UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES

BACKER RIBEIRO FERNANDES

Planejamento Estratégico de Comunicação para o Licenciamento Ambiental no Estado de São Paulo.

São Paulo
2014

BACKER RIBEIRO FERNANDES

Planejamento Estratégico de Comunicação para o Licenciamento Ambiental no Estado de São Paulo.

Tese apresentada à Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, para a obtenção do título de Doutor em Ciências da Comunicação.

Área de Concentração: Interfaces Sociais da Comunicação.

Linha de Pesquisa: Políticas e Estratégias de Comunicação.

Orientadora: Profa. Dra. Margarida M. K. Kunsch.

São Paulo

2014

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catalogação na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo
Dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Fernandes, Backer Ribeiro
Planejamento Estratégico de Comunicação para o Licenciamento Ambiental no Estado de São Paulo / Backer Ribeiro Fernandes. -- São Paulo: B. Fernandes, 2014.
248 p.

Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação - Escola de Comunicações e Artes / Universidade de São Paulo.
Orientadora: Margarida Maria Krohling Kunsch
Bibliografia

1. Comunicação 2. Planejamento de Comunicação 3. Sustentabilidade 4. Licenciamento Ambiental I. Kunsch, Margarida Maria Krohling II. Título.

CDD 21.ed. - 302.2

RIBEIRO FERNANDES, Backer. **Planejamento Estratégico de Comunicação para o Licenciamento Ambiental no Estado de São Paulo.** Tese apresentada à Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, para a obtenção do título de Doutor em Ciências da Comunicação.

Aprovado em:

Banca Examinadora

Prof. Dr. _____ Instituição: _____
Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr. _____ Instituição: _____
Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr. _____ Instituição: _____
Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr. _____ Instituição: _____
Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr. _____ Instituição: _____
Julgamento: _____ Assinatura: _____

Dedico esta Tese:

À minha mãe, Alexandrina Rosa Ribeiro Fernandes, com muita alegria e saudade. Que neste momento ela esteja orgulhosa por ver seu sonho realizado; o desejo de ver um de seus filhos “doutor”.

Pela força com que lutou a vida inteira, até o final, pela devoção na minha educação e no meu preparo para a vida, pelo amor incondicional, a ela dedico esta vitória.

AGRADECIMENTOS

Há quatro anos eu mal sabia o que me aguardava, hoje, sei exatamente os caminhos que foram trilhados. Doutor... justo eu!?! Que nunca gostei de estudar! Chegar aqui foi mais que um bom desafio, foi uma lição, aprendi com os professores, com os colegas, com os amigos, com muita gente. Eu aprendi! Nas aulas, leituras, fichamentos, debates, congressos, seminários, em tudo! Muita gente colocou um "tijolinho" nesta minha construção, e agora quero fazer um grande agradecimento a todos.

Aos amigos, que torceram pelo meu sucesso e me ajudaram a "espairecer", dividindo momentos de muitas alegrias, brincadeiras e distrações, que me tiravam do sério, literalmente!

Aos meus colegas de Doutorado, são muitos, mas que dividi com eles bons momentos, dentro e fora da sala de aula, um abração e ...um brinde!!!

Aos familiares que perceberam a minha dedicação e, sempre que possível, me "entusiasmaram" (do grego, "*en theos*", ter Deus dentro de si).

Abraços & beijos, para todos na Communità. O que seria de mim sem vocês?! Rafael Honório, Jennifer Camporini, Zezé Tavares, Sonia Inácio, Marília Cardoso, Rosangela Paula, Maria Dú, Luiz Fabiano, Dayane Azeredo e Thais Beghini. Cada um, do seu jeito, contribuiu um pouco para a minha paz. Agradeço muito pelo carinho, empenho, dedicação, por tudo! Lilian Reis, obrigado por não deixar a peteca cair. Lauro Paes (Laurinho!), estamos juntos!! O Valtinho não conta né! Um irmão de longa data!!

Um agradecimento muito especial para aqueles que verdadeiramente precisam confiar em mim, e confiam!! Me deram um tempo quando mais precisei. Eliel Cardoso, um grande amigo e parceiro, Italoema Lima e Flávia Correa, sempre muito parceiras, Renato Abijaodi, Renato Figueiredo, Cecília Martino, Ricardo Araújo, Ricardo Grejo. Obrigado pela compreensão.

Aos funcionários da Biblioteca da CETESB (Prof. Dr. Lucas Nogueira Garcez) que, com muita cordialidade, me atenderam em todos os momentos que estive lá concentrado na pesquisa para esta tese. Um agradecimento especial à coordenadora, Hilda de Lima, pelo apoio desde o primeiro instante, e aos bibliotecários, Sonia Barbosa e Rafael Fontoura, pelo apoio.

Ao "povo" da ECA, sempre me apoiando, torcendo, ajudando, perguntando, preocupados, brincando, um beijo mais que especial para Rosangela Zomignan (Gestcorp), Rosa Sampaio (CRP), Rosely Vieira e Elaine Pereira (PPGCOM), Fernando (Multiofício), e a tantos outros. Agradeço essa conquista.

Aos amigos do grupo de estudos sobre Comunicação e Sustentabilidade do CECORP/ECA, um muito obrigado! Cheguei lá! Um beijo especial à Vivian Smith, à Devani Salomão e um abraço ao Pedro Ulsen; agradeço por dividirem comigo as suas ideias, conhecimentos, intuições, dicas, sugestões, obrigado! Foram muitos encontros prazerosos.

Aos professores (e amigos) da ECA, que me acolhem sempre que nos encontramos pelos corredores da vida. Um abraço especial a todos, pela força e carinho de sempre. Prof. Luiz Alberto, um grande amigo óh pá!, Prof. Eneus Trindade, que esteve presente quando mais precisei e pelo qual tenho enorme gratidão, Profa. Valéria Castro, uma diva, sempre pronta a ajudar, Profa. Mariângela Haswani, sempre uma boa história para contar, Prof. Reinaldo Teles, sempre ali na torcida.

Aos mestres com carinho! Prof. Wilson Bueno, pelas dicas e ensinamentos que me ajudaram na construção do meu trabalho, mas também pela amizade e boa companhia sempre; Prof. Antonio Ruótolo, um fera, obrigado pela orientação à minha pesquisa, Prof. Luiz Peres, colega de boas conversas e aprendizados.

À minha amiga Juraci Beraldi, pelo carinho e dedicação na revisão do meu trabalho, uma grande dádiva nos momentos finais, um beijo enorme. Ao Mark Philipps, “grande Mark”, um *brother*, inglês de verdade, um *abstract* perfeito, *thank you*!

À minha Banca de Qualificação. Professor Antônio Claudio Moreira, da FAU/USP, pelas suas aulas brilhantes e por me mostrar uma nova visão das questões ambientais, para mim, “um mar nunca antes navegado”, e por suas críticas sempre muito pertinentes. À Professora Maria Aparecida Ferrari, um passo além; sempre disposta a ensinar, a apontar um rumo a ser seguido, obrigado pelas considerações, sugestões, críticas, interesse pelo meu trabalho. Sou muito grato a vocês!

A todos os avaliadores da Banca Examinadora de Defesa, muito obrigado! A participação de vocês, suas devidas competências, reconhecimento acadêmico e profissional, engrandece ainda mais este trabalho. Agradeço pela disponibilidade e leitura.

À minha orientadora Margarida Kunsch. Não tenho palavras para descrever o quanto sou grato. Agradeço por tudo, desde o início, pela confiança quando me convidou, em 2003, para lecionar no CRP/ECA. Passei bons momentos com os alunos. Pelo ensinamento nas aulas, que sempre contribuíam para o meu conhecimento e ampliavam as minhas visões. Pelos debates no grupo de sustentabilidade. Pelos convites que sempre me fez, e faz, me envolvendo em tantas atividades, pelo apoio incondicional no momento em que precisei superar alguns obstáculos que permitiram chegar até aqui, pelas orientações que me guiaram sempre. Muito, muito obrigado por me orientar.

À Ana Claudia, companheira de muitas lutas, obrigado por compreender a minha ausência e segurar o “pepino” com os meninos. Nestes longos 4 anos, me senti muito seguro para trabalhar neste projeto e devo isso à sua dedicação com tudo à nossa volta, com as coisas que não pude perceber e que cuidou com tanta tranquilidade. Nós dois sabemos o que significa esta conquista, que tudo isto foi pensado para nossos maiores tesouros.

Aos meus filhotes, Caetano e Mateus, os maiores presentes e os grandes amores da minha vida. A vocês eu agradeço todo dia pela magia de receber um abraço apertado, um sorriso, um beijo, de por ouvir: “papai ! !”. Depois de vocês, meus sonhos mudaram. Um deles, é que sintam orgulho deste pai. E que nesse orgulho, caiba o reconhecimento pelo esforço, pela luta, por ter chegado a este Doutorado. Muito devo a vocês, que me inspiraram e me empurraram para iniciar este processo. Obrigado “Catota”, obrigado “Totoco”, papai ama vocês!

Por fim a Deus! Que é aonde chega a minha crença. Que permitiu que tudo isso acontecesse do jeito que aconteceu.

Obrigado a todos!!

O homem é parte da natureza e sua guerra contra a natureza é inevitavelmente uma guerra contra si mesmo... temos pela frente um desafio como nunca a humanidade teve, de provar nossa maturidade e nosso domínio, não da natureza, mas de nós mesmos.

Rachel Carson

RESUMO

RIBEIRO FERNANDES, Backer. **Planejamento Estratégico de Comunicação para o Licenciamento Ambiental no Estado de São Paulo.** 2014. 248f. Tese (Doutorado) - Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014.

O Licenciamento Ambiental no Estado de São Paulo, é uma exigencia legal para a implantação e instalação de qualquer empreendimento ou atividade potencialmente poluidora ou degradadora do meio ambiente. Para que os projetos se viabilizem, é necessário que o empreendedor desenvolva um Estudo de Impacto Ambiental e o Relatório de Impacto ao Meio Ambiente - EIA/RIMA, e o apresente à Companhia Ambiental do Estado de São Paulo - CETESB, agência vinculada à Secretaria do Meio Ambiente do Estado de São Paulo, para análise dos estudos ambientais, emissão dos pareceres técnicos e das licenças ambientais: licença prévia, licença de instalação e licença de operação. No contexto dos Estudos de Impacto Ambiental (EIA's), se inserem os planos ou programas de comunicação que os empreendedores devem desenvolver como forma de garantir a divulgação das informações, participação e debate do empreendimento com a sociedade, conforme previsto na legislação ambiental. O objetivo deste estudo está em compreender os conceitos que nortearam o planejamento da comunicação nos diferentes EIA's pesquisados, avaliar as estratégias e ações de comunicação previstas, o engajamento e participação da sociedade no processo de licenciamento ambiental. Metodologicamente trata-se de uma pesquisa de abordagem qualitativa, do tipo exploratório-descritiva, que se dá por meio de pesquisa bibliográfica e documental. O levantamento bibliográfico alicerçou a fundamentação teórica que buscou situar a comunicação, e sua função, como campo fundamental para garantir e engajar a sociedade na promoção da sustentabilidade de empreendimentos que impactam o meio ambiente. A pesquisa documental levantou e cadastrou os Estudos de Impacto Ambiental desenvolvidos em São Paulo entre os anos de 1987 a 2011, perfazendo um total de 25 anos desde a implantação do processo pelo governo estadual, e que possibilitou promover uma análise de conteúdo dos planos de comunicação. A análise de conteúdo nos mostra que não há um eixo norteador para a elaboração dos planos e que cada empreendedor faz a sua maneira, seja por equipe própria, ou pela equipe da assessoria responsável pela elaboração do EIA/RIMA, ou inda por assessoria de comunicação contratada. Do mesmo modo, foi possível perceber que não há clareza nos termos utilizados nos planos, pois cada um apresenta o que melhor lhe convém, desencadeando certa confusão com relação a objetivos, justificativa, estratégias, ações planejadas e resultados que diferem bem de um empreendedor para outro. Nesse sentido, esta tese finaliza com a elaboração de um plano que seja referência para orientar o planejamento da comunicação dos empreendimentos em fase de licenciamento ambiental no Estado de São Paulo.

Palavras-chave: Comunicação. Planejamento da Comunicação. Sustentabilidade. Desenvolvimento Sustentável. Licenciamento Ambiental.

ABSTRACT

RIBEIRO FERNANDES, Backer. **Strategic Planning of the communication for the environmental licensing in the State of São Paulo**. 2014. 248f. Thesis (Doctorate) – Communication and Arts Faculty, University of São Paulo, São Paulo, 2014.

Environmental Licensing in the State of São Paulo, is a legal requirement for the implementation and installation of any type of enterprise or activity that is potentially pollutant or detrimental to the environment. To make the projects viable, the entrepreneur will be required to develop a Study on the Environmental Impact and to submit a Report on the Environmental Impact - EIA/RIMA, to the Environmental Company for the Sate of São Paulo - CETESB, agency associated with the Environmental Secretary of the State of São Paulo, for analysis of the environmental studies, issue of technical statements and environmental licenses: provisional license, installation license and operating license. In the context of the Studies of Environmental Impact (EIA's), are included the communication plans or programs that those responsible are expected to develop as a way to ensure the notification of information, participation and debate of the enterprise with the society, as laid out in environmental legislation. The objective of this study is to understand the concepts that guide the planning of the communication in the different EIA's researched; to evaluate the expected strategies and communication action and the engagement and participation of the society in the process of environmental licensing. Methodologically this is a survey of the qualitative approach, of the exploratory-descriptive type, developed through bibliographic and documental research. The bibliographic study is grounded on the foundations that communication, in its function is duly placed as a fundamental basis to ensure and engage society in the promotion of the sustainability of enterprises that impact the environment. The documental research studied and registered the Studies of Environmental Impact developed in São Paulo in the years between 1987 and 2011, totaling 25 years since the instigation of the process by the state government, which allows for an analysis of the content in communication plans. The analysis of the content shows us that there is a guiding axis for the development of plans and each entrepreneur develops in their own way, whether through their own team, or through the advisory team responsible for the development of the EIA/RIMA, or even through outside communication offices. Regardless, it was possible to detect that there is no clarity in the terms used in the plans, since each one presents what is better suited, triggering certain confusion in relation to the objectives, justification, strategies, planned actions and results that are very distinct from one entrepreneur to the next. In this sense, this thesis finalizes the development of a plan as a reference to orientate the planning for communication of the enterprises in the environmental licensing phase in the State of São Paulo.

Key words: Communication. Communication Planning. Sustainability. Sustainable Development. Environmental Licensing.

