

ÍNDICE

3.6.9.6.3 -	Programa de Comunicação Social - PCS.....	1/13
-------------	---	------

Legendas

Quadro 3.6.9.6.3-1 - Relação entre os públicos e as necessidades de informação6/13

3.6.9.6.3 - Programa de Comunicação Social - PCS

3.6.9.6.3.1 - Objetivos

- Geral

Informar aos públicos de interesse sobre a implantação e operação da LT 500 kV Manaus - Boa Vista e Subestações Associadas, através do desenvolvimento de estratégias e ações de comunicação social que construam e assegurem a transparência de informações e uma relação dialógica entre o empreendedor e as comunidades afetadas pelo empreendimento.

- Específicos

- ▶ Identificar os interlocutores estratégicos, garantindo amplo acesso ao conjunto das informações sobre o empreendimento, os impactos socioambientais associados e os Programas Ambientais previstos;
- ▶ Estabelecer canais de relacionamento com os diferentes públicos-alvo;
- ▶ Interagir com os demais programas ambientais;
- ▶ Contribuir para a minimização dos impactos ambientais e redução de conflitos sociais decorrentes do empreendimento;
- ▶ Assegurar transparência e uma relação dialógica;
- ▶ Garantir uma Comunicação Social integrada e participativa.
- ▶ Esclarecer as informações sobre o empreendimento a partir da constituição do mecanismo de ouvidoria - recepção e respostas aos questionamentos, preocupações e demanda;
- ▶ Divulgar e informar sobre as ações dos programas ambientais vigentes nesta gestão ambiental;
- ▶ Divulgar a importância do empreendimento para o desenvolvimento local e regional.

3.6.9.6.3.2 - Justificativas

A implantação da Linha de Transmissão 500 kV Manaus - Boa Vista e Subestações Associadas localiza-se na região norte do país, passando pelos municípios de Manaus, Rio Preto da Eva e Presidente Figueiredo no Estado do Amazonas, e São Luiz do Anauá, Rorainópolis, Caracaraí, Mucajaí, Cantá e Boa Vista.

No Estudo de Impacto Ambiental (EIA) deste empreendimento, foram previamente identificados os possíveis impactos socioambientais decorrentes das suas fases de planejamento, implantação e operação.

No caso da mitigação dos impactos negativos e da potencialização dos positivos, torna-se imprescindível a concepção de medidas de prevenção, minimização e compensação, consubstanciadas nos programas ambientais. O Programa de Comunicação Social é um deles e tem o importante papel de mediar e dialogar com os demais programas dispostos neste EIA.

Dentre outros, o Programa de Comunicação Social estabelece as diretrizes e as estratégias de comunicação e relacionamento com os diversos atores sociais envolvidos direta e indiretamente com a instalação e a futura operação do empreendimento.

Este Programa se justifica não só em função dos impactos ambientais identificados, mas sobretudo pela necessidade de transparência na transmissão e na divulgação de informações, bem como pela busca de uma constante diálogo entre o empreendedor e os públicos de interesse residentes e proprietários das áreas de influência do empreendimento. Nesse contexto, o Programa deve atuar considerando a diversidade socioambiental de toda a área atingida e com antecipação suficiente, para prevenir possíveis conflitos, mapeando dificuldades nas relações entre a empresa e os grupos sociais envolvidos, além de primar pelo princípio da comunicação participativa, a serviço das demandas locais, do órgão licenciador e também do empreendimento.

Visando à garantia da preservação da segurança, do meio ambiente da região e, principalmente, da saúde e dos modos de vida da população local, torna-se imprescindível a implantação de um sistema de comunicação social eficaz e ágil, com capacidade para intermediar as relações entre o empreendedor, os executores da obra, as administrações públicas dos diversos níveis envolvidos e as comunidades afetadas e/ou beneficiadas.

Para tanto, entre os dias 25 de fevereiro e 09 de março de 2013 realizou-se uma campanha de Comunicação Prévia que atende o item 3.6.5.1. Metodologia e Plano de Trabalho, item “d”, do Termo de Referência (TR), emitido pela COEND/CGENE/DILIC/IBAMA em 01/02/2012, na fase da Licença Prévia (LP). O resultado desta campanha encontra-se no Relatório de Atividades, como Anexo do item 3.6.5.1-4, do **item 3.6.5.1- Metodologia e Plano de Trabalho**. Embora tenha ocorrido um intervalo desta atividade até o presente momento, o andamento das ações do Programa de Comunicação Social ocorrerá de maneira a atender as fases do licenciamento ambiental.

