

ÍNDICE

4.3 - Programa de Comunicação Social – PCS.....	1/10
4.3.1 - Objetivos	1/10
4.3.2 - Justificativa.....	2/10
4.3.3 - Metas	3/10
4.3.4 - Metodologia.....	3/10
4.3.5 - Público-alvo.....	5/10
4.3.6 - Indicadores de efetividade.....	6/10
4.3.7 - Cronograma de execução	8/10
4.3.8 - Inter-relação com outros programas ambientais.....	9/10
4.3.9 - Identificação dos responsáveis e parceiros.....	9/10
4.3.10 - Fase do empreendimento	9/10
4.3.11 - Equipe técnica	9/10
4.3.12 - Bibliografia	10/10

Legendas

Quadro 4.3.6-1 – Quadro lógico: correlação entre Objetivos, Metas e Indicadores..... 6/10

4.3 - PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – PCS

O programa descrito nesse estudo apresenta os principais elementos para o detalhamento futuro do Programa de Comunicação Social (PCS) no âmbito do Plano Básico Ambiental (PBA), que deverá ser implementado após a emissão da licença prévia da Linha de Transmissão (LT) 500 kV Gilbués II – Ouroândia II. Elaborado enquanto medida mitigadora dos impactos socioambientais elencados no presente estudo, o PCS se orienta pelos princípios da horizontalidade nas relações entre as partes envolvidas e da transparência na informação sobre o empreendimento.

As indicações de atividades presentes neste PCS foram desenvolvidas com base em literatura acadêmica e/ou técnica especializada na temática da comunicação social orientada para o relacionamento comunitário, e usando como referência as informações obtidas no diagnóstico socioeconômico do presente EIA, e assumem como ponto de partida as ações de comunicação já realizadas durante a fase de estudo.

4.3.1 - Objetivos

- Geral

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

- Específicos

- ▶ Identificar e atualizar as informações sobre os principais interlocutores estratégicos, veículos de comunicação adequados e especificidades locais para a comunicação do empreendimento;
- ▶ Informar ao público de interesse a respeito de todas as principais atividades do processo construtivo, todas as restrições e questões de segurança associadas à LT e o processo de sua instalação, sobre os programas ambientais previstos, e sobre os meios de contato da ouvidoria;

- ▶ Interagir com os responsáveis pelos demais programas ambientais no âmbito da gestão ambiental do empreendimento de forma a promover a divulgação das ações dos programas vigentes neste processo de licenciamento;
- ▶ Promover a comunicação com contato direto e transparente junto à população diretamente afetada pelo empreendimento e as partes interessadas;
- ▶ Realizar encontros com representantes do poder público e lideranças de organizações da sociedade civil nos municípios atravessados pela LT;
- ▶ Estabelecer um canal de comunicação direta com o público de interesse do projeto, capaz de receber solicitações de informação e questionamentos a respeito da atividade e informações do empreendimento, e oferecer respostas.

4.3.2 - Justificativa

O Estudo de Impacto Ambiental (EIA) identificou potenciais impactos da instalação do empreendimento que se distribuem desde a etapa de planejamento até a operação da LT e Subestações associadas. O Programa de Comunicação Social (PCS) é, portanto, um instrumento necessário à minimização e à mitigação de alguns desses impactos.

A introdução do empreendimento no cenário socioeconômico da região é, proporcionalmente à realidade local, uma grande transformação. Em alguns dos povoados estudados a população sequer sabe o que significa uma Linha de Transmissão, e por isso é esperada apreensão por parte da população a respeito da LT 500 kV Gilbués II – Ourolândia II, seja uma expectativa positiva, em relação à geração de empregos e o aquecimento da economia local, ou negativa, relativa aos temores de interferências danosas a seu estilo de vida.

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

Desse modo, o PCS deve intervir sobre esses impactos como uma medida ambiental que visa a minimização dos mesmos. Para tal, oferece informações transparentes e claras a respeito dos reais impactos do empreendimento e ainda atua como um mediador imparcial em busca da resolução de eventuais conflitos de interesses a respeito do empreendimento.

