

## ÍNDICE

11.2.2 - Programa de Comunicação Social .....	1/6
11.2.2.1 - Justificativas .....	1/6
11.2.2.2 - Objetivos.....	2/6
11.2.2.3 - Sistemática de Implantação.....	2/6
11.2.2.4 - Temporalidade .....	6/6
11.2.2.5 - Resultados Esperados .....	6/6
11.2.2.6 - Inter-relacionamento com Outros Planos e Programas .....	6/6
11.2.2.7 - Responsáveis Técnicos pela Elaboração do Programa .....	6/6
11.2.2.8 - Bibliografia .....	6/6



## 11.2.2 - Programa de Comunicação Social

### 11.2.2.1 - Justificativas

O presente documento tem por objetivo apresentar o Programa de Comunicação Social para a a Linha de Transmissão 500 kV São João do Piauí - Milagres, empreendimento de 400 km que atravessará 15 municípios entre os estados do Piauí, Pernambuco e Ceará.

Aqui pretende-se estabelecer diretrizes de comunicação social a partir das análises apresentadas no Estudo de Impacto Ambiental (EIA), onde foram identificadas uma série de impactos ambientais e sociais, decorrentes das fases de planejamento, implantação e operação do empreendimento. Por conta disso, foram definidos um conjunto de medidas consubstanciadas em Programas Ambientais visando sua prevenção, minimização e compensação no caso dos impactos negativos e potencialização para os positivos.

O Programa de Comunicação Social se justifica não só em função dos impactos ambientais identificados, mas, sobretudo, pela necessidade de transparência e busca de um novo relacionamento entre o Empreendedor e as comunidades das Áreas de Influência do Empreendimento em um contexto de democracia e construção da cidadania.

Sabe-se que a implantação de qualquer empreendimento costuma gerar muitas expectativas nas partes envolvidas, especialmente na população local. Tais expectativas podem suscitar dúvidas e resistências, principalmente no que diz respeito a alguns aspectos sensíveis por interferirem nos hábitos de circulação e posturas quanto aos cuidados necessários para a convivência com o empreendimento, garantindo a preservação da segurança, da saúde da população local e do meio ambiente da região.

Nesse sentido, torna-se necessária a implementação 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 atingidas e/ou beneficiadas.

A compreensão de que a implantação de projetos envolve uma partilha desigual de custos e benefícios entre os diversos setores sociais - recaindo os custos sociais e materiais exclusivamente sobre a população local e os benefícios para a sociedade como um todo - condiciona uma hierarquização dos públicos e das ações de comunicação social a serem

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

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

#### **11.2.2.2 - Objetivos**

O Programa de Comunicação Social tem como objetivo principal criar um canal de comunicação contínuo entre o empreendedor e a sociedade, especialmente a população diretamente afetada pelo empreendimento.

São seus objetivos específicos:

- Garantir amplo e antecipado acesso ao conjunto das informações sobre o empreendimento, os impactos ambientais e sociais associados e os Programas Ambientais;
- Contribuir para a minimização dos impactos ambientais e para a redução de tensões sociais decorrentes da falta ou do conflito de informações;
- Desenvolver ações que visem a integração das pessoas envolvidas com a implantação do Empreendimento e dos programas ambientais com a população, suas entidades representativas (associações de moradores, associação e sindicatos de trabalhadores rurais e produtores rurais), o Poder Público e organizações não governamentais;
- Interagir com os demais Programas Ambientais visando auxiliar sua implantação e divulgação.

#### **11.2.2.3 - Sistemática de Implantação**

O Programa de Comunicação Social foi concebido a partir de três linhas de ação apresentadas a seguir.

**Articulação** - abrange as atividades e ações de comunicação desenvolvidas com o objetivo de estabelecer um relacionamento construtivo com as instituições governamentais, em especial o

poder público municipal e, principalmente, com a população, com ênfase na população residente ao longo da Faixa de Domínio e dos caminhos de serviços do empreendimento.

**Informação** - envolve o conjunto de ações e instrumentos de comunicação destinados a informar os diferentes públicos-alvos sobre os diversos aspectos do empreendimento, impactos associados, adoção de medidas e implementação e desenvolvimento dos Programas Ambientais.