A campanha de Comunicação Prévia neste primeiro momento priorizou a população diretamente afetada pelo empreendimento, seja pela presença de trabalhadores ou pelos possíveis transtornos durante o período das obras

O Programa de Comunicação Social propriamente atuará em cada um dos trechos da obra, e com ações específicas voltadas para o entorno dos canteiros de obras, levando em consideração as especificidades dos contextos sociais e ambientais que serão respeitadas e abordadas nas ações.

Essa proposta deverá articular, sobretudo, um conjunto de ações, de forma a evitar conflitos e falta de informações decorrentes de atuações diferenciadas entre as equipes encarregadas pela implantação dos programas ambientais e empresas contratadas para as obras e serviços.

3.6.9.6.3.3 - Metas

- Produzir e distribuir materiais informativos, direcionando-os para temáticas específicas, durante as quatro campanhas de campo, ao longo dos dois anos de implantação;
- Veicular anúncios radiofônicos nos meios de comunicação locais, no início e no final das obras;
- Divulgar os canais de comunicação e as ações dos programas ambientais para todos os públicos-alvo;
- Transmitir aos proprietários e habitantes afetados informações sobre o empreendimento e os programas ambientais associados;
- Responder às solicitações de informações e aos questionamentos enviados pelas partes interessadas ao empreendedor;

- Responder, em até 72 horas, aos questionamentos do público recebidos via Ouvidoria.
- Verificar e atualizar periodicamente a lista de partes interessadas (sindicatos de trabalhadores rurais e produtores rurais, associações de moradores, Poder Público e Organizações Não Governamentais);
- Gerir um fluxo de comunicação com os responsáveis pelos programas ambientais e também com as lideranças locais;
- Realizar reuniões periódicas na região dos canteiros de obras com as lideranças locais (Poder público, sociedade civil organizada e privada).

3.6.9.6.3.4 - Metodologia

A metodologia a ser aplicada orientou-se pela análise documental sobre o empreendimento, tendo como foco principal o Estudo de Impacto Ambiental (EIA) e a Instrução Normativa N°2, de 27 de março de 2012, e baseou-se em um referencial teórico multidisciplinar, relacionando os conhecimentos do Jornalismo Comunitário, da Educação Popular e das Relações Públicas.

Orientou-se, também, pelas experiências de implantação de outros Programas de Comunicação Social no contexto do licenciamento ambiental. A partir dessa pesquisa metodológica, foram desenvolvidas diretrizes e estratégias de comunicação, a serem aplicadas e desenvolvidas durante a elaboração do Plano Básico Ambiental e na futura implantação deste.

Para a determinação das estratégias de comunicação adequadas aos diversos públicos, é fundamental estabelecer uma abordagem metodológica que oriente as ações e garanta a eficiência, baseada numa perspectiva da comunicação integrada e voltada para a compreensão comunitária, o que deve ser entendido como uma concepção que direcione a convergência das diversas áreas, permitindo uma atuação sinérgica.¹

Levando em consideração as múltiplas realidades socioeconômicas e os impactos existentes ao longo do empreendimento, deverão ser desenvolvidas algumas ações prioritárias de comunicação social nas localidades próximas aos canteiros de obra, respeitando o buffer da Área de Influência Direta estipulado neste Estudo de Impacto Ambiental.

¹ Kunsch, Margarida M K. Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada

Tais ações terão o caráter mais participativo, subsidiado pelos princípios metodológicos da comunicação popular (PERUZZO, 2003), enfatizando a formação de agentes de comunicação locais, a fim de estabelecer vínculos concretos entre a relação dialógica entre empreendedor e comunidade, respeitando os preceitos da Comunicação Social para o Licenciamento Ambiental e baseando-se também na Instrução Normativa Nº2. Deverá ser considerado que esta modalidade de comunicação será melhor detalhada no Plano Básico Ambiental.