LISTAS DE FIGURAS

Figura 1 Fases do licenciamento ambiental..... 43

Figura 2 Organograma da Secretaria de Meio Ambiente de São Paulo..... 45

Figura 3 Escada da participação cidadã..... 104

LISTAS DE QUADROS

Quadro 1	Relação de empresas por ano, segmento e empreendimento....	133
Quadro 2	Títulos dos capítulos, subcapítulos e categorias	137
Quadro 3	Relação dos Programas Ambientais e Planos/Programas de Comunicação.....	140
Quadro 4	Categoria: Justificativa │Cenários.....	148
Quadro 5	Categoria: Objetivos │Objetivos Específicos │Metas.....	154
Quadro 6	Categoria: Públicos.....	162
Quadro 7	Categoria: Estratégias.....	165
Quadro 8	Categoria: Cronogramas.....	169

LISTAS DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Número de EIAs/RIMA por ano..... 130

Gráfico 2 EIAs/RIMA por pessoa jurídica..... 130

Gráfico 3 EIAs/RIMA por ano e por eegmento..... 131

Gráfico 4 Capítulos e subcapítulos dos Programas Ambientais..... 141

Gráfico 5 Temas abordados nos Planos de Comunicação..... 143

LISTA DE SIGLAS

AC	Análise de Conteúdo
AIA	Avaliação de Impacto Ambiental
ANPPAS	Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ambiente e Sociedade
AP	Audiência Pública
BID	Banco Interamericano para o Desenvolvimento
BIRD	Banco Internacional para Reconstrução e Desenvolvimento
BM	Banco Mundial
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
CCBS	Central de Cogeração da Baixada Santista
CDMAALC	Comissão de Desenvolvimento e Meio Ambiente da América Latina e do Caribe
CESP	Companhia Energética de São Paulo
CETESB	Companhia Ambiental do Estado de São Paulo
CICPA	Comissão Intermunicipal de Controle de Poluição do Ar
CIMA	Comissão Interministerial para Preparação da CNUMAD
CIPA	Comissão Interna de Prevenção de Acidentes
CNUMAD	Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento
CODESAVI	Companhia de Desenvolvimento de São Vicente
COMGÁS	Companhia de Gás de São Paulo
CONAMA	Conselho Nacional do Meio Ambiente
CONSEMA	Conselho Estadual do Meio Ambiente
CPFL	Companhia Paulista de Força e Luz
CPTM	Companhia Paulista de Trens Metropolitanos
DAEE	Departamento de Águas e Energia Elétrica
DAESP	Departamento Aeroviário do Estado de São Paulo
DAIA	Departamento de Avaliação de Impacto Ambiental
DENIT	Departamento Nacional de Infraestrutura de Transportes
DERSA	Desenvolvimento Rodoviário S.A.
DPRN	Departamento de Proteção de Recursos Naturais
DUP	Decreto de Utilidade Pública
DUSM	Departamento de Uso do Solo Metropolitano
EIA	Estudo de Impacto Ambiental
EMBRAPORT	Empresa Brasileira de Terminais Portuários S.A.
EMTU	Empresa Metropolitana de Transportes Urbanos

FEPASA	Ferrovia Paulista S.A.
FESB	Fundação Estadual de Saneamento Básico
FGV	Fundação Getúlio Vargas
FMI	Fundo Monetário Internacional
GasBol	Gasoduto Brasil-Bolívia
GC	*Global Compact*
IBAMA	Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis
IDH	Índice de Desenvolvimento Humano
IIEB	Instituto Internacional de Educação do Brasil
INFRAERO	Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária
LA	Licença Prévia
LI	Licença de Instalação
LO	Licença de Operação
MDL	Mecanismos de Desenvolvimento Limpo
METRÔ	Companhia do Metropolitano de São Paulo
MIT	*Massachussets Institute of Technology*
MP	Ministério Público
NEPA	*National Environmental Policy Act*
OMS	Organização Mundial da Saúde
ONG's	Organizações Não Governamentais
ONU	Organização das Nações Unidas
PBA	Plano Básico Ambiental
PEA	Programa de Educação Ambiental
PETROBRAS	Petróleo Brasileiro S.A.
PIB	Produto Interno Bruto
PNMA	Política Nacional de Meio Ambiente
PNUMA	Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente
PROCEN	Programa de Combate às Enchentes no Município de Campinas
PTU	Programa de Transporte Urbano
RAP	Relatório Ambiental Preliminar
RETAP	Rede Tubular de Alta Pressão
RIMA	Relatório de Impacto Ambiental
RMSP	Região Metropolitana de São Paulo
S.A	Sociedade Anônima
SABESP	Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo
SEAQUA	Sistema Estadual de Administração da Qualidade Ambiental
SISNAMA	Sistema Nacional do Meio Ambiente

SMA	Secretaria do Meio Ambiente do Estado de São Paulo
SPSL	Sistema Produtor São Lourenço
TPP	Termelétrica do Planalto Paulista
UCP	Unidade de Coordenação dos Programas
UGE	Unidade de Geração de Energia
UICN	União Mundial de Conservação
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura
UNSCCUR	*United Nations Scientific Conference on the Conservation and Utilization of Resources*
WWF	Fundo Mundial pela Natureza

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO..... 18

2. LICENCIAMENTO AMBIENTAL..... 32
2.1. Avaliação de impacto ambiental: processo histórico..... 32
2.2. Legislação ambiental brasileira..... 36
2.3. Licenciamento ambiental no Estado de São Paulo..... 42
2.4. Audiência pública: participação social no processo de licenciamento..... 50

3. O PARADIGMA DA SUSTENTABILIDADE..... 57
3.1. Reflexões para sustentabilidade: entre a ecologia e a economia..... 59
3.2. Marcos históricos da sustentabilidade..... 66
3.3. Em busca da qualidade de vida..... 72
3.4. Teorias para o conceito de sustentabilidade e desenvolvimento sustentável..... 79
3.5. Por um licenciamento socioambiental..... 90

4. A COMUNICAÇÃO NO CONTEXTO SOCIOAMBIENTAL..... 95
4.1. Publicidade, informação e participação..... 99
4.2. Internet e as redes Sociais: o novo espaço público..... 106
4.3. Comunicação pública e a mediação dos conflitos ambientais..... 111
4.4. Comunicação organizacional: consenso para relações sustentáveis..... 115

5. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS DE PESQUISA..... 124
5.1. Metodologia da pesquisa..... 124
5.2. Abordagem de pesquisa..... 125
5.3. Tipologia de pesquisa..... 126
5.4. Estratégia de pesquisa..... 127
5.5. Procedimento de coleta de dados..... 129
5.6. Análise de conteúdo..... 134
5.7. Sistematização dos dados para execução da análise..... 136

6. ANÁLISE DOS DADOS OBTIDOS NOS ESTUDOS DE IMPACTO AMBIENTAL E NOS RELATÓRIOS DE IMPACTO AO MEIO AMBIENTE 138
6.1. Análise dos títulos dos Programas Ambientais e dos Planos de Comunicação..... 138
6.2. Análise dos capítulos e/ou subcapítulos dos Planos/Programas de Comunicação..... 142

6.2.1. Categoria: Justificativa | Cenários..... 145
6.2.2. Categoria: Objetivos | Objetivos Específicos | Metas..... 151
6.2.3. Categoria: Públicos..... 160
6.2.4. Categoria: Estratégias..... 164
6.2.5. Categoria: Cronogramas..... 167
6.2.6. Categoria: Ações Planejadas..... 171
6.2.7. Categoria: Resultados..... 183
6.2.8. Categoria: Equipe..... 187
6.3. Considerações sobre a pesquisa realizada..... 190

7. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO PARA O LICENCIAMENTO AMBIENTAL..... 193
7.1. Administração e planejamento estratégico..... 194
7.2. Comunicação estratégica..... 196
7.3. Planejamento estratégico da comunicação..... 198
7.4. Plano de Comunicação para o Licenciamento Ambiental: um termo de referência..... 201
7.4.1. Diagnostico inicial..... 203
7.4.2. Justificativa..... 205
7.4.3. Objetivos..... 205
7.4.4. Estratégias..... 206
7.4.5. Metodologia..... 207
7.4.6. Públicos de interesse..... 208
7.4.7. Plano de ações..... 209
7.4.8. Recursos..... 209
7.4.9. Cronograma..... 210
7.4.10. Resultados..... 210
7.4.11. Avaliação dos resultados..... 211

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS..... 214

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... 218

REFERÊNCIAS WEBGRÁFICAS..... 238

REFERÊNCIAS DA LEGISLAÇÃO..... 242

1. INTRODUÇÃO

Nesta introdução apresentamos a contextualização do tema abordado nesta tese, a questão problema, os objetivos propostos, a justificativa da escolha do tema, bem como a estruturação de todo o trabalho. Como sabemos, a economia brasileira vem crescendo ano após ano. Entre meados dos anos 1960 e 1970, o país vivenciou o chamado “milagre econômico”, um rápido crescimento do Produto Interno Bruto (PIB), resultado da melhoria da infraestrutura e o desenvolvimento industrial, principalmente das indústrias de siderurgia, geração de energia elétrica e petroquímica. Mesmo com o fraco desempenho econômico nos anos 1980 e 1990, em função da crise da dívida, a superinflação, os efeitos da recessão na era Collor, a estabilização com o Plano Real, o crescimento médio da economia brasileira nesse período foi de 2,85%, bem próximo dos índices médios dos dias atuais.

Recentemente o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) (BRASIL, 2013), divulgou que só na última década, entre 2000 e 2011, a economia brasileira subiu da nona para a sexta maior economia do mundo, com um crescimento médio em torno de 4% ao ano. Entretanto, grandes impactos provocados ao meio ambiente são a consequência inevitável desse modelo de crescimento econômico e do desenvolvimento desordenado, apesar de alguns economistas continuarem afirmando que é necessário aumentar os investimentos em infraestrutura para garantir a competitividade e produtividade da economia nacional.

Embora todo este crescimento tenha trazido muitos benefícios econômicos e sociais, apesar dos impactos ambientais significativos, essa questão nos remete a uma grande reflexão acerca dos mecanismos que o Brasil utiliza para conciliar o crescimento econômico com a conservação ambiental se serão suficientes ou não. Certamente, para que haja um “equilíbrio” será preciso promover o referendado modelo de desenvolvimento sustentável, um paradigma que impõe limites à liberdade econômica, que desacelera as taxas de crescimento econômico e limita os impactos ambientais, ou seja, reduz toda e qualquer ação que possa provocar alterações ao meio ambiente, sejam estas de natureza ambiental, social ou econômica.

No Brasil, todo o empreendimento ou atividade potencialmente causadora de impacto ao meio ambiente necessariamente passa por um processo de Licenciamento Ambiental, como prevê a Política Nacional de Meio Ambiente (PNMA), Lei nº 6.938, promulgada em 1981, como forma de preservar, melhorar e recuperar a qualidade ambiental, assegurando condições para o desenvolvimento social, ambiental e econômico.

Em seu Artigo 10º, a PNMA estabelece que a construção, instalação, ampliação e funcionamento de empreendimentos e atividades consideradas potencialmente poluidoras, bem como aquelas capazes de causar degradação ambiental, dependerão de prévio licenciamento do órgão competente.

Esclarecendo, o Licenciamento Ambiental é um processo para a obtenção de três licenças ambientais, que autorizam a implantação de qualquer empreendimento ou atividade:

- Licença Prévia (LP), concedida na fase preliminar do planejamento do empreendimento ou atividade, que aprova a concepção do projeto, atesta sua viabilidade ambiental e estabelece os requisitos básicos a serem atendidos nas próximas fases de implantação.
- Licença de Instalação (LI), que autoriza a instalação do empreendimento ou atividade de acordo com as especificações constantes dos planos, programas e projetos aprovados, incluindo as medidas de controle ambiental.
- Licença de Operação (LO), que autoriza a operação da atividade ou empreendimento, após o cumprimento do que foi estabelecido pelas licenças anteriores.

Para a obtenção das licenças ambientais é necessário que seja desenvolvido um Estudo de Impacto Ambiental (EIA), que deve compreender os possíveis impactos ambientais decorrentes da instalação de um empreendimento ou atividade, prevenir e monitorar os danos ambientais, e seu respectivo Relatório de Impacto ao Meio Ambiente (RIMA), um resumo do EIA, um documento público disponível para consulta da sociedade, com um texto de fácil interpretação para facilitar o entendimento de todos os interessados. São dois documentos distintos que servem como instrumento para a Avaliação de Impacto Ambiental (AIA) e para serem debatidos com a sociedade civil por meio da realização de Audiências Públicas.

É notório que os processos de licenciamento ambiental no Brasil têm gerado muita polêmica, seja pela dimensão do impacto ao meio ambiente, pela falta de transparência, falta de informação ou por falta de participação no processo. O Ministério Público (MP), as organizações ambientais, a mídia, as redes sociais, a sociedade civil organizada, a população em geral e, principalmente, as comunidades impactadas direta e indiretamente pelos empreendimentos, dentre outros públicos, são os principais responsáveis pelas críticas aos empreendimentos que não atendem às expectativas sociais e ambientais da sociedade em geral.

O desenvolvimento de um Programa de Comunicação é parte do Plano Básico Ambiental (PBA), caracterizado por seu detalhamento de programas socioambientais, propostos com base nos estudos apontados no EIA/RIMA e composto também pelas exigências e recomendações do órgão licenciador compreendidas na Licença Prévia (LP). É um documento necessário à solicitação da Licença de Instalação (LI) e deve apresentar os cuidados e procedimentos ambientais a serem implementados durante a construção do empreendimento. Segundo Fukushima (2013), membro da Diretoria de Tecnologia, Qualidade e Avaliação Ambiental da CETESB, Companhia Ambiental do Estado de São Paulo, organização responsável pelo Licenciamento Ambiental no Estado, “não existe um termo de referência específico ou roteiro para um “plano de comunicação”. A proposta parte do empreendedor ou interessado e depois passa por nossa avaliação nos processos de licenciamento em análise”.

Esta tese partiu da identificação de um problema inicial já estabelecido no processo comunicacional para o licenciamento ambiental no Estado de São Paulo. Apesar de constar nos EIA’s/RIMA’s a, como parte do processo a ser implantado, o que se pode constatar empiricamente é que as propostas de comunicação não dão conta da magnitude dos empreendimentos e dos seus efeitos, ou impactos, na sociedade. A comunicação é implementada de forma instrumental, pragmática, direcionada para a resolução de problemas pontuais. A comunicação assume um caráter informativo e de divulgação de mensagens de interesse dos empreendedores, provavelmente, atendendo as determinações legais de “informar” o empreendimento e de “tornar público” as informações. Outra questão que podemos considerar de extrema relevância, diz respeito à abrangência da comunicação, que não permeia todo o processo de licenciamento ambiental, se restringindo somente a contribuir para minimizar e compensar os impactos

ambientais causados à população, especificamente, à comunidade próxima do local de implantação do empreendimento. Contudo, percebemos que a comunicação, além de não permear todo o processo, acontece de forma desorganizada e não planejada.

Alguns pressupostos permeiam esta tese:

- Os Planos/Programas de Comunicação coexistem em função da exigência legal de tornar transparente o processo de licenciamento, que estabelece somente "informar" a sociedade.
- O processo entendido como "comunicação", na verdade é um processo de transmissão de informações, de disponibilização de informações à população; um processo funcionalista, que contraria a própria essência do licenciamento, que é promover o engajamento da sociedade em todo o processo.
- As audiências públicas não atendem à proposta de se constituir um fórum para ouvir e debater com a sociedade. Funciona apenas como um "rito" do processo de licenciamento, que busca comprovar que a sociedade foi ouvida e que suas demandas foram atendidas, o que não é verdade.
- A falta de comunicação, percebida e reclamada por diferentes segmentos da sociedade. Mídia, organizações ambientalistas, ministério público, e outros públicos, não são envolvidos no processo. A comunicação existe apenas para atender às demandas da comunidade impactada, ou seja, o público prioritário que sofre diretamente todas as interferências para a implantação do empreendimento.

Portanto, são objetivos desta tese:

1. Avaliar o avanço, ou retrocesso, no planejamento estratégico da comunicação, desenvolvido para os processos de licenciamento ambiental no Estado de São Paulo.

2. Verificar como foram planejadas as ações de comunicação para informar o empreendimento e promover a participação efetiva da sociedade civil no processo, além de levantar quais os meios de comunicação foram utilizados e se estavam adequados a seus públicos de interesse.

3. Avaliar também quais os objetivos, as justificativas e os conceitos que nortearam cada Plano de Comunicação, bem como, se estavam adequados a seu respectivo empreendimento.

Para se chegar aos objetivos propostos foi realizada uma análise dos Planos de Comunicação contidos nos Estudos de Impacto Ambiental (EIA), entre os anos de 1987 a 2011, no Estado de São Paulo, caracterizando assim um recorte de 25 anos do processo de licenciamento ambiental. A partir daí, com base nos resultados da pesquisa, formulamos uma proposta de planejamento da comunicação para os processos de licenciamento ambiental no Estado de São Paulo. Intencionamos uma proposta de planejamento que atenda os interesses dos empreendedores, governo e sociedade civil, que possa promover uma mudança de paradigma em relação às práticas de comunicação desenvolvida atualmente, colocando-a como ação estratégica e de grande relevância para viabilizar o licenciamento ambiental de empreendimentos verdadeiramente sustentáveis no Estado de São Paulo.

A questão problema que levantamos se caracteriza por três indagações:

- Como a comunicação poderá contribuir para o processo de licenciamento ambiental dos futuros empreendimentos no Estado de São Paulo?
- Da mesma forma, como a comunicação poderá contribuir para a implantação de empreendimentos sustentáveis no Estado de São Paulo?
- E como poderá a comunicação garantir maior participação no processo de licenciamento ambiental e promover o debate com a sociedade civil?

