

**Plano de Educação Ambiental, através de
Comunicação Social e Mobilização Pública
no âmbito do Projeto Viva Cidade**

Plano Emergencial de Comunicação para o Morro Alto



Índice

1.	Descrição da Situação.....	3
2.	Objetivo do Plano	7
3.	Dificuldades e Oportunidades	7
4.	Mensagens e Conteúdos dos Produtos de Comunicação.....	10
5.	Públicos-Alvo.....	11
6.	Como Comunicar	13
7.	Como Avaliar.....	16
8.	Cronograma	16

Plano Emergencial de Comunicação para o Morro Alto

Obras públicas em áreas urbanas geralmente afetam a rotina das pessoas durante sua realização. Para que sejam entendidas e, idealmente, tenham apoio popular é necessário um esforço de comunicação que explique a necessidade dos trabalhos, seus benefícios, impactos e ações mitigadoras de transtornos temporários.

Além disso, obras como as do Morro Alto, importantes para a comunidade onde se realizam, mas com benefícios para a cidade com um todo, também podem trazer em si mesmas forte carga emocional para os que terão suas rotinas impactadas negativamente, ainda que temporariamente, e podem ser objeto de interpretações controversas.

Para lidar com as situações relacionadas às obras do Morro Alto, no contexto do Projeto Viva Cidade, é necessária uma estratégia de comunicação. Este Plano Emergencial de Comunicação, não previsto originalmente no Edital e nem na proposta do Consórcio, pretende responder às questões levantadas pela SECOM e UCP quanto ao desafio de comunicação que essas obras representam. Este Plano Emergencial de Comunicação é, pois, uma contribuição do Consórcio à estratégia de comunicação a ser elaborada e executada pela Prefeitura para as obras do Morro Alto, constituindo-se no terceiro produto contratual.

1. DESCRIÇÃO DA SITUAÇÃO

As obras na sub-bacia do Morro Alto ocorrerão, mais especificamente, na parte do rio Morro Alto que margeia a Rua Timbó entre as Ruas Presidente Campos Sales e Blumenau.

Estão previstas as seguintes obras:

- Reconstrução de cinco pontes:
 - na Rua Criciúma;
 - na Rua dos Atletas;
 - na Rua Orleans;
 - na Rua Presidente Castelo Branco;
 - na Rua Presidente Costa e Silva.

- Construção de duas galerias
 - na Rua Timbó (da rua Presidente Costa e Silva até quase à Blumenau);
 - no encontro da Rua Timbó com a Marques de Olinda (formando um L).
- Desassoreamento do Rio Morro Alto (entre as ruas Criciúma e Presidente Costa e Silva)
- Pavimentação e arborização da Rua Timbó (entre as ruas Presidente Campos Sales e Blumenau)

A região na qual as intervenções ocorrerão é caracterizada, e é percebida na cidade, como uma área residencial de classe média alta e alta. As obras no Morro Alto são as únicas obras de macrodrenagem no âmbito do Projeto Viva Cidade, significando que a vizinhança mais abastada de Joinville será a única, pelo menos nesta fase do Projeto, a se beneficiar do investimento público em medidas de controle de inundações. A possível percepção de falta de equidade é um desafio de comunicação e é uma questão que influenciou a elaboração desta sugestão de Plano.

Tipicamente, as obras de macrodrenagem vão significar barulho de operários e máquinas, poeira e lama, que causarão incômodos à vizinhança que costuma ser bastante silenciosa e limpa.

As obras também terão impactos negativos temporários no tráfego.

O acesso por veículo será possivelmente inviabilizado às Ruas Criciúma, do Atleta e Presidente Castelo Branco ao longo das obras destas pontes, uma vez que tais ruas são sem saída, conforme **Figura 1-1**. Isto também acontecerá com as casas que possuem pontes para acesso, como aparece nas **Fotos 1 e 2**.

