

NORMA AMBIENTAL VALEC Nº 27/2010**AÇÕES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

SUMÁRIO

1. MOTIVAÇÃO.....	1
2. OBJETIVOS.....	2
2.1. Objetivo Geral.....	2
2.2. Objetivos Específicos.....	3
3. ASPECTOS LEGAIS.....	4
4. DIRETRIZES.....	5
4.1. Orientação.....	5
4.2. Procedimentos.....	5
4.3. Metas.....	6
4.4. Indicadores.....	7
5. MÉTODOS E RECURSOS.....	7
5.1. Métodos.....	7
5.2. Recursos por lote de obras:.....	11
6. PERÍODO DE VALIDADE E CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO.....	11
7. ÓRGÃOS INTERVENIENTES.....	12
8. BIBLIOGRAFIA.....	12

1. MOTIVAÇÃO

- A adoção de medidas de controle ambiental na implantação da Ferrovia deve ser acompanhada por um amplo processo de esclarecimento tanto do público externo como dos empregados das empresas contratadas, na medida em que o pessoal envolvido pode não ter consciência da necessidade da proteção ambiental, gerando perturbações que podem ocorrer sob diversas formas, desde a provocação de incêndios acidentais e caça e pesca ilegal, até acidentes de trânsito, poluição e degradação dos meios físico, biótico e social. Estas poluições e degradações podem ser evitadas ou mitigadas significativamente com a orientação correta aos trabalhadores e seus chefes, envolvendo, portanto, todos os níveis e funções, bem como por uma fiscalização exigente dos órgãos competentes, aqui incluída a contratante das obras.*

- II. Tendo também como meta o bom relacionamento com os vizinhos dos empreendimentos, o Programa de Comunicação Social visa estabelecer e manter canais de comunicação entre o empreendedor e os diversos atores sociais envolvidos nas obras das Ferrovias cujas concessões são de responsabilidade da VALEC. Para tanto é necessário tanto a transparência das ações do empreendedor, como a garantia de que as informações permeiem a sociedade adequadamente, evitando interferências de terceiros – de boa ou de má fé - na comunicação.
- III. O parágrafo anterior identifica, portanto, o público alvo: os trabalhadores de todos os níveis ligados às obras das Ferrovias cujas concessões são de responsabilidade da VALEC e, também, as populações dos bairros, das cidades e de aglomerados rurais que estejam nas proximidades das obras, afetados direta ou indiretamente por elas, ou por instalações de apoio pertencentes aos empreiteiros e subempreiteiros. Também fazem parte do público alvo as crianças e adolescentes, através das escolas que frequentam e, especialmente, os professores destas escolas, aos quais serão oferecidos treinamentos visando a multiplicação da atividade de educação ambiental em toda a área de influência dos empreendimentos.
- IV. Em função do caráter de canal de comunicação e interação entre o empreendedor e a sociedade, esta Norma estabelece que o Programa de Comunicação Social deve ser desenvolvido como um dos mais importantes de todos, vista a ampla abrangência em relação ao público a ser atingido e aos impactos que a ele estão associados.

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo Geral

- V. O Programa de Comunicação Social regulado por esta Norma tem como objetivo difundir e, também, monitorar as informações sobre a implantação do empreendimento de forma contínua, informando a população sobre os riscos, as possíveis situações especiais, ao mesmo tempo atuando para eliminar ruídos de interferências e/ou eventuais distorções de notícias que poderiam gerar expectativas equivocadas, tanto negativas quanto positivas, entre os diversos segmentos de público envolvidos.
- VI. Para tanto, o Programa de Comunicação que será aplicado deverá articular o conjunto de ações de comunicação social, de forma a evitar conflitos de informações decorrentes de atuações diferenciadas entre as equipes encarregadas pela implantação dos programas ambientais e as empresas construtoras contratadas para realizar as obras e serviços, em todas as ações que envolvam a necessidade de estabelecer relações com a população.

