

## **13. PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

### **13.1. JUSTIFICATIVA**

Nos estudos ambientais do AHE Serra do Facão, foi identificada uma série de impactos ambientais e sociais, decorrentes do empreendimento, e definido um conjunto de medidas e de programas ambientais visando sua prevenção, minimização e compensação, ou maximização, no caso dos impactos 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.

Em função de seu caráter de canal de comunicação e interação entre o empreendedor e a sociedade, caracteriza-se como o Programa de maior abrangência em relação ao público a ser atingido e aos impactos que a ele estão associados. No entanto, a diferente situação da sociedade e da população diretamente atingida em relação ao empreendimento condiciona uma hierarquização dos públicos e das ações de comunicação social a serem desenvolvidas. Neste sentido, no desenvolvimento do Programa de Comunicação Social será priorizada a população diretamente afetada pelo empreendimento, seja por deslocamentos compulsórios, pela presença de trabalhadores ou pelos transtornos acarretados pelas obras.

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

### **13.2. OBJETIVOS**

#### **13.2.1. GERAL**

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

#### **13.2.2 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 sociais por meio da participação da população afetada durante todas as fases do empreendimento.
- Desenvolver ações de educação ambiental, visando capacitar/habilitar setores sociais, com ênfase nos afetados diretamente pelo empreendimento, para uma atuação efetiva na melhoria da qualidade ambiental e de vida na região.
- Contribuir para a criação de um relacionamento construtivo entre o empreendedor e empresas contratadas com a população afetada, suas entidades representativas, organizações governamentais e não governamentais, por meio da constituição de mecanismos de ouvidoria - recepção e respostas aos questionamentos, preocupações e demandas.
- Interagir com os demais programas propostos no PBA, para auxiliar sua implantação e divulgação interna e externa.
- Divulgar a importância do empreendimento (geração de energia) para o desenvolvimento local e regional.

### **13.3. METAS**

- As ações de comunicação deverão atingir todas as famílias afetadas diretamente pelo empreendimento até o início da geração de energia pela usina.
- Responder a todas as solicitações de informações e de questionamentos enviados ao empreendedor pelos instrumentos de comunicação implantados.
- Atender às solicitações de reuniões necessárias a esclarecimentos públicos encaminhados pela população afetada por meio de suas entidades representativas, Prefeituras Municipais da Área de Influência, Universidades e organizações comunitárias.

### **13.4. INDICADORES AMBIENTAIS**

- Grau de satisfação do público-alvo, em especial das famílias afetadas, com o acesso às informações sobre o empreendimento e os programas

- ambientais, medido em pesquisa realizada periodicamente e pela avaliação do conteúdo da correspondência recebida.
- Percentual de solicitações e questionamentos respondidos em relação ao total.
- Grau de satisfação da população-alvo de remanejamento coletivo medido em pesquisa realizada um ano depois da transferência.

### **13.5. PÚBLICO-ALVO**

Foram identificados como público-alvo do Programa de Comunicação Social os seguintes segmentos:

- público em geral;
- mídia local e regional;
- órgãos governamentais, em especial as Prefeituras Municipais da Área de Influência;
- associações e entidades ambientalistas;
- entidades empresariais e de trabalhadores;
- universidades e entidades de pesquisa;
- juízes, promotores e Ministério Público;
- população da Área de Influência e, em especial:
- famílias proprietárias e não-proprietárias a serem remanejadas;
- proprietários envolvidos nos processos de desapropriação;
- técnicos e trabalhadores das obras.

### **13.6. METODOLOGIA E DESCRIÇÃO DO PROGRAMA**

#### **13.6.1. Antecedentes**

As ações de comunicação do empreendimento com a população da região já foram iniciadas, na prática, por meio de contatos diretos com a população afetada (pesquisas socioeconômicas), de reuniões com universidades, autoridades governamentais e entidades não-governamentais, das audiências públicas e fóruns preparatórios, realizados nas etapas dos estudos ambientais (EIA/RIMA e formulação do Projeto Básico Ambiental).

Durante a realização destas atividades, assim como das solicitações de informações e demandas enviadas por escrito pela ARPRA, Associação Rural dos Produtores Atingidos por Serra do Facão, UFG, Universidade Federal do Goiás – Campus de Catalão e Promotor Público, respondidas pelo empreendedor, foi possível apreender as principais expectativas, demandas por informações, questionamentos e sugestões relacionadas à implantação do empreendimento; estes dados constituíram importantes subsídios para a formulação do Programa de Comunicação Social ora proposto.