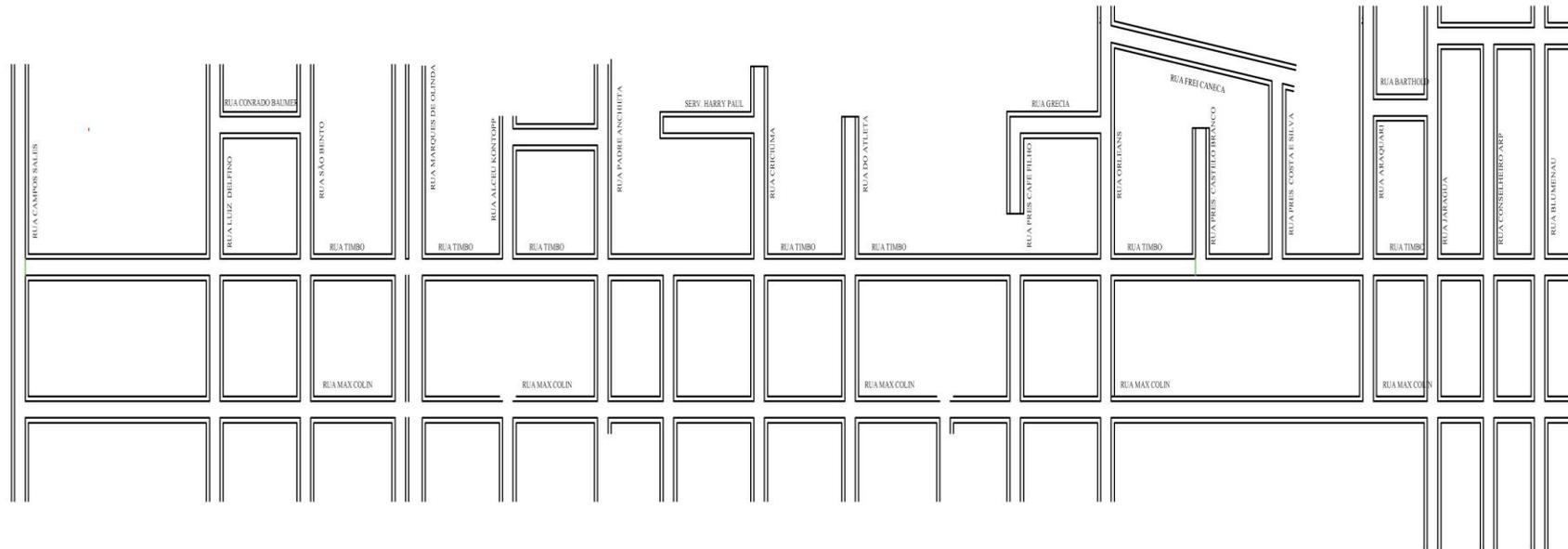


FIGURA 1-1: MAPA DAS RUAS ONDE ACONTECERÃO AS OBRAS



Foto 1: Ponte de acesso de casa



Foto 2: Entrada de casa sobre o rio Morro Alto

No que diz respeito ao trânsito em geral, a pavimentação da Rua Timbó causará a interrupção ou obstrução temporária dos cruzamentos desta com as Ruas Marques de Olinda e Blumenau, que são vias importantes de Joinville no eixo norte-sul da cidade. Ademais, a Rua Timbó também corta a Rua Campos Salles que, embora seja relativamente curta, é muito movimentada, por conectar duas ruas relevantes no eixo leste-oeste, que são a XV de Novembro e a Benjamim Constant. O mesmo tipo de transtorno acontecerá neste cruzamento, o que poderá gerar impactos no trânsito de toda a região central de Joinville.

Atualmente a Rua Timbó funciona como “rota de fuga” dos congestionamentos da rua paralela, Max Colin. Por mais que as obras sejam planejadas para não acontecerem todas simultaneamente, o tráfego no trecho de obras da Rua Timbó terá que diminuir, gerando, conseqüentemente, mais trânsito na Rua Max Colin, que hoje em dia tem mão dupla, sendo apenas uma pista por direção.

Quando finalizadas, as obras resultarão em impactos positivos socioambientais e econômicos. O entorno imediato das obras se beneficiará com o controle das inundações na área, através da drenagem. Por outro lado, a cidade como um todo será contemplada no que diz respeito à mobilidade.

