



## INSTITUTO BRASILEIRO DO MEIO AMBIENTE E DOS RECURSOS NATURAIS RENOVÁVEIS

## NOTA TÉCNICA Nº 2/2022/DILIC

**PROCESSO Nº 02001.017262/2020-81**

INTERESSADO: DIRETORIA DE LICENCIAMENTO AMBIENTAL (DILIC)

**1. SIGLAS**

- 1.1. Ibama – Instituto Brasileiro de Meio Ambiente e Recursos Naturais Renováveis
- 1.2. Dilic – Diretoria de Licenciamento Ambiental do Ibama
- 1.3. LAF – Licenciamento Ambiental Federal
- 1.4. NLA – Núcleo de Licenciamento Ambiental das Superintendências Estaduais do Ibama
- 1.5. POP - Procedimento Operacional Padrão
- 1.6. SEI – Sistema Eletrônico de Informação do Ibama
- 1.7. SisgLAF - Sistema de Gestão do Licenciamento Ambiental Federal
- 1.8. SIGA - Sistema Integrado de Gestão Ambiental
- 1.9. Sislic - Sistema de Licenciamento Ambiental

**2. INTRODUÇÃO**

2.1. Esta é a segunda versão do Plano de Comunicação do Licenciamento Ambiental Federal, que atualiza a primeira versão (NOTA TÉCNICA Nº 26/2020/DILIC - SEI 8114195) elaborada em atendimento ao Ofício 351/2019-TCU/SecexAgroAmbiental, de 13/8/2019 (SEI Ibama 5786886), que estabelecia para o Ibama, entre outras obrigações, a de desenvolver um plano de comunicação institucional com o objetivo de: *“i) esclarecer à sociedade e ao Congresso Nacional a importância do licenciamento ambiental; ii) divulgar, em seu portal na internet e em outras mídias, boas práticas e casos bem sucedidos, destacando os benefícios ambientais, sociais ou econômicos alcançados com o licenciamento; iii) apresentar ações adotadas para aprimorar o processo de licenciamento ambiental”*.

2.2. Visa propor reestruturações e nas ações de comunicação já implantadas, em implantação e a serem implantadas dentro da Diretoria de Licenciamento Ambiental Federal (Dilic), atualizando o plano anterior à realidade de 2022, bem como corroborar práticas já adotadas.

**3. CONTEXTO**

3.1. Em termos legais, o Licenciamento Ambiental é o instrumento da Política Nacional do Meio Ambiente (Lei nº 6.938/1981) pelo qual o órgão ambiental competente autoriza a localização, a instalação, a ampliação e a operação de atividades e empreendimentos utilizadores de recursos naturais, considerados efetiva ou potencialmente poluidores ou que possam causar degradação ambiental, considerando as disposições legais, regulamentares e técnicas aplicáveis a cada caso.

3.2. Conduzir processos Licenciamento Ambiental significa tentar conciliar da melhor forma possível o desenvolvimento econômico do país com a proteção do meio ambiente e a sustentabilidade dos recursos naturais.

3.3. Para cumprir essa missão em âmbito federal, a Diretoria de Licenciamento Ambiental do Ibama dispõe de uma equipe multidisciplinar extremamente qualificada que, em 2021, emitiu 563 licenças e autorizações (média de 2,21 por dia útil), segundo dados divulgados no último relatório de gestão do LAF (2021).

3.4. Os processos de licenciamento ambiental conduzidos pelo Instituto em 2019, por exemplo, viabilizaram, com responsabilidade socioambiental, investimentos no país que totalizaram cerca de R\$ 160 bilhões.

3.5. Além de condicionar a implantação de projetos estratégicos a parâmetros de sustentabilidade que reduzem impactos ambientais e resguardam o direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, o processo de licenciamento constitui importante ferramenta de fortalecimento da democracia e do exercício da cidadania, ao promover o debate e assegurar a transparência a respeito dos efeitos socioambientais de grandes obras.