Identificou-se, ainda, como ponto crítico para o desenvolvimento do Programa, a imagem negativa de alguns empreendimentos hidrelétricos e de mineração implantados na região e que mantêm, do ponto de vista da população, passivos ambientais significativos - processos judiciais intermináveis, promessas não cumpridas, negociação sem a participação dos diretamente interessados, queda de qualidade de vida dos reassentados e desapropriados etc. No caso do AHE Serra do Facão, esses questionamentos deverão ser efetivamente respondidos mediante explicitação das diretrizes e procedimentos a serem adotados na implantação dos Programas Ambientais, identificando o caráter social e ambientalmente responsável do empreendedor.

### **13.6.2. Vertentes do Programa**

O Programa de Comunicação foi estruturado a partir das vertentes listadas a seguir.

#### **a. Articulação**

Abrange as atividades e ações de comunicação desenvolvidas com o objetivo de estabelecer um relacionamento construtivo com as instituições governamentais, em especial as Prefeituras Municipais, com o público interno (empresas contratadas e equipes responsáveis pelos Programas Ambientais) e, principalmente, com a população local, com ênfase na população a ser diretamente afetada pelo reservatório.

#### **b. Informação**

Envolve o conjunto de ações e instrumentos de comunicação destinados a informar os diferentes públicos-alvo sobre os diversos aspectos do empreendimento, impactos associados, adoção de medidas e implantação e desenvolvimento dos programas ambientais.

**c. Educação Ambiental**

Envolve as ações educativas, desenvolvidas com o objetivo de educar para a constituição de uma consciência ambiental e mudar comportamentos, atitudes e procedimentos na relação entre os diferentes públicos-alvo, o meio natural e o empreendimento. Compreende atividades de treinamento e educação ambiental para os beneficiários dos reassentamentos e para a população da Área de Influência Direta do empreendimento.

**d. Monitoramento e Avaliação**

Envolve o processo de acompanhamento e avaliação das ações de comunicação e de educação ambiental.

**13.6.3 Atividades do Programa**

As atividades das diversas vertentes do Programa de Comunicação Social serão desenvolvidas nas fases de implantação, construção e por um período de 3 meses após o início de operação da usina, conforme detalhado a seguir.

**a. Implantação do Programa**

<b>ATIVIDADES</b>	<b>FINALIDADES</b>
Sistematização das informações dos Programas Ambientais e atualização de acordo com o avanço.	Criar mecanismo ágil de repasse de informações sobre os critérios, ações e cronogramas dos Programas Ambientais e estabelecer rotina e procedimentos para informar aos segmentos interessados o processo de avanço.
Implantação de Centro de Comunicação	Planejar e implantar um Centro de Comunicação em local estratégico, de grande afluxo de população.
Elaboração dos Instrumentos de comunicação	Elaborar peças publicitárias, folders, folhetos, cartazes, visando atingir adequadamente os diferentes públicos-alvo.
Palestras com trabalhadores das obras relacionadas à construção e aos programas ambientais	Discutir o Código de Conduta dos Trabalhadores. Divulgar conteúdos específicos visando práticas ambientais e comportamentais adequadas durante o processo de construção.
Reuniões para apresentação do projeto ao poder público	Fornecer informações sobre o projeto, seus impactos e programas. Discutir a necessidade de parcerias para a realização de ações conjuntas. Estabelecer as formas de contato com o empreendedor.
Reuniões de apresentação do projeto para a população	Divulgar informações sobre o empreendimento, seus impactos, programas e os processos indenizatórios. Divulgar o Código de Conduta dos Trabalhadores. Divulgar as formas de comunicação para o encaminhamento de preocupações, queixas e sugestões. Responder a demandas e questionamentos.
Estabelecer contato com a população afetada diretamente (a ser indenizada e reassentada)	Programa de Indenização e Remanejamento: participar do processo de implantação desse Programa.

	<p>Divulgar as formas de comunicação para o encaminhamento de preocupações, queixas e sugestões.</p> <p>Responder a demandas e questionamentos.</p>
--	---

