

ÍNDICE

6.5.1 -	Programa de Comunicação Social - PCS	1/29
6.5.1.1 -	Justificativas.....	1/29
6.5.1.2 -	Objetivos	2/29
6.5.1.2.1 -	Objetivo Geral	2/29
6.5.1.2.2 -	Objetivos Específicos	3/29
6.5.1.3 -	Metas.....	4/29
6.5.1.4 -	Indicadores.....	5/29
6.5.1.5 -	Público-alvo.....	6/29
6.5.1.6 -	Metodologia	7/29
6.5.1.6.1 -	Diretrizes	8/29
6.5.1.6.2 -	Estratégias.....	8/29
6.5.1.6.2.1 -	Comunicação Institucional	8/29
6.5.1.6.2.2 -	Comunicação com a Comunidade	9/29
6.5.1.6.2.3 -	Comunicação Interna	9/29
6.5.1.6.3 -	Atividades	10/29
6.5.1.6.3.1 -	Planejamento e Mobilização.....	10/29
6.5.1.6.3.2 -	Mapeamento e Atualização dos Públicos	10/29
6.5.1.6.3.3 -	Posicionamento Institucional e Mensagem-Chave	11/29
6.5.1.6.3.4 -	Contratação de Agentes Locais.....	11/29
6.5.1.6.3.5 -	Ouvidoria	12/29
6.5.1.6.3.6 -	Website	13/29
6.5.1.6.3.7 -	Centro de Referência	13/29
6.5.1.6.3.8 -	Seminário de Comunicação	14/29

6.5.1.6.3.9 -	Campanhas	14/29
6.5.1.6.3.10 -	Assessoria de Imprensa	16/29
6.5.1.6.3.11 -	Monitoramento e Avaliação	17/29
6.5.1.6.4 -	Materiais Impressos	18/29
6.5.1.6.4.1 -	Folheto Institucional	18/29
6.5.1.6.4.2 -	Boletim Informativo	19/29
6.5.1.6.4.3 -	Volantes e Panfletos	19/29
6.5.1.6.4.4 -	Cartazes.....	20/29
6.5.1.6.4.5 -	Panfletos Migração	20/29
6.5.1.6.4.6 -	Materiais Gráficos do Programa de Desenvolvimento do Potencial Turístico e Recreativo	20/29
6.5.1.6.4.7 -	Material gráfico correspondente ao Programa de Caracterização e Fomento da Atividade Pesqueira	20/29
6.5.1.6.4.8 -	Boletim Epidemiológico	21/29
6.5.1.6.5 -	Recursos Materiais.....	22/29
6.5.1.7 -	Cronograma	23/29
6.5.1.8 -	Responsáveis pela Elaboração do Programa	27/29
6.5.1.9 -	Equipe de Implementação	27/29
6.5.1.10 -	Instituições Envolvidas	27/29
6.5.1.11 -	Inter-relação com outros Planos e Programas	28/29
6.5.1.12 -	Requisitos Legais	28/29
6.5.1.13 -	Referências Bibliográficas	29/29

6.5.1 - PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - PCS

6.5.1.1 - JUSTIFICATIVAS

O Programa de Comunicação Social atende à condicionante específica nº 2.1 da LP N° 337/2009, IBAMA, que estabelece: “Detalhar todos os Planos, Programas, Subprogramas e Medidas Mitigadoras e de Controle consignados no Estudo de Impacto Ambiental e nos demais documentos técnicos, incluindo necessariamente a metodologia, o responsável técnico e o cronograma físico de implantação.”

Este Programa apresenta as estratégias de comunicação e relacionamento com os diversos atores sociais envolvidos direta e indiretamente com a instalação da UHE Santo Antônio do Jari. O Programa de Comunicação Social (PCS) prevê uma abordagem de comunicação integrada¹, estruturada em três linhas - institucional, comunitária e interna, com ações informativas, relacionais e de mobilização. O desenho das estratégias e a descrição das atividades serão apresentados ao longo do Programa.

De forma geral, comunidades próximas às áreas onde se instalam usinas hidrelétricas mostram-se apreensivas e interessadas pelo empreendimento. No caso da UHE Santo Antônio do Jari, há um longo histórico de interação com as comunidades e compromissos já firmados que devem ser considerados para implementação das ações de comunicação e para sua articulação com os demais Programas Ambientais.

Entre 1985 e 1986 foram feitos os primeiros estudos de engenharia e ambientais para a UHE Santo Antônio do Jari. Desde 1987, o empreendedor realiza ações de comunicação social através de reuniões com representantes da administração pública local e com as comunidades afetadas pela implantação do empreendimento.

A partir de 1992, com a intensificação de esforços para a viabilização da implantação da UHE, as reuniões com a população e seus representantes tornaram-se mais frequentes, possibilitando maior envolvimento da população da Área de Influência Direta (AID) nos processos de discussão

¹ A Comunicação Integrada é uma filosofia de atuação que busca a convergência das diversas áreas para uma atuação sinérgica, e pressupõe a junção das diversas frentes de comunicação (comunicação institucional, comunicação administrativa, comunicação interna, comunicação comunitária, e outras)

relativos ao reassentamento e demais programas ambientais. Desde então, as populações de Cachoeira de Santo Antônio, Iratapuru e Padaria são consideradas como público prioritário para as ações de comunicação.

Neste processo, em novembro de 1995, foi estabelecido um Protocolo de Entendimento firmado entre o Empreendedor e as comunidades de Cachoeira de Santo Antônio, Iratapuru e Padaria, além do Governo do Estado do Amapá, Prefeitura Municipal de Laranjal do Jari e Câmara Municipal de Laranjal do Jari. Nesse documento foram definidos os critérios para o reassentamento das famílias afetadas. Para monitorar o cumprimento do protocolo, e mediar os interesses entre as partes, foi criada uma comissão formada por dois membros de cada uma das instituições envolvidas (Governo do Amapá, Comunidades, Prefeitura Municipal de Laranjal do Jari, Câmara Municipal de Laranjal do Jari e o Empreendedor).