A resposta a estes questionamentos caminha no sentido de se promover um engajamento maior com a sociedade civil, dividir responsabilidades na implantação de empreendimentos sustentáveis, promover benefícios sociais, ambientais e econômicos com o menor impacto ambiental possível para que promovam uma melhoria da qualidade de vida da população.

O quadro teórico de referência que fundamenta esta tese tem como base a literatura do campo da comunicação, permeando todos os desdobramentos teóricos desse campo do conhecimento, na abordagem da comunicação e complexidade por Rudimar Baldissera, nas relações e conflitos entre a comunicação empresarial e as questões ambientais abordadas por Wilson da Costa Bueno, nos estudos e literatura sobre comunicação pública e espaço público defendido por Jorge Duarte e Heloiza Matos, nas teorias do agir comunicativo abordado por Jurgen Habermas, assim como na literatura relacionada à comunicação organizacional fundamentada por Margarida Kunsch e Maria Aparecida Ferrari, nas articulações teóricas do

planejamento estratégico da comunicação, entre outras. Complementamos o referencial teórico desta tese com as teorias sobre meio ambiente e sustentabilidade que buscam explicar as relações entre sociedade civil, governo, poder econômico e suas influências no meio ambiente. Importantes contribuições neste campo são das articulações teóricas de Leonardo Boff, e seus questionamentos sobre o atual modelo de sustentabilidade, na construção dos discursos da sustentabilidade de Henri Acselrad, nas teorias clássicas da economia ecológica, de Lester Brown, John Elkington e Ignacy Sachs, nos pensamentos sobre ecologia e suas complexidades, nas teorias de Fritjof Capra, nos pensamentos de Clóvis Cavalcanti sobre desenvolvimento sustentável e na abordagem pragmática de André Trigueiro, para citar algumas referências.

Neste aspecto, as teorias da comunicação devem caminhar ao encontro da ideia de instrumento de mediação das relações entre todos os setores da sociedade. Neste cenário, o quadro teórico de pesquisa culmina nos estudos e na literatura sobre o planejamento estratégico da comunicação, formando assim um arcabouço teórico fundamental para a sustentação do que se pretende pesquisar, direcionando esta pesquisa para a abordagem central do tema proposto.

Esta tese está estruturada em sete capítulos. No capítulo 2, sobre o Licenciamento Ambiental, abordamos as questões históricas que resultaram no surgimento das Avaliações de Impacto Ambiental (AIA), nos Estados Unidos em 1969, quando o Congresso americano aprovou a *National Environmental Policy of Act* (NEPA), considerada um marco na conscientização ambiental, pois:

> Foi uma resposta às pressões crescentes da sociedade organizada para que os aspectos ambientais passassem a ser considerados na tomada de decisão sobre a implantação de projetos capazes de causar significativa degradação ambiental (DIAS; SÀNCHEZ, 2001, p.10).

Por meio de um instrumento legal, passou a se exigir a todos os empreendimentos com potencial de impacto ao meio ambiente, a identificação dos impactos, os efeitos ambientais e sociais, as alternativas de compensação e mitigação, a manutenção ou mesmo a melhoria do meio ambiente e a definição clara do comprometimento dos recursos naturais. Esse modelo de AIA se difundiu para outros países. No Brasil, os mecanismos de avaliação dos impactos ambientais começaram a ser adotados em meados dos anos 1970, como exigência do Banco

Interamericano de Desenvolvimento (BID) e do Banco Mundial (BM) por meio do Banco Internacional para Reconstrução e Desenvolvimento (BIRD), para a liberação do financiamento de alguns empreendimentos, por exemplo, as usinas hidrelétricas de Sobradinho, na Bahia, e de Tucuruí, no Pará. Outra questão importante que contribuiu para a adoção das avaliações de impacto ambiental foram os desdobramentos da Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente, em 1972, em Estocolmo, que recomendou aos países a inclusão da AIA no planejamento de futuros projetos de desenvolvimento.

Reflexos desses acontecimentos históricos se concretizaram com a promulgação do Decreto-Lei nº 134, de 16 de junho de 1975, que instituiu no Rio de Janeiro, o Sistema de Licenciamento de Atividades Poluidoras, tornando obrigatório o licenciamento de novos empreendimentos (RIO DE JANEIRO, 1975), e com a promulgação da Lei nº 997, em 1976, em São Paulo, que exigia o licenciamento ambiental para a instalação, construção, ampliação, e funcionamento de novos empreendimentos. Estas iniciativas de regulamentar as avaliações de impacto ambiental levaram o governo brasileiro a sancionar a Lei nº 6.938, em 1981, criando assim a Política Nacional de Meio Ambiente (PNMA), que teve como imperativo compatibilizar o desenvolvimento econômico com a preservação ambiental. Após cinco anos, em 1986, uma Resolução do Conselho Nacional de Meio Ambiente CONAMA nº 01 (BRASIL, 2012c), regulamentou o uso da AIA a partir da elaboração dos Estudos de Impacto Ambiental (EIA) e seus respectivos Relatórios de Impacto Ambiental (RIMA). Esta Resolução trouxe em seu escopo um diferencial já estabelecido pelo NEPA, a participação da sociedade civil nas tomadas de decisão pelos órgãos ambientais, via Audiências Públicas.

Conforme será abordado, veremos que cabe à CETESB, Companhia Ambiental do Estado de São Paulo, empresa vinculada à Secretaria do Meio Ambiente do Estado de São Paulo, a responsabilidade de analisar os estudos de impacto ambiental, seus relatórios, e elaborar os pareceres técnicos dos empreendimentos em fase de licenciamento, aprovando-os ou não. Assim como cabe ao CONSEMA, Conselho Estadual de Meio Ambiente de São Paulo, a promoção e realização das Audiências Públicas conforme previsto na Resolução CONAMA nº 01, impondo ao processo um princípio democrático de participação cidadã, concedendo à população ou à sociedade civil, o direito de intervir na tomada de decisão sobre os projetos potencialmente impactantes ao meio ambiente. Será a

Audiência Pública um instrumento capaz de promover a participação da sociedade no processo de licenciamento ambiental, conforme determina a legislação e o discurso dos órgãos competentes?

No capítulo 3 discutimos a sustentabilidade, permeando conceitos e construindo críticas ao atual modelo de desenvolvimento. A proposta deste capítulo foi, certamente, lapidar conceitos que possam propor ao atual modelo de Licenciamento Ambiental no Estado de São Paulo um caráter socioambiental, muito além do ambiental, que possa ser um instrumento de mediação de conflitos e servir de diálogo entre o setor privado, sociedade civil e governo. A primeira etapa de desenvolvimento de qualquer empreendimento é justamente o seu processo de licenciamento ambiental. A sustentabilidade deve nortear a gestão desse processo, tornando o Estudo de Impacto Ambiental (EIA) um instrumento real de garantia dos benefícios econômicos, sociais e ambientais.

No primeiro momento, o trabalho foi justamente o de vasculhar, por meio de uma revisão bibliográfica, os diferentes conceitos acerca da sustentabilidade, ou do desenvolvimento sustentável, e traçar um paralelo entre eles, formulando assim algumas ideias para incorporar a um processo de licenciamento socioambiental. Vimos que inúmeras tentativas de conceituar sustentabilidade têm surgido constantemente e Baroni (1992) resume uma posição que concordamos plenamente, e que o conceito de sustentabilidade necessita de cuidado na sua utilização.

> O debate sobre sustentabilidade, que se iniciou na ecologia (ou nas ciências biológicas) e vem extravasando para a economia, é bastante produtivo, pois coloca a nu a necessidade imperiosa de um novo paradigma social econômico ou um novo estilo de desenvolvimento, pois o atual mostrou-se insustentável, de diversas perspectivas, sendo uma dela a da conscientização da finitude dos recursos. Mas o debate ainda não caminhou o suficiente para criar um consenso amplamente entendido e aceito. (BARONI, 1992, p.24).

O que pode ser verificado neste capítulo é que não há espaço para o desenvolvimento a qualquer preço. Ao realizarmos um resgate histórico acerca da sustentabilidade, percebemos que a década de 1970 foi importante para o acirramento do debate sobre o desenvolvimento sustentável. A Conferência Mundial das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento (CNUMAD), realizada em Estocolmo, no ano de 1972, foi um marco importante para as

discussões sobre desenvolvimento e preservação ambiental, mesmo que garantindo a liberdade de qualquer país para se desenvolver explorando seus próprios recursos naturais.

Logo a seguir, Maurice Strong, secretário geral da Conferência de Estocolmo, utiliza pela primeira vez o conceito de ecodesenvolvimento para definir uma alternativa de política de desenvolvimento para os países subdesenvolvidos, que consistia na utilização criteriosa dos recursos naturais sem comprometer o esgotamento da natureza, contrariando as concepções do crescimento econômico vigente. Baseado nas ideias de Strong, já no início dos anos 1980, o economista Ignacy Sachs (1993; 2002) se apropria do termo e o desenvolve com base em três conceitos integrados: ecologia, sociologia e economia. Conceito que ressurgiria anos depois, denominado *Triple Botton Line*, ou, os três pilares da sustentabilidade, cunhado pelo sociólogo britânico John Elkington, fundador da ONG *SustainAbility*. Outro marco importante foi a publicação do Relatório do *Massachussets Institute of Technology* (MIT), que questionou a insustentabilidade do modelo econômico baseado no uso de combustíveis fósseis ao invés do estímulo ao uso das energias renováveis.

Entretanto, como veremos, o conceito que se firmou foi formulado na década de 1980, por Lester Brown, fundador e presidente da ONG *Earth Policy Institute*, um conceito amplamente utilizado pelo setor privado, que define desenvolvimento sustentável como um novo paradigma de desenvolvimento, o qual permite à humanidade satisfazer suas necessidades sem comprometer a habilidade das futuras gerações de atender suas próprias necessidades. Definição que foi incorporada pela Comissão Mundial das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, conhecida como Comissão Brundtland, e publicada no relatório Nosso Futuro Comum, produzido em 1987. (COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO, 1991).

Ficará evidenciado neste capítulo que os conceitos de sustentabilidade aplicáveis aos processos de licenciamento ambiental no Estado de São Paulo não podem estar atrelados somente aos conceitos da teoria econômica. Na crença de que a liberdade econômica, o livre comércio, o consumo, a competição de mercado, poderão diminuir as desigualdades e eliminar o subdesenvolvimento. É fato que o crescimento econômico não é sinônimo de desenvolvimento. Os indicadores econômicos também não explicam como a economia destrói o meio ambiente.

O Relatório “Os Limites do Crescimento”, publicado em 1972 pelo Clube de Roma, e também elaborado por uma equipe do MIT, já apontava que as políticas de proteção ambiental e a promoção de metas de crescimento econômico eram contraditórias. Como conciliar a preservação do meio ambiente e da qualidade de vida com uma industrialização acelerada, o crescimento da população e o esgotamento de recursos naturais? Os conceitos de sustentabilidade com base nas teorias econômicas aqui pesquisadas não sugerem a estagnação do crescimento econômico, mas sim uma conciliação entre as questões ambientais e sociais. Numa recente entrevista à Agência Brasil, Ignacy Sachs (2012) reconhece que houve maior aceitação teórica no campo da economia ecológica, mas faltaram avanços na prática, pois a devastação ambiental não parou, pelo contrário, só aumentou.

Veremos ainda neste capítulo que as diferentes conceituações e definições de sustentabilidade ou desenvolvimento sustentável podem ser o arranjo ideal para a fundamentação teórica que norteará a proposta final desta tese, a de construir um termo de referência para o planejamento da comunicação nos processos de licenciamento ambiental no Estado de São Paulo. Vimos a importância das diferentes abordagens conceituais relacionadas à sustentabilidade, ao desenvolvimento ambiental, à preservação ambiental, dentre outros. Como os diferentes campos do saber se contrapõem à teoria econômica, seja a biologia, a sociologia, a geografia, a filosofia, a teologia, a literatura, a arte, refletida nos poetas que exaltam as belezas naturais e a vida simples com base nos valores da natureza?

No capítulo 4, fazemos algumas reflexões sobre o papel da comunicação no contexto do desenvolvimento sustentável. Ao longo do texto, a questão que procuramos responder é: qual a função da comunicação no processo de licenciamento ambiental no Estado de São Paulo? Como a comunicação poderá garantir o que estabelece a legislação ambiental, ou seja, como contribuirá para tornar o processo mais participativo e transparente, e atender também o que prevê a constituição brasileira, quando impõe não somente ao poder público, mas a toda a sociedade, o dever de defender e preservar o meio ambiente para as presentes e futuras gerações?

Inicialmente, partimos para uma breve construção teórica sobre a comunicação, por meio de um levantamento bibliográfico onde pudemos descrevê-la com base nas diferentes abordagens e paradigmas. Referendamos a comunicação e

sua utilização estratégica frente aos desafios relacionados à sustentabilidade, ao processo de licenciamento ambiental, e aos demais temas que permeiam esse conceito, de forma que a comunicação possa ser capaz de garantir o acesso da sociedade à informação, promover o debate e a troca de opiniões, mediar as relações entre empreendedores, governo e diferentes grupos sociais, utilizar instrumentos que possibilitem a interação entre todas as partes, bem como, promover a construção de discursos que contribuam para fortalecer a ideia do desenvolvimento sustentável como bem comum a ser implementados por toda a sociedade.

Buscamos explorar alguns conceitos que pudessem responder ao questionamento inicial, ou seja, como pode a comunicação contribuir para a sustentabilidade. Para Baldissera (2009, p. 35), devemos “pensar a comunicação como processo que permite desorganizar o atual sistema de significação de modo a gerar nova organização que atenta para a sustentabilidade”. Ou, como prefere Soares (2009), com a convergência de discursos e práticas será possível uma transformação em larga escala, de valores e comportamentos humanos, na direção de uma mudança cultural, pré-condição para afirmarmos que praticamos e construímos, efetivamente, a sustentabilidade.

A comunicação deve ser pensada a favor dos interesses difusos sobre os interesses individuais (NOSTY, 2008), e também incorporar uma perspectiva política, buscando mobilizar, conscientizar, além de informar, um papel que pode desempenhar para alterar o cenário desfavorável que tipifica a relação atual da sociedade e do mercado com o meio ambiente (BUENO, 2012). Outra ideia, é que a comunicação precisa estar baseada nas teorias do conflito, ou seja, ela deve ocorrer por meio de um processo interativo onde se lançam posições existentes para ensejar uma reformulação do que se pode considerar verdade absoluta, propiciando assim uma abordagem colaborativa (DEETZ, 2009).

Procuramos esclarecer os diferentes conceitos relacionados à publicidade e a informação, que se confundem constantemente quando se propõe tornar um processo participativo, bem como entender como a comunicação acontece no espaço público, ou ainda, o que é e qual é esse espaço público onde acontecem as mediações dos processos de licenciamento ambiental. Sabemos que esse espaço público hoje se caracteriza por uma multiplicidade de espaços midiáticos, principalmente a internet e suas redes sociais, bem como os jornais, rádios, TV’s,

etc., espaços onde ocorrem as discussões e que tornam os processos, efetivamente, mais participativos e democráticos. A comunicação precisa ser entendida como bem público segundo Duarte (2006); precisa ser o instrumento de compartilhamento, negociação, mediação de conflitos e acordos, em relação a temas de relevância coletiva, assumindo assim uma perspectiva cidadã. O processo comunicacional no contexto do licenciamento ambiental deve assumir uma postura inclusiva e participativa, contra a manipulação de vontades ou a eliminação da individualidade. (JARAMILLO LÓPEZ, 2011).

Por fim, foi preciso entender que diferentes organizações são corresponsáveis pelo planejamento e gestão de todo o processo de comunicação previsto nas diferentes etapas do licenciamento ambiental, inserindo o processo comunicacional no campo da comunicação organizacional. O que veremos, portanto, é que independente dos interesses particulares, cada organização é responsável por produzir, de forma estratégica, seus discursos, suas ações, que possam contribuir para a construção simbólica do empreendimento e atender o que está previsto na legislação ambiental e em todo o arcabouço ideológico pró-sustentabilidade.