#### 4. **DIAGNÓSTICO**

##### 4.1. **Percepções em relação ao licenciamento**

4.1.1. O Licenciamento Ambiental tem um papel de mediador entre o desenvolvimento econômico e a sustentabilidade, se posicionando no centro das tensões entre percepções divergentes em relação à sua essência. Dependendo do grau de conhecimento e do envolvimento da parte interessada em determinado processo de licenciamento, a percepção pode variar desde a excessiva preocupação preservacionista e/ou burocrática até o polo oposto, que seria a falta de zelo com o rito ou as questões ambientais e sociais.

4.1.2. Tais concepções em relação à realidade do licenciamento ambiental não se encontram necessariamente adstritas a públicos específicos, mas distribuídas de forma heterogênea em parcelas da sociedade, do setor produtivo ou de entidades governamentais.

4.1.3. Por esse motivo, torna-se mais eficaz, em termos de estratégia de comunicação para corrigir distorções nas percepções em relação ao licenciamento ambiental, categorizar os públicos-alvo a partir do grau de conhecimento/interesse em relação ao tema. Nesse sentido, propõe-se que sejam produzidas mensagens para duas categorias de espectador: o diretamente interessado e a sociedade em geral. Esse segundo grupo por vezes não possui conhecimento aprofundado sobre o tema, mas nem por isso deixa de ser titular do direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, previsto na Constituição Federal de 1988. Para atender a essa parcela menos íntima do processo de licenciamento, deve ser produzido conteúdo acessível, cujo teor seja de interesse geral.

4.1.4. Os desafios enfrentados pelo corpo técnico da Dilic para assegurar a observância da legislação ambiental e alcançar o equilíbrio necessário entre progresso e sustentabilidade são pouco conhecidos, mesmo pelo público diretamente interessado. Da mesma forma, os ganhos socioambientais que o LAF entrega ao país não se tornam visíveis aos beneficiados.

4.1.5. Nesse contexto, as exigências do TCU vêm ao encontro de necessidades latentes de comunicação já identificadas pela Dilic. Especialmente no que diz respeito a tornar de conhecimento geral os benefícios gerados pelo LAF, apresentar de forma mais compreensível a lógica das análises e soluções apresentadas e demonstrar que estudos ambientais não são mera burocracia a ser superada, mas sim uma oportunidade de amadurecer a concepção de projetos e atividades econômicas.

4.1.6. O Licenciamento Ambiental é uma atividade complexa, realizada habitualmente por equipes multidisciplinares, com profissionais especializados. Em razão dessas características, o conteúdo dos documentos produzidos no âmbito do processo costuma ser pouco acessível ao público não especializado.

4.1.7. A linguagem técnica adotada para motivar decisões, justificar opções locais ou de projeto e embasar pareceres criam barreiras de linguagem, frequentemente, intransponíveis para a maioria da sociedade. Ao não compreender os projetos e soluções propostos em sua totalidade, a opinião pública pode assumir posições equivocadas em relação ao licenciamento ambiental.

4.1.8. Nesse contexto, a Dilic deve compreender a importância de traduzir a linguagem técnica para termos mais acessíveis ao se dirigir a públicos não especializados.

##### 4.2. **Prazos legais**

4.2.1. Entre as críticas frequentes dirigidas ao LAF, merecem atenção as que apontam descumprimento dos prazos estabelecidos na legislação.

4.2.2. Em 2019, a Diretoria de Licenciamento Ambiental emitiu 82% de todas as suas licenças prévias dentro do prazo legal, segundo o Relatório de Gestão do Licenciamento Ambiental Federal daquele ano. Há que se considerar, dentro dos 18% de licenças que não atenderam ao prazo legal, fatores como baixa

qualidade dos estudos apresentados por empreendedores e tempo de resposta de órgãos que têm que se manifestar em determinados processos de licenciamento, principalmente os que não estão abarcados pela Portaria interministerial nº 60/2015.