O Programa de Comunicação Social indica a continuidade de maneira planejada, sistemática e permanente para o diálogo e a divulgação de informações sobre o empreendimento, buscando garantir uma relação positiva de interação com as partes interessadas e auxiliando na potencialização dos impactos positivos e na minimização dos impactos adversos.

6.5.1.2 - OBJETIVOS

6.5.1.2.1 - Objetivo Geral

O Programa de Comunicação Social tem como objetivos principais desenvolver estratégias, estabelecer canais e espaços oficiais de comunicação que assegurem o esclarecimento e construam uma relação positiva e de diálogo com os diversos setores sociais afetados pela UHE Santo Antônio do Jari.

Cabe ao Programa divulgar informações sobre o empreendimento tais como: o cronograma dos principais eventos das obras, as principais transformações decorrentes de sua construção e operação, bem como sobre os programas ambientais a serem implantados. Desta forma, busca-se diminuir a ocorrência de boatos e especulações, decorrentes de desinformação ou da circulação de informações contraditórias e não oficiais.

6.5.1.2.2 - Objetivos Específicos

- Identificar e caracterizar os atores e processos relevantes, relacionados ao empreendimento, assim como os momentos de articulação para a formulação e implementação do Programa de Comunicação Social;
- Identificar permanentemente demandas por informação, questionamentos e sugestões da comunidade em relação à UHE Santo Antônio do Jari;
- Esclarecer as inquietações e ansiedades das comunidades da AID e AII face aos impactos do empreendimento, assegurando-lhes uma base de diálogo;
- Informar sobre o andamento de todas as etapas do empreendimento, seus impactos e medidas mitigadoras e compensatórias a serem adotadas pelo empreendedor, esclarecendo a quem se dirigir para reclamações ou dúvidas, bem como sobre formas de acesso e utilização de benefícios resultantes das referidas medidas;
- Contribuir para a minimização das interferências das obras na rotina das comunidades, orientando-as sobre procedimentos e medidas adotadas pela empresa para segurança na região durante as fases de implantação e operação da UHE, bem como facilitar a convivência com o contingente de mão de obra a ser agregada ao projeto nas suas diferentes fases;
- Prevenir e orientar a condução de eventuais situações controversas que envolvam o empreendimento;
- Desenvolver mecanismos que incentivem os atores sociais à adoção de práticas e comportamentos em conformidade com as conveniências de conservação.

6.5.1.3 - METAS

- Criar um sistema de ouvidoria que alcance todos os públicos de interesse;
- Formalizar e documentar os posicionamentos do empreendedor sobre questões críticas, permitindo maior transparência e evitando ruídos de comunicação;
- Criar e atualizar periodicamente um Documento de Perguntas e Respostas;
- Responder aos solicitantes da ouvidoria telefônica em um tempo máximo de 72 horas úteis²;
- Sempre responder às solicitações e questionamentos registrados através da ouvidoria;
- Distribuir trimestralmente boletim informativo para todos públicos;
- Selecionar e treinar quatro (04) Agentes de Comunicação locais, de forma a atender todas as comunidades afetadas pelo empreendimento;
- Realizar reuniões informativas para esclarecer e discutir os principais eventos relacionados ao empreendimento;
- Visitar regularmente todas as comunidades diretamente afetadas;
- Antecipar informações corretas e claras sobre impactos, riscos esperados e medidas adotadas nos casos de maior interferência como detonações próximas às comunidades; desvio do rio; intensificação de tráfego terrestre ou fluvial e enchimento do reservatório;
- Trabalhar a comunicação de forma integrada.

² Para manter a credibilidade do canal é fundamental que as questões sejam respondidas em tempo, nos casos em que a formulação de um posicionamento institucional não seja possível de imediato, ou que não haja ainda uma resposta definitiva em 72 horas, é importante que seja dado um retorno, ainda que parcial de sua solicitação.

6.5.1.4 - INDICADORES

- Fichas de registros de ouvidoria e análises com as estatísticas das queixas e demandas, bem como as respostas apresentadas e a avaliação do nível de satisfação com as respostas apresentadas;
- Grau de satisfação dos participantes com os processos e instrumentos de comunicação;
- Adequação da linguagem e dos meios de comunicação utilizados;
- Documento de Perguntas e Respostas³ e suas atualizações;
- Registros de visitas e apresentação de evidências de divulgação da informação como fichas de visita e registro fotográfico;
- Número de reuniões realizadas/atividades do Programa;
- Quantidade de materiais distribuídos;
- Número de participantes/audiência dos eventos;
- Registro das ocorrências e reclamações para o canteiro de obras, incluindo elaboração de estatísticas e soluções adotadas.
- Apresentação do material gráfico produzido, especificando a quantidade, frequência e destinação;
- Histórico de atualizações das listas de contatos das lideranças, gestores (público interno) e Poder Público;
- Relatórios trimestrais com dados consolidados das diversas atividades;
- Relatório Final.

³ O Documento de Perguntas e Respostas (Q&A - Questions & Answer) é um documento que apresenta as principais questões de interesse público e o posicionamento formal da empresa sobre tais questões. Deve ser respondido de forma técnica, mas com linguagem clara.

6.5.1.5 - PÚBLICO-ALVO

A segmentação dos públicos é fundamental para a escolha das ferramentas e a adequação da linguagem empregada nas ações de comunicação. Os públicos abaixo foram distribuídos segundo os modos de interação com o empreendimento, critérios geográficos e de sujeição aos possíveis impactos do empreendimento.