O capítulo 5 apresenta e também detalha os procedimentos metodológicos utilizados no desenvolvimento de uma pesquisa de abordagem qualitativa, do tipo exploratório-descritiva, com base em levantamento bibliográfico e pesquisa documental que teve como objeto de estudo os Planos de Comunicação, contidos nos Estudos de Impacto Ambiental e nos Relatórios de Impacto ao Meio Ambiente (EIA/RIMA), documentos indispensáveis para o processo de licenciamento ambiental de grandes empreendimentos no Estado de São Paulo, sobre os quais foi realizada uma análise de conteúdo. O objetivo da pesquisa foi descrever e analisar como se norteou o planejamento da comunicação ao longo do tempo, e se as estratégias descritas cumpriram efetivamente a determinação legal de tornar público, transparente e participativo o processo de licenciamento ambiental no Estado de São Paulo.

O capítulo 6 apresenta a análise dos dados da pesquisa utilizando um procedimento que, inicialmente, compilou e organizou os dados existentes na base de dados da Biblioteca da CETESB entre os anos de 1987 a 2011, estabelecendo um período de 25 anos de licenciamento ambiental em São Paulo. A partir de uma análise inicial, buscou-se avaliar somente os processos de empresas S.A., Sociedades Anônimas de natureza privada, pública ou de economia mista, pois se

verificou que somente os empreendimentos mais complexos, de grande relevância e impacto, possuíam propostas de comunicação nos seus estudos. Aqui foram feitas duas exceções para duas prefeituras municipais, por tratar-se de segmento interessante para análise.

Além disso, foram levantados, de modo exploratório, os documentos dos empreendimentos licenciados em função da natureza, característica, forma, impacto de cada projeto, cada um dentro da sua peculiaridade e com planos de comunicação distintos, relacionados à implantação de estradas, hidrelétricas, indústrias, etc. Nas análises finais, de modo descritivo, foi possível verificar a evolução, ou não, do planejamento da comunicação, se as estratégias planejadas estavam num contexto participativo, se as propostas de comunicação serviam de mediação entre todas as partes interessadas, quais as características das ações e que instrumentos foram previstos para garantir não só a informação, mas a participação e engajamento da sociedade e os públicos de interesse, cumprindo, de fato, com a missão de tornar o processo transparente e participativo, conforme determina a constituição brasileira.

As informações obtidas da pesquisa, após verificadas por meio da análise de conteúdo no capítulo anterior, passam a dar corpo ao capítulo 7, com o título de “Plano Estratégico de Comunicação para Licenciamento Ambiental”, sendo uma proposta de planejamento da comunicação, um termo de referência, podendo ser um norteador dos processos de licenciamento ambiental de empreendimentos distintos, e parte complementar dos seus respectivos estudos ambientais ou planos básicos ambientais. Os resultados contribuíram para aprimorar as práticas pré-concebidas e também referendar as intuições existentes, do conhecimento empírico adquirido pelo pesquisador em experiências vivenciadas no planejamento e desenvolvimento de ações de comunicação para diferentes empreendimentos licenciados no Estado de São Paulo nos últimos 15 anos.

A proposta de planejamento buscou uma diretriz alinhada ao conceito de sustentabilidade com o objetivo de promover ações de comunicação que atendam a um licenciamento socioambiental, que garantam maior participação social, engajamento ao empreendimento, promovam o debate e o confronto de opiniões, e demais no processo ao debate, o confronto em detrimento do licenciamento ambiental. O embasamento conceitual da proposta de comunicação se deu pelo viés da comunicação organizacional, e pelas teorias da administração e do planejamento estratégico, possibilitando a criação de um alicerce apropriado de relacionamento

com a sociedade e demais grupos de interesse. A comunicação deve, efetivamente, servir de suporte para um modelo de gestão bem estruturado e com capacidade de levar a empresa a enfrentar os seus desafios, e também uma sociedade cada vez mais exigente em qualidade de vida e em direitos. (CARDOSO, 2006).

O Plano pretende tornar a comunicação o mais eficiente possível, estabelecendo estratégicas que olham para os diferentes públicos, suas características e prioridades; apontam os canais de comunicação mais eficientes, refletem sobre os eventos a serem realizados, sobre o conteúdo da mensagem a ser produzida, dentre outras atividades que possam garantir ao processo de licenciamento ambiental a sua devida relevância e seriedade, e que seja capaz de mediar os conflitos, satisfazendo os interesses de empreendedores, governo e sociedade, e resultando na implantação de um empreendimento sustentável, de fato, que possa gerar benefícios econômicos, sociais e ambientais para todos.

Por fim são tecidas as Considerações Finais da tese, apresentadas as referências de todo o acervo de pesquisa, as referências em meio eletrônicas, bem como as referências das legislações mencionadas no texto.

2. LICENCIAMENTO AMBIENTAL

2.1. Avaliação de impacto ambiental: processo histórico

Antes mesmo de adentrarmos na dissertação deste capítulo sobre o licenciamento ambiental e seus processos, é importante nos situarmos no contexto histórico para entendermos que fatores antecederam a criação e normatização de procedimentos que autorizam e concedem as devidas licenças para a implantação de qualquer empreendimento que possa impactar e/ou degradar o meio ambiente.

Assim, com o final da Segunda Guerra Mundial, em 1945, se tem início um período de reconstrução do mundo destruído, principalmente a Europa, promovendo o crescimento da indústria mundial e trazendo grandes impactos ambientais, econômicos e sociais, como já amplamente apontado por diversos estudos. Denúncias sobre acidentes ambientais começam a surgir e ganhar força nesse momento, como o que ocorreu em Minamata, no Japão, em 1953, provocando a morte de centenas de pessoas por ingestão de peixes contaminados por mercúrio, alertando a população mundial sobre o seu papel na preservação ambiental. É importante lembrar que a população japonesa já havia sentido os efeitos destruidores provocados pelo lançamento da bomba atômica sobre Hiroshima e Nagasaki, causando a morte de milhares de pessoas e deixando o mundo aterrorizado.

A partir dos anos 1960, o crescimento industrial está “a todo o vapor”, a tecnologia avança e a industrialização segue provocando mais riscos à vida humana e gerando mais lucro. Com esse avanço industrial em curso ficam evidentes os efeitos sobre a natureza, por meio dos diversos desastres ecológicos que passam a ocorrer com frequência. Segundo Melo (2012), a questão ambiental emergiu após a Segunda Guerra Mundial, e promoveu importantes mudanças no mundo, a humanidade percebeu que os recursos naturais eram finitos e que seu uso incorreto poderia representar o fim de sua própria existência.

Essa consciência ambiental dá origem ao que podemos chamar de “revolução ambiental”, um dos mais importantes movimentos sociais dos últimos anos e que vem promovendo significativas transformações na economia mundial e no

comportamento da sociedade até os dias de hoje. Segundo Goulart e Callisto (2003), os movimentos ambientalistas surgem em protesto aos grandes desastres ecológicos como: derramamentos de petróleo, construção de grandes represas, rodovias, acidentes nucleares, entre outros. Na esteira desses protestos contra os desastres ecológicos, podemos destacar a publicação, em 1962, do livro “Primavera Silenciosa”, da bióloga americana Rachel Carson. Seu livro fez grave denúncia sobre intoxicações em humanos e agressões ao meio ambiente causadas pelos agrotóxicos.

> Ela foi a primeira a colocar para o grande público a questão dos resíduos de agrotóxicos no meio ambiente [...] a presença de agrotóxico foi denunciada em quase todos os tipos de alimentos, inclusive no leite materno. Rachel Carson mostrou a real possibilidade de correlação entre resíduos de agrotóxicos em alimentos e muitas doenças crônicas da população, inclusive o câncer. Denunciou que a grande mortandade de pássaros e a destruição dos seus ovos, acompanhados pela morte de peixes e de animais silvestres, eram causados por agrotóxicos, especialmente pelos inseticidas (MOURA, 2009, p. 46).

Com o crescimento dessa consciência sobre os impactos que a indústria provocava ao meio ambiente, bem como por pressão dos diferentes segmentos da sociedade civil organizada, o governo dos Estados Unidos cria uma regulamentação ambiental que ficou conhecida como *National Environmental Policy Act* (NEPA), publicada em 1969, que instituiu a avaliação de impacto ambiental, propondo a participação efetiva da sociedade no processo de decisão acerca da viabilidade ambiental dos empreendimentos capazes de causar significativa degradação ambiental. Conforme Iara Moreira (1985 apud ROCHA et al., 2005, p. 148), o NEPA previa a identificação dos possíveis impactos ambientais, os efeitos ambientais negativos, a manutenção ou mesmo melhoria do meio ambiente, a definição quanto ao comprometimento dos recursos ambientais, dentre outros pontos. Ou seja, era uma regulamentação que buscava prevenir os possíveis impactos ao meio ambiente, provocados pela implantação de quaisquer empreendimentos, e que também procurava equilibrar a qualidade de vida ao desenvolvimento econômico da época, criando condições para que homem e natureza pudessem coexistir.

Na década de 1970, países desenvolvidos influenciados pelo NEPA, buscaram constituir mecanismos de gestão ambiental, de caráter preventivo, que subsidiasse a tomada de decisão sobre seus projetos de desenvolvimento. Com

isso, a aplicação da avaliação de impactos ambientais generalizou-se rapidamente por outros países: a Alemanha em 1971, Canadá em 1973, Austrália e Nova Zelândia em 1974, França e Irlanda em 1976 e Holanda em 1979 (FERREIRA, 2010, p. 16). Outro fator importante que viria a contribuir para a consolidação dos instrumentos de avaliação dos impactos ambientais como instrumento de preservação do meio ambiente, ocorreu com a publicação do relatório do Clube de Roma, intitulado “Limites do Crescimento”, em 1972, que analisou os limites do crescimento econômico levando em conta o uso crescente e desenfreado dos recursos naturais e apontou a industrialização acelerada, o rápido crescimento demográfico, a escassez de alimentos e o esgotamento de recursos não renováveis, como principais fatores de deterioração do meio ambiente. (MEADOWS et al., 1973).

No mesmo ano da publicação do relatório do Clube de Roma, e sob sua influência, foi realizada a primeira Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente, em Estocolmo na Suécia, que discutiu a degradação da qualidade do meio ambiente em função da poluição industrial nos países desenvolvidos, bem como a ausência de marcos regulatórios, tecendo uma dura crítica ao modelo indiscriminado de desenvolvimento econômico. A Declaração de Estocolmo, em seu Princípio 14, cita que “o planejamento racional constitui um instrumento indispensável para conciliar às diferenças que possam surgir entre as exigências do desenvolvimento e a necessidade de proteger e melhorar o meio ambiente”. Este princípio já apontava para a necessidade de se planejar, com cuidado e atentamente, as questões relacionadas ao meio ambiente, propondo uma equalização entre o desenvolvimento econômico e a preservação da qualidade do meio ambiente. Segundo Mebratu (1998 apud BORGES; TACHIBANA, 2005), a Declaração de Estocolmo “reconheceu a importância do gerenciamento ambiental e o uso da avaliação ambiental como uma ferramenta de gestão”. Nesse mesmo ano, como desdobramento da Conferência, foi criado o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA), importante organismo mundial para a defesa do meio ambiente.

Os efeitos de todos esses acontecimentos também repercutiram em alguns países na América Latina. Em 1972, a República Dominicana criou a Comissão para Análise da Poluição Ambiental vinculada ao gabinete da Presidência da República. (MOREIRA, 1989, p. 58). Em 1974, a Colômbia instituiu o Código Nacional dos Recursos Naturais e Renováveis e a Proteção Ambiental, que dispunha sobre a

apresentação de relatórios de impacto ambiental para atividades causadoras de danos ambientais. Outra iniciativa que merece destaque por sua importância histórica é a Lei Orgânica do Ambiente, promulgada na Venezuela em 1976, que estabeleceu princípios diretores para o planejamento e gestão ambiental e determinou medidas de controle das atividades econômicas. (MOREIRA, 1989, p. 59).

No Brasil, os desdobramentos do NEPA e da Conferência de Estocolmo não tardaram a repercutir. Em 1972, devido ao financiamento pelo Banco Mundial, o processo de construção da barragem da Usina Hidrelétrica de Sobradinho é submetido à avaliação de impacto ambiental, se tornando o primeiro empreendimento a sofrer essa avaliação ambiental no Brasil. (BRASIL, 2012).

Mesmo com todo esse processo de gestão ambiental e de precaução por meio das avaliações de impacto ambiental, em prática na década de 70, o crescimento econômico e industrial continuou impactando de forma degradadora e poluidora o meio ambiente, provocando desastres ambientais de enormes proporções e que estão na memória de muitos pela repercussão na mídia mundial.

Isso fica evidente, como citam Goulart e Amaral (2009, p. 2), nos acidentes ambientais ocorridos na década de 80, tais como, o vazamento de gás na fábrica de pesticidas da *Union Carbide*, em Bhopal na Índia, o acidente nuclear de Chernobyl, o acidente com um petroleiro da *Exxon Valdez*, no Alasca, dentre outros. Em 1984, um vazamento de gasolina ocorrido na cidade de Cubatão-SP, provocou um incêndio e deixou aproximadamente uma centena de mortos. Outro acidente de grande proporção no país ocorreu na cidade de Goiânia, em 1987, e ficou conhecido como o acidente do Césio-137, elemento radioativo que vazou de um aparelho de radioterapia abandonado a céu aberto por um hospital e que contaminou grande parte da população local.

Em virtude de todos os acidentes ambientais ocorridos nas décadas de 70 e 80, fica evidente a importância da participação da sociedade mundial na proteção do meio ambiente e nos processos de implantação de atividades industriais potencialmente poluidoras.

2.2. Legislação ambiental brasileira

Os primeiros estudos desenvolvidos para avaliar os impactos ambientais de empreendimentos potencialmente poluidores no Brasil foram implementados por exigência de órgãos financeiros internacionais que condicionavam a aprovação dos empréstimos ao licenciamento ambiental. O maior exemplo se deu com a implantação das usinas hidrelétricas no Brasil, que tinham condicionantes ambientais para a aprovação do financiamento do projeto pelo Banco Mundial. Um avanço importante foi a promulgação do Decreto-lei nº 134/75, que instituiu no Rio de Janeiro, o Sistema de Licenciamento de Atividades Poluidoras, tornando obrigatório o licenciamento de novos empreendimentos e determinando que os que já estivessem instalados fossem licenciados em etapas. (OLIVEIRA, 2005 apud SOUZA, 2009, p. 56). Atentando para outro recorte pioneiro no Brasil, é promulgada a Lei nº 997/76, no Estado de São Paulo, que exigia o licenciamento ambiental para a instalação, construção, ampliação, e funcionamento de empreendimentos passíveis de autorização do governo, o que fica evidente em seu artigo 5º:

> Art. 5º - A instalação, a construção ou a ampliação, bem como a operação ou funcionamento das fontes de poluição que forem enumeradas no Regulamento desta Lei, ficam sujeitas à prévia autorização do órgão estadual de controle da poluição do meio ambiente, mediante expedição, quando for o caso, de Licença Ambiental Prévia (LP), de Licença Ambiental de Instalação (LI) e/ou de Licença Ambiental de Operação (LO). (SÃO PAULO, 1976).

Diversas experiências relacionadas à avaliação de impacto ambiental e à elaboração de estudos de impacto ambiental avançaram pela década de 70, levando o governo brasileiro a sancionar a Lei nº 6.938/81, que criou a Política Nacional de Meio Ambiente (PNMA); teve como imperativo compatibilizar o desenvolvimento econômico com a preservação ambiental, bem como estabeleceu o “Licenciamento Ambiental”, como instrumento para preservar, melhorar e recuperar a qualidade ambiental, assegurando condições para o desenvolvimento socioeconômico, os interesses da segurança nacional e a proteção da dignidade da vida humana (BRASIL, 1981). A PNMA deixa evidente a importância da avaliação dos impactos ambientais e consequentemente ao licenciamento ambiental, como mostra um de seus artigos:

> Art. 10º - A construção, instalação, ampliação e funcionamento de estabelecimentos e atividades utilizadoras de recursos ambientais, considerados efetiva e potencialmente poluidores, bem como os capazes, sob qualquer forma, de causar degradação ambiental, dependerão de prévio licenciamento de órgão estadual competente, integrante do Sistema Nacional do Meio Ambiente (SISNAMA), e do IBAMA, em caráter supletivo, sem prejuízo de outras licenças exigíveis (BRASIL, 1981).