4.2.3. O próprio Tribunal de Contas da União (TCU), em auditoria operacional realizada em 2018, analisou processos de licenciamento ambiental conduzidos pelo Ibama. O tribunal escolheu processos de Linhas de Transmissão por serem da tipologia com maior número de requerimentos recentes à época e concluiu:

No processo de concessão da licença prévia, a atuação direta do Ibama se materializa em três etapas principais: emissão do termo de referência; verificação do conteúdo do estudo de impacto ambiental (EIA); e análise do EIA, a qual inclui a elaboração do parecer técnico conclusivo. Cada uma dessas etapas tem prazos definidos para sua conclusão. Considerando o somatório desses prazos, a atuação do Ibama foi tempestiva na maior parte dos processos de linhas de transmissão examinados. ([Relatório TCU 2018](#))

4.2.4. A atitude de imputar exclusivamente ao órgão ambiental a demora para a instalação de empreendimentos de infraestrutura aguardados pela população é equivocada. É de fundamental importância incorporar às publicações em site e redes sociais informações sobre o cumprimento dos prazos legais ao noticiar a emissão de licenças Prévias (LP), de Instalação (LI), de Pesquisa Sísmica (LPS) e de Operação (LO).

## 5. OBJETIVOS

### 5.1. Objetivos Gerais

5.1.1. Ampliar a visibilidade do LAF, seu funcionamento e benefícios gerados para a sociedade;

5.1.2. Apresentar ações adotadas para aprimorar o processo do LAF;

5.1.3. Propiciar intercâmbio interno de conhecimento técnico e busca por informações relacionadas a capacitação, inovações metodológicas e novidades relacionadas ao LAF.

### 5.2. Objetivos específicos

5.2.1. Aprimorar o compartilhamento interno de informações, conhecimentos, procedimentos, experiências, normas e propostas de aprimoramento em relação a etapas do licenciamento ambiental para todas as unidades do Ibama que atuam com o tema.

5.2.2. Tornar mais compreensível para a sociedade e para as instituições governamentais, em todas as esferas e poderes (executivo, legislativo e judiciário), o funcionamento do processo de licenciamento ambiental, bem como divulgar avanços metodológicos incorporados em processos específicos.

5.2.3. Incorporar rotina de mapeamento de boas práticas e experiências exitosas no licenciamento ambiental de empreendimentos sob a gestão ambiental do Ibama.

5.2.4. Adotar como rotina o envio de exemplos de boas práticas e casos bem sucedidos, destacando os benefícios ambientais, sociais ou econômicos proporcionados pelo licenciamento, para a Assessoria de Comunicação do Ibama, com vistas à publicação no portal gov.br, na internet, em redes sociais e em outras mídias eventualmente disponíveis.

5.2.5. Incorporar como rotina a produção de fichas com informações básicas sobre empreendimentos emblemáticos, que atraiam a atenção do público e da mídia. Este material deve permanecer disponível para consulta pela Ascom e, eventualmente, por outros atores interessados (Ministério Público, órgãos intervenientes, poderes legislativo e judiciário, etc.).

## 6. CANAIS DE COMUNICAÇÃO

### 6.1. Boletim Informativo

**Público-alvo:** interno;

**Periodicidade:** bimestral;

**Confecção:** Assessoria/Dilic;

**Gestão:** Dilic;

**Forma de publicação/envio:** Eletrônica, por e-mail, Sharepoint e afixado no mural da Dilic no Ibama Sede;

**Conteúdo:** Relato de experiências, boas práticas e eventos, entre outros.

## 6.2. **Página do Ibama no portal gov.br**

**Público-alvo:** Externo;

**Periodicidade:** Disponível para publicação a qualquer momento.

**Confecção:** Ascom;

**Gestão:** Ascom;

**Forma de publicação/envio:** Eletrônica, pelo página oficial do Ibama no portal gov.br;

**Conteúdo:** notícias e informes sobre o Instituto como um todo, disponibilização de serviços, conteúdos para download, etc.

## 6.3. **Base de Conhecimento do SEI**

**Público-alvo:** Interno;

**Periodicidade:** Disponível para publicação a qualquer momento.

**Confecção:** COAES e Assessoria da Dilic;

**Gestão:** COAES e Assessoria da Dilic;

**Forma de publicação/envio:** Inserção de documentos na base de conhecimento do Sistema Eletrônico de Informações - SEI, relacionados ao tipo específico de processo, de forma a subsidiar prontamente as principais dúvidas relativas àquele tipo específico de processo de licenciamento ambiental;

**Conteúdo:** normativos diversos (POPs, IN, portarias, formulários, fluxos, etc.) relativos ao tipo de processo de licenciamento específico de licenciamento em questão (base elencada por tipo de processo dentro do SEI).

