando o processo de energização da Linha de Transmissão, normas de segurança e regras de boa convivência a partir do momento em que a LT e as Subestações começarem a operar com a configuração apresentada no presente estudo;
- ▶ Visitas ao poder público dos 47 municípios da All do empreendimento de maneira a comunicar a finalização das obras e as datas de energização da LT e operação das Subestações;
- ▶ Comunicação face a face com os proprietários a fim de informá-los sobre o término das obras e início da operação da LT e das Subestações;
- ▶ Veiculação de spot radiofônico informando a finalização das obras e energização do referido empreendimento.

O Plano de Comunicação Social, conforme mencionado, prevê a criação de peças gráficas concebidas a partir das perspectivas e necessidades do público-alvo, em linguagem e forma adequadas. Os materiais devem respeitar, acima de tudo, as particularidades socioculturais dos destinatários. Como veículos eficazes de comunicação (**Quadro 12.7-1**), destacam-se:

Quadro 12.7-1 - Veículos de comunicação e peças gráficas correspondentes.

Formas de Comunicação	Meios	Materiais Gráficos
Comunicação Dirigida ³	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Visitas face a face ▪ Reuniões Institucionais com o poder público 	Folder Institucional Cartaz Convites para as Reuniões Institucionais Boletim, Revista e Publicações Informativas
Comunicação de Massa ⁴	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rádio ▪ Jornal 	Spots Radiofônicos Anúncios Editoriais

Para a determinação das estratégias de comunicação adequadas aos diversos públicos é fundamental estabelecer uma abordagem metodológica que oriente as ações e garanta a eficiência das atividades pré-estabelecidas. Dessa forma, o planejamento desse Plano de Comunicação Social teve por base as experiências de implantação de outros Planos e Programas de Comunicação Social no contexto do licenciamento ambiental, além de contar com metodologias de caráter participativo, voltadas para a participação comunitária, a fim de estabelecer vínculos concretos entre empreendedor e demais partes envolvidas no processo de licenciamento.

▪ Público-Alvo

Os seguintes segmentos foram identificados como públicos de interesse do Plano de Comunicação Social:

- ▶ Público interno - colaboradores do empreendedor, consultoras contratadas e empreiteiras;
- ▶ Representantes do poder público - em especial as prefeituras, as câmaras e secretarias municipais;
- ▶ Representantes dos órgãos ambientais e de fiscalização regional;
- ▶ Lideranças comunitárias e organizações da sociedade civil;

³ A comunicação dirigida atinge grupos específicos e pré-determinados, geralmente em menor número, com anseios e características bem conhecidos e delimitados. Na comunicação dirigida, a mensagem é planejada e estruturada de forma diferenciada, a partir do estudo dos objetivos propostos e do contexto do público-alvo. Dessa forma, tem-se uma comunicação mais efetiva, com maior possibilidade de decodificação das mensagens pelo receptor.

⁴ A Comunicação de Massa prevê a difusão de informações ao maior número possível de receptores, partindo de um único emissor. Ela informa e forma opiniões, utilizando de veículos mecânicos (jornais, TV e internet, por exemplo) para a distribuição de mensagens para a coletividade.

- ▶ Mídia nacional, regional ou local;
- ▶ População em geral da Área de Influência do empreendimento (todos os 47 municípios);
- ▶ Proprietários rurais, moradores e aqueles que desenvolvem atividades produtivas nas áreas diretamente impactadas, principalmente aqueles que residem nas propriedades ao redor dos canteiros de obras;
- ▶ Comunidades Remanescentes de Quilombos identificadas na Área de Influência do empreendimento;
- ▶ Moradores dos Assentamentos Rurais localizados na Área de Influência.

No **Quadro 12.7-2** abaixo há a identificação dos públicos e a descrição das informações que devem ser repassadas a cada um deles:

Quadro 12.7-2 - Públicos e Temas de Interesse.