O Sistema Nacional do Meio Ambiente, previsto no Artigo 6º da Política Nacional do Meio Ambiente, é um colegiado composto por órgãos e entidades governamentais; federal, estadual e municipal, bem como fundações instituídas pelo Poder Público, responsáveis pela proteção e melhoria da qualidade ambiental (BRASIL, 1981). Tem como principal finalidade estabelecer regras e práticas responsáveis para a proteção e melhoria da qualidade ambiental no país. O SISNAMA possui uma estrutura político-administrativa para dar conta das suas atividades. São elas:

I. Conselho do Governo – tem por finalidade auxiliar o Presidente da República na elaboração e formulação da Política Nacional do Meio Ambiente.

II. Conselho Nacional do Meio Ambiente (CONAMA) – tem a função de estudar e propor diretrizes e políticas governamentais para o meio ambiente e deliberar, sobre normas, critérios e padrões de controles ambientais.

III. Ministério do Meio Ambiente dos Recursos Hídricos e da Amazônia Legal – tem por finalidade, implementar os acordos internacionais referentes à área ambiental. É também encarregado de coordenar, supervisionar e planejar as ações relativas à Política Nacional do Meio Ambiente.

IV. Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA) – encarregado de executar a Política Nacional do Meio Ambiente, além de realizar as fiscalizações pertinentes.

V. Secretarias Estaduais do Meio Ambiente e Entidades Supervisionadas – responsáveis pela execução de programas e projetos de controle, e têm a finalidade de fiscalizar as atividades potencialmente poluidoras.

VI. Entidades ou Órgãos Municipais – avaliam e estabelecem normas e padrões relativos ao controle e à manutenção da qualidade do Meio Ambiente, tendo em vista o uso racional dos recursos.

Dentre todas as estruturas citadas, o CONAMA − Conselho Nacional do Meio Ambiente, é o órgão consultivo e deliberativo do SISNAMA, que estabelece normas e critérios para o licenciamento ambiental de atividades potencialmente poluidoras, estabelece as diretrizes para elaboração do Estudo de Impacto Ambiental (EIA) e respectivo Relatório de Impacto Ambiental (RIMA), e delibera sob a forma de resoluções, proposições, recomendações e moções, visando o cumprimento dos objetivos da Política Nacional de Meio Ambiente (ROCHA et al., 2005, p. 153). Formado por representantes do governo federal e estadual, da sociedade civil, empresários, sindicatos e organizações não governamentais (ONG's), o conselho é presidido pelo ministro do Meio Ambiente e sua secretaria executiva é exercida pelo secretário-executivo do Ministério do Meio Ambiente.

O uso e a implementação da Avaliação de Impacto Ambiental foram estabelecidos pela Resolução CONAMA nº 01, de 23 de janeiro de 1986, que estabeleceu diretrizes gerais para que a avaliação ambiental fosse regulamentada no Brasil. A Avaliação de Impacto Ambiental é estabelecida a partir dos Estudos de Impacto Ambiental (EIA) e seus respectivos Relatórios de Impacto Ambiental (RIMA). Estes estudos integram um conjunto de atividades técnicas e científicas que incluem o diagnóstico ambiental com a característica de identificar, prevenir, medir e interpretar, quando possível, os impactos ambientais (KRAG, 2010, p. 14).

A referida Resolução, em seu artigo 1º define impacto ambiental como:

> Art. 1º - Qualquer alteração das propriedades físicas, químicas e biológicas do meio ambiente, causada por qualquer forma de matéria ou energia resultante das atividades humanas que, direta ou indiretamente, afetam:
>
> I - a saúde, a segurança e o bem - estar da população;
> II - as atividades sociais e econômicas;
> III - à biota;
> IV - as condições estéticas e sanitárias do meio ambiente;
> V - a qualidade dos recursos ambientais.

Também na Resolução de 86, em seu Artigo 2º, o CONAMA explicita o EIA/RIMA como instrumento de análise e avaliação ambiental:

> Art. 2º - Dependerá de elaboração de Estado de Impacto Ambiental e respectivo Relatório de Impacto Ambiental - RIMA, a serem submetidos à aprovação do órgão estadual competente, e da SEMA em caráter supletivo, o licenciamento de atividades modificadoras do meio ambiente. (BRASIL, 2012c)

Assim, é definido o EIA/RIMA como o instrumento de discussão e planejamento que:

> Busca fazer com que os impactos ambientais de projetos, programas, planos ou políticas sejam considerados, fornecendo informações ao público, fazendo-o participar e adotando medidas que eliminem ou reduzam esses impactos a níveis toleráveis, em todos os níveis, permitindo que o mesmo atinja plenamente os anseios da sociedade. (GOULART; CALLISTO, 2003, p.2).

Por fim, em seu Artigo 11º, a Resolução CONAMA, estabelece que o RIMA deve ser acessível ao público e disponibilizado para consulta, promovendo a participação da sociedade no processo de discussão; estabelece, ainda, no seu Parágrafo 2º, a publicidade por meio de audiências públicas, cumprindo assim um dos princípios da administração pública, o prin*cípio da publicidade, ao permitir a participação da sociedade no processo de licenciamento ambiental. M*as, é na Resolução CONAMA nº 9, de 03 de dezembro de 1987 (BRASIL, 2012d), que o Conselho regulamenta a realização das Audiências Públicas com a finalidade de expor seu conteúdo às críticas e sugestões dos presentes; institui prazos para sua realização; condiciona a sua realização à validade das licenças ambientais; fixa sua divulgação à população por meio da imprensa local; determina os locais onde devem ser realizadas e, por fim, estabelece os registros, atas e documentos protocolados na audiência juntamente com o RIMA, a base para a análise e parecer final do licenciador quanto à aprovação ou não do projeto.

Seguindo uma ordem cronológica, em 05 de outubro de 1988, é promulgada a nova Constituição Brasileira. Pela relevância adquirida nos processos de Avaliação de Impacto Ambiental e nos Licenciamentos Ambientais até o presente momento, é incluído um capítulo que reforçou e definiu os direitos e deveres do Poder Público e da coletividade em relação à conservação do meio ambiente como bem de uso comum. Em seu Artigo 225, Parágrafo 1º, Inciso IV, exige uma Avaliação dos Impactos Ambientais provocados pela implantação de empreendimentos ou atividades potencialmente causadoras de degradação do meio ambiente, determina a realização do estudo prévio de impacto ambiental e também pede sua devida publicidade.

> Art. 225. Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia

> qualidade de vida, impondo-se ao poder público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações.
> § 1º Para assegurar a efetividade desse direito, incumbe ao poder público:
> ...
> IV - exigir, na forma da lei, para instalação de obra ou atividade potencialmente causadora de significativa degradação do meio ambiente, estudo prévio de impacto ambiental, a que se dará publicidade (BRASIL, 1988).

Como podemos perceber, a legislação ambiental brasileira avança até o final dos anos 80 sem estabelecer os parâmetros para definir as competências do Governo Federal, dos Estados e Municípios, nos processos de licenciamento ambiental. Somente em 1997, com a Resolução CONAMA nº 237, foram regulamentadas as competências das diferentes esferas de governo, as normas, critérios e procedimentos para o licenciamento ambiental no país. Em seu texto introdutório, a Resolução é publicada levando em consideração alguns fatores condicionantes que justificaram a revisão e atualização da legislação ambiental brasileira frente aos desafios da época. Evidencia-se a necessidade da gestão ambiental dos procedimentos de licenciamento ambiental instituído pela Política Nacional do Meio Ambiente, visando o desenvolvimento sustentável e a sua melhoria contínua. A Resolução CONAMA nº 237/97, em seu Artigo 1º, definiu três pontos importantes do processo de Licenciamento Ambiental:

> I - Um procedimento administrativo pelo qual o órgão ambiental competente licencia a localização, instalação, ampliação e a operação de empreendimentos e atividades utilizadoras de recursos ambientais, consideradas efetiva ou potencialmente poluidoras ou daquelas que, sob qualquer forma, possam causar degradação ambiental, considerando as disposições legais e regulamentares e as normas técnicas aplicáveis ao caso.
>
> II - Licença Ambiental: ato administrativo pelo qual o órgão ambiental competente, estabelece as condições, restrições e medidas de controle ambiental que deverão ser obedecidas pelo empreendedor, pessoa física ou jurídica, para localizar, instalar, ampliar e operar empreendimentos ou atividades utilizadoras dos recursos ambientais consideradas efetiva ou potencialmente poluidoras ou aquelas que, sob qualquer forma, possam causar degradação ambiental.
>
> III - Estudos Ambientais: são todos e quaisquer estudos relativos aos aspectos ambientais relacionados à localização, instalação, operação e ampliação de uma atividade ou empreendimento, apresentado como subsídio para a análise da licença requerida, tais como: relatório ambiental, plano e projeto de controle ambiental, relatório ambiental preliminar, diagnóstico ambiental, plano de manejo, plano

> de recuperação de área degradada e análise preliminar de risco. (BRASIL, 1997)

Em seu Artigo 3º, a Resolução 237 reforça que a licença ambiental dependerá de prévio estudo de impacto ambiental e respectivo relatório de impacto sobre o meio ambiente (EIA/RIMA), ao qual se dará publicidade e será garantida a realização de audiências públicas, quando couber, de acordo com a regulamentação. No seu Artigo 8º, a Resolução então classifica as licenças ambientais em três etapas distintas:

> I - Licença Prévia (LP) - concedida na fase preliminar do planejamento do empreendimento ou atividade aprovando sua localização e concepção, atestando a viabilidade ambiental e estabelecendo os requisitos básicos e condicionantes a serem atendidos nas próximas fases de sua implementação.
>
> II - Licença de Instalação (LI) - autoriza a instalação do empreendimento ou atividade de acordo com as especificações constantes dos planos, programas e projetos aprovados, incluindo as medidas de controle ambiental e demais condicionantes, da qual constituem motivo determinante.
>
> III - Licença de Operação (LO) - autoriza a operação da atividade ou empreendimento, após a verificação do efetivo cumprimento do que consta das licenças anteriores, com as medidas de controle ambiental e condicionantes determinados para a operação.

Vale salientar que a inclusão deste Artigo 8º da Resolução 237, repetiu após mais de vinte anos, o que já estabelecia a legislação de São Paulo em 1976, na concessão de suas licenças em três etapas distintas. Em 1998, com a edição da Lei nº 9.605, de Crimes Ambientais, o funcionamento sem as devidas licenças ambientais, além de estar sujeito às penalidades administrativas, passou a ser considerado crime. Qualquer construção, reforma, ampliação, instalação e funcionamento de empreendimentos potencialmente poluidores, que a partir da data da promulgação da lei, funcionem sem as devidas licenças ou autorização dos órgãos ambientais, passaram a ser incriminados e sujeitas às sanções como: advertência, multa, paralisação temporária ou definitiva da atividade.

Em 2011 foi publicada a Lei Complementar nº 140, que trata da competência para o licenciamento ambiental, alterando a Política Nacional de Meio Ambiente (PNMA), em seu Artigo 1º, sobre a cooperação entre a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios, nas ações relativas à proteção das paisagens naturais, à proteção do meio ambiente, ao combate à poluição em qualquer de suas formas e à

preservação das florestas, da fauna e da flora. Na verdade, o que propõe esta lei é trazer para os Estados, Distrito Federal e Municípios, a responsabilidade sobre, por exemplo, o manejo e supressão de vegetação e de florestas. Cabe aqui uma reflexão sobre a capacidade de Estados e Municípios cumprirem com essa atribuição, e se possuem ferramentas adequadas para garantir a proteção do meio ambiente, para esta e para as futuras gerações.

2.3. Licenciamento ambiental no Estado de São Paulo

De maneira geral, o licenciamento ambiental é o cumprimento de um conjunto de regras que o empreendimento deve seguir para provar sua viabilidade técnica e socioambiental a fim de se viabilizar plenamente. São necessários alguns estudos que apontem suas características técnicas e minimizem ou compensem seus impactos ambientais, que posteriormente serão discutidos com a sociedade por meio das audiências públicas, obtendo assim suas “licenças”. Na Constituição do Estado de São Paulo, promulgada em 5 de outubro de 1989, em seu Capítulo 4 sobre meio ambiente, recursos naturais e saneamento, foram estabelecidas algumas condições para o processo de licenciamento ambiental no Estado:

> Art. 191. O Estado e os Municípios providenciarão, com a participação da coletividade, a preservação, conservação, defesa, recuperação e melhoria do meio ambiente natural, artificial e do trabalho, atendidas as peculiaridades regionais e locais, e em harmonia com o desenvolvimento social e econômico.
>
> Art. 192. A execução de obras, atividades, processos produtivos e empreendimentos e a exploração de recursos naturais de qualquer espécie, quer pelo setor público, quer pelo privado, serão admitidas se houver resguardo do meio ambiente ecologicamente equilibrado.
> § 1°. A outorga de licença ambiental, por órgão ou entidade governamental competente, integrante de sistema unificado para esse efeito, será feita com observância dos critérios gerais fixados em lei, além de normas e padrões estabelecidos pelo Poder Público e em conformidade com o planejamento e zoneamento ambientais.
> § 2°. A licença ambiental, renovável na forma da lei, para a execução e a exploração mencionadas no "caput" deste artigo, quando potencialmente causadoras de significativa degradação do meio ambiente, será sempre precedida, conforme critérios que a legislação especificar, da aprovação do Estudo Prévio de Impacto Ambiental e respectivo relatório a que se dará prévia publicidade, garantida a realização de audiências públicas. (SÃO PAULO, 1989).

Como podemos perceber, a Constituição Paulista prevê a participação da “coletividade” na melhoria do meio ambiente em função do desenvolvimento social e econômico. Estabelece ainda que só se viabilizará no Estado os empreendimentos ecologicamente equilibrados previstos em estudo prévio de impacto ambiental, precedido de debate e devida publicidade. Como citamos anteriormente, a Lei Estadual nº 997, de 1976, precursora no Brasil, criou o Sistema de Prevenção e Controle da Poluição do Meio Ambiente, contemplando um sistema de “licenças” para instalação e funcionamento. “Esses licenciamentos aplicavam-se a fontes de poluição, que eram atividades basicamente industriais e certos projetos urbanos como aterros de resíduos e loteamentos” (BRASIL, 2009, p. 17). Como previsto desde a legislação de 1976, e também na legislação ambiental brasileira, o processo de licenciamento ambiental no Estado de São Paulo, é um procedimento preventivo e dividido em três etapas: a Licença Prévia, na fase de planejamento de um empreendimento ou atividade; a Licença de Instalação, na construção da obra e, a Licença de Operação, que autoriza o início ou funcionamento das atividades (BRASIL, 2007, p. 17).