Isto porque as obras de drenagem viabilizarão a implantação do binário nas Ruas Max Colin e Timbó. O fato destas acontecerem na região central da cidade, que conecta áreas residenciais e industriais, possibilitará uma circulação mais eficiente na cidade. Assim, os cidadãos necessitarão de menos tempo para transitarem pelo centro de Joinville.

2. OBJETIVO DO PLANO

Uma estratégia de comunicação para um projeto de obras necessita identificar e definir os produtos, mecanismos e ações de comunicação social que juntos obtenham apoio da população às intervenções necessárias para a efetivação das obras. Tais produtos, mecanismos e ações, além de escutar a população afetada pelas obras, também dão informação ao(s) público(s) de modo a ampliar seu grau de conhecimento e compreensão sobre transtornos resultantes das obras, sua importância e benefícios esperados.

Os objetivos gerais deste Plano são os de informar e ouvir a população para obter sua compreensão quanto à necessidade das obras de macrodrenagem do Morro Alto e seu apoio a tais obras, tendo em vista o benefício futuro não só para o bairro, mas à cidade como um todo.

Para tal, o Plano busca estabelecer canais de comunicação diretos entre a sociedade de Joinville e a Prefeitura, de modo a esclarecer a população joinvillense sobre:

- Importância das obras e o cronograma de execução;
- ocorrência de possíveis transtornos ao longo do processo;
- impactos positivos no bairro e em outras áreas urbanas da cidade decorrentes das obras;
- a forma adequada de convivência com as obras de macrodrenagem a fim de se evitar acidentes.

Como um objetivo secundário, está a orientação quanto às condutas da segurança de trabalho adotadas pela Prefeitura e empreiteira contratada para o público interno, isto é, operários da obra. O comportamento e ações dos funcionários também são elementos de comunicação, sendo importante que eles entendam suas responsabilidades e percebam a importância de sua contribuição para a manutenção de um ambiente de trabalho seguro.

Por estarem em contato direto com o público transeunte, os trabalhadores das obras serão comunicadores e “embaixadores” da obra. Sendo importante que haja um fluxo de comunicação eficaz entre estes, a empreiteira e a Prefeitura.

3. DIFICULDADES E OPORTUNIDADES

As obras do Morro Alto, o espaço geográfico-social-econômico onde ocorrem, seus benefícios a longo prazo, impactos negativos temporários e os recursos disponíveis para a comunicação trazem em si mesmos oportunidades e

dificuldades para por em prática o plano de comunicação estratégica a ser elaborado e executado para as obras do Morro Alto.

Uma grande oportunidade para a comunicação destas obras se apresenta na concentração de comércios e serviços na Rua Max Colin, que é a primeira rua paralela à Rua Timbó. Nesta rua encontram-se restaurantes, padarias, salão de beleza, casa lotérica. Estes locais, por serem muito freqüentados - muitos moradores do entorno, mas também pessoas de outros bairros que podem ser afetadas pelas obras em decorrência do impacto no trânsito – são possíveis pontos para distribuição de material informativo impresso sobre as obras. Alguns exemplos de locais que poderiam ser contatados, que já foram sondados durante as entrevistas do Diagnóstico das Ações em andamento no Município e reagiram positivamente à possibilidade de facilitar a distribuição de material informativo são:

NOME	TIPO DE SERVIÇO/ COMÉRCIO	ENDEREÇO	TELEFONE	EMAIL/SITE	CONTATO
Corpus	Centro de Pilates	Rua Max Colin, 1466	(47) 3028-6007/ 3027-6919	contato@corpusc.com.br	
Barão	Bar	Parque Opa Bier – Max Colin, 1589	(47)3434-6150	barao@barobar.com.br	Armando
Pizza Quadrada	Pizzaria	Parque Opa Bier – Max Colin, 1589	(47)3029-0444	pizza.quadrada@hotmail.com	Joe
Incasa	Empresa dona do Parque Opa Bier	Rua Saguapu, 140 – Saguapu	(47) 3433-3375	http://www.incasa.ind.br/	
BrotHaus Pães e Doces	Padaria	Rua Max Colin, 1828	(47) 3433-7020	brothaus.com.br	
Ouro Minas	Distribuidor de frios e laticínios enlatados	Rua Max Colin, 1378	(47) 3451-9323/3451-9300	ourominasfrios@terra.com.br	

Da mesma forma, ônibus que passam pelas ruas Blumenau, Marques de Olinda e Campos Sales poderiam servir como veículos para informar aquela parcela da população que não mora no Morro Alto, mas que será impactada pelos transtornos temporários no tráfego.