Públicos	Possíveis Temas de Interesses ou Necessidades de Informação
População em geral	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informações sobre o empreendimento e andamento das obras e acesso aos Programas Ambientais; ▪ Informações sobre a contratação de mão-de-obra local durante a implantação do empreendimento.
Proprietários rurais, moradores, Comunidades Quilombolas e aqueles que desenvolvem atividades produtivas nas áreas diretamente afetadas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informações sobre o empreendimento, o andamento das obras e os Programas Ambientais; ▪ Informações sobre a convivência com a LT e faixa de servidão.
Poder Público local	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informações gerais sobre o empreendimento e andamento das obras; ▪ Situação do Licenciamento perante os órgãos federais competentes; ▪ Interesse sobre os projetos sociais e ambientais.
Organizações representativas de classes trabalhistas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informações sobre a contratação de mão-de-obra local durante a implantação do empreendimento.
Organizações da Sociedade Civil	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Provável necessidade de compreensão dos reais objetivos e metas do empreendimento e seus impactos para a população e meio ambiente; ▪ Situação do Licenciamento perante os órgãos federais competentes.
Interno	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Necessidade de alinhamento de discurso do seu público interno; ▪ Divulgação de informações sobre o empreendimento e o andamento das obras.

▪ Indicadores de Efetividade

- ▶ Percentual de contatos estabelecidos com lideranças, gestores (público interno), poder público e imprensa;
- ▶ Número de materiais informativos produzidos e distribuídos durante as ações do Plano de Comunicação Social;
- ▶ Percentual de proprietários e habitantes afetados direta e indiretamente pela implantação do empreendimento, visitados e atualizados no âmbito do Plano de Comunicação Social;
- ▶ Número de reuniões realizadas e índice de participação das partes interessadas, mensurado por meio de listas de presença e atas de reunião;
- ▶ Percentual de dúvidas, sugestões, reclamações e outras demandas recebidas via ouvidoria, cujas respostas são apresentadas no prazo de 72 horas;
- ▶ Número de reuniões realizadas e índice de participação dos coordenados dos demais Programas, mensurado por meio de listas de presença e atas de reunião;

▪ Cronograma de Execução

Este Plano deverá ser implementado em todos os 47 municípios atravessados pelo empreendimento, bem como canteiros de obras, refeitórios, pátios de ferragens, dentre outros locais de grande circulação de pessoas.

As ações deste PCS deverão ser iniciadas antes do início das obras, e devem se estender até pelo menos um mês após a entrada em operação do empreendimento para fins de um completo acompanhamento e minimização dos impactos associados ao empreendimento. Vale ressaltar que as ações de comunicação deverão seguir os cronogramas das obras.

Cronograma da Obra		LT 500 kV Miracema - Sapeaçu e Subestações Associadas																							
		Ano 1												Ano 2											
Mês		-6	-5	-4	-3	-2	-1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Atividades		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. LICENCIAMENTO AMBIENTAL																									
1.1 Emissão da Licença de Instalação (LI)																									
1.2 Emissão da Autorização de Supressão de Vegetação (ASV)																									
1.3 Acompanhamento da Obra e emissão da Licença de Operação (LO)																									
2. ENGENHARIA E CONSTRUÇÃO - LINHA DE TRANSMISSÃO																									
2.1 Projeto Executivo																									
2.2 Mobilização																									
2.3 Instalação de Canteiros																									
2.4 Desempedimento da Faixa (Fundiário)																									
2.5 Abertura de Faixa e Acessos (Supressão da Vegetação)																									
2.6 Corte Seletivo (Árvores Fora da Faixa)																									
2.7 Fundações																									
2.8 Montagem de Torres																									
2.9 Lançamento de Cabos																									
2.10 Seccionamento e Aterramento de Cercas																									
2.11 Ensaio de Comissionamento																									
2.12 Operação Comercial																									
3. ENGENHARIA E CONSTRUÇÃO - SUBESTAÇÕES																									
3.1 Projeto Executivo																									
3.2 Mobilização																									
3.3 Instalação de Canteiros																									
3.4 Regularização Fundiária																									
3.5 Supressão da Vegetação																									
3.6 Fundações e Obras Cíveis																									
3.7 Montagem Eletromecânica																									
3.8 Ensaio de Comissionamento																									
3.9 Operação Comercial																									

