

| EIA | Não excluir esta página

LT 500 kV Mesquita - Viana 2 e LT 345 kV Viana 2 - Viana

Estudo de Impacto Ambiental - EIA

Novembro de 2010



6.9 - Programa de Comunicação Social - PCS

2422-00-EIA-RL-0001-00 Rev. nº 00

Preencher os campos abaixo

Coordenador: Marcos Pereira

Consultor:

Revisão Ortográfica por:

Data:

Formatado por: Kate/vanessa

Data: 22/10-16/11/10

Última Gravação por:

Data: 27/07/2011 14:44

Obs: Impressão Frente e Verso

ÍNDICE

6.9 - Programa de Comunicação Social - PCS	1/6
6.9.1 - Justificativa	1/6
6.9.2 - Objetivos.....	2/6
6.9.3 - Público-alvo	2/6
6.9.4 - Sistemática de Implantação	3/6
6.9.5 - Ações Planejadas	3/6
6.9.6 - Meios e Materiais de Divulgação do Empreendimento	4/6
6.9.7 - Monitoramento e Avaliação	5/6
6.9.8 - Temporalidade	6/6
6.9.9 - Resultados Esperados	6/6
6.9.10 - Inter-relação com outros Programas	6/6
6.9.11 - Equipe Técnica Responsável pela Elaboração do Programa.....	6/6

6.9 - PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - PCS

6.9.1 - Justificativa

O Programa de Comunicação Social (PCS) pretende estabelecer as diretrizes e as ações a serem implantadas a partir das análises apresentadas no diagnóstico para esta Linha de Transmissão, onde foi identificada uma série de impactos sociais, ambientais e culturais, decorrentes das fases de planejamento, implantação e operação do empreendimento.

No caso da mitigação dos impactos, torna-se necessária a construção de medidas de prevenção, minimização e compensação consubstanciadas nos Programas Ambientais. O PCS é um deles e se justifica não só em função dos impactos ambientais identificados, mas, sobretudo, pela necessidade de transparência e por uma comunicação dialógica entre o Empreendedor e as comunidades das Áreas de Influência do Empreendimento.

A região abrangida pelo empreendimento, principalmente a periferia de Ipatinga e a periferia de Cariacica, já é marcada pela existência de empreendimentos similares que compõem a paisagem local e interferem no cotidiano socioeconômico e cultural dos moradores. A escolha das estratégias de comunicação a serem estabelecidas deve considerar tanto o efeito sinérgico dos empreendimentos existentes, quanto os possíveis conflitos de informação, sobretudo com a implantação de novas linhas de transmissão de energia. Tanto quanto possível, devem ser levantadas as ações e meios de comunicação já utilizados com essas comunidades em outros empreendimentos similares, de forma a aprimorar os processos e conhecer o nível de informação prévio dessas populações.

Sabe-se que a implantação de qualquer empreendimento pode gerar expectativas diferenciadas nas partes envolvidas, especialmente na população da Área de Influência Direta (AID), como dúvidas, contestações ou resistências, principalmente no que diz respeito aos aspectos sensíveis que podem interferir nos hábitos dos moradores das localidades. Costuma-se citar como exemplo a circulação de novos veículos e dos trabalhadores das obras, assim como a inclusão de cuidados necessários para a convivência com o empreendimento à rotina dos habitantes.

Visando à garantia da preservação da segurança, do meio ambiente da região e sobretudo da saúde e dos modos de vida da população local, torna-se imprescindível a implementação de um sistema de comunicação social eficaz e democrático, com capacidade para intermediar as relações entre o empreendedor, os executores da obra, as administrações públicas dos diversos níveis envolvidos e especialmente as comunidades atingidas pela LT.

O Programa de Comunicação Social proposto deverá articular, sobretudo, um conjunto de ações, de forma a evitar conflitos e falta de informações decorrentes de atuações diferenciadas entre as equipes encarregadas pela implantação dos Programas Ambientais e empresas contratadas para as obras e serviços, no relacionamento com a população.