Como visto acima, as obras de macrodrenagem na sub-bacia do rio Morro Alto, por se realizarem numa das áreas mais ricas da cidade, representam um problema potencial de percepção da equanimidade do Projeto Viva Cidade, com possíveis conseqüências para a imagem da Prefeitura como um todo. No entanto, o nível mais alto de educação, verificado na caracterização da população do Diagnóstico das Ações em andamento no Município, e o provável maior acesso à

informação dos moradores do entorno das obras provavelmente significam que são sensíveis ao desenvolvimento sustentável, facilitando a compreensão da complexidade do problema, aumentando a possibilidade de apoio às obras.

Por outro lado, no Diagnóstico das Ações em andamento no Município verificou-se grande frustração e possível predisposição negativa por parte da Associação de Moradores do Bairro América (AMABA), por argumentarem que esta obra já está prevista há muitos anos e nunca aconteceu, tendo a Prefeitura deixado a área abandonada.

Nesse contexto, o andamento das obras dentro dos prazos previstos e anunciados é importante para afirmar a credibilidade do projeto Viva Cidade - de todas as obras do projeto, as do Morro Alto são as que acontecerão no ponto mais central da cidade, com muita visibilidade e afetando uma grande parcela da população, incluindo formadores de opinião.

Outro elemento importante a considerar é a atitude recente dos moradores do bairro América em relação à participação social. Observou-se que as plenárias do Plano Diretor de Drenagem Urbana (PDDU) e do Orçamento Participativo (OP) foram as que tiveram o quórum mais baixo entre todas as realizadas no município. Estes fatores indicam uma provável necessidade de um esforço extra de comunicação.

As obras da sub-bacia do Morro Alto terão impactos positivos de longo prazo de naturezas distintas. Localmente, a área será beneficiada com o controle das inundações, através da drenagem, mas o município todo também será beneficiado na mobilidade, pois as obras permitirão a implantação do binário, que agilizará a circulação na área central de Joinville, facilitando o tráfego norte-sul e leste-oeste da cidade.

Ganhos na mobilidade de moradores de várias regiões da cidade proporcionam uma boa oportunidade para lidar com a questão de percepção de equidade do Viva Cidade. Por outro lado, tratar deste benefício juntamente com o controle das inundações num bairro específico torna mais complexa a elaboração de mensagens contidas nos produtos de comunicação e requer distribuição mais ampla desses produtos tanto geograficamente como para um maior número de públicos alvo.

A diversidade de públicos alvo e a necessidade de comunicar eficazmente e no tempo certo para públicos específicos o porquê das obras e seus impactos – os negativos temporários e os positivos permanentes – é uma tarefa com sua dose de dificuldade. Exige, entre outros aspectos, definição dos públicos alvo, consistência de mensagens, coordenação constante entre as equipes técnicas e de comunicação para garantir complementariedade dos cronogramas das obras e das atividades de comunicação. Tudo isso num contexto em que os recursos materiais e humanos disponíveis para a comunicação são limitados, só possibilitando um número restrito de produtos e ações de comunicação que

deverão atender às necessidades distintas de públicos afetados de maneiras diferentes.

Há, no entanto, mecanismos “alternativos” de comunicação já postos em prática recentemente em Joinville que poderiam auxiliar no esforço de comunicação necessário para as obras do Morro Alto.

Seguindo a prática da secretária da Regional do Centro identificada no Diagnóstico das Ações em andamento do Município, os delegados do Orçamento Participativo (OP) e as demais lideranças locais poderiam ser mobilizados como interlocutores privilegiados e, agindo como multiplicadores, disseminar informações no bairro através de suas instituições e contatos.