**Monitoramento e Avaliação** - envolve o processo de acompanhamento e avaliação das ações de comunicação.

#### 11.2.2.3.1 - Ações Planejadas

Constituem-se em principais atividades do Programa:

##### Etapa I: Antes do início das obras

- Planejamento das atividades.
- Pesquisa de campo para a complementação e caracterização do público-alvo.
- Elaboração de material informativo.
- Elaboração de fichas de registro e controle de atividades.
- Disponibilização de linha telefônica para implantação do sistema de ouvidoria telefônica e gratuita.
- Campanha de divulgação do início das obras, incluindo a elaboração dos anúncios de rádio (spots) e jornal (releases).
  - ▶ Reuniões com o Poder Público Municipal dos municípios atravessados pela Linha de Transmissão, 500Kv São João do Piauí - Milagres, especialmente, aqueles onde serão instalados os canteiros de obra.
  - ▶ Visitas informativas junto aos moradores das propriedades afetadas, informando sobre o empreendimento, esclarecendo dúvidas sobre indenizações e convivência com a Linha de Transmissão, além informações sobre as formas de contato com o empreendedor.

- ▶ Reuniões a partir de solicitação dos setores interessados (Associações de Moradores, ONGs de cunho ambientalista ou social, Sindicatos, Entidades e lideranças comunitárias, Entidades empresariais, entre outros).

#### **Etapa II: Durante a fase de obras**

- Desenvolvimento de ações regulares e periódicas em campo, contemplando a comunicação face-a-face com o público-alvo através de visitas e reuniões públicas conforme o cronograma de frente de obras.
- Distribuição do material informativo ao público-alvo.
  - ▶ Atuar como suporte direto ao Programa de Indenização e Estabelecimento da Faixa de Servidão.
  - ▶ Implementação do sistema de ouvidoria discado e gratuito às partes interessadas com funcionamento em dias e horários comerciais.

#### **Etapa III: Operação da Linha de Transmissão**

- Elaboração de material informativo sobre normas de segurança, incluído as restrições de uso do solo ao longo da Faixa de Servidão do empreendimento e demais informações de interesse do público-alvo a respeito da presença da Linha de Transmissão.
- Realização das reuniões com o público-alvo e representantes das instituições selecionadas e interessadas informando sobre o término das obras e as datas de energização da Linha de Transmissão.
- Campanha de término das obras, informando a data de início de energização da Linha de Transmissão.

#### **11.2.2.3.2 - Material e Divulgação do Empreendimento**

Criação e divulgação de instrumentos/meios de comunicação, concebidos a partir da perspectiva do público-alvo, em linguagem e formas adequadas e, acima de tudo, respeitando as características sociais e culturais dos destinatários, destacando-se:

**Folheto institucional** - apresentando as justificativas para o empreendimento, sua importância para o desenvolvimento regional e nacional, as principais fases e características do empreendimento, cuidados ambientais adotados, benefícios diretos para a região e Programas Ambientais.

**Folheto Informativo direcionado aos moradores e proprietários das áreas afetadas** - apresentação do o início das obras, resumo do Código de Conduta, localização dos canteiros de obras.

**Material para a mídia** - de acordo com o veículo de comunicação (jornal, televisão, rádio, revista), será produzido spots e/ou releases, com objetivo de informar o início e termino de cada etapa do empreendimento.

**Carros de som:** circulação de carros de som especialmente nas áreas rurais atravessadas pelo empreendimento, visando informar as datas de cada etapa, os riscos e cuidados a serem adotados pela população durante as obras e operação da Linha de Transmissão.

**Sistema de Ouvidoria** - atendimento, registro e encaminhamento de soluções de sugestões, dúvidas e demandas da população quanto ao Empreendimento.

Campanha de término das obras e início da operação.

### **11.2.2.3.3 - Monitoramento e Avaliação**

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

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

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

#### 11.2.2.4 - Temporalidade

A implementação do Programa de Comunicação Social deve começar no mínimo um mês antes do início das obras, devendo se estender por pelo menos um mês após o início da operação do empreendimento.

#### 11.2.2.5 - Resultados Esperados

O principal resultado esperado durante e após a implementação do Programa de Comunicação Social é a Redução do Risco de Atrito com a População através de um novo relacionamento entre o Empreendedor e as comunidades das Áreas de Influência do Empreendimento em um contexto de democracia e construção da cidadania.

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

#### 11.2.2.6 - Inter-relacionamento com Outros Planos e Programas

O Programa de Comunicação Social pelo seu caráter de suporte ao empreendimento, articula-se com o conjunto das ações e atividades relacionadas às obras e aos Programas Ambientais, especialmente com o Programa de Educação Ambiental.

#### 11.2.2.7 - Responsáveis Técnicos pela Elaboração do Programa

Técnico	Formação	CTFAIDA/ IBAMA
Bianca Peixoto Brandão Rodrigues Cardoso	Cientista Social	525022
Bianca Maria Abreu Mazurec	Advogada e Socióloga	323397

#### 11.2.2.8 - Bibliografia

Este Programa foi elaborado a partir da experiência adquirida em ações de comunicação social em empreendimentos de Linhas de Transmissão e pesquisa no acervo da Ecology & Environment do Brasil em empreendimento similares.