2.2. Objetivos Específicos

Os objetivos específicos deste Programa são:

vii. Objetivo 01: Divulgação do Empreendimento

- *Informar a sociedade sobre as características do empreendimento, as etapas de sua implantação, o desenvolvimento dos programas e as mudanças que ocorrerão durante as obras;*
- *Auxiliar na mitigação dos possíveis transtornos para a população durante o período de construção;*
- *Apoiar os demais programas ambientais, facilitando o aporte de informações e divulgando seus resultados;*
- *Informar sobre os procedimentos de segurança a serem observados nos canteiros de obras, trechos em obras e em seu entorno;*
- *Prevenir possíveis transtornos e conflitos decorrentes da circulação intensa do contingente de trabalhadores empregados na obra, visando, entre outros aspectos, à ordem, ao respeito à população e à conservação do meio ambiente;*
- *Divulgar a importância do empreendimento para o desenvolvimento socioeconômico, tendo em vista ser um empreendimento de utilidade pública a trazer benefícios locais e regionais;*
- *Interagir com os demais programas propostos auxiliando a implantação e divulgação interna e externa, a fim de integrar e compatibilizar as diversas ações que envolvam comunicação e interação comunitária com o público.*

viii. Objetivo 02: Responsabilidade Social

- *Intermediar as relações entre o empreendedor, os executores e a sociedade, fornecendo informações e criando um canal de comunicação, primeiramente entre os segmentos envolvidos, especialmente entre o empreendedor, as lideranças comunitárias e a Equipe de Apoio e Acompanhamento a População Afetada;*
- *Informar a população do entorno do empreendimento e demais segmentos do público, com linguagem e conteúdos específicos, quanto às principais características do empreendimento, seu cronograma de implantação, os impactos provenientes das diferentes ações e os programas de mitigação e compensação correspondentes;*
- *Contribuir para a criação de um relacionamento construtivo entre o empreendedor e empresas contratadas com a população afetada por meio da disponibilização dos mecanismos de ouvidoria - recepção e respostas aos questionamentos, preocupações e demandas.*

IX. Objetivo 03: Convívio com a Ferrovia

- Informar sobre circulação, os acessos às localidades e comunidades existentes na área de influência durante as fases de implantação e operação do Empreendimento;
- Prevenir possíveis acidentes rodoviários decorrentes do mau uso de vias existentes pelos empreiteiros e de caminhos de serviço pelos moradores lindeiros.

3. ASPECTOS LEGAIS

- x. Constituição Federal de 1988 tem como principal objetivo assegurar o exercício dos direitos sociais e individuais, onde o artigo 5º, constante Dos Direitos e Deveres Individuais e Coletivos, determina a igualdade de todos perante a lei, garantindo o direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade. O inciso XIV deste artigo assegura a todos o acesso à informação, enquanto o inciso XXXIII assegura o direito de todos receberem dos órgãos públicos informações, sejam as mesmas de interesse particular, coletivo ou geral. O direito à informação é uma das medidas administrativas fundamentadas no princípio democrático.
- xi. O capítulo da Carta Magna que trata da Política Urbana é formado pelos artigos 182 e 183, que apresentam estreita relação com a matéria ambiental, dado que estes têm como objetivo o ordenamento do desenvolvimento das funções sociais da cidade, garantindo o bem estar dos habitantes. Muitos dos artigos considerados neste tópico encontram-se citados pela característica inerente a questão ambiental, a qual não pode ser separada da questão social, como desenvolvimento social, urbano, saúde pública, saneamento básico, entre outros.
- xii. Da mesma forma, pode ser observado no artigo 220 da Constituição Federal, que trata da Comunicação Social, no qual a manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação não podem sofrer qualquer restrição (BRASIL, 1988).
- xiii. Em consonância com as bases estabelecidas pela Constituição Federal, a Lei Federal nº 6.938, de 31 de agosto de 1981, que dispõe sobre a Política Nacional de Meio Ambiente (PNMA), define como um dos objetivos da PNMA a divulgação de dados e informações ambientais e à formação de uma consciência pública sobre a necessidade de preservação da qualidade ambiental e do equilíbrio ecológico (BRASIL, 1981).
- xiv. As Resoluções do CONAMA que tratam do licenciamento ambiental (Resoluções 001/86 e 237/97); das audiências públicas (009/87) e da divulgação dos eventos (006/86, reforçada com a Resolução 281/2001)

4. DIRETRIZES

4.1. Orientação

xv. Tendo como estrela guia obter um bom relacionamento entre o empreendedor e os diversos atores sociais envolvidos nas obras das Ferrovias da VALEC, a elaboração e a execução do Programa de Comunicação Social visarão estabelecer e manter canais de comunicação que deverão agir contando com a transparência das ações do empreendedor e com a garantia de que as informações permeiarão a sociedade adequadamente, evitando interferências – de boa ou de má fé - na comunicação.