## 6.4. **Fichas de procedimentos – Procedimentos Operacionais Padrão (POPs)**

**Público-alvo:** interno;

**Periodicidade:** ocasional, conforme necessidade;

**Confecção:** Assessoria/Dilic;

**Gestão:** Assessoria/Dilic;

**Forma de publicação/envio:** Eletrônica, pelo SEI, Sharepoint, e-mail e demais canais disponíveis;

**Conteúdo:** instrumento dinâmico de padronizações e normatizações internas.

## 6.5. **Sharepoint (seção referente ao Licenciamento Ambiental, apenas)**

**Público-alvo:** interno;

**Periodicidade:** ocasional, conforme a necessidade;

**Confecção:** Unidades da Dilic e NLAs de forma geral;

**Gestão:** Assessoria/Dilic e COAES/Dilic;

**Forma de publicação/envio:** Eletrônica;

**Conteúdo:** normativos, padronizações, procedimentos, fluxos processuais, cursos ofertados (capacitação), calendário de eventos, notícias do LAF (Biblioteca de conhecimento do LAF).

6.6. **Intranet (Ibamanet);**

**Público-alvo:** interno de toda a Instituição;

**Periodicidade:** Disponível para publicação a qualquer momento;

**Confecção:** Ascom/Ibama;

**Gestão:** Ascom/Ibama;

**Forma de publicação/envio:** Eletrônica, pela intranet;

**Conteúdo:** instrumento de divulgação ampla de todas as áreas do Ibama.

6.7. **Canal específico do LAF - plataforma Teams (chat, mural, arquivos, formulário de sugestões, etc.)**

**Público-alvo:** interno, LAF todo, incluindo NLAs;

**Periodicidade:** constante;

**Confecção:** Formal e informal, de todas as unidades da Dilic e NLAs;

**Gestão:** Formal e Informal, de todas as unidades da Dilic e NLAs;

**Forma de publicação/envio:** Eletrônica, pelo próprio aplicativo Microsoft Teams;

**Conteúdo:** instrumento formal e informal de divulgação ampla de todas as áreas do Ibama, incluindo atividades de confecção de documentos e análises entre integrantes de equipes técnicas.

6.8. **WhatsApp**

**Público-alvo:** interno (customizável);

**Periodicidade:** Disponível para publicação a qualquer momento;

**Confecção:** O conteúdo pode ser distribuído apenas pelos administradores;

**Gestão:** Realizada pelo Gabinete/Assessoria da Diretoria de Licenciamento Ambiental.

**Forma de publicação/envio:** Eletrônica, pelo próprio aplicativo, sem opção para comentários exceto pelos administradores;

**Conteúdo:** instrumento informal de divulgação ampla de todas as áreas do Ibama.

6.9. **Redes sociais: Instagram (@ibamagov), Facebook (<https://www.facebook.com/ibama.gov.br>), Twitter (@ibamagov) e LinkedIn (<https://www.linkedin.com/company/ibama/>)**

**Público-alvo:** externo;

**Periodicidade:** Disponível para publicação a qualquer momento;

**Confecção:** Ascom/Ibama;

**Gestão:** Ascom/Ministério do Meio Ambiente;

**Forma de publicação/envio:** Eletrônica, pelo próprio aplicativo;

**Conteúdo:** Textos curtos e objetivos, com linguagem clara, que possam ser de interesse do grande público. Podem ser notícias sobre o Instituto ou campanhas de caráter institucional.

#### 6.10. Flickr

**Público-alvo:** externo;

**Periodicidade:** Disponível para publicação a qualquer momento;

**Confecção:** Ascom/Ibama;

**Gestão:** Ascom/Ibama;

**Forma de publicação/envio:** Galerias fotográficas;

**Conteúdo:** Atividades finalísticas do Instituto que proporcionam bons registros fotográficos do ponto de vista estético.

### 7. METODOLOGIA

7.1. A missão e os objetivos em curto e médio prazos da Diretoria de Licenciamento Ambiental devem ser amplamente divulgados nos canais de comunicação destinados ao público interno, a fim de alinhar todo o corpo técnico em relação ao trabalho que precisa ser feito, às metodologias a serem utilizadas e às metas que se pretende alcançar.