Para isso, o PCS deverá ser executado em todos os 21 municípios atravessados pelo empreendimento, de forma a abranger todos os públicos de interesse identificados, priorizando em algumas ações de comunicação direta (presencial) os públicos diretamente afetados pelo processo construtivo, sejam eles proprietários e moradores na Faixa de Servidão do empreendimento ou moradores vizinhos aos canteiros de obra instalados, de acordo com o detalhamento futuro da metodologia do programa.

4.3.3 - Metas

- Identificar e registrar representantes do poder público das áreas de influência do empreendimento e ainda lideranças comunitárias ao longo da atuação da equipe de comunicação em campo;
- Distribuir material informativo para ao menos 70% do público identificado;
- Realizar 03 (três) campanhas de radiodifusão de spots sobre o empreendimento;
- Realizar conversas periódicas com os coordenadores dos demais programas ambientais de forma a manter atualizados moradores, lideranças locais, poder público e demais atores sociais envolvidos;
- Realizar 03 (três) campanhas de comunicação junto aos moradores do entorno de canteiros e proprietários da faixa de servidão;
- Realizar 03 (três) campanhas de comunicação junto aos representantes do poder público e lideranças locais identificadas;
- Instalar e manter um sistema de ouvidoria (por telefone e e-mail) ao longo de todo o período de obras, que continuará a funcionar na fase de Operação do empreendimento;
- Responder a 90% dos atendimentos do sistema de Ouvidoria dentro um prazo de 72 horas úteis;
- Realizar reuniões periódicas com os técnicos dos demais programas para troca de experiências e alinhamento de informações.

4.3.4 - Metodologia

A fim de não extinguir as potencialidades de concepção de atividades e evitar o cerceamento excessivo do campo de atuação do PCS no momento de seu detalhamento no Plano Básico Ambiental (PBA), as indicações metodológicas aqui apresentadas visam orientar a elaboração de atividades específicas, que devem respeitar diretrizes e estratégias específicas para buscar alcançar os objetivos apontados.

Considerando essa premissa, foi eleito referencial teórico multidisciplinar, envolvendo Jornalismo Ambiental, Comunicação Comunitária, Relações Públicas, Sociologia e Antropologia, bem como se aproveitou também do aprendizado adquirido através da elaboração e execução de outros Programas de Comunicação Social.

Diretrizes

As diretrizes propostas são fundamentos conceituais que devem ser observados no detalhamento do PCS no âmbito do PBA, visando o ótimo aproveitamento das atividades propostas.

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

As atividades do PCS devem ser estruturadas, em seus diferentes canais, oferecendo informações transparentes a respeito do processo de licenciamento, das atividades licenciadas, incluindo os impactos ambientais envolvidos, bem como o alcance dos programas ambientais propostos, sem tomar parte do empreendedor ou dos públicos afetados na intermediação do diálogo a ser estabelecido. O PCS também não deve omitir ou supervalorizar informações, sejam elas favoráveis ou contrárias a quaisquer das partes, mas deve buscar minimizar a assimetria de informação a respeito do empreendimento entre o empreendedor e os públicos do programa.

- Linguagem adequada aos públicos específicos:

O PCS, na difusão de informações qualificadas, lançar mão de diferentes linguagens para melhor atingir os diferentes públicos, explorando os potenciais de cada um dos veículos de comunicação selecionados. Em mensagens em rádio, respeitar a oralidade do meio e a diversidade do público, em texto escrito, construir frases diretas e objetivas em vocabulário acessível ao público leigo, em materiais gráficos para a população de baixo grau de educação formal, usar recursos como fotografias, ilustrações e histórias em quadrinhos.