4.2. Procedimentos

xvi. A partir das três linhas de ação estabelecidas deverão ser desenvolvidas as atividades relacionadas a seguir, associadas às etapas do empreendimento:

- Seleção da equipe técnica para realização do Programa de Comunicação Social;*
- Seleção dos Agentes Locais e treinamento e orientação da equipe do Programa com relação aos aspectos referentes à obra, relações comunitárias e conservação do meio ambiente.*
- Sistematização, junto com o empreendedor, das informações sobre as frentes de obras, dos cronogramas e dos prazos de execução, explicitando as interferências com o dia a dia das populações-alvo do Programa de Comunicação Social.*
- Definição, junto com a Equipe de Gestão Ambiental, das estratégias comuns do Programa de Comunicação Social e dos Programas Ambientais, especialmente aqueles que têm como público-alvo a população diretamente afetada.*
- Destaca-se a importância dos dois procedimentos imediatamente anteriores para a garantia da circulação de informações precisas sobre cronogramas de obras, processos indenizatórios e procedimentos de abordagem.*
- Criação de um canal de comunicação interno de Gestão Ambiental da Obra, incluindo o empreendedor, os executores (construtores) da obra, a fiscalização ambiental e os coordenadores dos programas, a fim de manter sempre atualizado o fluxo nas informações internas e o encaminhamento das demandas e pleitos comunitários.*
- Criação de um canal de comunicação entre o empreendedor, os executores da obra e os governos estaduais e municipais, com o objetivo de acompanhar as demandas e divulgar as alterações e/ou*

interrupções de vias de tráfego, assim como informar sobre rotas alternativas.

- Após realizar as tarefas previstas nos procedimentos antes relatados, a equipe responsável pela execução do Programa de Comunicação Social, deverá revisar o Plano de Trabalho existente, a fim de ajustá-lo à realidade local (por lote de obras), levando em conta o cronograma de investimentos do e o cronograma das atividades aprovado pelo empreendedor.
- Criação e elaboração de material de divulgação do empreendimento, a ser distribuído ao longo da implantação do Programa. Será estabelecido um fluxo do material a ser distribuído, considerando as etapas do empreendimento e os lotes de obras durante a fase de implantação.
- Disponibilização dos mecanismos de Ouvidoria da VALEC, para garantir a qualidade ambiental planejada pelo empreendimento, buscando a participação comunitária. O sistema de ouvidoria será composto pelos seguintes instrumentos:
 - Através de acesso pessoal ao agente local de comunicação;
 - Linha telefônica;
 - Correio eletrônico;
 - Formulário de ouvidoria, colocado em disponibilidade nas entidades comunitárias e nos escritórios montados em cada frente de obra;

4.3. Metas

xvii. Para alcançar os objetivos específicos propostos, deverão ser adotadas as seguintes metas:

- Manter 100% dos públicos alvo informados sobre a obra e sobre os programas ambientais em andamento.
- Identificar e responder 100% dos questionamentos da população envolvendo demandas, pleitos, expectativas e reclamações.
- Manter canais de comunicação internos que garantam que 100% das informações sobre o andamento e o sucesso dos programas ambientais cheguem a todos os coordenadores e supervisores dos lotes de obras.
- Manter 100% dos técnicos em comunicação treinados para interferir corrigindo os desvios de informação detectados em normas de conduta; saúde, segurança e meio ambiente.
- Manter 100% das comunidades afetadas pelas Ferrovias sobre as oportunidades de emprego e de negócios com o Transporte ferroviário e com as empresas que prestam serviço à VALEC.
- Reduzir a Zero os conflitos entre a VALEC e seus contratados com o público afetado pelas obras.