Embora a Secretaria Regional do Centro não utilize as escolas e igrejas da região como mecanismos de comunicação, elas poderiam ser experimentados nestas obras, já que são considerados eficazes por outras secretarias regionais. As igrejas e escolas poderiam ser pontos estratégicos de distribuição de folhetos e disseminação das informações referentes à reunião informativa com os moradores do entorno.

Conforme revelado no Diagnóstico, os Agentes Comunitários de Saúde (ACS) são eficazes na disseminação de informação e distribuição de folhetos casa a casa. Esse recurso, no entanto, não está disponível pois os ACS não estão estruturados em todo o centro.

4. MENSAGENS E CONTEÚDOS DOS PRODUTOS DE COMUNICAÇÃO

A definição do número de mensagens e de seus conteúdos é em geral resultado de discussões entre os responsáveis técnicos pelo projeto, no caso as obras de macrodrenagem e binário, e aqueles com a responsabilidade pela elaboração e execução do plano de comunicação. Todos os aspectos devem ser considerados em tais discussões: de conteúdos técnicos e cronograma de obras até disponibilidade de recursos para produtos e ações de comunicação, incluindo como as mensagens se inserem no universo maior dos objetivos de comunicação da administração municipal. A conclusão do trabalho atualmente em curso sob a orientação da SECOM sobre a marca do Projeto Viva Cidade, pode ser de fundamental importância para o encaminhamento das discussões sobre mensagens e conteúdo dos produtos de comunicação das obras do Morro Alto.

A título de contribuição para a discussão mencionada acima, na visão do Consórcio é importante demonstrar que as obras de macrodrenagem viabilizarão a implantação do binário nas ruas Max Colin e Timbó. Se o binário fosse implantado na rua Timbó, que alaga com chuvas de baixa a média intensidades, uma direção do binário seria obstruída frequentemente, parando o trânsito na cidade. É, portanto, necessário primeiramente resolver a questão das inundações

na rua Timbó para depois então implantar o binário e melhorar a mobilidade na cidade.

Alguns conteúdos específicos a considerar incluiriam:

- Informação e dados sobre a importância das obras;
- Cronograma das obras;
- Benefícios socioambientais, econômicos e de mobilidade decorrentes das obras;
- Os transtornos decorrentes das obras;
- Informações sobre alterações no fluxo de tráfego devido a interrupções temporárias no trânsito;
- Divulgação do mecanismo de comunicação do público com a Prefeitura para reclamações, sugestões e orientação.

Quatro dos produtos de comunicação a serem utilizados em apoio às obras do Morro Alto serão produzidos pelo Consórcio, conforme estipulado no Plano de Trabalho Consolidado e Contrato. Os produtos - cartaz, folheto, e spots de rádio e televisão – serão desenvolvidos em base às considerações acima e reações/sugestões da UCP e Comissão de Acompanhamento, em especial a SECOM.

Além destes temas, os trabalhadores das obras, que são um público alvo muito específico ¹ ainda deveriam ser informados quanto a:

- Noções de relacionamento com os moradores do entorno das obras;
- Segurança do trabalhador, incluindo o uso do Equipamento de Proteção Individual (EPI);
- Os aspectos legais e procedimentos a serem considerados pelos trabalhadores no que diz respeito à conservação ambiental.

5. PÚBLICOS-ALVO

As obras na sub-bacia do Morro Alto afetarão vários grupos de pessoas e o processo de comunicação em apoio às obras deve, portanto, considerar vários públicos-alvo.

¹ Experiências anteriores do Consórcio evidenciam que os trabalhadores são abordados por moradores e transeuntes com perguntas sobre as obras, transformando-se assim em embaixadores² e “porta-vozes” informais. Cordialidade no trato com o público e dados básicos sobre as obras ajudam muito nessa tarefa. Da mesma forma, a utilização adequada dos equipamentos de segurança demonstra que as obras seguem as normas e regulamentos, se caracterizando como uma mensagem não-escrita da qualidade e cuidado com a obra. Outras experiências também demonstram a importância dos trabalhadores conhecerem, no que se aplica a seu nível hierárquico, a legislação ambiental para não cometerem crimes ambientais por desconhecimento. Desmatamento errado, especialmente numa área de onde ainda há vegetação preservada, por exemplo, além de ser um problema em si mesmo, poderia acarretar questões negativas de imagem.