Levando em consideração tal informação, pode-se considerar determinadas diretrizes, estratégias e atividades voltadas para a comunicação institucional, comunicação interna e comunicação com as comunidades. Estes pilares metodológicos deverão conter articulação, difusão e monitoramento das seguintes atividades:

- Mobilização da equipe
- Atualização da lista de partes interessadas
- Posicionamento institucional e mensagem-chave
- Reuniões de gestão integrada
- Ouvidoria
- Elaboração de materiais informativos
- Comunicação face a face e Reuniões institucionais locais (Campanhas de Campo)
- Monitoramento e Avaliação

Essas atividades deverão ser desenvolvidas durante todo o tempo de execução do Projeto de Gestão Ambiental do empreendimento, sugerindo após um mês da licença de implantação.

3.6.9.6.3.4.1 - Sistemática de Implantação

O Programa de Comunicação Social foi concebido para ser desenvolvido ao longo de três etapas de implantação: antes, durante e após o término das obras.

Para a compreensão prévia da hierarquização da informação e das principais demandas surgidas localmente, segue abaixo tabela explicativa correlacionando os públicos e possíveis temas de interesse. Este panorama foi baseado em experiências anteriores deste empreendedor na elaboração e implantação de Programas Ambientais:

Quadro 3.6.9.6.3-1 - Relação entre os públicos e as necessidades de informação

Públicos	Possíveis Interesses ou Necessidades de Informação
População em geral	- Informações sobre o empreendimento e andamento das obras e acesso aos benefícios dos programas ambientais; - Informações sobre a absorção da mão de obra local durante a implantação e operação do empreendimento.
Proprietários rurais e moradores das áreas diretamente afetadas	- Informação sobre o empreendimento e andamento das obras e acesso aos benefícios dos programas ambientais; - Construção participativa da comunicação socioambiental; - Ações de comunicação popular voltada às comunidades próximas aos canteiros de obras; - Interesse em conhecer as compensações financeiras por benfeitorias e outros bens individuais e comunitários. - Informações sobre a convivência com a LT e faixa de servidão.
Poder Público local	- Informações gerais sobre o empreendimento e andamento das obras; - Situação do Licenciamento perante os órgãos federais competentes; - Interesse sobre os projetos sociais e ambientais.
Organizações representativas de classes trabalhistas	- Informações sobre a absorção da mão de obra local durante a implantação e operação do empreendimento.
Organizações Técnico/Acadêmico	- Provável necessidade de compreensão dos impactos do empreendimento. - Interesse sobre os programas ambientais a serem propostos pelo empreendimento.
Organizações da Sociedade Civil	- Provável necessidade de compreensão dos reais objetivos e metas do empreendimento e seus impactos para a população e meio ambiente. - Situação do Licenciamento perante os órgãos federais competentes;
Interno:	- Necessidade de alinhamento de discurso do seu público interno; - Divulgação de informações sobre o empreendimento e o andamento das obras.

Tais materiais e atividades acima citadas serão distribuídos e desenvolvidos respectivamente, acompanhando o tempo das obras, conforme descrição a seguir:

Etapa I: antes do início da fase de obras

- Planejamento das atividades, das ações e do plano de trabalho;
- Mobilização da equipe;
- Vistoria;
- Mapeamento das rádios, *sites* e jornais locais;
- Atualização da lista de partes interessadas;
- Posicionamento institucional e mensagem-chave;
- Implantação do sistema de Ouvidoria;

- Produção e elaboração de materiais informativos;
- Campanha de campo para a divulgação do início das obras;
- Veiculação de anúncio em rádio, informando sobre o início das obras.

Etapa II: durante a fase de obras

- Reuniões Informativas e Formativas com representantes do poder público, sociedade civil organizada e setor privado, estes localizados nos municípios que sediarão os canteiros de obra da Linha de Transmissão;
- Produção e elaboração dos materiais informativos das Campanhas de campo;
- 2 campanhas de campo, com visitas face-a-face à população afetada, proprietários e moradores cadastrados da Área de Influência Direta (AID), com os objetivos de identificar essa população e informar sobre as fases do empreendimento, esclarecendo dúvidas sobre a convivência com a LT, como também promover a integração da comunicação através de reuniões locais com lideranças.