4.4. Indicadores

xviii. Para avaliação da implantação do Programa de Comunicação Social são considerados os seguintes indicadores:

- *Nível de satisfação de proprietários e comunidades do entorno com relação às informações sobre as etapas de realização do empreendimento, avaliado a partir de enquetes de opinião;*
- *Registro (ficha de acompanhamento) dos contatos diretos com os proprietários ao longo do traçado da Ferrovia;*
- *Registro (quantidade e conteúdo) das demandas da população, expressas por intermédio dos canais de comunicação disponibilizados pelo empreendedor: Ouvidoria e Serviço de 0800;*
- *Comunicados veiculados na área de influência indireta (All) com informações sobre o empreendimento na mídia regional e local;*
- *Registro (quantidade e identificação) dos moradores entrevistados pela pesquisa de opinião;*
- *Material de comunicação produzido, especificando a quantidade, frequência e destinação, bem como o conteúdo das informações difundidas.*

5. MÉTODOS E RECURSOS

5.1. Métodos

xix. Reuniões Institucionais - As reuniões institucionais têm por objetivo apresentar o projeto executivo do empreendimento ao Poder Público dos municípios da área de influência, destacando: a sua importância local e regional; o empreendedor; os executores; os aspectos gerais referentes à obra de implantação; as ações propostas pelos programas ambientais que serão desenvolvidos; assim como esclarecer dúvidas iniciais sobre os impactos esperados e benefícios.

xx. Reuniões Comunitárias - As reuniões comunitárias serão realizadas por município, e visam apresentar o empreendimento para associações, entidades ambientalistas e organizações da sociedade civil da área de abrangência do Programa. Estas reuniões têm por objetivo explicar os aspectos referentes à obra de implantação do empreendimento e ações propostas pelos Programas Ambientais que serão realizados, assim como esclarecer dúvidas iniciais sobre possíveis impactos esperados e benefícios. A equipe enfocará o cronograma das obras e as principais ações a serem desenvolvidas no trecho em que estas comunidades estão inseridas, buscando, assim, prevenir possíveis transtornos e conflito. A fim de minimizar os impactos sociais relacionados à fase de implantação do empreendimento, as reuniões comunitárias deverão ser iniciadas com um mês de antecedência da data de início das obras.

xxi. Campanhas de Campo - As campanhas informativas serão orientadas por métodos que garantam uma maior proximidade e entendimento do empreendimento com as localidades e instituições locais, a partir do estabelecimento de contatos diretos a partir de visitas e realização de entrevistas semiestruturadas - "conversas informais", norteadas por questões previamente elaboradas e aplicadas a pessoas e representantes das organizações sociais do lugar. Além disso, as campanhas devem atuar no sentido de reforçar aspectos e dirimir as dúvidas comuns ao período de obras, implantação e operação da Ferrovia.

xxii. Comunicação Institucional

- **Público alvo:** instituições públicas; instituições da sociedade civil; instituições particulares e cooperativas.
- **Conteúdo:** distribuição de material gráfico informativo e realização de reuniões informativas com os representantes das instituições, sobre o andamento das frentes de obras, os aspectos relevantes e/ou os pontos críticos apresentados no lote de obra no município e localização das infraestruturas para realização da obra.
- **Modo de operação:** Campanhas trimestrais, com aproximadamente 01(uma) semana de duração.
- **Pessoal necessário:** Dentre o pessoal envolvido, dever-se-á contar com no mínimo 01 (um) técnico e 01 (um) auxiliar. As campanhas deverão ser iniciadas um mês após o início das obras, terminando seis meses após o início de operação da Ferrovia.

xxiii. Comunicação Comunitária

- **Público alvo:** população residente na Área de Influência Direta do Empreendimento; propriedades e escolas atravessadas ou afetadas pela Ferrovia.
- **Conteúdo:** distribuição de material gráfico informativo, divulgação dos canais de comunicação com o empreendedor, andamento e acompanhamento das frentes de obras pela equipe do Programa e divulgação da Ouvidoria Pública, como instrumento de acompanhamento e andamento das ações desenvolvidas tanto no plano da execução das obras como no âmbito da realização dos Programas Ambientais previstos.
- **Modo de operação:** campanhas bimestrais de 15 dias com 2 (dois) técnicos envolvidos. As campanhas deverão ser iniciadas logo no início das obras, terminando seis meses após o início da operação da Ferrovia.

xxiv. Atendimento 0800

- **Público alvo:** sociedade em geral.
- **Conteúdo:** atendimento, registro e encaminhamento de soluções de sugestões, dúvidas e demandas da população quanto ao empreendimento.