6.9.2 - Objetivos

O Programa de Comunicação Social tem como objetivo principal criar um canal de comunicação eficaz entre o empreendedor e a sociedade, com especial atenção à população diretamente afetada pelo empreendimento.

Além do objetivo principal, são também objetivos específicos deste Programa:

- Identificar os interlocutores estratégicos;
- Estabelecer canais de relacionamento com os diferentes públicos;
- Assegurar transparência e uma relação dialógica entre o empreendedor e a comunidade impactada;
- Esclarecer sobre o empreendimento, contribuindo para a mitigação de possíveis impactos socioambientais;
- Interagir com os demais Programas Ambientais e divulgar suas ações;
- Garantir uma gestão integrada da comunicação.

6.9.3 - Público-alvo

Constitui-se como públicos-alvos os moradores e proprietários de terras das áreas de influência direta do empreendimento, o poder público e as organizações civis organizadas dos 15 municípios interceptados pela LT 500 kV Mesquita-Viana/LT 345 kV Viana-Viana 2/SE Viana 2: **Ipatinga, Santana do Paraíso, Ipaba, Caratinga, Inhapim, Ubaporanga, Piedade de Caratinga, Ipanema, Taparuba, Mutum, Brejetuba, Afonso Cláudio, Domingos Martins e Viana.**

Neste sentido, o Programa de Comunicação Social irá priorizar a população diretamente afetada pelo Empreendimento, seja pela presença de trabalhadores, pelos transtornos durante o período das obras, como também pelos processos indenizatórios.

6.9.4 - Sistemática de Implantação

O Programa de Comunicação Social foi concebido para atuar a partir de três linhas de ação, apresentadas abaixo:

- **Articulação** - consiste no desenvolvimento de ações e atividades de comunicação que estabelecem um relacionamento construtivo com as instituições governamentais, em especial o Poder Público municipal, lideranças e organizações locais.
- **Difusão** - envolve um conjunto de ações e produção de instrumentos de comunicação destinados aos diferentes públicos-alvo. Tais instrumentos devem conter informações claras sobre os diversos aspectos do empreendimento, impactos associados, adoção de medidas e implantação e desenvolvimento dos Programas Ambientais, principalmente para o público residente próximo à faixa de servidão e aos caminhos de serviço do empreendimento.
- **Monitoramento e Avaliação** - abrange todo o processo de acompanhamento e avaliação das ações de comunicação realizadas.

6.9.5 - Ações Planejadas

A seguir, estão dispostas as etapas e as principais atividades do Programa:

Etapa I: Antes do início das obras

- Planejamento das atividades e das ações:
 - ▶ Mobilização da equipe;
 - ▶ Atualização da lista de partes interessadas;
 - ▶ Implantação de sistema de ouvidoria telefônica e gratuita;
 - ▶ Identificação dos veículos de comunicação locais e regionais.
 - ▶ Atividades de Comunicação:
 - ▶ Elaboração de materiais informativos;
 - ▶ Produção de campanha de divulgação do início das obras, incluindo a elaboração dos anúncios de rádio (*spots*);

Campanha de divulgação do início das obras, por meio de visitas aos proprietários afetados, com o objetivo de informar sobre o início das obras e esclarecer dúvidas sobre indenizações.

Etapa II: Durante a fase de obras

- Reuniões com o poder público dos municípios atravessados pela Linha de Transmissão 500 kV Mesquita-Viana/LT 345 kV Viana-Viana 2/SE Viana 2 especialmente, com os representantes daqueles onde serão instalados os canteiros de obra;
- Visitas à população afetada, moradores da AID, com o objetivo de informar sobre o empreendimento, esclarecendo dúvidas sobre indenizações e convivência com a LT, além de divulgar os canais de comunicação com o empreendedor, como o número do telefone de ouvidoria;
- Veiculação da I campanha de rádio de divulgação do início das obras;
- Distribuição do material informativo ao público-alvo;
- Manutenção do sistema de ouvidoria de forma monitorada, a fim de garantir o bom funcionamento, do sistema e o aprimoramento do diálogo com a população local.