7.2. As ferramentas de comunicação direcionadas ao público externo devem ser utilizadas para divulgar avanços conquistados no licenciamento e benefícios socioambientais proporcionados para o país, além de apresentar experiências bem sucedidas. A linguagem empregada deverá ser clara, objetiva e sem tecnicismos ou rebuscamentos desnecessários, de modo a permitir que públicos leigos compreendam a dinâmica e a lógica do LAF.

7.3. Recomenda-se que notícias publicadas na página do Ibama, na internet e posts em redes sociais sejam compartilhadas em redes de comunicação interna, como grupos institucionais de WhatsApp, a fim de garantir que informações relevantes para a sociedade também sejam assimiladas pelo público interno, estabelecendo uma cultura de troca de informações.

7.4. O uso dos canais de comunicação apresentados abaixo deve ser mantido e otimizado. Cada ferramenta de comunicação disponível deverá ser utilizada com finalidades específicas.

Canal de Comunicação	Finalidade	Público
Fichas de Referência de empreendimentos emblemáticos	Diminuir o volume de consultas realizadas por interessados (sociedade civil, imprensa e demais atores) ao disponibilizar, de antemão, conteúdos comumente buscados por estes públicos, além de subsidiar de forma proativa diversas assessorias com informações básicas para atendimento a demanda específicas.	Interno e Externo
Boletim Informativo	Aprimorar o intercâmbio interno de boas práticas, inovações normativas e metodológicas, além de difundir informações consideradas relevantes pela Diretoria.	Interno e outros parceiros do setor público
Página do Ibama no Portal do Governo Federal ( <a href="https://www.gov.br/pt-br">https://www.gov.br/pt-br</a> )	Tornar conhecidos, por meio de notícias e informes, os avanços alcançados pelo LAF e os benefícios socioambientais proporcionados ao país.	Externo

<b>Canal de Comunicação</b>	<b>Finalidade</b>	<b>Público</b>
	Apresentar, de forma didática, a dinâmica dos processos de licenciamento e casos específicos de experiências exitosas em determinados empreendimentos e programas específicos.	
POPs, OTNs e demais fluxos processuais	Padronizar procedimentos e rotinas estabelecidas pelos procedimentos operacionais padrão (POPs), Orientações Técnicas Normativas (OTN) e demais orientações.	Interno
Página do LAF no Sharepoint	Reunir conhecimentos relacionados ao LAF em repositório compartilhado.	Interno
Ibamanet (Intranet)	Ampliar, em âmbito institucional, o conhecimento sobre as atividades realizadas pelo Ibama. Estabelecer internamente cultura de busca por informações relativas a capacitação, inovações metodológicas e boas práticas.	Interno
Base de Conhecimento do SEI	Facilitar o acesso a Informações sobre procedimentos internos adotados pelo Ibama. No caso da Dilic, por meio das fichas de procedimentos, formulários próprios e reprodução de trechos específicos do conteúdo armazenado na página do LAF no Sharepoint.	Interno
Redes Sociais	Dar visibilidade a ações realizadas no âmbito do LAF, apresentar notícias de forma resumida ou divulgar campanhas de natureza institucional.	Externo

Tabela 1 – Relação de canais de comunicação e usos aos quais se destinam.

## 7.5. Fichas de referência

7.5.1. Esta é uma ferramenta nova, não implantada até p momento, que reunirá as informações essenciais sobre empreendimentos emblemáticos das tipologias mais significativas de cada unidade temática. Surge com o propósito de antecipar a produção de conteúdo para atendimento a eventuais consultas internas e externas.

7.5.2. Adicionalmente, as fichas de referência visam estimular a produção de notícias, informes e campanhas pela Assessoria de Comunicação (Ascom) do Ibama, ao municiar proativamente os criadores de conteúdo do Instituto com dados relevantes para a elaboração de textos e quaisquer outros materiais de divulgação.

### 7.5.3. Estrutura proposta:

Localização:

Nome do empreendimento:

Empreendedor responsável:

Número do processo principal:

Tipologia:

Referência das licenças ambientais emitidas:

Etapa atual do licenciamento:

Tamanho (Área de Influência Direta - AID):

Especificidades principais (destaques propostos pela equipe responsável):

As fichas devem permanecer disponíveis para consulta na página do Ibama no portal gov.br.