- População residente na vila de Cachoeira de Santo Antônio, vila Padaria e vila de Iratapuru;
- Lideranças comunitárias da vila de Cachoeira de Santo Antônio, vila Padaria e vila de Iratapuru;
- Lideranças e entidades representativas da população da Área de Influência Indireta (AII) e Área de Influência Direta (AID): diretores e professores das escolas locais, párocos e pastores que atendem à região, representantes de associações comunitárias, de instituições de pesquisa e de organizações não-governamentais;
- População residente e trabalhadora nos municípios de Almeirim, Vitória do Jari e de Laranjal do Jari e nas áreas inseridas no Complexo Jari;
- População em geral da AII e AID;
- Representantes do Poder Público municipal de Almeirim, Vitória do Jari e de Laranjal do Jari (Prefeitura, Câmara Municipal e Secretarias);⁴
- Servidores do IBAMA em Monte Dourado e Laranjal do Jari;
- Representantes de governo dos Estados do Amapá e Pará e suas Secretarias;
- Representantes dos órgãos ambientais nas capitais dos Estados do Amapá e do Pará;
- Representantes de veículos de comunicação locais e regionais;
- Equipe técnica e colaboradores do Empreendedor que atuam na região;

⁴ Para o desenvolvimento das ações de comunicação e relacionamento com esse público, recomenda-se uma interação e alinhamento com o Programa de Capacitação de Agentes Públicos e o Programa de apoio aos municípios

- Equipes das empresas contratadas e fornecedores locais;
- Equipes dos demais Programas Ambientais; e
- Trabalhadores em geral, envolvidos com empreendimento⁵.

6.5.1.6 - METODOLOGIA

O Programa de Comunicação Social no contexto do Licenciamento Ambiental para a inserção de um novo empreendimento tem como papel fundamental garantir o direito básico à informação. A adoção de canais de comunicação dialógica entre empreendedor e comunidade para divulgação de informações de forma abrangente e contínua, privilegiando interação com os membros dos grupos de interesse, pode constituir em instrumento de prática democrática e deve buscar reduzir as possíveis desigualdades na participação e a interação entre seus diversos atores.

Para que esta comunicação ocorra de forma plena, fundamentada no diálogo e comprometida com a transparência, a metodologia a ser utilizada deverá considerar tanto as interferências e os impactos provocados pelo empreendimento como o contexto social local. Cada público atendido pelo Programa é afetado de forma e intensidade bastante distintas e, portanto, devem ser desenvolvidas estratégias diferenciadas para cada um deles.

No caso da UHE Santo Antônio do Jari, é importante que a população diretamente afetada tenha prioridade quanto ao acesso, à intensidade e ao detalhamento das informações. Considerando a infraestrutura de comunicação, o nível de letramento e o perfil da população identificado a partir do diagnóstico do meio socioeconômico do EIA, é indicado o uso de processos de comunicação dirigida que privilegiem uma comunicação interpessoal⁶, em um contato face a face com a população. Neste sentido, a principal estratégia será a utilização de agentes locais de comunicação.

Para os demais públicos, poderão ser desenvolvidas ações de comunicação que utilizem tanto instrumentos de comunicação dirigida quanto de massa, principalmente com o uso do rádio, para campanhas em momentos mais sensíveis como no desvio do rio; intensificação de tráfego terrestre ou fluvial; enchimento do reservatório e controle da população migrante. Não se preterindo do uso de instrumentos que possibilitem o diálogo como a estabelecimento de um canal de ouvidoria.

⁵ O PEAT - Programa de Educação Ambiental dos Trabalhadores exerce importante papel o alinhamento da comunicação com os trabalhadores e, neste sentido, é fundamental a articulação entre s dois programas.

⁶ Na Comunicação Interpessoal os papéis de emissor (fonte) e de receptor (destino) são exercidos de modo recíproco.

6.5.1.6.1 - Diretrizes

As diretrizes deste Programa de Comunicação Social são as premissas que devem ser observadas para o desenvolvimento das ações estabelecidas para consecução dos objetivos. Tratam-se de princípios, fundamentos e normas que deverão permear o planejamento e execução das atividades, são elas:

- Comunicação com foco no diálogo social, visando à construção e manutenção de relacionamentos baseados em informações fidedignas;
- Valorizar a ótica dos públicos atingidos;
- Conhecer o processo de licenciamento do empreendimento;
- Trabalhar os esforços de comunicação sob uma perspectiva integrada;
- Considerar todas as fases do planejamento e gestão da comunicação;
- Agir com rapidez e senso de oportunidade no retorno às solicitações;
- Elaborar ações e estratégias de comunicação de acordo com cada etapa do projeto; e
- Monitorar permanentemente o impacto e o alcance das ações de comunicação.

6.5.1.6.2 - Estratégias

As estratégias desenvolvidas para este PCS deverão contemplar pelo menos três modalidades de comunicação: a comunicação institucional, a comunicação comunitária e a comunicação interna.

6.5.1.6.2.1 - COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

Tratam-se dos procedimentos destinados a difundir informações de interesse público sobre as filosofias, as políticas, as práticas e os objetivos das organizações, de modo a tornar compreensíveis essas propostas⁷. No âmbito da comunicação institucional, deverão ser priorizadas as ações de articulação institucional, especialmente com as instâncias do Poder Público e com a Imprensa.

⁷ Kunsch, Margarida. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada.

6.5.1.6.2.2 - COMUNICAÇÃO COM A COMUNIDADE

Esta linha estratégica deve estabelecer o canal de comunicação entre a empresa e a comunidade de acordo com suas necessidades. Podendo se utilizar de ações relacionais, informativas e de mobilização, privilegiando a comunicação interpessoal na qual população diretamente atingida seja protagonista do processo de comunicação.

6.5.1.6.2.3 - COMUNICAÇÃO INTERNA

A comunicação interna, planejada e contínua é fundamental para se alcançar um processo de comunicação integrada. Trabalha na intenção de se obter um entendimento e por fim um discurso e atitudes em comum, de todo o corpo de profissionais envolvidos com o empreendimento. Ela deve envolver os profissionais da empresa responsável pela UHE e todas as contratadas, inclusive para os demais Programas Ambientais. Neste sentido, devem ser realizadas ações (treinamento, reuniões e fornecimento de materiais impressos) para apresentação das informações gerais sobre o empreendimento, evitando que os representantes da empresa (diretos ou indiretos) divulguem informações equivocadas, ainda que de maneira informal. O Programa de Educação Ambiental para Trabalhadores - PEAT é importante ferramenta nesta linha de comunicação.

6.5.1.6.3 - Atividades

6.5.1.6.3.1 - PLANEJAMENTO E MOBILIZAÇÃO

Na fase de planejamento das ações, serão desenvolvidas as atividades de estruturação fundamentais para a boa condução do Programa. Elas ajudam na atualização de informações e adequação das ações seguintes às possíveis alterações ocorridas tanto no projeto quanto na comunidade ao longo do tempo.