Moradores do Entorno das Obras

Moradores das ruas: Timbó, Luiz Delfino, Conrado Baumer, São Bento, Marques de Olinda, Alceu Kontopp, Padre Anchieta, Criciúma, Serv. Harry Paul, do Atleta, Presidente Café Filho, Grécia, Orleans, Frei Caneca, Presidente Castelo Branco, Presidente Costa e Silva, Araquari, Jaraguá, Conselheiro Arp e João Barthold. Estes moradores serão os mais afetados ao longo das obras, em especial aqueles das ruas sem saída. Uma estimativa a grosso modo é que este público alvo é constituído por até 200 domicílios.

Associação de Moradores do Bairro América (AMABA)

A AMABA é a associação de moradores cuja área de abrangência envolve a Rua Timbó e suas mediações.

População em Geral do Município

A população do município como um todo deve ser informada na medida em que estas obras impactarão o tráfego da área central da cidade, por onde a maioria dos joinvillenses passam diariamente em seus trajetos casa-trabalho-casa. Por conseguinte, também todos serão beneficiados com a melhoria da circulação na cidade em decorrência da implantação do binário, que será viabilizado pelas obras de macrodrenagem.

Donos de empresas e serviços

As empresas situadas na zona industrial norte e os comércios e empresas localizados no centro poderão ser afetados pelo congestionamento, com provável impacto no acesso de clientes e funcionários. Este público alvo pode ser atingido através das associações de classe:

- Associação de Comercial e Industrial de Joinville (ACIJ)
- Associação de Joinville Região de Pequena, Micro e Média Empresa (AJORPEME)
- Câmara dos Dirigentes Lojistas (CDL)

Comerciantes e Freqüentadores dos Restaurantes e Comércios na Max Colin

O acesso aos restaurantes, comércios e serviços na rua Max Colin será impactado por congestionamentos.

Trabalhadores das Obras

Os trabalhadores das obras são um público alvo na medida em que devem ser informados sobre aspectos da segurança no trabalho, sobre como se relacionar

com a vizinhança e sobre os aspectos legais e procedimentos a serem considerados pelos trabalhadores no que diz respeito à conservação ambiental.

Mídia

Em se tratando de uma obra em local de grande visibilidade, com transtornos temporários e benefícios de longo prazo significativos e de naturezas distintas, jornalistas e editores não devem ser considerados somente disseminadores de informação através dos veículos de comunicação para os quais trabalham. É, neste sentido, um público alvo com necessidades específicas.

6. COMO COMUNICAR

Para que o objetivo deste Plano seja alcançado, considerando todos os públicos alvo identificados, as seguintes ações e produtos de comunicação devem ser considerados para a execução deste Plano.

➤ **0800 ou Ouvidoria (156) e/ou Caixa de sugestões**

Um número de telefone de contato com a Prefeitura como a Ouvidoria (156), ou um 0800, deve ser designado para pedidos de informação, críticas, sugestões, elogios, denúncias e outras formas de manifestação do público sobre as atividades e a gestão da empreiteira e Prefeitura. O número 0800 ou da Ouvidoria deve constar em todos os produtos de comunicação relativos às obras de macrodrenagem na sub-bacia do Morro Alto.

Para complementar a via telefônica, podem ser disponibilizadas caixas de sugestões em diferentes locais na rua Timbó. Entretanto, para que tal mecanismo funcione, é necessário que a Prefeitura disponibilize os recursos necessários que permitam-na recolher as notas das caixas semanalmente, para que possa, de fato, esclarecer as dúvidas.

Além de dar possibilidade para ouvir o que a população tem a dizer, esses mecanismos de escuta facilitam a avaliação da eficácia das ações de mitigação, conduzidas ao longo das obras, possibilitando melhorias e adequações aos procedimentos operacionais, às formas de controle e de monitoramento. O telefone de contato e/ou caixas de sugestões funcionarão também para aferir o grau de satisfação do cidadão quanto aos serviços e atividades desenvolvidas pela Prefeitura e demonstram o apoio e interesse do poder público na participação cidadã na gestão pública.