Etapa III: término da fase de obras

- Elaboração de material informativo sobre o final das obras;
- Campanha de campo para a divulgação do final das obras;
- Veiculação de anúncio em rádio, informando sobre o término das obras.

3.6.9.6.3.5 - Público-alvo

Foram identificados como públicos de interesse do Programa de Comunicação Social, os seguintes segmentos:

- Público interno - colaboradores do empreendedor, consultoras contratadas e empreiteiras;
- Representantes do poder público - em especial as prefeituras e as câmaras municipais;
- Representantes dos órgãos ambientais e de fiscalização regional;

- Lideranças comunitárias e organizações da sociedade civil;
- Pesquisadores e comunidade acadêmica
- Mídia nacional, regional ou local;
- População em geral da área de influência do empreendimento (todos os 09 municípios);
- Proprietários rurais e moradores das áreas diretamente impactadas;
- Moradores dos Assentamentos da região do empreendimento.

3.6.9.6.3.6 - Indicadores de Desempenho

- Número de reuniões institucionais realizadas;
- Quantificação das abordagens ao público e listas de presença em eventos e reuniões;
- Número de contatos das lideranças, gestores (público interno), poder público e imprensa;
- Quantidades de visitas, e apresentação de evidências de divulgação da informação como fichas de visita, resultantes da atuação dos agentes locais;
- Quantidade de dúvidas, sugestões e demais demandas, bem como as respostas apresentadas;
- Distribuição do material gráfico produzido, especificando a quantidade, frequência e destinação.

3.6.9.6.3.7 - Inter-relação com outros Planos e Programas

O Programa de Comunicação Social apresenta relações de sinergia com todos os programas ambientais, tanto recebendo informações e conteúdos a serem utilizados nas ações de divulgação, como na integração dos projetos.

Especialmente possui inter-relação direta com os Programas de Educação Ambiental, Programa de Educação Ambiental para Trabalhadores, Programa Ambiental para a Construção e Programa de Segurança no Trânsito e Mobilidade Urbana e Programa de Instalação da Faixa de Servidão.

3.6.9.6.3.8 - Identificação dos Responsáveis e Parceiros

As instituições envolvidas na realização do PCS consistem nas empresas responsáveis pela construção da Linha de Transmissão 500 kV Manaus - Boa Vista e Subestações Associadas.

3.6.9.6.3.9 - Fase do Empreendimento

Sugere-se que as ações deste PCS sejam iniciadas pelo menos três meses antes do início das obras de instalação e que se estendam até, pelo menos, três meses 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.

Este Programa deverá ser implementado nos municípios que sediarão os canteiros de obras, como alojamentos e/ou refeitórios, pátios de ferragens, dentre outros, como também nos demais municípios atravessados pela Linha.