- Simetria e simultaneidade com a instalação do empreendimento:

Todas as atividades do programa devem considerar o cronograma e a dinâmica do processo de instalação do empreendimento no planejamento de suas etapas de atividades, de modo a propor ações de comunicação associadas às diferentes etapas do processo construtivo, e encerrando a comunicação apenas ao final das obras. É importante, portanto, manter estreito contato com o andamento das obras, inclusive considerando alterações não previstas no cronograma de obras.

- **Estratégias**

As estratégias para a execução do PCS devem ser aplicadas por meio de linhas de ação específicas, conforme as etapas planejadas, e podem ser desdobradas em uma ou mais atividades, de acordo com as necessidades identificadas de adequação às condições de implantação do programa localmente, e seguindo as diretrizes propostas.

- **Comunicação Interna:**

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

- **Comunicação Institucional:**

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

- **Diálogo social:**

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

4.3.5 - Público-alvo

- **Público interno:**

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

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

4.3.6 - Indicadores de efetividade

- Número de interlocutores identificados e registrados na Lista de Partes Interessadas;
- Quantidade de material informativo elaborado e efetivamente distribuído;
- Registro de veiculação de spots, constando quantidade, data e horário;
- Número de reuniões realizadas com os coordenadores dos programas ambientais com registro fotográfico, atas de reunião e em fichas de visita.
- Número de visitas de comunicação realizadas em cada campanha, evidenciadas através de registro fotográfico;
- Número de atendimentos realizados pela Ouvidoria dentro do prazo estabelecido, evidenciado por meio de fichas de registro.

Quadro 4.3.6-1 – Quadro lógico: correlação entre Objetivos, Metas e Indicadores

Objetivos	Metas	Indicadores
Identificar e atualizar as informações sobre os principais interlocutores estratégicos, veículos de comunicação adequados e especificidades locais para a comunicação do empreendimento;	Identificar e registrar representantes do poder público das áreas de influência do empreendimento e ainda lideranças comunitárias ao longo da atuação da equipe de comunicação em campo;	Número de interlocutores identificados e registrados na Lista de Partes Interessadas;

Objetivos	Metas	Indicadores
Informar ao público de interesse a respeito de todas as principais atividades do processo construtivo, todas as restrições e questões de segurança associadas à LT e o processo de sua instalação, sobre os programas ambientais previstos, e sobre os meios de contato da ouvidoria	Distribuir material informativo para ao menos 70% do público identificado;	Quantidade de material informativo elaborado e efetivamente distribuído;
	Realizar três campanhas de radiodifusão de spots sobre o empreendimento;	Registro de veiculação de spots, constando quantidade, data e horário;
Interagir com os demais programas ambientais no âmbito da gestão ambiental do empreendimento	Realizar conversas periódicas com os coordenadores dos demais programas ambientais de forma a manter atualizados moradores, lideranças locais, poder público e demais atores sociais	Número de reuniões realizadas com os coordenadores dos programas ambientais com registro fotográfico, atas de reunião e em fichas de visita
Promover a comunicação com contato direto junto à população diretamente afetada pelo empreendimento;	Realizar três campanhas de comunicação junto aos moradores do entorno de canteiros e proprietários da faixa de servidão;	Número de visitas de comunicação realizadas em cada campanha, evidenciadas através de registro fotográfico;
Realizar encontros com representantes do poder público e lideranças de organizações da sociedade civil nos municípios atravessados pela LT;	Realizar três campanhas de comunicação junto aos representantes do poder público e lideranças locais identificadas;	
Estabelecer um canal de comunicação direta com o público de interesse do projeto, capaz de receber solicitações de informação e questionamentos a respeito da atividade e oferecer respostas;	Instalar e manter um sistema de ouvidoria (por telefone e e-mail) ao longo de todo o período de obras, que continuará a funcionar na fase de Operação do empreendimento;	Número de atendimentos realizados pela Ouvidoria dentro do prazo estabelecido, evidenciado por meio de fichas de registro;
	Responder a 90% dos atendimentos do sistema de Ouvidoria dentro um prazo de 72 horas úteis;	

