

**PROGRAMA DE  
COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**MODO FERROVIÁRIO**

**SUMÁRIO**

<b>FOLHA DE ROSTO .....</b>	<b>3</b>
<b>CONTROLE DE VERSÃO DO DOCUMENTO .....</b>	<b>3</b>
<b>SUMÁRIO .....</b>	<b>3</b>
<b>OBJETIVO .....</b>	<b>3</b>
<b>RESPONSÁVEIS PELA IMPLANTAÇÃO DO PROGRAMA.....</b>	<b>4</b>
<b>LEGISLAÇÃO E OUTROS REQUISITOS .....</b>	<b>4</b>
<b>ESCOPO.....</b>	<b>4</b>
<b>ABRANGÊNCIA .....</b>	<b>4</b>
<b>MATERIAIS E MÉTODOS – DESCRIÇÃO DAS MEDIDAS AMBIENTAIS.....</b>	<b>5</b>
<b>Tabela 1 – Fase de Pré-implantação.....</b>	<b>6</b>
<b>Tabela 2 – Fase de Implantação.....</b>	<b>7</b>
<b>Tabela 3 - Relatórios .....</b>	<b>12</b>
<b>MATERIAIS E MÉTODOS – AVALIAÇÃO E MONITORAMENTO .....</b>	<b>13</b>
<b>RECURSOS NECESSÁRIOS.....</b>	<b>15</b>
<b>CRONOGRAMA .....</b>	<b>15</b>
<b>REVISÃO .....</b>	<b>15</b>
<b>INTER-RELAÇÃO COM OUTROS PROGRAMAS .....</b>	<b>16</b>
<b>SE A OBRA FOR PARALISADA, O QUE OCORRE COM A EXECUÇÃO DO PROGRAMA?.....</b>	<b>16</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>16</b>

### FOLHA DE ROSTO

A ser elaborada conforme o empreendimento e de acordo com o documento “Estrutura do Plano de Gestão Ambiental do Licenciamento Ambiental Federal”, disponível em <<http://ibama.gov.br/laf/orientacoes-tecnicas>>.

### CONTROLE DE VERSÃO DO DOCUMENTO

A ser elaborada conforme o empreendimento e de acordo com o documento “Estrutura do Plano de Gestão Ambiental do Licenciamento Ambiental Federal”, disponível em <<http://ibama.gov.br/laf/orientacoes-tecnicas>>.

### SUMÁRIO

A ser elaborada conforme o empreendimento e de acordo com o documento “Estrutura do Plano de Gestão Ambiental do Licenciamento Ambiental Federal”, disponível em <<http://ibama.gov.br/laf/orientacoes-tecnicas>>.

### OBJETIVO

Criar um canal de comunicação contínuo entre o empreendedor e a sociedade, especialmente a população diretamente afetada pelo empreendimento.

Construir e estabelecer relacionamento com as escolas, universidades, associações comunitárias, trabalhadores das obras, imprensa e instituições públicas e sociais.

## RESPONSÁVEIS PELA IMPLANTAÇÃO DO PROGRAMA

A responsabilidade de execução do Programa é do Empreendedor.

## LEGISLAÇÃO E OUTROS REQUISITOS

- Constituição Federal, Capítulo V, Art. 220, Art. 221, § 3º Incluído pela Emenda Constitucional nº 36, de 2002;
- Lei Nº 12.527/2011 - Lei de acesso à Informação; e
- Lei 6.938 de 31 de agosto de 1981 - dispõe sobre a Política Nacional do Meio Ambiente, seus fins e mecanismos de formulação e aplicação, e dá outras providências.

Todas as ações e recursos utilizados deverão atender às normas de divulgação dos programas e demais projetos ambientais condicionantes do licenciamento, conforme estabelecido na Instrução Normativa nº 2/2012 de 27 de março de 2012, do Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis – IBAMA, buscando, assim, evitar que o público participante associe as ações executadas com projetos de responsabilidade social das empresas.