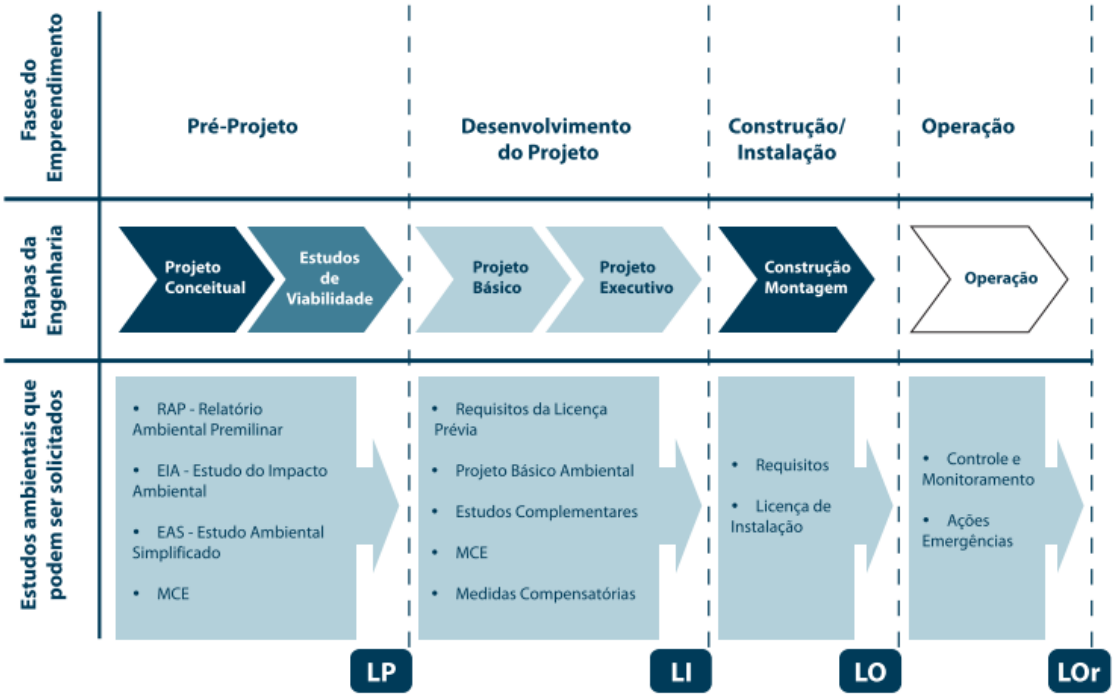

Figura 1 − Fases do licenciamento ambiental
Fonte: Brasil (2007)

Como forma de se adequar ao previsto na Política Nacional de Meio Ambiente, o governo de São Paulo criou, em abril de 1983, o Conselho Estadual do Meio Ambiente (CONSEMA), ligado ao Gabinete do Governador. Em 1987, foi vinculado à estrutura da Secretaria de Meio Ambiente, o que permanece até hoje, sendo o Secretário de Meio Ambiente o seu presidente. O CONSEMA é um fórum democrático, um espaço de encontro do governo com os segmentos organizados da sociedade civil para a discussão dos problemas ambientais e aprimoramento da gestão ambiental do Estado. Atualmente é composto por 36 membros, divididos igualmente, entre representantes governamentais e da sociedade civil. (SÃO PAULO, 2012). Tem como principais atribuições, estimular a participação da comunidade no processo de preservação, melhoria e recuperação da qualidade ambiental, bem como, apreciar os relatórios de impacto ambiental que são submetidos a ele. O processo de licenciamento ambiental no Estado de São Paulo determina que o CONSEMA emita seu parecer sobre a aprovação ou não de estudos de impacto ambiental e seus relatórios.

> Tem um caráter consultivo e deliberativo, uma vez que a responsabilidade pela manutenção da qualidade ambiental não é apenas atribuição dos órgãos ambientais oficiais, mas também, e principalmente, da comunidade, que tem a oportunidade de, participando, criar e utilizar instrumentos para a defesa dos seus direitos constitucionais e, assim, tornar legítimas as políticas públicas. (CASTRO et al., 2001, p. 5).

O CONSEMA foi o embrião que resultou na criação, em 1986, da Secretaria do Meio Ambiente do Estado de São Paulo (SMA), que surgia “para promover a preservação, melhoria e recuperação da qualidade ambiental, coordenando e integrando atividades ligadas à defesa do meio ambiente” (SÃO PAULO, 2011, p. 12).

Roberta Sabbagh comenta em seu Caderno de Gestão Ambiental que:

> A Secretaria de Estado do Meio Ambiente foi criada como uma Secretaria Especial, e um ano depois foi instituída efetivamente, com a incorporação de quadros de outras Secretarias. Absorveu da Secretaria da Agricultura a Coordenadoria de Proteção dos Recursos Naturais, seus Institutos (Florestal, Geológico e Botânico) e o Departamento de Proteção dos Recursos Naturais (DPRN). E da Secretaria de Obras e Meio Ambiente, a CETESB. Posteriormente, a área de planejamento ambiental veio da Secretaria de Planejamento.

> Do Gabinete do Governador, incorporou, também, o Conselho Estadual de Meio Ambiente - CONSEMA (SÃO PAULO, 2011, p. 52).

A secretaria possui em sua estrutura três coordenadorias, três institutos de pesquisa e duas fundações, além do Conselho Estadual de Meio Ambiente (CONSEMA) e da Companhia Ambiental do Estado de São Paulo (CETESB). (SÃO PAULO, 2011, p.12).

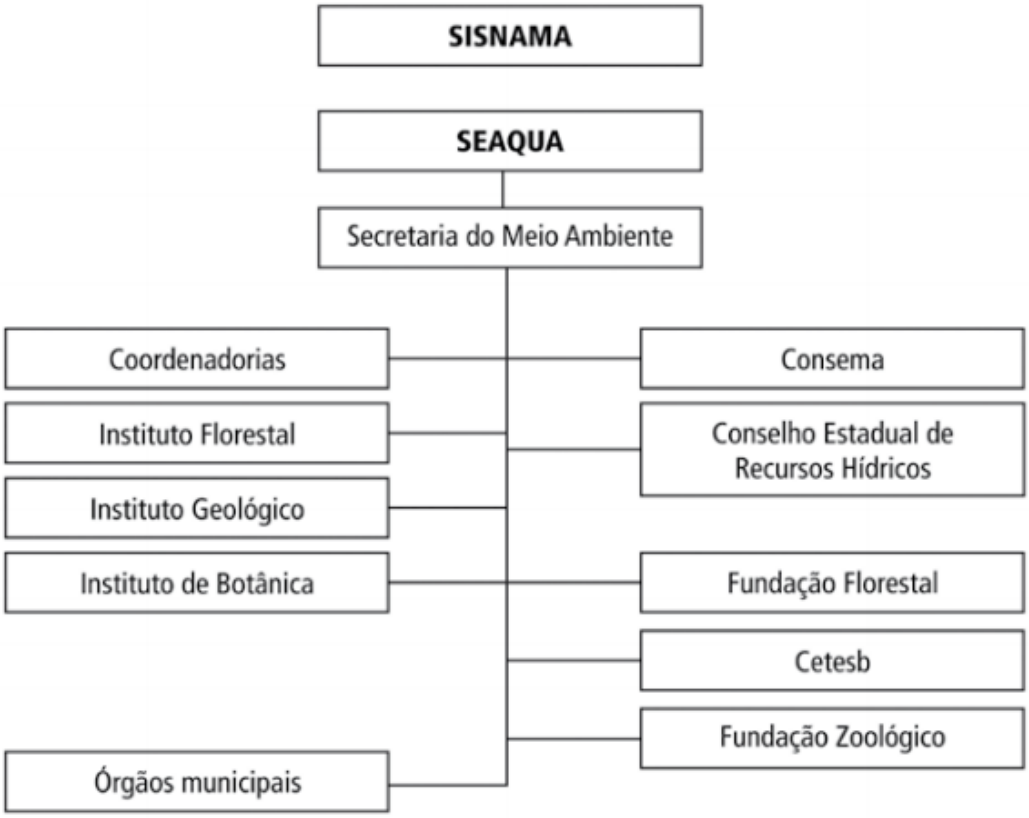

Figura 2 − Organograma da Secretaria de Meio Ambiente de São Paulo
Fonte: São Paulo (2011)

Em 20 de março de 1997, é promulgada a Lei Estadual nº 9.509. Em seu Artigo 1º dispõe sobre a Política Estadual do Meio Ambiente e estabelece o Sistema Estadual de Administração da Qualidade Ambiental (SEAQUA), Proteção, Controle e Desenvolvimento do Meio Ambiente e Uso Adequado dos Recursos Naturais, do qual a Secretaria de Meio Ambiente, é o órgão central. O SEAQUA é o organismo responsável em São Paulo pela execução da política ambiental, e tem como objetivo “organizar, coordenar e integrar as ações de órgãos e entidades da administração

direta, indireta e fundacional instituídas pelo poder público, visando à proteção, o controle e desenvolvimento do meio ambiente". (FURRIELA, 2011, p. 3).

Em seu segundo artigo, a referida Lei, já incorporava no texto os conceitos que norteavam os rumos da preservação ambiental e desenvolvimento sustentável do meio ambiente no Brasil e no mundo.

> Art. 2º - A Política Estadual do Meio Ambiente tem por objetivo garantir a todos da presente e das futuras gerações, o direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, visando assegurar, no Estado, condições ao desenvolvimento sustentável, com justiça social, aos interesses da seguridade social e à proteção da dignidade da vida humana.

A Política Estadual do Meio Ambiente, em seu Capítulo 3, institui as condições e regras para o licenciamento ambiental no Estado de São Paulo, referendando o previsto nas legislações anteriores. No Artigo 19, estabelece o prévio licenciamento de empreendimentos capazes, sob qualquer forma, de causar degradação ambiental, citando em seus parágrafos a transparência do processo por meio da disponibilidade para consulta do Relatório de Impacto Ambiental em todos os municípios localizados na área de influência do empreendimento, e da realização das Audiências Públicas para debater processo de licenciamento ambiental sempre que se julgar necessário. Em seu Artigo 20, discorre sobre as Licenças Ambientais como já visto anteriormente.

> Art. 20. O poder público, no exercício de sua competência de controle, expedirá as seguintes licenças:
>
> I. Licença Prévia (LP), na fase preliminar do planejamento da atividade, contendo requisitos básicos a serem atendidos na fase de localização, instalação e operação, observados os planos municipais, estaduais e federais de uso do solo e desenvolvimento;
> II. Licença de Instalação (LI), autorizando o início da implantação de acordo com as especificações constantes do Projeto Executivo aprovado; e
> III. Licença de Operação (LO), autorizando após as verificações necessárias, o início da atividade licenciada e o funcionamento de seus equipamentos de controle de poluição, de acordo com o previsto na Licença Prévia e de Instalação (SÃO PAULO, 1997).

No Estado de São Paulo, a atribuição pelo licenciamento ambiental é da CETESB, Companhia Ambiental do Estado de São Paulo, conforme previsto no Decreto nº 8.468, de 1976, que regulamentou a Lei Estadual nº 997/76. Conforme

vimos anteriormente, essa legislação também instituiu o Sistema de Prevenção e Controle da Poluição do Meio Ambiente, estabelecendo o licenciamento na forma das licenças de instalação e de funcionamento, e atribuindo à Companhia a competência para sua gestão (DIAS; SÁNCHES, 2001, p. 7). A CETESB é uma empresa vinculada à Secretaria do Meio Ambiente, integrante do SEAQUA, responsável também pelo controle, fiscalização e monitoramento das atividades que geram poluição, pelo regulamento das atividades que impliquem no corte de vegetação em áreas de preservação ambiental, e outras atividades (SÃO PAULO, 2011, p.13). Tem como sua missão, promover a melhoria da qualidade do meio ambiente no Estado de São Paulo, visando ao desenvolvimento social e econômico sustentável.

Sua criação se deu no final da década de 1960, com a fusão entre a Comissão Intermunicipal de Controle de Poluição do Ar (CICPA) e a Fundação Estadual de Saneamento Básico (FESB), originando assim o Centro Tecnológico de Saneamento Básico, com o objetivo de realizar exames de laboratórios, estudos, pesquisas, ensaios e treinamento de pessoal no campo da engenharia sanitária, conforme previa o Decreto nº 50.079, de julho de 1968. Em 1976, após uma resolução dos acionistas, a CETESB passa a se denominar Companhia de Tecnologia e Saneamento Ambiental, mantendo-se a sigla, mas com objetivos e atividades bem mais abrangentes na área de saneamento.

A atuação da CETESB no processo de licenciamento ambiental tem um caráter preventivo. De acordo com Machado (2002, p. 58), “em caso de certeza do dano ambiental, este deve ser prevenido, como preconiza o princípio da prevenção, em caso de dúvida ou de incerteza, também se deve agir prevenindo, invocando neste caso o princípio da precaução”. Segundo comenta, a aplicação do princípio da precaução está intimamente relacionada ao estudo de impacto ambiental, pois sua concepção baseia-se na prevenção. Este princípio também fundamenta a Declaração da Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento (CNUMAD), também conhecida como “ECO 92”, sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável:

> Para que o ambiente seja protegido, serão aplicadas pelos Estados, de acordo com as suas capacidades, medidas preventivas. Onde existam ameaças de riscos sérios ou irreversíveis, não será utilizada a falta de certeza científica total como razão para o adiamento de

> medidas eficazes, em termos de custo, para evitar a degradação ambiental. (ECO 92).

Conforme já visto anteriormente, o licenciamento ambiental prévio deve ser realizado com base nos estudos de impacto ambiental, previstos na legislação ambiental brasileira e também na Resolução SMA nº 54/2004, que dispõe sobre os procedimentos para o licenciamento ambiental no Estado de São Paulo. Com esta Resolução, a responsabilidade técnica pelo licenciamento ambiental foi atribuída ao Departamento de Avaliação de Impacto Ambiental (DAIA) e ao Departamento de Proteção de Recursos Naturais (DPRN).

Em seu Artigo 2º, item 2, a Resolução prevê a realização de uma “Consulta Prévia”, ou seja, um pedido de orientação à CETESB, por parte do empreendedor, quanto à definição do tipo de estudo ambiental adequado para análise da viabilidade ambiental do empreendimento que pretende implantar. Após a consulta, os responsáveis deverão apresentar um Relatório Ambiental Preliminar (RAP), contendo estudos técnicos e científicos sobre a viabilidade ambiental do empreendimento ou atividade, e também as propostas de medidas mitigadoras para minimizar os efeitos dos impactos ambientais do empreendimento. O RAP, juntamente com o Plano de Trabalho, deverá conter um diagnóstico simplificado da viabilidade ambiental, servindo de suporte para a definição do Termo de Referência, a ser elaborado pelo DAIA, que estabelece os critérios mínimos para a elaboração do EIA/RIMA.

Os procedimentos para a análise do EIA/RIMA haviam sido definidos anteriormente na Resolução SMA nº 42, de 29 de dezembro de 1994. Em um dos seus itens, permite ao DAIA sempre que necessário e em razão da magnitude e complexidade dos impactos ambientais do empreendimento, solicitar a análise do Termo de Referência ao CONSEMA, conforme apresentado mais à frente. Após a elaboração dos estudos de impacto ambiental por parte do empreendedor, e logo que protocolados, o DAIA, anuncia na imprensa local a realização de audiências públicas em função dos impactos previstos nos estudos ambientais, que determinam o local e quantidade de audiências a serem realizadas. Após as audiências públicas o DAIA emite um relatório sobre a qualidade técnica do EIA/RIMA, levando em consideração as contribuições documentadas e encaminhadas ao longo do processo e as que foram apresentadas nas audiências, sugerindo ou exigindo as

complementações necessárias e informando a viabilidade ambiental do empreendimento.

O relatório do DAIA e o RIMA são avaliados posteriormente por uma Câmara Técnica do CONSEMA, que ouve todos os interessados, empreendedor e sociedade, e emite seu parecer, aprovando ou reprovando o empreendimento. Ao final dessa etapa, o parecer da Câmara Técnica é examinado em reunião plenária do CONSEMA, ou seja, pelo conjunto de seus 36 conselheiros, que podem aprovar, modificar, bem como, recusar o parecer. Aprovado o empreendimento, é então emitida a Licença Prévia (LP) e a Licença de Instalação (LI), fixando também os prazos de validade, o que ocorre também com a concessão da Licença de Operação (LO).

Em maio de 2009, entrou em vigor a Lei nº 13.542, que alterou o nome da empresa para “Companhia Ambiental do Estado de São Paulo”, e passou à “Nova CETESB” todas as atribuições para o licenciamento ambiental no Estado de São Paulo, responsabilidade que era dividida com outros departamentos da Secretaria do Meio Ambiente conforme pudemos ver anteriormente. Essa mudança ocorreu em função de se promover um licenciamento ambiental mais eficiente no Estado de São Paulo, tornar o processo menos burocrático e com maior agilidade de análise dos projetos. Em seu Balanço 2009, publicado no Diário Oficial de abril de 2010, fica reiterado esse novo posicionamento.