- **Modo de operação:** atendimento em horário comercial por via telefônica gratuita, durante todo o período de execução do Programa.

xxv. Ouvidoria Pública

- **Público alvo:** população residente na região afetada pelo empreendimento.
- **Conteúdo:** manter um canal de diálogo acessível e constante entre os diversos segmentos sociais da área de influência da Ferrovia e o empreendedor.
- **Modo de operação:** disponibilizar uma linha de telefone (0800) na Ouvidoria Pública da VALEC, além de uma urna onde deverão ser depositadas as questões referentes a dúvidas, solicitações de esclarecimentos e reclamações sobre o empreendimento. Em ambos os casos, é necessário que esse registro seja efetuado através de **um dos seguintes meios:**
 - Preenchimento de formulário específico;
 - Serviço de ouvidoria telefônica;
 - Correio eletrônico.
- A ouvidoria deverá funcionar em horário comercial, para atender e encaminhar eventuais preocupações, dúvidas, sugestões, elogios e reclamações da população sobre o empreendimento.

xxvi. As questões recebidas por estes serviços serão respondidas através do telefone (no caso do telefone nº 0800), dos encontros com a população, nos boletins informativos e através das ações do Agente Local de Comunicação, coordenadas pelo Supervisor Ambiental e devem, acima de tudo, ter como padrão a agilidade no prazo para as respostas. O Agente Local de Comunicação e/ou o Supervisor Ambiental de cada trecho deverão receber e lidar com as queixas das comunidades em relação às não conformidades e outros conflitos que surgem durante a execução das obras.

xxvii. Ações com uso da Mídia - Dadas as características da região, serão utilizados, como veículos prioritários, rádios locais que, dentre os meios de comunicação em massa, são os mais eficazes por ainda atingirem todas as camadas sociais.

- **Público-Alvo:** população local dos municípios da área de influência do empreendimento.
- **Conteúdo:** os conteúdos das campanhas serão definidos com o empreendedor. Destacam-se para serem divulgados: o cronograma planejado e o andamento efetivo das obras; informações de interesse da comunidade local e dos pontos críticos identificados no lote; além de mensagens educativas abordando problemas ambientais locais e suas conseqüências para o meio ambiente.

- **Modo de operação:**

- Divulgação das datas de início e fim das obras de implantação do empreendimento. Para a divulgação do início e fim das obras, será realizada uma campanha com spots de 45 segundos que serão veiculados 03 (três) vezes ao dia, durante uma semana. Dessa forma, serão veiculados 21 spots por campanha.
- Ao longo da etapa de implantação do empreendimento, serão realizadas campanhas trimestrais com spots de 30 segundos que serão veiculados 02 (duas) vezes ao dia, durante 02 (duas) semanas através de uma rádio local, totalizando 08 (oito) campanhas. Dessa forma, serão veiculados 28 spots por campanha. As campanhas serão feitas por lotes de obras, acompanhando o andamento e o cronograma das obras. Para as campanhas de rádio, destaca-se ainda a possibilidade de utilização de rádios comunitárias como um veículo de difusão de informações sobre o empreendimento. Nesse sentido é importante que haja uma interface da equipe do Programa de Comunicação Social com esses meios de comunicação.

xxviii. Releases para a Imprensa - A mídia impressa tem se mostrado um eficaz instrumento de comunicação para a população de um modo geral. De acordo com o veículo de comunicação (jornal, ou revista), será confeccionado material de divulgação e informação adequado a cada público-alvo, com informações sistemáticas sobre os assuntos relevantes relacionados ao empreendimento e divulgação das formas de contato com o empreendedor. Destaca-se a importância dos jornais comunitários de bairro que em muito contribuem para a circulação das informações ao público que não possui recursos financeiros para comprar os jornais de grande circulação.