Nesta etapa, deverá ser escolhida a equipe técnica que integrará o PCS, seu recrutamento, seleção e contratação. Para tal, deverão ser escolhidos profissionais com experiência e perfil descritos no Item 6.5.1.9 - Equipe de Implementação. Com a escolha da equipe, é importante que seja feita uma visita inicial às localidades da área de abrangência do Programa. Para, então, ser confeccionado o Plano de Trabalho com o detalhamento das ações a serem executadas.

As ações de comunicação abrangem todo o processo de forma dinâmica, desde a emissão da licença de instalação até a fase de operação do empreendimento. Desta forma, o Programa deve ser constantemente avaliado e replanejado, garantindo sua adequação sempre que necessário.

6.5.1.6.3.2 - MAPEAMENTO E ATUALIZAÇÃO DOS PÚBLICOS

O Mapeamento dos Públicos consiste em identificar de forma sistematizada os representantes dos diversos públicos, apresentando informações a respeito dos mesmos tais como: organização ou comunidade a qual pertencem, posicionamento sobre o empreendimento, histórico do relacionamento com o empreendedor e dados de contato.

Este entendimento dos principais interlocutores é fundamental para a adequação das ações de comunicação e a manutenção do diálogo. Este é um trabalho que deve ser feito ao longo de todo o Programa, pois constantemente pode haver alterações na dinâmica social, como a entrada de novos atores e mudanças de posicionamento.

6.5.1.6.3.3 - POSICIONAMENTO INSTITUCIONAL E MENSAGEM-CHAVE

É necessária a formalização de um discurso que represente o posicionamento institucional, confira transparência e evite boatos e distorção das informações. A criação e atualização constante de uma *Mensagem-Chave* e de um *Documento de Perguntas e Respostas* com os temas de maior interesse para opinião pública é uma ferramenta de base para as diversas ações do Programa de Comunicação Social. Este documento é ponto de partida para produção de materiais gráficos, um roteiro de respostas para ouvidoria ou para o desenvolvimento de campanhas para temas específicos.

6.5.1.6.3.4 - CONTRATAÇÃO DE AGENTES LOCAIS

Identificar, contratar e capacitar pessoas das comunidades inseridas na Área Diretamente Afetada (ADA) para atuarem como agentes locais de comunicação social, registrando dúvidas, demandas, expectativas e sugestões referentes aos cuidados relativos à obra da UHE Santo Antônio do Jari. Sugere-se a contratação de 4 (quatro) agentes locais, sendo 2 (dois) para as comunidades a montante e 2 (dois) a jusante.

Previamente à efetiva atuação de campo desses agentes, deverá ser realizado um curso de formação para promover a uniformidade no entendimento e orientar as abordagens e contatos junto à população. No curso, os agentes receberão informações gerais sobre o empreendimento, os diversos Programas Ambientais e comunicação comunitária.

Quadro 6.5.1-1 - Curso de formação de agentes locais de comunicação

	Temas	Carga horária	Quantidade de Agentes
Curso de Formação de Agentes Locais de Comunicação	Informações gerais sobre o empreendimento; os Programas Ambientais; cidadania e protagonismo; o papel dos agentes locais nos programas ambientais e a Comunicação Comunitária.	20 horas	Mínimo 04 pessoas

Além do curso de formação de agentes de comunicação, é fundamental que sejam garantidas as condições de trabalho desses colaboradores, como transporte e meios de comunicação, como rádios comunicadores ou celulares, conforme a infraestrutura de telecomunicações da área. Tanto para circulação e atendimento de toda comunidade em sua área de abrangência, quanto para comunicação com os técnicos do Programa.

6.5.1.6.3.5 - OUVIDORIA

O serviço de ouvidoria da UHE Santo Antônio do Jari terá como objetivo instituir um canal de comunicação direto com a população da área de influência do empreendimento, através de uma linha de chamada gratuita (0800) com o objetivo de registrar e esclarecer, dúvidas, opiniões e demandas dos diversos públicos. O número da ouvidoria bem como seu horário de atendimento deverão ser amplamente divulgados nas peças de comunicação.

A partir do serviço de ouvidoria, deverá ser criado um sistema de monitoramento que registre sugestões, reclamações e reivindicações da população e que inclua: o tipo de demanda; o encaminhamento e a solução que foram dados, bem como o prazo para resolução. Tal sistema é fundamental para monitorar o desempenho do Programa de Comunicação Social.

Para a credibilidade do sistema é fundamental que todas as solicitações de informação sejam respondidas e que seja estabelecida uma meta para o tempo de resposta, neste caso recomenda-se 72 horas úteis. Podendo ser revista após a implantação do serviço, de acordo com a realidade local de locomoção e comunicação.

Posto de Informações

Deverá ser criado um posto de informação localizado na cidade de Laranjal do Jari, haja visto que é a cidade próxima do local do empreendimento. O posto de informações poderá servir de apoio para o Programa de Comunicação Social ao longo da obra, inclusive no sentido de fornecer orientação, ou ponto de cadastro da população atraída pelo empreendimento, a fim subsidiar o monitoramento dos impactos na região oriundos da atração de mão de obra para o local.

O Posto de Informações também concentrará o cadastramento de vagas e currículos, conforme previsto no Programa de Capacitação da Mão de Obra Local (PCMO). Os recursos humanos e materiais necessários a esta atividade, como o sistema para o banco de dados e o digitador, serão provisionados pelo PCMO. Ficando sob o escopo do PCS a divulgação das vagas e cursos de capacitação e a cessão do espaço físico.

O posto funcionará em horário comercial e deverá contar com pelo menos um profissional dedicado ao atendimento da população no local.

6.5.1.6.3.6 - WEBSITE

O *website* da UHE Santo Antônio do Jari será um meio de difusão de informações e um canal de comunicação direta com os públicos, possibilitando a atuação ativa das partes interessadas e constituindo-se também como canal de ouvidoria através de um fale conosco.