Cronograma do Programa		Programa de Comunicação Social - PCS																							
		Ano 1												Ano 2											
Mês		-6	-5	-4	-3	-2	-1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Atividades		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Planejamento das Atividades e do Plano de Trabalho																									
Mobilização da Equipe																									
Posicionamento Institucional e Mensagem-Chave																									
Identificação dos veículos locais e regionais																									
Atualização da Lista de Partes Interessadas																									
Elaboração de Material Informativo																									
Implantação e Operação do Sistema de Ouvidoria																									
Reuniões com o poder público de todos os municípios atravessados pela LT, especialmente com os representantes dos locais onde serão instalados os canteiros de obras																									
Veiculação do anúncio em rádio informando o início das obras																									
Campanhas de Campo - Proprietários																									
Veiculação do anúncio em rádio informando o final das obras																									
Monitoramento e Avaliação - Emissão de Relatórios																									

Coordenador:

Técnico:

▪ Inter-relação com outros Planos e Programas

O Plano de Comunicação Social apresenta relações de sinergia com todos os Planos e Programas Ambientais, recebendo informações e conteúdos a serem utilizados nas ações de divulgação e integração.

Possui, especialmente, inter-relação direta com o Programa de Educação Ambiental (PEA), Programa de Educação Ambiental para os Trabalhadores (PEAT), Plano Ambiental para a Construção (PAC), Plano de Gestão Ambiental (PGA) e o Programa de Negociação e Indenização para o Estabelecimento da Faixa de Servidão e Acessos.

▪ Identificação dos Responsáveis e Parceiros

Este Plano é de responsabilidade do empreendedor, podendo contratar instituição ou empresa, estabelecer convênios ou parcerias com instituições públicas ou privadas para sua implementação. O PCS também espera estabelecer parcerias com as instituições locais, como sindicatos rurais, secretarias, ONGs e demais órgãos regionais.

▪ Fase do Empreendimento

O Plano de Comunicação Social deve ser executado ao longo de todas as fases do empreendimento, contemplando planejamento, construção e operação.

▪ Equipe Técnica

Técnico	Formação	Registro em Conselho	Cadastro Técnico Federal (IBAMA)
Gabriella Coutinho	Comunicação Social/Jornalismo	20752576-3 Detran/RJ	5488146

▪ Referências Bibliográficas

BRASIL. Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA). Instrução Normativa nº 2, de 27 de março de 2012. Estabelece as diretrizes e os procedimentos para orientar e regular a elaboração, implementação, monitoramento e avaliação de programas e projetos de educação ambiental a serem apresentados pelo empreendedor no âmbito do licenciamento ambiental federal. **Diário Oficial da União (D.O.U.)**, Brasília, Seção 1, nº 62, p. 130 -132, 29 de março de 2012.

CESCA, Cleuza G. *Comunicação Dirigida*. São Paulo: Summus, 1995.

DAVENPORT, T.H. *Information Ecology: Mastering the Information and kNowledge Environment*. Nova York: Oxford University Press, 1997.

FABIANA MEURER, GUILHERME FEIJÓ VIEIRA. Plano Diretor para Municípios de Pequeno Porte: a experiência do plano diretor regional da AMAVI. In: PPLA 2010: Seminário Política e Planejamento, 2010. *Anais...* Curitiba: Ambiens, 2010.

FORTES, Waldyr Gutierrez. *Relações Públicas: processo, funções, tecnologia e estratégias*.

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

PAULA, Maria Aparecida & ALMEIDA, Ana Luísa de Castro. *Relações com a comunidade*. In: KUNSCH, Margarida M. K., *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada*. Edição revisada, ampliada e atualizada. São Paulo: Summus, 2003.