## 7.6. **Boletim Informativo**

7.6.1. O boletim informativo da Dilic, publicado atualmente com periodicidade bimestral, é disponibilizado na página do licenciamento ambiental do Sharepoint e enviado via e-mail para todos os analistas, técnicos e demais colaboradores que atuam com a temática. Apresenta conteúdos sugeridos pelo corpo técnico e pela direção sobre temas variados como: ações ambientais exitosas; inovações normativas, tecnológicas e metodológicas; informes relevantes para a equipe; mensagens da Diretoria e apresentação dos responsáveis técnicos por cada serviço (Assessoria e COAES - Dilic).

7.6.2. Considerada a importância do canal para a assimilação e alinhamento interno de procedimentos é recomendável que sua circulação seja mantida e o seu conteúdo, aprimorado.

## 7.7. **Página do Ibama no portal gov.br**

7.7.1. O principal canal de comunicação do Ibama com o público externo é ainda pouco utilizado pela Diretoria de Licenciamento Ambiental. Neste cenário é fundamental fortalecer a articulação com a Assessoria de Comunicação, à qual devem ser apresentadas sugestões de pauta e de suítes (sequência de reportagens sobre determinado tema).

7.7.2. Empreendimentos e experiências com resultados positivos, inovações metodológicas ou que apresentem benefícios notáveis para o meio ambiente ou para a coletividade devem ser fichados e encaminhados para divulgação no site do Instituto. Atualmente é tópico obrigatório nas reuniões de Coordenação a pauta de possíveis temas para divulgação na página do Ibama.

7.7.3. Sugere-se, ainda, que a cada mês uma das coordenações-gerais destaque uma ou mais iniciativas ou experiências que revelem a importância do LAF para o país.

## 7.8. **Fluxos de Procedimentos – procedimentos operacionais padrão - POPs**

7.8.1. Instrumento dinâmico para estabelecimento de procedimentos internos da Diretoria, que não necessitam de normatização por Portarias ou Instruções Normativas. Atualmente é ratificado por meio de Procedimentos Operacionais Padrão POPs), normatizados para uso em todo Instituto como ferramenta de Gestão (Portaria 561, de 27 de Fevereiro de 2020 - SEI 7081201).

7.8.2. Fluxos de Procedimentos podem ser elaboradas de forma mais ágil e ajustadas de forma igualmente simplificada.

## 7.9. **Canal de comunicação interna - Plataforma Microsoft Teams**

7.9.1. Será utilizado em substituição ao skipe, para comunicação interna entre o corpo técnico (sede e unidades descentralizadas), Gestores, Diretoria, Assessoria e demais unidades que atuam com o licenciamento. Além da troca de mensagens, possibilita a inserção links, arquivos, formulários, entre vários outros recursos, possibilitando uma maior variedade de ferramentas que seu antecessor.

## 7.10. **Sharepoint**

7.10.1. É hoje o principal repositório de conhecimento interno do LAF; funciona como central de conteúdos da Diretoria. Abriga documentos para consulta, como normativos, Notas Técnicas específicas confeccionadas para uma ou mais tipologias, POPs, fluxos processuais, agenda de capacitação e eventos, estrutura organizacional, e demais informações consideradas relevantes.

7.10.2. Propõe-se a continuidade e a atualização constante da ferramenta.

## 7.11. **Ibamanet**

7.11.1. Constantemente atualizada pela Assessoria de Comunicação com novos recursos de navegação e interatividade, a intranet do Ibama constitui uma importante ferramenta de divulgação para o público interno.

7.11.2. É o principal mural de informações da instituição. Deve ser melhor utilizado pelo LAF para divulgação de assuntos diversos e fomento à integração entre as diversas unidades e iniciativas da Instituição.

7.11.3. O Ibamanet deve ser alimentado com publicações cada vez mais relevantes para o corpo técnico, a fim de conquistar engajamento do público interno e elevar o grau de conhecimento a respeito da realidade institucional.