Será um site institucional, no qual equipe de comunicação deverá disponibilizar conteúdos pertinentes ao empreendimento, o andamento das obras, dos Programas Ambientais e o processo de licenciamento ambiental. O conteúdo mínimo do site deverá conter os seguintes itens:

- Apresentação do Empreendedor;
- Informações gerais sobre o empreendimento;
- Localização;
- Fale Conosco;
- Disponibilização dos Boletins informativos;
- Versão em PDF do Rima (Relatório de Impacto Ambiental);
- Número de telefone de ouvidoria;
- Endereço do posto de informações;
- Formulário eletrônico de Cadastro de Currículos.

6.5.1.6.3.7 - CENTRO DE REFERÊNCIA

Deverá ser estabelecido um espaço multiuso composto de uma sala maior, com capacidade para 50 pessoas e pelo menos mais 02 salas de apoio equipadas com computadores e projetores multimídia, para serem utilizadas nas atividades, cursos e eventos. Será um espaço de convivência e possibilitará a promoção de fóruns de discussão, criando espaços e canais de diálogo entre empreendedor, poder público e a população.

6.5.1.6.3.8 - SEMINÁRIO DE COMUNICAÇÃO

O Seminário consistirá da apresentação pelo Programa de Comunicação Social dos dados e pesquisas associadas à implementação dos diversos programas. Esta, além de ser uma ação informativa, caracteriza-se como uma estratégia de interação e a criação de uma rede de comunicação para geração de conteúdos e o alinhamento de informações entre os gestores dos programas ambientais.

O Seminário deverá acontecer anualmente e sua realização deverá ser precedida de ampla divulgação, buscando garantir a participação dos diversos públicos de interesse.

6.5.1.6.3.9 - CAMPANHAS

As campanhas de comunicação terão como objetivo informar aos atores sociais envolvidos sobre o arranjo da UHE Santo Antônio do Jari, as fases do empreendimento, os impactos e medidas mitigadoras a serem desenvolvidas no âmbito da gestão ambiental do empreendimento e a distribuição dos boletins informativos e demais materiais informativos que se fizerem necessários. Os agentes locais serão responsáveis por auxiliar os comunicadores de campo durante as campanhas. O trabalho da equipe de comunicação terá um caráter permanente e contínuo, entretanto, entende-se aqui por campanha os momentos de maior esforço de comunicação coordenado, de visitas, reuniões e veiculação de anúncios como nos casos descritos abaixo:

- Antes do início das obras;
- Desvio do rio;
- Limpeza da Bacia de Acumulação;
- Relocação da população afetada;
- Fechamento do túnel/início do enchimento do reservatório;
- Enchimento do reservatório;
- Início da operação da Usina.

Ao final da fase de obras, as campanhas terão como finalidade informar aos diversos públicos sobre o término das obras e o início da operação do empreendimento, incluindo a distribuição do material informativo sobre o tema. Além das informações gerais sobre o empreendimento, o trabalho face a face com a população deverá contemplar os seguintes itens:

- Orientar a população próxima do reservatório quanto aos riscos de acidentes decorrentes da maior circulação de animais silvestres e peçonhentos durante o período de desmatamento e limpeza da bacia de inundação;
- Orientar a população das proximidades do reservatório quanto aos riscos de proliferação de mosquitos nas margens do mesmo e os mecanismos de controle e monitoramento;
- Orientar a população das proximidades do reservatório, bem como, representantes de instituições, lideranças locais e educadores sobre a possibilidade de aumento da incidência de doenças endêmicas (dengue, malária), especialmente, no período de desmatamento e limpeza da bacia de inundação e os mecanismos de controle e monitoramento.

As campanhas de divulgação do empreendimento serão compostas por:

- Visitas periódicas às localidades inseridas na área diretamente afetada pelo empreendimento com distribuição do material informativo;
- Reuniões institucionais com o Poder Público municipal para esclarecimento do Projeto e distribuição do material informativo⁸;
- Reuniões Informativas com as comunidades, em especial, nos momentos de maior interferência nas rotinas das comunidades;
- Veiculação de comunicados nos meios de comunicação das datas de início das obras, desvio do rio, enchimento do reservatório e início da operação da Usina.

Os comunicados serão veiculados por meio de SPOTS de rádio e anúncios de jornais ao início e fim das principais etapas de implantação do empreendimento (Obras Cíveis, Limpeza e Enchimento do reservatório) e início da operação da Usina.

⁸ Além das reuniões desenvolvidas no âmbito do PCS, é importante que a equipe de comunicação acompanhe as reuniões trimestrais realizadas pelo Programa de capacitação dos Agentes Públicos.

Na primeira campanha (início da obras) deverá ser considerada a questão da prevenção da atração de população, conforme estabelecido no Programa de Controle e Monitoramento da População Migrante. A campanha, incluindo spots de rádio e demais anúncios, deverá veicular mensagens de maneira alinhada aos dois programas e ao conteúdo do Panfleto sobre Migração, descrito no Item “Materiais Impressos”.

6.5.1.6.3.10 - ASSESSORIA DE IMPRENSA

O trabalho de Assessoria de Imprensa é uma das atividades da comunicação institucional, que fortalece o empreendedor enquanto fonte de informação. Deve ser baseado em ações planejadas, com objetivos e estratégias muito bem estabelecidas e coerentes.

O escopo de atuação da Assessoria de Imprensa neste PCS será o atendimento aos profissionais de veículos de atuação local e regional e a divulgação das informações de interesse público para a imprensa, tanto em questões relativas ao empreendimento quanto aos demais Programas Ambientais.

Na fase inicial de implementação do PCS deverá ser criada uma lista com os veículos da região e principais pessoas de contato, organizados por abrangência (local ou regional) e tipo (rádio, jornal, internet e outros).

- Materiais direcionados aos Veículos de Comunicação (Rádios, jornais e sites)
 - ▶ Anúncios;
 - ▶ Releases;
 - ▶ Avisos de Pauta;
 - ▶ Artigos;
 - ▶ Entrevistas

6.5.1.6.3.11 - MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO

A avaliação do desempenho do Projeto será feita através da análise dos indicadores ambientais obtidos em correspondência às metas pretendidas a serem elencados neste documento. O acompanhamento e avaliação dos resultados ao longo de toda a atividade permitirão corrigir, adequar ou modificar, em tempo hábil, as estratégias e ações propostas.