- **Público Alvo:** sociedade em geral.
- **Conteúdo:** a construção do empreendimento; calendário de obras, realização dos programas ambientais.
- **Modo de operação:** inserções periódicas associadas aos acessos, rotas alternativas, circulação de transportes públicos na região, ações executadas pelos Programas Ambientais e distribuição de materiais informativos, dentre outras. As inserções serão realizadas por município atravessado pelas obras e deverão priorizar o atendimento das demandas e interesses da comunidade local. Recomenda-se que as inserções não ultrapassem o intervalo de um mês.

xxix. Carro de Som - A utilização desse meio de comunicação tem se mostrado eficaz para atingir áreas consideradas isoladas, já que divulga de forma ampla determinadas informações. Devido às características de algumas localidades, tais como, reduzido número de famílias e condições socioeconômicas restritas, as ações de comunicação devem procurar atingir esse perfil de pessoas.

5.2. Recursos por lote de obras:

5.2.1. Humanos

Especialistas	Unidade	Quantidade	Total Hxmês
Coordenador de Comunicações	mês	1	24
Técnicos em comunicação	mês	1	24
Recepcionista - telefonista	mês	2	48
Motorista	mês	1	24

5.2.2. Materiais

Discriminação	Unidade	Quant.	Nº de meses	Total
Veículo 4X4	unidXmês	1	24	24
computadores	unidXmês	4	24	96
impressoras	unidXmês	4	4	96
Material de Escritório	verbaXmês	1	24	24
Produções				
Gráficas (folders e banners)	unidade	4	-	4
Rádio	verbaXmês	1	24	24
Mídia Impressa	verba	1	-	1
Carros de som	verbaXmês	1	24	24

6. PERÍODO DE VALIDADE E CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO

xxx. Esta Norma será aplicada durante todo o período das obras das FERROVIAS cujas concessões são de responsabilidade da VALEC, sendo encerrada a sua aplicação somente após estarem concluídas todas as

recuperações de áreas degradadas, inclusive aquelas ocupadas pelas empreiteiras, quando for o caso. Voltará a ser aplicada no período de operação da Ferrovia sempre que forem contratados serviços de conservação, de restauração e/ou de ampliação da estrada ou de suas instalações de apoio. Os serviços de Comunicação Social relacionados com a operação ferroviária e com o transporte propriamente dito não estão incluídos nesta Norma.

XXXI. O cronograma de execução acompanhará a evolução das obras de implantação de cada um dos lotes de obras das ferrovias.

7. ÓRGÃOS INTERVENIENTES

XXXII. VALEC. A VALEC é o empreendedor e responsável pela execução das atividades de educação ambiental que fazem parte dos Projetos Ferroviários cujas concessões são de responsabilidade do empreendedor. É o órgão contratante e principal fiscal da aplicação/realização das NAVAs. A VALEC poderá contratar consultores para serviços especializados e de apoio, visando à boa execução de seus projetos.

XXXIII. IBAMA e Órgãos de Licenciamento Ambiental dos Estados. O IBAMA e os organismos estaduais de licenciamento ambiental são os responsáveis pelas atividades de licenciamento, conforme definidas pela Resolução 237/97 e, assim, pela fiscalização do atendimento das condições estabelecidas nas licenças concedidas, sob os pontos de vista tempestivo, quantitativo e qualitativo.

8. BIBLIOGRAFIA

BELLIA, Vitor et. al.: *Introdução à Gestão Ambiental de Estradas – Coleção Disseminar – IME-DNIT, 2005*

BELLIA, Vitor; BIDONE, Edson D. *Rodovias, Recursos Naturais e Meio ambiente.* Niterói: Ed. UFF; Brasília: DNER, 1993.

Instituto de Pesquisas Rodoviárias - *Manual para Atividades Ambientais Rodoviárias - Publicação IPR 730, Rio de Janeiro, 2006;*

Instituto de Pesquisas Rodoviárias – *Manual Rodoviário de Conservação, Monitoramento e Controle Ambientais - Publicação IPR 711, Rio de Janeiro, 2005;*

OIKOS / VALEC - *Estudo de Impacto Ambiental da Extensão Sul da Ferrovia Norte – Sul – Rio de Janeiro, 2009*

OIKOS / VALEC - *Estudo de Impacto Ambiental da Ferrovia de Integração Oeste – Leste – Rio de Janeiro, 2010*