#### 7.12. **Base de conhecimento do SEI**

7.12.1. Ferramenta do sistema eletrônico de informação (SEI) utilizada pela Diretora de Licenciamento para disseminação de padrões, principalmente pela disponibilização dos fluxos de procedimentos, POPs, OTNs, arquivos específicos, entre outros.

7.12.2. Importante ferramenta de divulgação por possibilitar fácil acesso ao padrão no momento em que o servidor elabora o documento técnico.

#### 7.13. **Redes sociais**

7.13.1. A presença em redes sociais é fundamental para garantir contato direto com o grande público.

7.13.2. Os seguidores fazem opção consciente pelo acesso a conteúdos da instituição, portanto seriam mais receptivos às mensagens da Autarquia.

7.13.3. Atualmente o Ibama utiliza oficialmente as seguintes redes sociais: Instagram, Twitter, Facebook, LinkedIn, Youtube e Flickr.

7.13.4. O canal do Instituto no Youtube funciona unicamente como repositório de vídeos com finalidades diversas.

7.13.5. No Flickr, é mantida uma galeria de imagens com qualidade profissional para uso livre por terceiros, sendo ainda pouco utilizado pelo LAF, devendo ser fomentado o seu uso, inclusive para registros realizados pelos empreendedores e apresentados ao Ibama. A exemplo do que já ocorre com a Diretoria de Proteção, devem ser ofertados cursos básicos de fotografia ao corpo técnico.

7.13.6. A realização de publicações relativas ao licenciamento nas redes sociais deve ocorrer com mais frequência, de modo a tornar o tema mais familiar ao público geral.

7.13.7. Devem ser publicadas experiências bem sucedidas, notícias, informações de utilidade pública, curiosidades, novidades do licenciamento e, eventualmente, campanhas de cunho institucional.

7.13.8. As redes sociais possibilitam ir além da comunicação unidirecional, ao estabelecer um canal de interatividade com o público externo. Por esse motivo, necessitam de monitoramento diário, uma vez que o fluxo de informação é constante.

7.13.9. Assim como ocorre eventualmente com conteúdos divulgados na página do Ibama no portal gov.br, as informações publicadas em redes sociais do Instituto podem ganhar repercussão em veículos de comunicação tradicionais, amplificando o alcance de conteúdos do LAF. As publicações devem ser submetidas à apreciação da Ascom, em conformidade com a Portaria nº560, de 27 de fevereiro de 2020.

7.13.10. Em relação à gestão das redes sociais, recomenda-se que os comentários feitos por internautas sejam, na medida do possível, respondidos. Caso contrário, o uso desses canais pode gerar efeito oposto ao esperado.

#### 7.14. **Relação de empreendimentos por região/estado**

7.14.1. A fim de melhorar a relação com governos estaduais, municipais e demais órgãos do Governo Federal nos poderes legislativo, executivo e judiciário, bem como aos demais interessados, propõe-se a divulgação dos sistemas disponíveis no Ibama, em especial o Sistema Eletrônico de Informação (SEI).

7.14.2. Exceto para situações específicas previstas em lei, todos os processos, documentos e dados gerados pelo Licenciamento Ambiental são públicos e devem estar acessíveis.

### 8. **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

8.1. O compromisso com uma comunicação transparente, didática e eficiente é um traço da cultura organizacional que precisa ser cultivado em diversas frentes: no incentivo ao intercâmbio interno de

informações, no relacionamento aberto e respeitoso com a imprensa e na produção de conteúdos de qualidade para os públicos da instituição.

8.2. Os canais de comunicação já utilizados em âmbito interno têm se apresentado eficazes, eficientes e efetivos. Por esse motivo, devem ser mantidos, sem perder de vista a busca por melhorias constantes.

8.3. A comunicação com público externo, por outro lado, apresenta grande potencial para melhoria e deve ser foco prioritário das novas ações de comunicação concebidas pela diretoria, que deverá aprimorar a rotina interna de mapeamento de pautas-chave para publicação no site e em redes sociais.

8.4. Dar ampla publicidade aos processos de licenciamento deve se tornar prioridade da instituição. Significa dizer que todos os documentos dos processos, salvo em casos excepcionados pela legislação, devem estar disponíveis para consulta no site do Ibama.