O processo de acompanhamento deve incluir o registro dos processos de comunicação com evidências como fotos, filmagens e documentos.

Será realizada ao longo de todo o PCS uma Avaliação Processual do início ao término das atividades. De forma a possibilitar ações corretivas ao longo do programa tais como: desenvolver novos meios, adequação de linguagem, aumentar ou reduzir a frequência ou intensidade das ações. Para realizar este tipo de avaliação a equipe técnica do programa deverá levantar informações de quantitativas (quantidade de materiais distribuídos e o número de reuniões realizadas e número de participantes; audiência dos eventos; número de líderes contatados; solicitações de materiais, por parte de pessoas ou organizações; número de registros de ouvidoria).

No âmbito da avaliação processual será acompanhado o registro das ocorrências e reclamações nos canteiro de obras, bem como as soluções adotadas. Trimestralmente será emitido um relatório analítico das ocorrências dos canteiros com a apresentação das estatísticas.

Também deverá ser realizada Avaliação de Resultados, através de informações de natureza quantitativa e qualitativa. Será utilizada para avaliação da efetividade do Programa o grau de satisfação dos diversos grupos sociais e a qualidade e a transparência das informações veiculadas. Para tanto, poderão ser utilizadas diferentes técnicas e instrumentos de avaliação (questionários, entrevistas em profundidade, análise de relatórios e registros estatísticos, etc.), serão levantados dados para verificação dos resultados efetivos do Programa de Comunicação Social.

6.5.1.6.4 - Materiais Impressos

Todas as peças gráficas devem obedecer a um mesmo padrão visual de forma a suscitar uma associação imediata com o empreendimento e utilizar, uma linguagem simples e de fácil compreensão para todos os públicos. Deverão ser evitados o uso de termos técnicos, de difícil compreensão, e textos longos e serem adotados recursos visuais.

Quanto aos conteúdos apresentados, especialmente dos materiais periódicos, cabe ressaltar que devido ao caráter transversal do Programa de Comunicação Social, além das informações institucionais e relativas ao andamento das obras, os meios e materiais deverão dar suporte às ações dos demais Programas Ambientais, através da difusão de informações sobre as agendas, eventos e resultados desses programas.

Todas as peças de comunicação produzidas deverão trazer número do serviço de ouvidoria. Para materiais distribuídos por sistema de mala-direta, deverá ser utilizada correspondência registrada, para controle dos recebimentos.

6.5.1.6.4.1 - FOLHETO INSTITUCIONAL

O folheto institucional é peça chave do Programa, podendo ser utilizado em diversas ocasiões como eventos, reuniões e visitas. É importante que tenha uma boa apresentação visual e que utilize recursos gráficos para melhor esclarecer aos diferentes públicos. O folheto ou folder institucional apresenta o empreendimento com informações gerais, sua localização, estrutura e as justificativas para sua concretização. Suas informações devem ser compreensíveis tanto a um público especializado quanto à população em geral.

Sugere-se como referência o tamanho A3 com duas dobras em 4/4 cores e uma tiragem inicial de 2.000 exemplares.

6.5.1.6.4.2 - BOLETIM INFORMATIVO

Apresenta informações sobre o empreendimento, o andamento das obras, oportunidades de absorção mão de obra local, sobre o andamento dos programas ambientais, podendo ainda conter colunas especiais e entrevistas com a participação da comunidade. Sugere-se uma periodicidade trimestral e com referencia um formato em tamanho A3 com uma dobra (4 páginas) em 4/4 cores, com uma tiragem mínima de 1.000 exemplares por edição.

No início do PCS, antes da publicação de sua primeira edição é recomendável que seja feito um projeto gráfico ⁹e editorial que definirá a forma e o conteúdo da publicação, sua periodicidade, determinando os principais temas e forma como deverão ser tratados, se em colunas fixas ou em matérias pontuais.

O projeto editorial da publicação deverá prever uma coluna permanente sobre os Programas Ambientais, sejam do meio físico, biótico ou socioeconômico, para garantir a divulgação de informações sobre os programas em todas as edições do boletim.

6.5.1.6.4.3 - VOLANTES E PANFLETOS

São peças simples que tratam de algum assunto específico e dirigem-se a uma localidade. Presta-se a disponibilizar informações específicas de forma ágil como interferências na rotina das comunidades, alterações no trânsito, data de início de alguma atividade. Devendo ser distribuídos em área de grande concentração de pessoas como feiras, igrejas, pontos comerciais, porto, rodoviária entre outros.

Sugere-se como referencia um tamanho A5 com impressão em P&B. Por se tratar de um material de uso ocasional e específico, a tiragem será definida em função do uso que se propõem e do público a que se dirige.

⁹ Projeto Gráfico: É o planejamento das características gráfico-visuais de uma publicação conforme sua Programação Visual, com o detalhamento das características de produção gráfica.

6.5.1.6.4.4 - CARTAZES

Deverão ser criados cartazes padronizados para divulgação de eventos, mobilização para reuniões e outras informações objetivas. Os cartazes tem um layout básico com a identificação do empreendimento e área para preenchimento dos dados sobre o evento como hora e local. Sugere-se como referência o formato A2, 4/0 cores e papel especial com tiragem inicial de 300 (trezentas) unidades

6.5.1.6.4.5 - PANFLETO MIGRAÇÃO

Esta peça servirá ao Programa de Controle e Monitoramento da População Migrante e a produção do conteúdo será feita em parceria pela equipe dos dois programas, mantendo-se as características e identidade visual das demais peças de comunicação. Seu é divulgar as ações desenvolvidas no âmbito do referido Programa.

O material será enviado por correio para os órgãos e agentes públicos locais e lideranças comunitárias podendo ser distribuído pela equipe de comunicação às comunidades.