➤ **Reuniões Informativas**

Deverão ser realizadas reuniões com os moradores do entorno, com a AMABA, com os comerciantes locais e com os donos de empresas e comércios para

informá-los sobre as obras e escutá-los. A divulgação das reuniões deverá acontecer através de convites via correio ou email com uma semana de antecedência.

Deve ser preparada uma apresentação em PowerPoint para uso nas reuniões com esses quatro públicos-alvo, com informações sobre o Projeto Viva Cidade, as obras de macrodrenagem, o cronograma de execução, os impactos positivos e negativos e as medidas mitigadoras.

Tanto no caso dos donos de empresas e comércios, quanto no caso da AMABA, aconselha-se que a Prefeitura, como já costuma fazer em outras situações, peça para participar das reuniões de cada associação, como demonstrado no Diagnóstico das Ações em andamento do Município.

Também deverá ser realizada uma reunião com os trabalhadores das obras, utilizando uma apresentação em PowerPoint para esse público específico, incluindo informações com dados sobre como lidar com a vizinhança, segurança do trabalhador e legislação ambiental.

Em todas as reuniões, deverão ser realizados registros de presença, registros fotográficos e atas.

➤ **Folheto**

Distribuição de folhetos informativos em reuniões, nos restaurantes, comércios e serviços da rua Max Colin, assim como nas linhas de ônibus já mencionadas. Os folhetos serão também disponibilizados às instituições e outros multiplicadores para que sejam distribuídos posteriormente.

➤ **Cartaz**

O cartaz² será utilizado para divulgar a reunião com os moradores do entorno, devendo ser colado em restaurantes, mercados e em locais próximos das obras.

➤ **Mídia paga**

Dependendo dos recursos disponíveis para a compra de espaço em mídia eletrônica, os spots de rádio e televisão seriam veiculados no número de vezes possível em emissoras do município a ser determinado pela SECOM.

No Diagnóstico das Ações em andamento no Município, rádios citadas como mais ouvidas incluem: Globo AM, Rádio Floresta Negra (103.0 FM), Itapema

² O cartaz a ser produzido pelo Consórcio, conforme acerto com a UCP e Comissão de Acompanhamento, não será específico para as obras do Morro Alto, possibilitando seu uso para anunciar outros eventos relacionados ao Projeto Viva Cidade.

(93.5FM) Radio UDESC (91.9 FM), Rádio Transamérica (91.1 FM), 89.1FM, 107.5 FM, na Rádio Colon (89.5 FM), pela manhã, além das rádios comunitárias. Em relação às emissoras televisivas, foram citadas a RBS, a TV Brasil Esperança, TV Cidade e TV Record.

➤ **Mídia espontânea**

A prática existente e bem estabelecida da SECOM de uso de press releases para anunciar ações da Prefeitura deve ser exercida no caso das obras do Morro Alto. Além disso, quatro outros recursos poderiam ser considerados individualmente e/ou em conjunto em momentos chave das obras para estimular e facilitar cobertura pela imprensa:

Press kits – produção, em cooperação da SECOM, com a UCP e a empreiteira da obra, de um *press kit*. O conteúdo a ser definido pelas três entidades poderia incluir o folheto das obras; texto explicativo do que é o Viva Cidade e onde se situam as obras do Morro Alto; texto detalhando as obras de drenagem do Morro Alto, seus benefícios e transtornos temporários; mapas e fotos, se disponíveis, que indiquem local das obras e ilustrem o problema e a solução; texto sobre o binário e a melhoria para a mobilidade na cidade, indicando, se disponível, ganhos estimados no tempo de circulação após a conclusão do binário. Imagens de arquivo e/ou animação que mostre o trabalho a ser feito, se disponíveis, poderiam ser agregadas ao kit para facilitar a cobertura das televisões.

Visitas de jornalistas às obras – Organizar visitas de jornalistas em momentos marcantes para o andamento das obras, que possibilitem boas imagens e fotos ilustrativas dos trabalhos. As visitas incluiriam briefing pelo engenheiro responsável pela fase/setor da obra sendo visitado.