**b. Desenvolvimento do Programa**

<b>ATIVIDADES</b>	<b>FINALIDADES</b>
Informativo para o grande público	<p>Divulgar o avanço das obras e dos Programas Ambientais.</p> <p>Divulgar o material produzido pelo Programa de Comunicação Social.</p> <p>Divulgar estudos de caráter técnico-científico relacionados ao empreendimento.</p>
Press-releases mensais	<p>Divulgar o avanço das obras e dos Programas Ambientais.</p> <p>Divulgar assuntos de interesse regional e local.</p>
Programas de rádio	<p>Divulgar informações sobre as obras e assuntos de interesse regional e local.</p> <p>Informar sobre as formas de comunicação com o empreendedor.</p>
Centro de Comunicação	<p>Representar o empreendedor na região.</p> <p>Informar e distribuir material informativo sobre as obras, seu avanço e andamento dos programas ambientais.</p> <p>Receber e encaminhar sugestões, preocupações e queixas.</p>
Caixas de Comunicação	<p>Receber sugestões, preocupações e queixas para encaminhamento aos setores competentes.</p>
Oficinas com as famílias beneficiárias dos reassentamentos coletivos	<p>Promover a melhoria da qualidade de vida da população mediante difusão de conhecimentos e técnicas de economia doméstica; manutenção da saúde e higiene familiar; melhoria das condições ambientais adequadas nas imediações da residência (construção, manutenção e limpeza de fossas, deposição e lançamentos apropriados de dejetos residenciais etc.).</p>
Visitas às obras e canteiros	<p>A partir de solicitações, agendar e realizar visitas às obras e aos canteiros.</p>
Reuniões a partir de solicitações	<p>Discutir temas definidos pelos solicitantes.</p>
Criação de um web site para o empreendimento	<p>Divulgar o conhecimento, obtidas nos diversos programas (fauna e flora, arqueologia, patrimônio histórico e cultural etc), além das informações sobre o próprio empreendimento.</p>

**c. Consolidação do Programa**

Após a conclusão das obras, o Programa de Comunicação Social deverá promover uma ampla campanha informando o seu término e o planejamento da desmobilização da mão-de-obra.

Nesse período, terão continuidade as ações de comunicação referentes à informação e monitoramento. Deverá ser assegurado o repasse das informações relativas ao avanço dos Programas Ambientais, assim como a avaliação de seus resultados, até a conclusão da implantação de todos eles.

**13.6.4. Conteúdo da Informação**

Apresenta-se, nos quadros a seguir, o conteúdo da informação a ser repassada aos distintos públicos-alvo.

**a. Implantação do Programa**

PÚBLICO-ALVO	CONTEÚDO DA INFORMAÇÃO
<p>Opinião pública Mídia regional e local Universidades e entidades de pesquisa</p>	<p>Importância do empreendimento no contexto regional e nacional. Apresentação do projeto e do processo de licenciamento. Cronograma das obras. Impactos e programas ambientais - cronograma de implantação. Estudos e informações de caráter técnico-científico.</p>
<p>Órgãos governamentais dos municípios da Área de Influência Juizes, promotores e Ministério Público</p>	<p>Importância do empreendimento no contexto local e regional. Apresentação do projeto e do processo de licenciamento. Cronograma das obras. Impactos e programas ambientais - objetivos e cronograma de implantação. Estimativa de tributos a serem pagos às Prefeituras. Geração de empregos diretos e indiretos. Diretrizes dos processos de desapropriação, indenização e de reassentamento.</p>
<p>Associações, entidades ambientalistas e organizações da sociedade civil dos municípios da Área de Influência</p>	<p>Processo de licenciamento do empreendimento. Cronograma das obras. Estratégias preventivas a serem adotadas para a minimização de impactos durante as obras e cuidados ambientais na construção. Impactos e programas ambientais - objetivos e cronograma de implantação. Benefícios do empreendimento, com ênfase na geração de empregos. Diretrizes dos processos de desapropriação, indenização e reassentamento. Código de Conduta dos Trabalhadores. Formas de comunicação para o encaminhamento de preocupações, queixas, sugestões e respostas.</p>
<p>Famílias afetadas</p>	<p>Política de reassentamento: diretrizes, processo de negociação, direitos, prazos previstos. Política de desapropriação e indenização: diretrizes, processo de negociação, direitos, prazos previstos. Criação dos grupos/Comissão de atingidos. Formas de comunicação para o encaminhamento de preocupações, queixas, sugestões e respostas.</p>