## ESCOPO

A ser elaborado conforme o empreendimento e de acordo com o documento “Estrutura do Plano de Gestão Ambiental do Licenciamento Ambiental Federal”, disponível em <<http://ibama.gov.br/laf/orientacoes-tecnicas>>.

## ABRANGÊNCIA

A ser elaborada conforme o empreendimento e de acordo com o documento “Estrutura do Plano de Gestão Ambiental do Licenciamento

## ► PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Ambiental Federal”, disponível em <<http://ibama.gov.br/laf/orientacoes-tecnicas>>.

### MATERIAIS E MÉTODOS – DESCRIÇÃO DAS MEDIDAS AMBIENTAIS

#### PRODUÇÃO DE MATERIAL INFORMATIVO

- O Programa de Comunicação Social centralizará a produção e disponibilização de materiais informativos/educativos para os vários Programas Ambientais a serem executados;
- As informações a serem contidas nesses materiais serão discutidas com as equipes técnicas específicas dos Programas, que já terão avaliado as solicitações recebidas pelos canais de comunicação disponibilizados à sociedade. Todo o material deverá ser produzido em linguagem acessível e adequada aos diferentes públicos, com identidade visual própria, a fim de homogeneizar as matérias;
- O conteúdo das mensagens a serem difundidas informará e esclarecerá a população sobre a necessidade e objetivos do empreendimento e as etapas da obra. Para tanto, utilizará abordagens que resultem em:
  - Nivelamento e coerência das informações dadas entre os públicos envolvidos, com a veiculação de informações corretas e claras sobre o empreendimento e o recebimento de reclamações e consultas de maneira abrangente, com seu atendimento sendo feito com civilidade e presteza, contribuindo para o nível de satisfação de usuários e partes interessadas; e
  - Seleção de ferramentas informativas de difusão que sejam eficazes para o objetivo deste Programa e adequadas para os diferentes públicos alvo.
- Deve-se destacar a produção de material específico para os seguintes públicos:

## ► PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

- Usuários do empreendimento destacando-se informações precisas sobre cronogramas de obras, desvios previstos, horários de obras, liberação de trechos regularizados/duplicados, dicas de segurança, entre outros; e
- População residente nos perímetros urbanos e vilas/distritos/comunidades situadas na área diretamente afetada pelo empreendimento, com cronograma de obras, horários, intervenções, término das obras e liberação de trechos, dicas de segurança, entre outras informações.
- Boletins informativos periódicos impressos para a população afetada;
- O conteúdo de informação a ser repassado em cada fase, a cada segmento do público-alvo deverá considerar, de um lado, a natureza e/ou finalidade da informação e, de outro, a atribuição e/ou participação específica de cada segmento, conforme os seguintes quadros:

Tabela 1 – Fase de Pré-implantação

<b>Módulo de Informação - Fase de Pré-implantação</b>	
<b>Público-Alvo</b>	<b>Conteúdo da Informação</b>
Órgãos Governamentais dos Municípios da Área de Influência	▪ Importância do empreendimento no contexto local e regional;
	▪ Apresentação do projeto e do processo de licenciamento do empreendimento;
	▪ Cronograma das obras e diretrizes ambientais para as 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;
Associações, Entidades Ambientistas e Organizações da Sociedade Civil dos municípios das Áreas de Influência	▪ Alertar para as consequências da migração populacional e recepção de novos moradores – impactos no sistema de saúde, moradia, segurança, etc.
	▪ Processo de licenciamento do empreendimento;
	▪ Traçado municipal da rodovia e cronograma das obras;
	▪ Estratégias preventivas a serem adotadas para a minimização de impactos durante as obras e normas de segurança e cuidados ambientais na construção;
	▪ Impactos e Programas Ambientais - objetivos e cronograma de implantação;
	▪ Benefícios do empreendimento;
	▪ Diretrizes dos processos de desapropriação, indenização e de reassentamento;
	▪ Geração de empregos diretos e indiretos;
	▪ Código de Conduta dos Trabalhadores;
	▪ Formas de comunicação para o encaminhamento de preocupações, queixas e sugestões.
População do entorno das obras	▪ Trabalhos a serem executados em cada lote e prazos de início e estimativa de término das obras;
	▪ Impactos, Programas Ambientais e Medidas mitigadoras - objetivos e cronograma de implantação;
	▪ Benefícios do empreendimento (criação de postos de trabalho, melhorias no tráfego, redução de custos, diminuição de acidentes, etc.);
	▪ Normas de segurança e cuidados ambientais na construção;

► PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

<b>Módulo de Informação - Fase de Pré-implantação</b>	
<b>Público-Alvo</b>	<b>Conteúdo da Informação</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Código de Conduta dos Trabalhadores;</li> <li>▪ Formas de comunicação para o encaminhamento de preocupações, queixas e sugestões;</li> <li>▪ Se e como ocorrerá a contratação de mão-de-obra.</li> </ul>
Famílias a serem reassentadas e/ou indenizadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Política de reassentamento, desapropriação e indenização: diretrizes, processo de negociação, direitos, prazos previstos;</li> <li>▪ Criação dos Grupos de Participação correspondentes;</li> <li>▪ Formas de comunicação para o encaminhamento de preocupações, queixas e sugestões.</li> </ul>
Usuários da Rodovia	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Importância da obra no contexto regional e nacional;</li> <li>▪ Benefícios do empreendimento (melhorias no tráfego; redução de custos, diminuição de acidentes, etc.);</li> <li>▪ Prazos previsto para o início das obras em cada lote e tempo de duração;</li> <li>▪ Cuidados especiais a serem adotados durante as obras.</li> </ul>
Fonte: DNIT. 2006	

Tabela 2 – Fase de Implantação

<b>Módulo de Informação - Fase de Implantação</b>	
<b>Público-Alvo</b>	<b>Conteúdo da Informação</b>
Órgãos Governamentais dos Municípios da Área de Influência	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Avanço das obras nos lotes de interesse, em relação ao cronograma de construção;</li> <li>▪ Avanço na implantação dos Programas Ambientais e supervisão dos Órgãos Ambientais;</li> <li>▪ Alterações no tráfego e rotas alternativas;</li> <li>▪ Trechos críticos, áreas sensíveis e/ou protegidas e obras especiais – cuidados ambientais adotados;</li> <li>▪ Medidas a serem adotadas para a minimização dos impactos das obras;</li> <li>▪ Benefícios gerados pelo empreendimento;</li> <li>▪ Parcerias realizadas - experiências exitosas nas áreas de saúde, educação ambiental;</li> <li>▪ Ordenamento territorial, segurança no trânsito, etc.</li> </ul>
Associações, Entidades Ambientalistas e Organizações da Sociedade Civil dos municípios das Áreas de Influência	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Avanço das obras em relação ao cronograma de construção;</li> <li>▪ Avanço na implantação dos Programas Ambientais e supervisão dos Órgãos Ambientais;</li> <li>▪ Alterações no tráfego e rotas alternativas;</li> <li>▪ Trechos críticos, áreas sensíveis e/ou protegidas e obras especiais – cuidados ambientais adotados;</li> <li>▪ Medidas de segurança a serem adotadas durante as obras;</li> <li>▪ Benefícios gerados pelo empreendimento para a população regional e local;</li> <li>▪ Formas de comunicação para o encaminhamento de preocupações, queixas e sugestões.</li> </ul>
População do entorno das obras	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Avanço das obras em relação ao cronograma de construção;</li> <li>▪ Avanço na implantação dos Programas Ambientais;</li> <li>▪ Alterações no tráfego e rotas alternativas;</li> </ul>

## ► PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

<b>Módulo de Informação - Fase de Implantação</b>	
<b>Público-Alvo</b>	<b>Conteúdo da Informação</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Trechos críticos, áreas sensíveis e/ou protegidas e obras especiais locais, cuidados ambientais adotados;</li><li>▪ Medidas de segurança a serem adotadas durante as obras;</li><li>▪ Benefícios gerados pelo empreendimento para a população local;</li><li>▪ Formas de comunicação para o encaminhamento de preocupações, queixas e sugestões.</li></ul>
Proprietários indenizados	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Avanços nos processos de indenização;</li><li>▪ Formas de comunicação para o encaminhamento de preocupações, queixas e sugestões.</li></ul>
Usuários da Rodovia	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Informação geral sobre o avanço das obras;</li><li>▪ Períodos e horários de interrupção de trechos e roteiros alternativos;</li><li>▪ Cuidados a serem adotados durante as obras e providências necessárias em casos de situações de emergência (acidentes fatais, com cargas perigosas, etc.);</li><li>▪ Formas de comunicação para o encaminhamento de preocupações, queixas e sugestões.</li></ul>

Fonte: DNIT. 2006

### **CRIAÇÃO DE CANAIS DE COMUNICAÇÃO**

- Criar canais de comunicação, que são espaços concebidos enquanto locais de atendimento à população para informar, divulgar, esclarecer dúvidas e receber sugestões, preocupações e queixas. Esses espaços poderão ser acessados pelos usuários da rodovia bem como a população em geral através da criação dos seguintes mecanismos:
  - Criação de linha telefônica gratuita (0800) para dúvidas, sugestões, críticas e denúncias relacionadas às obras;
  - Disponibilização de número de acesso para aplicativos de mensagens rápidas, como WhatsApp, Telegram ou outros, onde todo o público possa telefonar ou anexar textos, fotos, vídeos, áudios, localizações ou outras mídias digitais, de modo a apresentar, de forma clara e precisa, suas dúvidas, sugestões, críticas e denúncias relacionadas às obras e operação do empreendimento;



## ► PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

- Disponibilização de um sítio eletrônico (website) para informar as atividades relacionadas às obras e receber demandas da comunidade por meio de correio eletrônico;
- Instalação de “Caixas de Comunicação” com o mesmo objetivo de receber sugestões, queixas e preocupações, assim como a solicitação de informações da população local sobre o empreendimento. Sugere-se a instalação desses mecanismos em todos os canteiros de obras e locais de grande circulação de pessoas, como por exemplo: prefeituras, postos de saúde, escolas, entre outros, com ênfase nas áreas mais fortemente afetadas;
- As reclamações e sugestões serão encaminhadas aos responsáveis para providências e devem ser respondidas em um prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis. A absoluta impossibilidade de respostas rápidas, como as que necessitem estudos complementares, serão respondidas no mais curto prazo ao requisitante; e
- Todas essas contribuições deverão compor a base de dados, bem como suas soluções, e farão parte dos indicadores do Programa.

## **FORMAÇÃO DE BANCO DE DADOS**

- Constituído por dados relacionados a todo o empreendimento bem como dos demais Programas Ambientais a serem executados, que centralizará informações importantes, tais como comunidades afetadas, cadastro de trabalhadores, órgãos e entidades municipais e estaduais e seus contatos, cronograma de obras, frentes de obras, entre outros.

## **ARTICULAÇÃO**

## ► PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

- Desenvolver atividades e ações de comunicação com o objetivo de estabelecer um relacionamento construtivo com as instituições governamentais, em especial com as Prefeituras Municipais, com o público interno (empresas contratadas para as obras e equipes responsáveis pelos Programas Ambientais) e, principalmente, com a população local e suas entidades representativas;
- Contribuir na consolidação da imagem positiva do empreendimento entre a população das comunidades em geral;
- Todas as ações do Programa devem ser concomitantes ao avanço das frentes de obras, chegando a cada localidade antes do início das obras;
- Após a conclusão das obras deverá ser promovida campanha informando o término das obras e as novas condições operacionais e o andamento do projeto em outros segmentos da rodovia; e
- Durante a execução do Programa, deverá haver o acompanhamento e avaliação das ações.