Entrevistas - Também em dois ou três momentos chave das obras, jornalistas poderiam ser convidados para entrevistas com a Coordenadora Executiva da UCP ou Secretário de Planejamento – ou mesmo o Prefeito dependendo de como o plano de comunicação se insere nos objetivos mais amplos de comunicação do município.

➤ **Internet**

O site da Prefeitura deverá disponibilizar todas as peças produzidas para o Programa Viva Cidade, sobretudo as peças de esclarecimento das obras do Morro Alto, como o folheto e o cartaz em forma digital para download. Outras informações relevantes como o cronograma das obras, as rotas alternativas de tráfego, em função das modificações provocadas pelas obras, também devem estar acessíveis.

Todos os produtos de comunicação devem manter uma identidade visual e informar que é possível acessar informações sobre as obras no site da Prefeitura.

➤ **Guia do Orador/Apresentador**

Consideração pode ainda ser dada à criação de um guia do orador/apresentador. Trata-se de um texto curto, de no máximo uma página, com os pontos principais sobre as obras, impactos e benefícios. Tal guia seria distribuído a todo trabalhador a partir de um certo nível hierárquico para que tenha à mão o guia, como auxílio de memória sobre o que dizer, em caso de perguntas.

➤ **Placas das Obras**

Uma atenção especial deve ser dada à elaboração das placas, diagnosticada como uma fragilidade no Diagnóstico das Ações em andamento no Município. Assim, a placa da obra deve ser de fácil visualização, incluindo o objetivo da obra, seus custos, sua data de início e preferencialmente também a data de finalização. Além dos logotipos da Prefeitura e do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), o logo do Projeto Viva Cidade deve ser inserido - diferentemente de todas as placas de obras do projeto até o momento-, já que se optou por utilizá-lo nos produtos de comunicação.

Placas em locais estratégicos em relação ao trânsito também devem indicar as mudanças no tráfego em cada etapa das obras.

7. COMO AVALIAR

O retorno do canal 0800 e da Ouvidoria, as caixas de sugestões, as mensagens pelo portal da Prefeitura, bem como notícias veiculadas na mídia sobre o impacto das obras devem ser utilizados como instrumentos de avaliação, dando possibilidade de corrigir rumos, produzindo novas mensagens e peças.

Na eventualidade da disponibilidade de recursos, pesquisas de opinião poderiam ser contratadas em momentos específicos, para o levantamento da aceitação do programa e das dificuldades apontadas pela população, dando subsídios ao poder público para agir em resposta a essas demandas.

8. CRONOGRAMA

Sintetizando as ações apresentadas no Plano na linha do tempo, segue abaixo indicação de um possível cronograma para a comunicação das obras na sub-



bacia do Morro Alto. Note-se que dados específicos importantes sobre as obras ou conhecimentos do volume de recursos disponíveis para mídia paga, por exemplo, que influenciam e determinam um cronograma, não são de conhecimento do Consórcio.

Mecanismos de comunicação	Ações	Pré obras		Início das obras	...	Fim das obras
		Semana 1	Semana 2	Semana 3	...	
0800 ou Ouvidoria	Funcionamento					
Caixa de sugestões	Funcionamento					
Reuniões informativas	Produção de apresentações em <i>PowerPoint</i>					
	Agendar reuniões					
	Realizar reuniões na seguinte ordem: trabalhadores, moradores do entorno, comerciantes locais, AMABA e donos de empresas e comércios					
Material informativo impresso	Entregar folhetos nas reuniões					
	Deixar folhetos nos restaurantes e comércios locais					
	Contatar as empresas de ônibus					
	Deixar folhetos ampliados com as empresas de ônibus que devem ser colados nos ônibus					
	Colar cartazes nos locais indicados					
	Elaborar e distribuir guias do orador/apresentador					
Mídia paga	Veiculação de spot de rádio					
	Veiculação de spot de TV					
Mídia espontânea	Elaboração e distribuição de <i>press releases</i>					
	Distribuição de <i>press kits</i>					
	Visitas de jornalistas às obras					
	Entrevistas					
Internet	Informar o início das obras					
	Informar sobre mudanças no tráfego.					