**b. Desenvolvimento do Programa**

<b>PÚBLICO-ALVO</b>	<b>CONTEÚDO DA INFORMAÇÃO</b>
Opinião pública	Avanço das obras em relação ao cronograma de construção. Avanço na implantação dos Programas Ambientais e supervisão dos Órgãos Ambientais. Processos participativos na implantação do Empreendimento. Benefícios gerados pelo Empreendimento. Estudos e informações de caráter técnico e científico.
Órgãos governamentais dos municípios da Área de Influência	Avanço das obras em relação ao cronograma de construção. Avanço na implantação dos Programas Ambientais e supervisão dos órgãos ambientais. Medidas a serem adotadas para a minimização dos impactos das obras. Parcerias realizadas para assistência técnica e social, nas áreas de saúde, educação ambiental, educação patrimonial etc.
Associações, entidades ambientalistas e organizações da sociedade civil dos municípios das Áreas de Influência	Avanço das obras em relação ao cronograma de construção. Avanço na implantação dos Programas Ambientais e supervisão dos órgãos ambientais. Cuidados ambientais durante as obras. Formas de encaminhamento de preocupações, queixas, sugestões e respostas.
População da Área de Influência	Avanço das obras em relação ao cronograma de construção. Avanço na implantação dos Programas Ambientais. Cuidados ambientais durante as obras. Cursos de Educação Ambiental e de Educação Patrimonial. Formas de encaminhamento de preocupações, queixas, sugestões e respostas.
Famílias afetadas (reassentadas e indenizadas)  Operários das empreiteiras	Avanços no processo indenizatório e na implementação do reassentamento. Formas de encaminhamento de preocupações, queixas, sugestões e respostas. Cursos de Educação Ambiental e de Educação Patrimonial. Cuidados ambientais durante as obras

**13.6.5. Principais Equipamentos e Instrumentos para Informação**

**a. Banco de Informações**

Deverão ser criadas planilhas específicas para o avanço das obras e avanço dos Programas Ambientais, visando sistematizar as informações para dar agilidade aos processos de comunicação do empreendimento. Os dados dessas planilhas deverão ser complementados e atualizados permanentemente, ficando essa atualização sob a responsabilidade da construtora (obras) e da empresa responsável pelo gerenciamento ambiental das obras e da implantação dos Programas Ambientais.



## b. Caixas de Comunicação

Serão localizadas em locais centrais e estratégicos (correio, escolas, postos de saúde, hospitais, etc.), visando facilitar a comunicação da população com o empreendedor.

## c. Instrumentos de Comunicação

Os principais instrumentos de comunicação e conteúdos, relacionados a seguir, deverão ser concebidos a partir da perspectiva de seu público-alvo, em linguagem e formas adequadas e, acima de tudo, respeitando as características sociais e culturais dos destinatários.

A responsabilidade pela elaboração e conteúdo dos instrumentos de comunicação de ordem institucional ficará a cargo do empreendedor e, a dos demais instrumentos de comunicação, da equipe do Programa de Comunicação Social, com o apoio dos responsáveis pelos demais Programas Ambientais. Esses instrumentos abrangem:

- **Folheto institucional**, contendo as justificativas para o empreendimento, sua importância para o desenvolvimento nacional e regional, as principais fases e características, obras especiais, cuidados ambientais adotados, Programas Ambientais;
- **Boletim Informativo**, destinado à população atingida – servirá para acompanhar o andamento do projeto, manter informados os representantes dos poderes públicos e formadores de opinião, divulgar os resultados de reuniões populares ou institucionais (com entrevistas), convênios firmados, apoios ao projeto e esclarecimento de questões que venham a surgir. Será voltado também para os ganhos gerais que o empreendimento trará para a população em geral;
- **Volantes**, para distribuição direta nas comunidades atingidas, informando sobre questões relevantes, agendamento de reuniões e outras questões que requeiram rápida divulgação;
- **Material para a mídia** – de acordo com o veículo de comunicação (jornal, televisão, rádio, revista), será produzido material de divulgação e informação adequado a cada público-alvo;
- **Código de Conduta dos Trabalhadores** – publicação contendo o conjunto de regras, normas e posturas que os trabalhadores vinculados ao empreendimento deverão seguir para garantir o bom relacionamento com a população local;

- **Programa de Comunicação Social** – reprodução do Programa, destinada a consultores, prestadores de serviços, pessoal de campo, agentes locais e outros executivos, com o objetivo de nivelar informações e reforçar os enfoques de comunicação junto aos segmentos do público interno que tenham contato com a população local;
- **Material Informativo para a população em geral, associações e entidades representativas e usuários da rodovia GO 506** – folhetos e cartazes informando sobre o início das obras, resumo do Código de Conduta, localização do Centro de Comunicação;
- **“Spots” em rádios locais**, com informações sistemáticas sobre os assuntos relevantes relacionados ao empreendimento e divulgação das formas de contato com o empreendedor.