## EXECUÇÃO

Atividades antes do início das obras:

- Desenvolver atividades de elaboração e programação do plano de trabalho;
- Mobilização da equipe responsável;
- Vistoria e levantamento de dados;
- Mapeamento das rádios, sites e jornais locais;
- Elaboração da lista de partes interessadas.

## ► PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

No que tange às atividades de divulgação, pelo menos uma campanha será implementada antes do início das obras. Essa campanha incluirá distribuição de folhetos informativos e veiculação de informações por rádios ou jornais locais. Também incluirá reuniões informativas junto a dirigentes locais.

Atividades durante as obras:

- Implantação do sistema de Ouvidoria (0800) por parte do empreendedor;
- Elaboração de materiais informativos;
- Veiculação de anúncio em rádio e jornais, contendo informações sobre o início das obras, desvios, interferências viárias e outras pertinentes para usuários;
- Disponibilização em tempo real no site de todo os trechos da rodovia que se encontram em obras ou que possuem alguma interferência em sua condição normal de operação;
- Reuniões com as prefeituras municipais e demais entidades das áreas afetadas, definidas a partir do levantamento das partes interessadas; e
- Reuniões com as comunidades na Área de Estudo do empreendimento incluídas no levantamento das partes interessadas efetuado na etapa inicial do programa.

As campanhas de campo com função dupla de divulgação e esclarecimento serão desenvolvidas contemplando as seguintes ações:

- Divulgação geral do empreendimento e do processo de licenciamento;
- Características da obra;
- Cronograma de implantação;
- Locais de contratação de mão de obra;
- Aviso e esclarecimentos sobre a sinalização que deverá ser implantada e vias de acesso para pedestres;

## ► PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

- Impactos positivos e negativos decorrentes da implantação do empreendimento;
- Programas ambientais;
- Compromissos de mitigação e compensação ambiental assumidos;
- Divulgar as demandas dos demais programas ambientais do PBA;
- Obrigações/responsabilidades das construtoras na mitigação do impacto ambiental;
- Atendimento a consultas no canal de Ouvidoria (0800) e Caixa de Sugestões;
- Realização de palestras e/ou distribuição de material informativo em instâncias da população organizada e, se necessário, autoridades municipais;
- Atualização do “Levantamento de Partes Interessadas”; e
- Situações de interferências com redes de utilidades.

## RELATÓRIOS

Tabela 3 - Relatórios

Relatórios	Periodicidade	Conteúdo Geral	Destino
Relatório Semestral	Semestral	Descrição das atividades executadas e resultados obtidos durante o semestre.	Órgão ambiental licenciador
Relatório Final	Ao término da fase de instalação	Descritivo contemplando todas as campanhas mensais com registros fotográficos da execução das atividades e a situação presente ao final das obras.	Órgão ambiental licenciador

**MATERIAIS E MÉTODOS – AVALIAÇÃO E MONITORAMENTO**

**Objetivos específicos:**

- Planejar de maneira integrada as ações de comunicação social a serem desenvolvidas durante a etapa anterior ao início das obras, durante a construção e na entrega para operação, garantindo que as informações transmitidas sejam eficientes, precisas e claras;
- Identificar o público-alvo das campanhas, incluindo a população e atividades econômicas que poderão ser diretamente ou indiretamente afetadas;
- Divulgar informações sobre as características e importância do empreendimento, seus benefícios (econômicos, socioambientais, mobilidade e outros), abordando os impactos positivos e as mitigações dos negativos decorrentes da implantação e operação do empreendimento;
- Esclarecer sobre as atribuições e responsabilidades do empreendedor, suas possibilidades e diferença entre o processo de licenciamento e as políticas públicas sob responsabilidade de outros atores governamentais;
- Divulgar permanentemente, de forma clara a públicos diversos na área de influência do projeto, informações relativas ao empreendimento como alterações no cotidiano da população, alterações nas vias de acesso e de circulação existentes nas áreas de influência e demais informações pertinentes;
- Interagir e apoiar os demais programas ambientais divulgando resultados;
- Estabelecer um “Sistema de Recepção de Sugestões, Reclamações e Elogios” acessível à população da área de influência direta e aos trabalhadores;
- Garantir o amplo e antecipado acesso às informações sobre o empreendimento, impactos socioambientais associados e Programas Ambientais; e

## ► PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

- Possibilitar um diagnóstico social participativo, com atualização do empreendedor acerca dos impactos do empreendimento, de modo a adequar sistematicamente as medidas mitigadoras.