3.6.9.6.3.10 - Cronograma de Execução

DISCRIMINAÇÃO	ANO I										ANO II													
	-4	-3	-2	-1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1. LICENCIAMENTO AMBIENTAL																								
1.1 EMISSÃO DA LICENÇA DE INSTALAÇÃO (LI) E DA AUTORIZAÇÃO DE SUPRESSÃO DE VEGETAÇÃO (ASV)																								
1.2 ACOMPANHAMENTO OBRA E EMISSÃO DA LICENÇA DE OPERAÇÃO (LO)																								
2. LINHA DE TRANSMISSÃO 500 KV MANAUS - BOA VISTA																								
2.1 ENGENHARIA (PROJETOS BÁSICO / EXECUTIVO)																								
2.2 MOBILIZAÇÃO / ESCRITÓRIOS DE APOIO E ÁREAS DE ARMAZENAMENTO DE MATERIAIS																								
2.3 INSTALAÇÃO DE CANTEIROS DE OBRAS																								
2.4 ABERTURA DA FAIXA E ACESSOS - SUPRESSÃO DE VEGETAÇÃO ARBÓREA																								
2.5 FUNDAÇÕES																								
2.6 MONTAGEM ELETROMECAÂNICA																								
2.7 LANÇAMENTO DOS CABOS																								
2.8 COMISSIONAMENTO																								
2.9 OPERAÇÃO COMERCIAL																								
3. PROGRAMA COMUNICAÇÃO SOCIAL-PCS																								
3.1 ETAPA I: ANTES DO INÍCIO DA FASE DE OBRAS																								
3.2 ATIVIDADE 1 - PLANEJAMENTO INICIAL E CAMPANHA DE VISTORIA																								
3.3 ATIVIDADE 2 - MAPEAMENTO DAS RÁDIOS, SITES E JORNAIS LOCAIS																								
3.4 ATIVIDADE 3 - ATUALIZAÇÃO DA LISTA DE PARTES INTERESSADAS																								
3.5 ATIVIDADE 4 - POSICIONAMENTO INSTITUCIONAL E MENSAGEM-CHAVE																								
3.6 ATIVIDADE 5 - REUNIÕES DE GESTÃO INTEGRADA																								
3.7 ATIVIDADE 6 - IMPLANTAÇÃO E MANUTENÇÃO DO SISTEMA DE OUVIDORIA																								
3.8 ATIVIDADE 7 - ELABORAÇÃO DE MATERIAIS INFORMATIVOS PARA CAMPANHA PRÉ-OBRA																								
3.9 ATIVIDADE 8 - CAMPANHA DE CAMPO PARA DIVULGAÇÃO DO INÍCIO DAS OBRAS																								
3.10 ATIVIDADE 9 - VEICULAÇÃO DE SPOT EM RÁDIO SOBRE O INÍCIO DAS OBRAS																								
3.11 ETAPA II: DURANTE A FASE DE OBRAS																								
3.12 ATIVIDADE 10 - PRODUÇÃO DE MATERIAIS INFORMATIVOS PARA AS CAMPANHAS DURANTE AS OBRAS																								
3.13 ATIVIDADE 11 - CAMPANHA DE REUNIÕES INSTITUCIONAIS INFORMATIVAS E FORMATIVAS																								
3.14 ATIVIDADE 12 - CAMPANHAS DE CAMPO COM VISITAS FACE-A-FACE																								
3.15 ETAPA III: TÉRMINO DA FASE DE OBRAS																								
3.16 ATIVIDADE 13 - PRODUÇÃO DE MATERIAIS INFORMATIVOS SOBRE O FINAL DAS OBRAS																								
3.17 ATIVIDADE 14 - CAMPANHA DE CAMPO PARA DIVULGAÇÃO DO FINAL DAS OBRAS																								
3.18 ATIVIDADE 15 - VEICULAÇÃO DE SPOT DE RÁDIO SOBRE O TÉRMINO DAS OBRAS																								
3.19 ATIVIDADE 16 - MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO																								
3.20 PRODUÇÃO DE RELATÓRIO SEMESTRAL 1																								
3.21 PRODUÇÃO DE RELATÓRIO SEMESTRAL 2																								
3.22 PRODUÇÃO DE RELATÓRIO SEMESTRAL 3																								
3.23 RELATÓRIO FINAL																								

3.6.9.6.3.11 - Equipe Técnica

A implementação deste programa é de responsabilidade da TransNorte Energia S.A., havendo possibilidade de contratação de terceiros ou firmar parcerias/convênios com empresas ou instituições aptas para executá-lo.

Técnico	Formação	Nº de Registro n Conselho (ou RG)	Cadastro Técnico Federal (IBAMA)
Ana Luiza de Abreu Cláudio	Mestre em Ciências Sociais. Bacharel em Comunicação Social/Jornalismo	11.357.345 SSP-MG	3718533
Andréa dos Santos Sousa	Bacharel em Comunicação Social / Publicidade e Propaganda	081.432.98-1 IFP	1561747

3.6.9.6.3.12 - Referências

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

BARBOSA, Gustavo. Dicionário de Comunicação/Gustavo Barbosa, Carlos Alberto Rabaça. 2ª. Ed. rev e atualizada. - Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

KUNSCH, Margarida M. K.; KUNSCH, Waldemar Luiz (orgs.). Relações públicas comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora. SP: Summus, 2007.

_____. 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.

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.

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

VARGAS, Eliane & MONTEIRO, Simone. Educação, Comunicação e Tecnologia Educacional: Interfaces com o campo da saúde. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2006.