#### **d. Material educativo para as famílias beneficiárias do reassentamento**

Será elaborado material didático para a difusão de conhecimentos e técnicas de economia doméstica; manutenção da saúde e higiene familiar; melhoria das condições ambientais adequadas nas imediações da residência (construção, manutenção e limpeza de fossas, deposição e lançamentos apropriados de dejetos residenciais, etc.). Este trabalho será realizado em articulação com o Programa de Indenização e Remanejamento da População.

#### **e. Centro de Comunicação**

O Centro de Comunicação é um espaço concebido como local de atendimento à população, para informar, divulgar, esclarecer dúvidas e receber sugestões, preocupações e queixas. Este Centro deverá localizar-se em local acessível e de grande afluxo de população e deverá representar o empreendedor na região.

#### **f. Ouvidoria**

A resposta às solicitações de informações e eventuais reclamações e dúvidas dos diversos setores interessados deverá ser permanente, independentemente do teor da questão e das formas utilizadas para o seu encaminhamento. Parte-se do pressuposto de que a criação de mecanismos de comunicação sem um retorno constitui fator muito mais negativo do que a própria ausência desses mecanismos, na medida em que cria falsas expectativas.

Para tal, será constituída uma Ouvidoria, que terá como responsabilidade receber os questionamentos da sociedade e garantir que sejam respondidos. Para tal, a Ouvidoria deverá

direcioná-los aos setores competentes e acompanhar o processo de encaminhamento das respostas.

Como regra geral, salvo solicitação em contrário, o retorno deverá ser realizado pelos mesmos meios de comunicação utilizados pelo público-alvo (cartas, telefone, contatos pessoais no Centro de Comunicação etc.), num período que não deve ultrapassar 24 horas em casos de emergência ou de notória gravidade, 48 horas quando a informação estiver disponível e uma semana para as demais solicitações, inclusive para informar o encaminhamento que está sendo realizado no caso em que ainda não se disponha de uma resposta.

### **13.6.6. 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 fases 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.

Na fase de implantação, quando se desenvolverão os contatos iniciais com o público-alvo do Programa e se implantarão os principais instrumentos de comunicação, serão utilizados indicadores principalmente quantitativos, possibilitando avaliar, no processo, o atendimento às metas planejadas e, se necessário, a correção de rumos.

Durante a fase de consolidação, os mecanismos implantados como canal de comunicação entre a população e o empreendedor permitirão aferir, principalmente do ponto de vista qualitativo, o nível de informação e de demandas da população, assim como de sua participação efetiva no projeto, possibilitando avaliar e orientar as ações para áreas ou setores sociais onde se façam mais necessárias.

A frequência e o teor das matérias publicadas ou veiculadas pela mídia (positivo, negativo, neutro) constituem outro indicador importante para a avaliação da eficácia das ações de comunicação.

Como instrumentos para o acompanhamento e avaliação, deverão ser emitidos relatórios mensais, nos quais 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.

### 13.7. INTERRELAÇÃO COM OUTROS PROGRAMAS

O Programa de Comunicação, por seu caráter de suporte ao empreendimento, articula-se com o conjunto das ações e atividades dos demais Programas Ambientais.

### 13.8. ATENDIMENTO A REQUISITOS LEGAIS

Não existem requisitos legais especificamente associados a este Programa.

### 13.9. RESPONSÁVEIS PELO PROGRAMA

Este Programa será de responsabilidade do empreendedor, que poderá contratar instituição ou empresa especializada e estabelecer convênios ou parcerias com instituições públicas ou privadas para sua implementação.

Sua elaboração é de responsabilidade técnica da Socióloga Marilena Giacomini (IBAMA nº 3/33/1999/000089-3).

### 13.10. CRONOGRAMA FÍSICO-FINANCEIRO

Apresentado no final deste Programa.

### 13.11. BIBLIOGRAFIA

DAMES&MOORE/PRIME/BIODINÂMICA – *Programa de Comunicação Social (trecho boliviano) do Gasoduto Bolívia-Brasil. Projeto Básico Ambiental (PBA)*. São Paulo, 1998.

FURNAS/ABB/ALSTOMBIODINÂMICA – *Estudo de Impacto Ambiental do Aproveitamento Hidrelétrico Serra do Facão*. Rio de Janeiro, 2000.

GEAB – Grupo de Empresas Associadas Barra Grande – *Projeto Básico Ambiental da UHE Barra Grande*. São Paulo, 2001.

PETROBRÁS/BIODINÂMICA – *Programa de Comunicação Social (trecho brasileiro) do Gasoduto Bolívia-Brasil*. Rio de Janeiro, 1998.

TORO, A. – *Mobilização Social: um modo de construir a democracia e participação*. Charbel. Brasília, 1997.