### **Metas:**

- Realizar campanha de divulgação na fase anterior ao início das obras (no mínimo 30 dias antes do início);
- Informar sobre mudança de situação do empreendimento (instalação de canteiro ou de frente de obra, bem como suas desmobilizações e o início da operação) deverão ter ampla divulgação com antecedência mínima de 30 dias de forma a propiciar tempo hábil para a comunidade se ajustar à nova realidade.
- Produzir e distribuir, em quantidade suficiente para atingimento de ampla divulgação, de material informativo e educativo (faixas, banners, folhetos, informativos) em linguagem simples e concisa, direcionando-os para temáticas específicas, compatível com a população a ser atingida pelas ações, durante o período de obras;
- Manter em funcionamento o sítio eletrônico, durante as obras, dando publicidade a documentos relevantes ligados ao empreendimento;
- Manter em atividade canal de comunicação, durante a implantação do empreendimento, garantindo resposta a dúvidas e reclamações no menor prazo possível; e
- Manter o público-alvo ciente de todas as eventuais alterações da rotina (alteração de rotas, pontos críticos das obras, dentre outros).

### **Indicadores:**

- Número de informativos efetivamente distribuídos e divulgados à sociedade local na campanha da fase anterior ao início das obras

## ► PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

- Número de sugestões, elogios e queixas respondidos em relação ao total recebido via canais de comunicação disponibilizados;
- Tempo de resposta aos reclamantes;
- Satisfação do público quanto aos esclarecimentos sobre o empreendimento;
- Número de informativos efetivamente distribuídos à sociedade local e aos usuários sobre o andamento das obras e dos Programas Ambientais;
- Número de reclamações referentes aos incômodos causados pelas obras e que não foram avisados previamente;
- Número de acessos ao sítio eletrônico disponibilizado; e
- Quantidade de material informativo e educativo (faixas, banners, folhetos, informativos) em linguagem simples e concisa, direcionando-os para temáticas específicas.

### RECURSOS NECESSÁRIOS

Responsável técnico habilitado pelo seu órgão de classe, se for o caso, materiais e equipamentos imprescindíveis à realização das atividades.

### CRONOGRAMA

A ser elaborado conforme o empreendimento e de acordo com o documento “Estrutura do Plano de Gestão Ambiental do Licenciamento Ambiental Federal”, disponível em <<http://ibama.gov.br/laf/orientacoes-tecnicas>>.

### REVISÃO

A ser elaborado conforme o empreendimento e de acordo com o documento “Estrutura do Plano de Gestão Ambiental do Licenciamento

## ► PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Ambiental Federal”, disponível em <<http://ibama.gov.br/laf/orientacoes-tecnicas>>.

### INTER-RELAÇÃO COM OUTROS 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 demais Programas Ambientais.

Particularmente, articula-se com o Programa de Educação Ambiental, apoiando a produção e reprodução do material informativo e educativo vinculado ao conjunto dos temas ambientais propostos nos diversos Programas.

### SE A OBRA FOR PARALISADA, O QUE OCORRE COM A EXECUÇÃO DO PROGRAMA?

A comunicação da paralização das obras ao público e reavaliação do programa.

### REFERÊNCIAS

A ser elaborado conforme o empreendimento e de acordo com o documento “Estrutura do Plano de Gestão Ambiental do Licenciamento Ambiental Federal”, disponível em <<http://ibama.gov.br/laf/orientacoes-tecnicas>>.