6.5.1.6.4.6 - MATERIAIS GRÁFICOS DO PROGRAMA DE DESENVOLVIMENTO DO POTENCIAL TURÍSTICO E RECREATIVO

Para o Programa de Desenvolvimento do Potencial Turístico e Recreativo serão confeccionados 04 materiais gráficos sendo: 01 (uma) cartilha para o curso de Oficinas de Formação em Gestão Turística, 01 (um) cartaz para divulgação do Seminário Temático, 01 (um) cartaz para divulgação do Curso de Formação em Gestão Turística do programa e 01 (um) folheto para o centro de visitantes.

6.5.1.6.4.7 - MATERIAL GRÁFICO CORRESPONDENTE AO PROGRAMA DE CARACTERIZAÇÃO E FOMENTO DA ATIVIDADE PESQUEIRA

As peças aqui propostas serão utilizadas no referido Programa e devem ser produzidas em parceria pela equipe do Programa de Comunicação Social e do Programa de Caracterização da Atividade Pesqueira garantindo assim a identidade visual das peças. O material será enviado por correio para os órgãos públicos locais e para a colônia de pescadores Z-10, podendo ser distribuído pela equipe de comunicação às comunidades.

6.5.1.6.4.8 - BOLETIM EPIDEMIOLÓGICO

Para o Programa de Saúde serão confeccionados boletins dirigidos aos gestores e profissionais de saúde dos Municípios de Almeirim e Laranjal do Jari. O material terá versões eletrônicas para distribuição via e-mail e impressa com uma tiragem de até 50 unidades, com uma periodicidade semestral. A Equipe do PCS apoiará os técnicos do Programa de Saúde tanto na edição do conteúdo, como na diagramação, produção gráfica e distribuição dos Boletins.

Quadro 6.5.1-2 - Quadro resumo de atividades e meios associados

Linha de Ação	Atividades	Meios e Materiais Associados
Comunicação Institucional	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Criação de Folheteria ▪ Edição de Publicações ▪ Reuniões ▪ Campanhas ▪ Entrevistas 	Folder sobre o empreendimento Boletim informativo Cartazes de divulgação Convites
Comunicação com a Comunidade	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Visitas dos Agentes Locais e Técnicos de Comunicação ▪ Reuniões Informativas ▪ Ouvidoria ▪ Campanhas informativas em mídia local e regional 	Formulários de Ouvidoria Fichas de registro de visita Cartazes Convites Spots para rádio Brindes Volantes
Comunicação Interna	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Eventos ▪ Treinamentos ▪ Publicação de código de conduta 	Slides Seminários, Encontros, Reuniões Palestras, cartazes, folhetos e brindes

6.5.1.6.5 - Recursos Materiais

- Locação de imóvel em Laranjal do Jari para o Posto de Atendimento;
- Mobiliário;
- Recursos de audiovisual (câmeras fotográficas, projetores, computador portátil, etc.);
- Local para realização dos Eventos/ Reuniões;
- Material de divulgação (cartazes, convites, panfletos);
- Material gráfico informativo;
- Despesas de Locomoção da Equipe (transporte e alimentação), inclusive os agentes locais;
- Linha telefônica, contratação de serviço preferencialmente em sistema 0800 e aparelho com secretária eletrônica;
- Celulares, Rádios comunicadores ou PX para os agentes locais.

6.5.1.7 - CRONOGRAMA

Desde o início dos estudos ambientais o empreendedor realizou ações de comunicação social com a população diretamente atingida. Sugere-se que as ações deste PCS iniciem pelo menos três meses antes do início das obras e que se estendam por pelo menos seis meses após a data de início da operação. As ações de comunicação deverão acompanhar os cronogramas previstos para fases do empreendimento.

Estão previstas as seguintes atividades ao longo das três macro-etapas (pré-obras, obras, início da fase de operação)

Etapa I - Pré-obras

- Planejamento das atividades do PCS;
- Elaboração do Plano de Trabalho;
- Definição das peças gráficas iniciais e na estratégia de comunicação social, a serem utilizadas ao longo das fases de implantação e operação do empreendimento;
- Aquisição/contratação dos recursos necessários a implantação da ouvidoria telefônica;
- Escolha do local e instalação do Posto de Atendimento:
 - ▶ Aquisição de equipamentos (computadores, impressoras, projetores, telefones, rádios etc.);
 - Escolha dos Agentes Locais;
 - Início do atendimento Serviço de Ouvidoria (ao longo de todo Programa);
 - Início do funcionamento Posto Informações (ao longo de todo Programa); e
 - Início das atividades de campo - Visitas e reuniões.

Etapa II - Obras

- Implantação do Centro de Referência
- Manutenção do atendimento Serviço de Ouvidoria (ao longo de todo Programa);
- Manutenção do funcionamento Posto Informações (ao longo de todo Programa);
- Manutenção das atividades de campo - Visitas e reuniões;
- Realização do Curso de Formação dos Agentes Locais;
- Definição do Projeto Editorial do Boletim Informativo;
- Elaboração de Material Informativo;
- Realização de Campanhas de Divulgação do Empreendimento (Início das Obras Civis, Limpeza do Reservatório e Enchimento/ do reservatório, pré-operação).
- Realização de seminários de comunicação

Etapa III - Pré-operação

Seis meses após o final da obra, início da fase de operação, da UHE Santo Antônio, o serviço de ouvidoria e a equipe do programa de comunicação social poderão ser desmobilizados.