> Considerando o panorama de mudança institucional e de manutenção de sua excelência, [...] foram produzidos pareceres técnicos que subsidiaram a emissão de 92 Licenças Prévias, 50 Licenças de Instalação e 39 Licenças de Operação. Essas licenças ambientais foram concedidas à novas indústrias automobilísticas; ampliação de siderúrgicas, dutos de combustíveis, indústrias de açúcar, álcool e cogeração de energia, e da ampliação do sistema metroviário. (CETESB, 2010, p. 19).

Após 2009 e até os dias de hoje, não há qualquer alteração significativa no processo de licenciamento ambiental no Estado de São Paulo. Com esta última alteração na estrutura interna da Secretaria do Meio Ambiente, a CETESB assumiu inteiramente as atribuições pelo licenciamento ambiental, unificando e centralizando o processo na sua estrutura. A justificativa para esta mudança estava centrada na cobrança do setor produtivo, e também pelo próprio sistema ambiental, de dar maior agilidade e tornar o processo menos burocrático. As licenças que anteriormente

eram expedidas pelo DAIA, DEPRN e Departamento de Uso do Solo Metropolitano (DUSM), hoje estão centralizadas na CETESB, que gerencia, igualmente, a emissão das licenças ambientais para atividades que impliquem no corte de vegetação e que causem intervenções em áreas protegidas e de preservação permanente. Para atender a essa expectativa, o Departamento de Avaliação de Impacto Ambiental, que antes integrava a estrutura da Secretaria do Meio Ambiente, continua com suas atribuições e também com a responsabilidade de "desenvolver o arcabouço técnico e metodológico de avaliação de empreendimentos sujeitos ao licenciamento ambiental". (CETESB, 2012).

2.4. Audiência pública: participação social no processo de licenciamento

Audiência Pública é um instrumento de participação popular, garantido pela Constituição Federal de 1988 e regulado por leis federais, estaduais e municipais. Como premissa básica para uma abordagem sobre o assunto, é importante entender o significado da palavra "audiência". Segundo o Dicionário Houaiss de Língua Portuguesa On Line (2013), a palavra deriva do latim *audientia*, *audire* e significa "escuta", ou seja, ato de ouvir ou dar atenção àquele que fala; audição.

Com base nesta pequena introdução sobre o significado da palavra, fica evidente que o papel das audiências públicas, também no processo de licenciamento ambiental, é ouvir a população sobre determinado processo que possa promover qualquer impacto sobre ela, não significando que as opiniões, reivindicações, sugestões possam deliberar sobre qualquer decisão. Para Gavronski (2005, p. 72), "trata-se, pois, de uma reunião aberta ao público interessado com o objetivo de se coletar informações ou opiniões". Conforme compara o autor, a audiência difere da assembleia, esta é um evento para votação e deliberação.

Na definição de Almeida et al. (2006, p. 9), é por intermédio da audiência pública que:

> Autoridades públicas e agentes públicos abrem as portas do poder público à sociedade para facilitar o exercício direto e legítimo da cidadania popular, permitindo a apresentação de propostas, de reclamações, a eliminação de dúvidas, a solicitação de providências, a fiscalização da atuação das instituições de defesa social, de forma

> a possibilitar e viabilizar a discussão em torno de temas socialmente relevantes.

As audiências públicas se caracterizam como um fórum para que a população se manifeste e se posicione frente a um empreendimento, antes mesmo dele se concretizar. É igualmente relevante para que os responsáveis pelo empreendimento e pelo licenciamento ouçam as diferentes opiniões que, certamente, poderão contribuir com a tomada de decisão e para solucionar a tempo um problema no futuro. Mesmo sabendo que tais opiniões ou sugestões não são deliberativas, elas irão consolidar um arcabouço de documentos importantes para subsidiar as decisões que serão formuladas pelos responsáveis.

Contudo, não significa que as audiências sejam um evento pró-forma, pois, segundo Gavronski (2005, p. 72), ao final da audiência é importante expor um posicionamento sobre o que foi discutido e debatido, apontar prazos e ações que se pretende adotar a partir da audiência, antes mesmo da conclusão final do projeto, o que poderá demonstrar respeito aos participantes e legitimar a participação da população nas audiências públicas. Embora não tenham o poder de decidir, “as audiências públicas revelam informações que não estavam ao alcance das partes interessadas, abrem um canal para manifestações do público e obrigam o poder público a considera-las”. (DIAS; SÁNCHES, 2001, p. 5).

Conforme abordamos anteriormente, a realização de audiência pública para o licenciamento ambiental está previsto no Artigo 11 da Resolução CONAMA nº 01, de 1986, que determina em seu parágrafo 2º, a realização de audiências públicas para informar o projeto e seus impactos ambientais sempre que os órgãos responsáveis julgarem necessário. Ao determinar a realização de audiências públicas, o CONAMA impõe ao processo um princípio democrático de participação pública ou participação cidadã, concedendo à população ou à sociedade civil, o direito de intervir na tomada de decisão sobre os projetos potencialmente impactantes ao meio ambiente.

A importância dessa participação popular se torna mais relevante na concepção de Caubet (2004, p.118), quando afirma que “participar é muito mais do que estar presente e debater. Participar supõe que a decisão final contemple as aspirações e interesses dos que deliberaram, com a proteção efetiva dos direitos das minorias”. Chiavenato (2007) faz outra reflexão relevante sobre o conceito participativo, segundo ele, a gestão participativa é uma evolução do processo democrático de participar, e não está baseado somente na democracia da maioria,

mas na democracia do consenso, onde prevalece o resultado das negociações entre todas as partes. Ou seja, não impera a vontade da maioria em detrimento da minoria, no consenso, “as vontades de todas as partes são submetidas a um intenso trabalho de discussão e de negociação, cujo resultado representa o esforço coletivo e não somente a vontade de um grupo majoritário sobre os demais”. (CHIAVENATO, 2007, p. 290-291)

No website do Ministério do Meio Ambiente (BRASIL, 2012a), o processo de avaliação de impacto ambiental tem um caráter público e, por isso, incorpora a participação social por meio das audiências públicas, como forma de contribuir nas decisões acerca do licenciamento ambiental. É também o momento em que se divulga para a sociedade as informações sobre determinado empreendimento e se discute seus impactos. A realização de audiências públicas foi regulamentada pela Resolução CONAMA nº 09, de 1987, com a finalidade de expor aos interessados o conteúdo do Relatório de Impacto ao Meio Ambiente, dirimir eventuais dúvidas e colher criticas e sugestões ao projeto, conforme prevê seu artigo 1º.

Cita em seu artigo 2º, que o órgão responsável pelo licenciamento poderá sempre que julgar necessário, ou quando for solicitado pôr entidade civil, pelo Ministério Público, ou por 50 (cinquenta) ou mais cidadãos, promover uma ou mais audiências públicas, dependendo do impacto e da localização geográfica do empreendimento. Também determina que a audiência pública ocorra em local acessível e seja divulgada amplamente pela imprensa local, “garantindo assim a participação de um número representativo da população e da sociedade civil, o que deveria interessar tanto ao órgão licenciador quanto aos empreendedores”. (GAVRONSKI, 2005, p. 74). No artigo 5º, a norma estabelece a produção de uma Ata da audiência pública que junto com todos os documentos escritos e assinados e entregues ao presidente dos trabalhos durante a audiência, servirão de base, juntamente com o RIMA, para a análise e parecer final do licenciador, aprovando ou não o empreendimento.

As audiências públicas ocorrem em períodos previamente determinados, acontecem por meio de um rito, e são coordenadas pelo órgão licenciador. No Estado de São Paulo a responsabilidade por promover as audiências públicas é da Secretaria do Meio Ambiente, conforme previsto no parágrafo 2º do Artigo 192 da Constituição Estadual. O CONSEMA, em sua 75ª Reunião Ordinária, realizada em 16 de novembro de 1992, aprovou a Deliberação CONSEMA 50/1992,

regulamentando a solicitação, convocação e condução das audiências públicas em São Paulo. Em novembro de 2001, o Conselho revisou essa deliberação anterior, aprovando a nova Deliberação nº 34/01. Em setembro de 2011, pela necessidade de adequar as normas para solicitação, convocação e realização das audiências públicas, e em função dos ajustes à Lei nº 13.507, de 2009, que dispunha sobre as responsabilidades do CONSEMA, uma delas a atribuição de conduzir audiências públicas para debates de processos de licenciamento ambiental sujeitos a EIA/RIMA, como previsto no inciso XII, o Conselho em sua 287ª Reunião Plenária, aprovou a Deliberação Normativa 01/2011, com nova revisão.

Esta nova Deliberação estabelece em seu Artigo 6º, a constituição de uma mesa diretora, composta e presidida pelo Secretário Executivo do CONSEMA, um representante do órgão ou entidade responsável pelo licenciamento ambiental e mais dois membros do CONSEMA presentes à audiência, uma tribuna destinada aos oradores devidamente inscritos para fazer uso da palavra e o plenário composto pelas pessoas presentes à audiência pública. O local para realização da audiência deverá ter condições adequadas de infraestrutura e de acesso público, resguardando a independência da reunião, como previsto no Artigo 14º.

Determina o Artigo 18º e 19º, que poderão participar dos debates todos os presentes que se inscreverem pessoalmente, ou por meio de procuração, a partir do momento em que for aberto ao público o local de realização da audiência. As inscrições serão feitas em listas apropriadas, garantindo a ordem do pronunciamento a todos os inscritos, pessoas ou representantes de entidade da sociedade civil ou de órgão público. O presidente da mesa continuará recebendo inscrições até 60 (sessenta) minutos após a abertura da audiência. Em seus artigos seguintes, a Deliberação estabelece ainda que a Secretaria Executiva do CONSEMA será responsável pelo registro de todos os participantes presentes, em listas apropriadas, por lavrar a ata da audiência, com uma síntese das intervenções realizadas pelos participantes, e protocolar os documentos entregues à mesa durante a audiência. Posteriormente, irá encaminhar aos órgãos ou entidades responsáveis pelo estudo técnico, para serem anexados ao processo.

O rito para a realização das audiências é determinado por onze itens previstos no Artigo 7º:

1. Abertura com saudação inicial e explanação das normas sobre o desenvolvimento da audiência, realizadas pelo Secretário Executivo do CONSEMA ou seu representante.

2. Exposições sobre o assunto em discussão:

a) empreendedor ou responsável pelo plano, programa, projeto ou atividade em discussão ou seu representante, por até 15 (quinze) minutos;

b) equipe responsável pela elaboração do estudo técnico em discussão, por até 30 (trinta) minutos.

3. Manifestação de um representante do Ministério Público, por até 5 (cinco) minutos.

4. Manifestação de representantes das entidades da sociedade civil, por até 5 (cinco) minutos cada um.

5. Manifestação de pessoas físicas, por até 3 (três) minutos cada uma. O tempo total do conjunto das manifestações não poderá exceder 60 (sessenta) minutos.

6. Manifestação de representantes de órgãos ou entidades públicos, por até 5 (cinco) minutos cada um.

7. Manifestação dos membros do CONSEMA e dos membros dos respectivos Conselhos Municipais de Meio Ambiente da área de influência direta do empreendimento, do plano, do programa, do projeto ou da atividade, por até 5 (cinco) minutos cada um.

8. Manifestação dos parlamentares, por até 5 (cinco) minutos cada um;

9. Manifestação dos representantes do poder executivo, por até 5 (cinco) minutos cada um.

10. Respostas e comentários:

a) empreendedor ou responsável pelo plano, programa, projeto ou atividade em discussão, ou seu representante, pelo prazo de até 15 (quinze) minutos, prorrogáveis pelo presidente da mesa;

b) equipe responsável pela elaboração do estudo técnico, pelo prazo de até 15 (quinze) minutos, prorrogáveis pelo presidente da mesa;

c) conselheiros do CONSEMA que estiverem compondo a mesa, pelo prazo de até 10 (dez) minutos distribuído entre ambos.

11. Encerramento realizado pelo Secretário Executivo ou seu representante.

É importante ressaltarmos que as audiências públicas são parte do processo de licenciamento ambiental, com a função de ouvir a opinião pública sobre determinado empreendimento antes de sua implantação, e trazer à discussão popular os impactos previstos no EIA/RIMA, incorporando ao processo as sugestões e os questionamentos feitos pelos participantes. Podemos questionar o modelo participativo das audiências com base nos resultados finais alcançados, mas devemos ressaltar a finalidade clara do processo, que é informar aos interessados e colher deles as críticas e sugestões que possam contribuir para que o projeto atenda aos interesses coletivos.

Chomsky (2003, p.19) reforçou sua crença na participação cidadã ao afirmar que “uma sociedade é democrática na medida em que seus cidadãos desempenham um papel significativo na gestão dos assuntos públicos”. Não podemos esquecer ainda que para a concessão da Licença Prévia (LP), que autoriza a implantação de qualquer empreendimento é necessário a aprovação do seu EIA/RIMA, acrescido das contribuições das audiências públicas, conforme determina o Artigo 5º da Deliberação CONSEMA 33, de 2004.

Para finalizar estas considerações a respeito das audiências públicas nos processos de licenciamento ambiental, é importante atentarmos para as criticas contundentes do Dr. Ivan Dutra Faria (2013), ao modelo estabelecido para as audiências públicas. Segundo ele, as audiências oscilam entre a sonolência burocrática e a histeria coletiva, e estão longe de garantir a efetiva participação da sociedade no licenciamento. São utilizadas para reivindicar demandas sociais antigas e não atendidos pelo Poder Público, e pressionam os empreendedores para atendimento dessas necessidades, ou seja, ao invés de discutir os impactos associados ao projeto, transformam-se em uma interminável ladainha de reivindicações. Contudo, o autor afirma que é um grande equívoco dar à audiência pública a condição de momento maior da participação da sociedade no licenciamento ambiental, que é ingênuo pensar que o processo possa ser aprimorado por intermédio de uma consulta restrita e pontual, e afirma ainda que os debates não podem ser feitos por meio de rituais desse tipo. (FARIA, 2013).

A sociedade não confia nas audiências públicas promovidas, pois elas chegam tarde demais, depois que tudo já foi combinado entre os interessados, conclui a Deputada Aspásia Camargo (2013), também professora da Fundação

Getúlio Vargas (FGV), no workshop “Desafios e oportunidades do licenciamento ambiental de obras e atividades de significativo impacto”, promovido e realizado recentemente pela FGV Projetos.

3. O PARADIGMA DA SUSTENTABILIDADE

Chegamos ao século 21 com o planeta Terra exausto e dando sinais de saturação de seus recursos naturais. Recursos que são explorados vorazmente pelo homem em troca da manutenção de um ultrapassado estilo de vida, de relações sociais, morais, econômicas, ambientais, políticas, etc. O alerta já foi dado há 20 anos, segundo a organização americana *Global Footprint Network*; a população mundial consome 50% a mais de recursos naturais do que o planeta é capaz de repor.

Segundo relatório "Trabalhando para Poucos" (*Working for the Few)*, divulgado pela *Oxfam International*, organização não governamental que combate a pobreza e a desigualdade no mundo, o patrimônio das 85 pessoas mais ricas do mundo equivale à metade da população mundial. É alarmante que as 85 pessoas mais ricas do mundo possuam um patrimônio equivalente a 3,5 bilhões de pessoas, a metade da população mundial segundo o número divulgado pela Organização das Nações Unidas (ONU), em outubro de 2011.

É um modelo de desenvolvimento que não se sustentará por muito tempo; faz-se necessário a mudança, pois, precisamos consumir menos e dividir melhor os recursos naturais. Como citam alguns especialistas, estamos vivendo uma crise de "falta de desenvolvimento" com grande crescimento econômico, o que provoca desastres ambientais de grandes proporções e causa a miséria de milhões de pessoas, podendo levar a humanidade à autodestruição. Dados como estes aqui citados mostram, por si só, a "insustentabilidade" de um modelo econômico que garante o privilégio de poucos em detrimento de muitos, que consome os recursos naturais em grandes proporções e que há anos vem apostando no crescimento econômico como uma saída para o desenvolvimento social. Um modelo que permite um contrassenso como, por exemplo, ser a sexta maior economia mundial e, ao mesmo tempo, um país com baixo Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), pobre, com distribuição de renda desigual, sem educação, com altas taxas de crescimento populacional, inseguro, com péssima estrutura de saúde pública e saneamento básico.