4.3.7 - Cronograma de execução

Cronograma da Obra		LT 500 kV Gilbués II - OuroLândia II																																			
Mês		-6	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25				
LICENCIAMENTO AMBIENTAL																																					
Atividades	Emissão da Licença de Instalação (LI)																																				
	Acompanhamento da Obra																																				
	Emissão da Licença de Operação (LO)																																				
ATIVIDADES PRELIMINARES																																					
	Topografia (revisão perfil)																																				
	Liberação da Faixa																																				
LINHA DE TRANSMISSÃO																																					
	Mobilização																																				
	Instalação de Canteiros																																				
	Construção de Pré-moldados																																				
	Supressão e abertura de Acessos																																				
	Obras Cíveis																																				
	Montagem de Estruturas																																				
	Lançamento de Cabos																																				
	Comissionamento																																				
	Desmobilização																																				
SUBESTAÇÕES																																					
	Mobilização																																				
	Instalação de Canteiros																																				
	Obras Cíveis e Pré-moldados																																				
	Montagem de Estruturas																																				
	Montagem de Máquinas e Equipamentos de Pátio																																				
	Cablagem de Montagem de Painéis de SPCS e TELECOM																																				
	Comissionamento																																				
	Energização das Instalações																																				
	Desmobilização																																				
OPERAÇÃO COMERCIAL																																					
	Operação Comercial (Início)																																				
Cronograma da Obra																																					
Programa de Comunicação Social - PCS																																					
Mês		-6	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25				
Atividades	Vistoria de Campo																																				
	Elaboração de Plano de Trabalho																																				
	Reuniões Internas e Mobilização de Equipe																																				
	Instalação e manutenção da ouvidoria																																				
	Produção de Materiais Informativos																																				
	Veiculação de spots de rádio																																				
	Campanhas de campo																																				
	Entrega de Relatórios Semestrais																																				
	Entrega de Relatório Final																																				

4.3.8 - Inter-relação com outros programas ambientais

O PCS apresenta interação com todos os programas ambientais, tanto recebendo informações e conteúdos a serem utilizados nas ações de divulgação, como na participação ou na mediação entre públicos nas atividades de outros programas.

Especialmente, possui inter-relação direta com o Programa de Educação Ambiental (PEA) tendo em vista a previsão de convergência dos públicos desses Programas. Também possui estreita relação com o Programa de Educação Ambiental para Trabalhadores (PEAT), à medida que as ações de comunicação poderão ser ampliadas e realizadas em conjunto com este programa, e com o Programa de Monitoramento de Atropelamento de Fauna.

Com o PEAT, especificamente, as ações integradas com o PCS se darão em função da concentração de trabalhadores nos canteiros de obras e alojamentos e dos possíveis impactos causados por sua presença. Além disso, as eventuais reclamações das comunidades quanto à conduta dos trabalhadores, verificadas por meio do PCS, alimentarão o PEAT e gerarão abordagem das temáticas pertinentes durante as atividades educativas.

4.3.9 - Identificação dos responsáveis e parceiros

A implementação do PCS é de responsabilidade da JMM, podendo ser transferida para empresa de Consultoria Ambiental ou de Consultoria de Comunicação em Meio Ambiente. O programa poderá, ainda, contar com a parceria de organizações sociais locais e órgãos públicos para a realização de atividades.

4.3.10 - Fase do empreendimento

Sugere-se que as ações deste PCS sejam iniciadas pelo menos um mês antes do início das obras de instalação e que se estendam até, pelo menos, um mês após a data de início da operação. Vale ressaltar que as ações de comunicação deverão seguir os cronogramas previstos para todas as fases do empreendimento.

4.3.11 - Equipe técnica

Técnico	Formação	RG	CTF
Francine Azeredo	Comunicação social	11091672-3 DETRAN-RJ	5621354
Daniel Silva	Mestre em Comunicação Social	12855252-8 SSP-RJ	5207046

4.3.12 - Bibliografia

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

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

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

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

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