Programa de Comunicação Social																																					
Atividades	-2	-1	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	26	27	28	29	30	31	32			
Plano de Trabalho																																					
Mapeamento dos Públicos																																					
Elaboração de Mensagem Chave e Documento de PeR																																					
Instalação do Posto de Atendimento																																					
Instalação do Centro de Referência																																					
Implantação Serviço de Ouvidoria																																					
Escolha dos Agentes Locais																																					
Curso de Formação de Agentes Locais																																					
Início das atividades dos Agentes Locais																																					
Início das Atividades de Campo - Campanha Início das Obras																																					
Seminários de Comunicação																																					
Campanha - Desvio do Rio1																																					
Campanha - Relocação																																					
Campanha - Início do Enchimento do Reservatório																																					
Campanha - Enchimento do Reservatório																																					
Campanha - Encerramento das Obras/ Pré Operação																																					
Assessoria de Imprensa																																					
Acompanhamento de Reuniões com P. C. Agentes Públicos																																					
Produção do Folheto Institucional																																					
Projeto Editorial - Boletim Informativo																																					
Edição de Boletim Informativo																																					
Produção do Cartaz - Padrão																																					
Produção Panfleto Migração																																					
Produção e Veiculação de Spot - Campanha Migração																																					
Produção Cartilha - Oficina de Formação em Gestão Turística																																					
Produção de Cartaz Seminário Temático																																					
Produção de Cartaz Formação em Gestão Turística																																					
Produção Folheto para Centro de Visitantes																																					
Produção Cartilha Pesca																																					
Boletim Epidemiológico (Programa de Saúde)																																					
Encerramento das atividades de comunicação referentes à fase de construção																																					
Avaliação e Monitoramento																																					
Emissão Relatório de Ocorrência do Canteiro de Obras																																					
Relatórios																																					
Ordem de Serviço																																					
Mobilização/ acessos (Condicionada ao início do período seco)																																					
Instalação do canteiro e acampamento																																					
Sequência de Desvio - 1ª Etapa - (Leito Natural)																																					
Sequência de Desvio - 2ª Etapa - (Leito Natural)																																					
Sequência de Desvio - 3ª Etapa - (Estrutura de Desvio)																																					
Estrutura de Desvio - Escavação/ Limpeza e Tratamento de Fundação																																					
Estrutura de Desvio - Concretagem																																					
Estrutura de Desvio - Montagem Eletromecânica																																					
Barragem - Aterro ME																																					
Barragem - Aterro MD																																					
Vertedouro - Concretagem - 1ª etapa																																					
Vertedouro - Concretagem - 2ª etapa																																					
Vertedouro - Concretagem - 3ª etapa																																					
Reservatório - Limpeza e Obras																																					
Emissão de licença de Operação LO (expectativa)																																					
Reservatório - Enchimento																																					

6.5.1.8 - RESPONSÁVEIS PELA ELABORAÇÃO DO PROGRAMA

Nome	Formação	Identificação
Juliana Cerqueira Pamplona Silva	Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas	CONREP 3640 - 1ª. Região IBAMA: 1953855

6.5.1.9 - EQUIPE DE IMPLEMENTAÇÃO

Para a execução do Programa de Comunicação Social recomenda-se a estruturação de uma equipe com profissionais que residam na região, de acordo com o quadro a seguir.

Quadro 6.5.1-3 - Equipe Técnica do Programa de Comunicação Social

Função	Quantidade	Formação	Perfil Desejável	Atuação
Coordenador Geral	01	Comunicação Social	Profissional sênior, com experiência na coordenação de programas de comunicação.	Coordenação das Atividades e articulação institucional
Técnico de Comunicação	02	Comunicação Social/ Sociologia/ Pedagogia	Experiência em comunicação social, preferencialmente com comunicação comunitária.	Organizar as ações de campo, produção de conteúdo e realização das atividades de campo.
Assessor de Imprensa	01	Jornalista	Experiência em assessoria de imprensa e conhecimento da mídia da região	Assessoria de Imprensa
Agente Local	04	-	Moradores das comunidades da AID	Ação de mobilização, divulgação de informações e apoio técnico
Atendente de Ouvidoria/ Posto de Atendimento	01	Nível Médio	Experiência no contato com público, boa redação.	Atendimento ao público e rotina administrativa
Designer	01	Design	Experiência na elaboração de layout para peças gráficas	Elaboração do layout dos materiais gráficos

6.5.1.10 - INSTITUIÇÕES ENVOLVIDAS

Este Programa é de responsabilidade do Empreendedor, podendo contratar instituição ou empresa, estabelecer convênios ou parcerias com instituições públicas ou privadas para sua execução.

6.5.1.11 - INTER-RELAÇÃO COM OUTROS PLANOS E PROGRAMAS

O Programa de Comunicação Social por suas características e objetivos prevê a inter-relação com todos os programas ambientais. Podendo-se ressaltar uma relação direta com o Programa de Gerenciamento Ambiental - PGA, no apoio à divulgação de informações acerca dos Programas Ambientais associados ao empreendimento; Programa de Educação Ambiental - PEA e Programa de Educação Ambiental dos Trabalhadores - PEAT, especialmente na complementação das ações de comunicação interna; Programa de Capacitação da Mão de Obra Local dos Municípios da All com a divulgação das vagas e organização do banco de currículos; Programa de Capacitação dos Agentes Públicos, no acompanhamento das reuniões, previstas nesse programa; e os Programas de Controle e Monitoramento da População Migrante e de Caracterização e Fomento da Atividade Pesqueira com a realização de campanhas informativas direcionadas ao público alvo de cada um desses programas; Programa de Documentação e Preservação do Patrimônio Natural e Paisagístico; Programa de Indenizações e Remanejamento da População; Programa de Apoio aos Municípios; Programa de Desenvolvimento do Potencial Turístico e Recreativo; Plano Ambiental de Construção - PAC e Programa de Saúde.

6.5.1.12 - REQUISITOS LEGAIS

Este programa atende ao Art. 10, Inciso I, Resolução CONAMA nº 237/97, no qual o Programa de Comunicação Social faz parte dos documentos, projetos e estudos ambientais, necessários ao processo de licenciamento e a Resolução CONAMA 422, de 23 de março de 2010, que estabelece diretrizes para as campanhas, ações e projetos de comunicação e educação ambiental.

6.5.1.13 - REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBOSA, Gustavo & RABAÇA, Carlos Alberto. Dicionário de comunicação. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

ECOLOGY BRASIL, Estudo de Impacto Ambiental da Hidrelétrica de Santo Antônio do Jari. Rio de Janeiro, agosto de 2009.

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

PAULA, Maria Aparecida de & ALMEIDA, Ana Luisa de Castro. Relações com a comunidade. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling. (Org.) Obtendo resultados com relações públicas. São Paulo: Pioneira, 1998.

WWF-Brasil, IIEB - Instituto Internacional de Educação do Brasil. Manual de Comunicação e Meio Ambiente - São Paulo: Petrópolis, 2004. Vários autores.