8.5. Os documentos dos processos de licenciamento em trâmite no SEI devem ficar disponíveis para consulta por usuários externos sem necessidade de pedido prévio de acesso. Essa possibilidade deve ser discutida com o setor de Tecnologia de Informação do Ibama.

8.6. A página do Ibama no portal gov.br deve ainda apresentar links para acesso facilitado ao SisgLAF, ao Siga, ao Sislic e a quaisquer outras ferramentas de acesso a informações do Licenciamento.

8.7. Também é fundamental estabelecer cronograma interno e definir os servidores responsáveis pelo levantamento de informações, pela edição do conteúdo selecionado e pela aprovação final antes do envio à Ascom para revisão e divulgação.

8.8. A produção de conteúdo para divulgação não se resume a identificar informações relevantes para a produção de textos jornalísticos, informativos ou de publicidade institucional. A natureza multimídia dos canais de comunicação que se colocam à disposição da diretoria para a repercussão de temas do licenciamento também demanda a produção de imagens em boa qualidade.

8.9. Por isso, é fundamental o estabelecimento de uma cultura interna de produção de imagens das atividades realizadas no âmbito do licenciamento.

8.10. Em vistorias, audiências públicas, sobrevoos e atividades similares, o corpo técnico envolvido deve sempre realizar registros fotográficos e videográficos das ações de campo.

8.11. A Ascom não dispõe, já há alguns anos, de recursos próprios para custear acompanhamento a atividades de campo, o que prejudica o registro e divulgação de atividades finalísticas da Autarquia. Nesse contexto, é recomendável que o LAF convide, sempre que houver possibilidade orçamentária, representantes da Assessoria de Comunicação para viagens a empreendimentos emblemáticos ou polêmicos, a fim de produzir imagens para notícias, publicações em redes sociais e criação de galerias fotográficas no Flickr.

8.12. A fim de melhorar a qualidade dos registros de imagem realizados pela equipe técnica, é essencial consulta à Assessoria de Comunicação e ao Centro de Educação Corporativa (Ceduc) sobre a possibilidade de ofertar curso introdutório de fotografia aos servidores do Licenciamento Ambiental.

8.13. Na esteira da necessidade de imbuir a equipe técnica de competências em comunicação social, aponta-se a importância de *media training* para os servidores indicados para atuar como porta-vozes do licenciamento.

8.14. As redes sociais têm o potencial de se tornar os canais de maior visibilidade do Instituto. Deve-se levar em conta que tais ferramentas são uma via de mão dupla. Ao serem usadas para divulgar informações relevantes, tornam-se fonte de cobranças, queixas e denúncias. Por isso, é imprescindível que a Ascom monte equipe dedicada à gestão do perfil para monitorar continuamente os comentários relacionadas ao LAF para providenciar respostas ágeis e adequadas. A utilização dessas ferramentas sem força de trabalho para o correto acompanhamento e gestão pode causar prejuízos significativos à imagem do LAF e de todo o Instituto. A disponibilização de mão-de-obra adequada para a gestão de redes sociais deve necessariamente preceder o uso da ferramenta pelo LAF.

8.15. Para realizar publicações, é recomendável ter à mão o máximo de informações sobre o empreendimento divulgado a fim de possibilitar a produção de respostas precisas com agilidade.

8.16. A implantação do presente plano e a continuidade da política de comunicação do LAF deverá ser avaliada regularmente em reuniões convocadas pelo Gabinete da Diretoria de Licenciamento Ambiental com a participação todas as coordenações a fim de deliberar sobre ajustes necessários para a efetiva implantação dos novos instrumentos e aprimoramento dos canais já existentes.



Documento assinado eletronicamente por **ALEXANDRE BERNARDES GARCIA, Analista Ambiental**, em 28/07/2022, às 18:11, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **MARIA HELENA PEREIRA DE SANT ANNA FILHA, Analista Ambiental**, em 07/02/2023, às 17:15, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **ALINE FONSECA CARVALHO, Analista Ambiental**, em 09/02/2023, às 11:00, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site <https://sei.ibama.gov.br/autenticidade>, informando o código verificador **12783906** e o código CRC **97C93588**.