Etapa III: Operação da Linha de Transmissão

- Elaboração de material informativo sobre as normas de segurança, incluindo as restrições de uso do solo ao longo da Faixa de Servidão do empreendimento e as formas de convivência com a Linha, além de divulgar as demais informações de interesse do público-alvo sobre a presença do empreendimento;
- Campanha de campo para a realização de visitas ao público-alvo e a representantes das instituições selecionadas e interessadas para informar sobre o término das obras e as datas de energização da Linha de Transmissão.

6.9.6 - Meios e Materiais de Divulgação do Empreendimento

O Programa de Comunicação prevê também a criação e a divulgação de veículos de comunicação, concebidos a partir da perspectiva e das necessidades do público-alvo, em linguagem e formas adequadas e, acima de tudo, respeitando as características sociais e culturais dos destinatários. Como veículos eficazes de comunicação para este empreendimento, destacam-se:

Como veículos eficazes de comunicação para este empreendimento, destacam-se:

- Folder institucional - apresenta as justificativas para o empreendimento, sua importância para o desenvolvimento regional e nacional, as principais fases e características do empreendimento, cuidados ambientais adotados, benefícios diretos para a região e a relação dos Programas Ambientais.
- Publicação Informativa - direciona-se aos moradores e aos proprietários das áreas afetadas podendo apresentar conteúdo referente aos cuidados com a Linha, as etapas das obras e a localização dos canteiros, bem como a divulgação das ações dos Programas Ambientais e do telefone de ouvidoria.
- Spot's de rádio - é produzido com o objetivo de informar sobre o início e o término das obras da LT.
- Sistema de Ouvidoria - disponibiliza-se um número de telefone (chamadas gratuitas) para atendimento, o registro eo encaminhamento de soluções de sugestões, dúvidas e demandas da população quanto ao Empreendimento.

Formas de Comunicação	Meios	Materiais
Comunicação Dirigida	Programas de visita Reuniões	Cartas Folders Cartazes Boletins e/ou publicações informativas
Comunicação de Massa	Rádio Jornal	Spots Anúncios Editoriais

6.9.7 - Monitoramento e Avaliação

O monitoramento e a avaliação das atividades do Programa serão de responsabilidade da equipe do Programa de Comunicação Social e serão realizados de forma regular, durante todas as fases do empreendimento.

A avaliação da eficácia das ações de comunicação será feita a partir da definição das metas a serem atingidas em cada fase do empreendimento e da identificação de indicadores apropriados - quantitativos ou qualitativos.

Como instrumentos para o acompanhamento e avaliação, deverão ser emitidos relatórios bimestrais, onde serão registrados os principais problemas detectados, e apontadas as correções a serem implantadas. Ao final do Programa, será elaborado um relatório final/consolidado.

6.9.8 - Temporalidade

A implantação do Programa de Comunicação Social deve iniciar-se, no mínimo, um mês antes do início das obras, devendo se estender por pelo menos um mês após a última fase das obras.

6.9.9 - Resultados Esperados

Espera-se como principal resultado alcançado, durante e após as atividades do Programa de Comunicação Social, a redução do risco de atrito com a população através de um relacionamento entre o empreendedor e as comunidades das áreas de influência do empreendimento, pautado pela comunicação dialógica e orientado pela democracia e construção da cidadania.

Além disso, também será viabilizada a minimização de impactos como desvalorização de propriedades e queda na produção, pois o programa visa informar aos moradores e proprietários sobre seus direitos em relação às indenizações e compensações.

6.9.10 - Inter-relação com outros Programas

O Programa de Comunicação Social - PCS caracteriza-se pelo suporte ao empreendimento e articula-se com um conjunto de ações e atividades relacionadas às obras e aos Programas Ambientais, especialmente com o Programa de Educação Ambiental - PEA e o Programa de Educação Ambiental para os trabalhadores - PEAT.

6.9.11 - Equipe Técnica Responsável pela Elaboração do Programa

Técnico	Formação	CTFAIDA/ IBAMA
Ana Luiza de Abreu Cláudio	Jornalista e Mestre em Ciências Sociais	3718533