Estas colocações nos mostram que o desenvolvimento sustentável é o caminho a seguir, uma vez que é preciso aliar as preocupações com a manutenção ou melhoria da qualidade de vida e a preservação do meio ambiente, com a busca

pelo crescimento da economia. Entretanto, que conceitos poderão nortear a sustentabilidade numa era em que se promove o consumo desenfreado por produtos e serviços, e leva as indústrias a produzirem num ritmo frenético para garantir o abastecimento dos mercados? Como conseguiremos garantir o desenvolvimento da atual, e das futuras gerações, bem como estabelecer um equilíbrio social, ambiental e econômico? Segundo Baroni (1992, p.24), o conceito de desenvolvimento sustentável necessita de cuidado na sua utilização.

> O debate sobre sustentabilidade, que se iniciou na ecologia (ou nas ciências biológicas) e vem extravasando para a economia, é bastante produtivo, pois coloca a nu a necessidade imperiosa de um novo paradigma social econômico ou um novo estilo de desenvolvimento, pois o atual mostrou-se insustentável, de diversas perspectivas, sendo uma dela a da conscientização da finitude dos recursos.

O que se pode perceber é que o modelo de desenvolvimento hoje não dá espaço para o desenvolvimento a qualquer preço; as empresas vêm incorporando à sua gestão mecanismos que reduzam os impactos ao meio ambiente e, igualmente, incorporando valores que garantam também a sua própria sustentabilidade, ou seja, a sua própria existência no futuro. Hoffman cita:

> O meio ambiente tornou-se um componente estratégico na vida das empresas. A empresa interessada em se posicionar no mercado como uma organização sustentável deve, necessariamente, incluir em seus objetivos, além do cuidado com o meio ambiente e do bem-estar dos *stakeholders*, a constante melhoria de sua imagem institucional e a qualidade de seus serviços. Assim sendo, a sustentabilidade de uma empresa dependerá, basicamente, de sua capacidade de estabelecer um equilíbrio entre a sua competitividade no mercado, a sua relação com o meio ambiente natural, e a sua atuação em termos de responsabilidade social. (GONÇALVES DIAS; TEODÓSIO, 2010, p.10).

Mas há quem desconfie do discurso sustentável promovido pelas empresas. Segundo Carvalho (apud MIOTTO, 2005, p. 84), o desenvolvimento sustentável foi incorporado pelo discurso de empresários, governos e políticos e, na verdade, não passou de uma estratégia bem sucedida de assumir o desenvolvimento sustentável sem promover mudanças no modelo de desenvolvimento. Acselrad (1999, p.79), também nos alerta para os discursos sustentáveis produzidos pelas empresas e destaca, por exemplo, o discurso da eficiência, ou seja, o combate ao desperdício, da escala, que propõe um limite ao crescimento econômico, bem como sua pressão

sobre os recursos naturais; da equidade, baseado em princípios de justiça e ecologia; da autossuficiência, que prega a desvinculação de economias nacionais dos fluxos do mercado mundial; da ética, que promove um debate entre o Bem e o Mal. Para Gobbi (2008, p. 182), além do discurso que as empresas promovem, “elas precisam promover ações reais de sustentabilidade e, quando isso de fato ocorrer, talvez até sem tantos alardes, elas serão lembradas por seus públicos”. Se a sustentabilidade é algo bom, desejável, consensual, uma boa definição de sustentabilidade vai construir autoridade e discernimento sobre o que é bom e ruim. Para Acselrad (1999, p. 80), é necessário constituir uma audiência apropriada, um campo de interlocução eficiente onde se possa encontrar aprovação e reconhecimento da autoridade para falar em sustentabilidade; segundo o autor, “para se afirmar que algo, uma coisa ou uma prática social, é sustentável, será preciso recorrer a uma comparação de atributos entre dois momentos situados no tempo: entre passado e presente, entre presente e futuro”.

3.1. Reflexões para sustentabilidade: entre a ecologia e a economia

O grande desafio da humanidade não é evitar a destruição da natureza, dos bens naturais; o grande problema está na manutenção do modelo de desenvolvimento que consome e destrói a natureza, que gera problemas sociais enormes e que, economicamente, não distribui de forma igual as riquezas que são produzidas pelo crescimento econômico, que é tanto reverenciado. Como atender as gerações futuras, se o modelo atual não consegue atender as necessidades das atuais gerações? Que modelo de desenvolvimento a humanidade precisará implementar para que possamos reverter o caos da sociedade atual, modelo que consiga conter os desastres ambientais, que consiga igualdade social e econômica para todos?

Está aí posto o que podemos chamar de “sustentabilidade”: um novo modelo de desenvolvimento que vá contra o modelo atual; um novo paradigma a ser implementado; um novo estilo de vida, que caminhe na direção contrária ao estímulo do consumo, que estabeleça novos valores, que garanta um equilíbrio na qualidade de vida e na vida com qualidade, por meio do atendimento das necessidades

básicas e da garantia dos direitos humanos de cada cidadão, que possa distribuir as riquezas de maneira igual sem grandes distorções; um modelo que possa permitir aos nossos filhos a paz, segurança e a felicidade que merecem. O desafio é grande para a humanidade, como bem cita Rachel Carson (1969):

> O homem é parte da natureza e sua guerra contra a natureza é inevitavelmente uma guerra contra si mesmo [...] temos pela frente um desafio como nunca a humanidade teve, de provar nossa maturidade e nosso domínio, não da natureza, mas de nós mesmos.

Sustentar, segundo a definição do Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa (FERREIRA, 2013), consiste em suportar, amparar, escorar, alimentar, prover do necessário. Segundo Boff (2012), a palavra sustentabilidade exige uma postura ética de quem a adota. Para ele, significa um conjunto dos processos e ações que se destinam a manter a vitalidade e a integridade do planeta, ou “Mãe Terra”, como denomina. Significa preservar seus ecossistemas com todos os elementos físicos, químicos e ecológicos que possibilitem a existência e a reprodução da vida, o atendimento das necessidades da presente e das futuras gerações, e a continuidade, a expansão e a realização das potencialidades da civilização humana em suas várias expressões.

O autor explica que o termo sustentabilidade surgiu na Alemanha, em 1560, diante da preocupação em relação ao uso racional das florestas, de forma que elas pudessem se regenerar e se manter permanentemente. (BOFF, 2012). Conta, ainda, que em meados do século dezoito, na região da Saxônia, um dos Estados da atual Alemanha, ao leste do país, os fornos destinados à mineração demandavam muito carvão vegetal, e que florestas eram abatidas para atender ao “progresso” industrial da época. Nesse momento a palavra “sustentabilidade” surgiu como um conceito estratégico, quando o Capitão de Minas, Hans Carl Von Carlowitz, escreveu um verdadeiro tratado, denominado “Silvicultura Econômica”, que propunha organizar as florestas e o uso da madeira de forma sustentável. Segundo explica Boff (2012), a partir daí os poderes locais começaram a incentivar o replantio das árvores nas regiões desflorestadas; perceberam que a floresta garantia a sobrevivência da população, pois dela era extraída a madeira para construção das casas, barcos como meio de transporte e a lenha. Palavras de ordem como: “corte somente o tanto de lenha que a floresta pode suportar e que permite a continuidade do seu

crescimento", e "devemos tratar a madeira com cuidado", demonstravam a postura responsável do capitão e trouxe à luz o conceito estratégico da sustentabilidade (BOFF, 2012, p.32).

Entretanto, a revolução industrial, o sistema econômico e capitalista, todo o contexto do desenvolvimento que o modelo estabelecia, proporcionou o surgimento de grandes centros urbanos e de zonas comerciais cada vez mais diversificadas visando suprir as necessidades das populações que cresciam em proporções geométricas. Com isso, não foi difícil perceber os efeitos que esse "crescimento" provocou no meio ambiente. Lovelock (2006), explica que a vida na Terra tem função ativa na manutenção das condições para sua própria existência, sendo assim, o planeta reage às ações humanas no sentido de equilibrar o meio ambiente, que abriga uma diversidade de organismos vivos, inclusive o homem. Isso explica que as agressões contra o planeta, em função de um desenvolvimento desenfreado, não poderiam ser praticadas de forma desordenada e inconsequente. O pesquisador explica que Gaia, o Planeta Terra, é um sistema fisiológico dotado do objetivo inconsciente de regular o clima e a química em um estado confortável para a vida.

Para Lovelock (2006, p. 135, 147), a raiz de nossos problemas com o meio ambiente está na falta de limites em relação ao crescimento da população, mesmo que a humanidade supere a ameaça dos desastres ambientais provocados pela poluição, pelas mudanças climáticas, destruição dos ecossistemas, etc., o desafio seria assegurar certo nível populacional condizente com a capacidade da Terra de garantir nossas necessidades. Para ele, somos os principais poluidores, os mais destrutivos do planeta, e embora tenhamos recursos para impedir a destruição da Terra, somos paralisados pelo medo e só enxergamos uma vida boa no futuro imediato, deixando de lado os pensamentos desagradáveis de uma catástrofe futura. Para o autor, a palavra "sustentabilidade", e a sua aplicabilidade, são tão significativas quanto o que Gaia tem feito desde que o homem começou a se apropriar dos recursos oferecidos, gratuitamente, pela natureza, sustentar a vida.

Embora ocorram debates sobre a noção de sustentabilidade em quase todas as áreas do conhecimento, suas raízes estão intrínsecas em duas principais áreas da ciência, a Ecologia e a Economia (VEIGA, 2008). Segundo Deléage (1993 apud JACOBS, 2003), a ecologia tem seus primeiros fundamentos definidos por Ernest Haeckel, no século 19, que propõe pela primeira vez a palavra ecologia. O termo *Oekologie* foi citado em seu livro *Generelle Morphologie der Organismen*, e foi

definida por ele como sendo a ciência da economia, do modo de vida e das relações externas do organismo. No presente, define-se a ecologia como “o estudo das relações dos organismos vivos ao seu ambiente, ou a ciência das inter-relações que ligam os organismos vivos ao seu ambiente” (ODUM, 1986 apud JACOBS, 2003, p. 13). Haeckel lançou também o “ecologismo”, ou seja, o movimento de contestação, de atitude e ação, propondo “uma reforma política baseada no conhecimento científico das relações do homem com o mundo e no respeito fundamental da beleza e a ordem da natureza” (DELÉAGE, 1993 apud JACOBS, 2003, p. 13).

A ecologia é um campo que vem fundamentando as propostas de sustentabilidade, principalmente, quando nos referimos aos estudos dos ecossistemas, das populações e comunidades. Para os ecologistas, a questão do crescimento da população mundial e seu impacto nos ecossistemas, que já nos referimos anteriormente, também tem sido uma questão fundamental da crise ambiental e de sustentabilidade, pois coloca em xeque a capacidade de suporte do planeta. Para os ecologistas, o problema da sustentabilidade está na contradição que existe entre a forma exponencial de reprodução da vida humana e seus efeitos, diante da reprodução limitada das demais formas de vida. Ou seja, adequar essas duas “exponencialidades” é o ponto de partida para se alcançar a sustentabilidade.

Para Capra (1996), o grande desafio do nosso tempo é criar comunidades sustentáveis, ou seja, ambientes sociais e culturais, nas quais possamos satisfazer as nossas necessidades e aspirações sem diminuir as chances das gerações futuras. Para o autor, o mundo está todo integrado**;** estamos todos encaixados nos processos cíclicos da natureza, de maneira ecológica e interdependente. Quanto ao sentido do termo “ecológico”, o autor se refere a um sentido mais amplo e profundo, baseado numa escola filosófica conhecida como “ecologia profunda”, uma escola fundada pelo filósofo norueguês Arne Naess, no início dos anos 70.

A escola faz uma distinção entre “ecologia rasa” e “ecologia profunda”. A primeira é antropocêntrica, o homem está acima da natureza, atribui a ela um valor de uso, a natureza é objeto de consumo. A segunda não separa seres humanos do meio ambiente natural, vê o mundo como uma rede de fenômenos interligados e interdependentes, reconhece o valor intrínseco de todos os seres vivos e reserva a todos apenas um fio particular na teia da vida**.** (CAPRA, 1996). Como podemos perceber, na visão ecológica, a natureza é vida, não um objeto a ser consumido,

degradado, é ela que nos alimenta, que sustenta a vida, que regula o equilíbrio do ecossistema onde o homem é apenas mais um organismo interdependente.

A questão é como convencer a humanidade a abrir mão da sua visão antropocêntrica de mundo, a valorizar a natureza independente do seu "valor" econômico, a respeitar os limites de todos os seres vivos, e a preservar as riquezas e a diversidade para as gerações futuras? Para os ecologistas, a chave da sustentabilidade está na percepção de que podemos moldar comunidades humanas segundo os ecossistemas naturais (vegetais, animais e microrganismos) e, com tempo, desenvolver modos de vida adequados. O primeiro passo estaria na alfabetização ecológica, ou seja, na compreensão dos princípios de organização que os ecossistemas desenvolveram para sustentar a teia da vida. (CAPRA, 2005 p. 237-241).

Que modelo econômico será capaz de promover um desenvolvimento sustentável? Como será possível frear um processo baseado no desenvolvimento econômico, que produz riquezas e bem estar para uma parcela pequena e influente da população mundial, sem comprometer os recursos naturais?

> Numa perspectiva futura, a economia terá que se adaptar aos conceitos da ecologia na busca de alternativas econômicas, não baseadas exclusivamente na obtenção de lucros a qualquer custo, mas no uso ambientalmente correto de todos os recursos. Soluções urgentes precisam ser encontradas e adotadas para alterar radicalmente a sistemática produtiva atual, por um tipo que não agrida tanto a natureza e seus ecossistemas e nem esgote as fontes naturais supridoras de matérias-primas e outros insumos indispensáveis à produção de bens e serviços. (CAMPOLINA, 2005, p. 2).

O atual modelo de desenvolvimento econômico age com base nas relações de mercado e não por princípios ecológicos e altruístas. Nas palavras de Brown (2002), o mercado não presta as informações verdadeiras, não reflete os custos totais dos bens e serviços porque não consideram os impactos na produção, criando uma economia distorcida, fora de sincronia com os ecossistemas da Terra, uma economia que está destruindo os ecossistemas. Como reforça Comune (1994, p. 51), "as externalidades e os bens públicos nem sempre são levados em consideração e, para a eficiência de um mercado perfeitamente competitivo, não se contabilizam estes fenômenos por constituírem fontes de ineficiências". A economia

não considera a dinâmica ambiental ou as transformações ambientais decorrentes do uso dos recursos naturais.

Tais constatações em relação ao modelo de desenvolvimento atual nos dá a certeza de que os problemas ambientais são questões a serem enfrentadas por toda a sociedade mundial, o modelo que produz crescimento econômico deverá estar atrelado a um conceito diferente do praticado hoje; é um modelo obsoleto que não atende aos graves problemas atuais, um modelo que se estende desde os primórdios da revolução industrial. É preciso que um novo modelo de desenvolvimento seja implantado, associado a um esforço mútuo pelo planeta, que dê chance aos países em desenvolvimento e proporcione melhores condições de vida e igualdade para todos os povos.

Entre 1950 e 2000, o crescimento da produção mundial de bens e serviços saltou de US$ 6 trilhões para US$ 43 trilhões, causando uma grande devastação ambiental. Se a economia mundial continuar crescendo a uma taxa de 3% anuais, a produção de bens e serviços irá quadruplicar nos próximos cinquenta anos − um dado preocupante − e será necessário impor restrições a esse avanço desordenado dos recursos do nosso planeta. (CAMPOLINA, 2005, p. 6).

Há uma controvérsia muito grande entre crescimento econômico e desenvolvimento ambiental. Desde a publicação do relatório do Clube de Roma, as posições em relação a essa controvérsia sempre foram conciliadoras; preservação ambiental é emergente desde que as soluções sejam viáveis economicamente. Para Romeiro (2001), no debate acadêmico, as opiniões entre economia e meio ambiente se dividem entre duas correntes principais de interpretação: Economia Ambiental e Economia Ecológica. A primeira considera que os recursos naturais não representam um limite absoluto à expansão da economia, pelo contrário, contabiliza apenas o capital e o trabalho; o progresso científico e tecnológico seria capaz de superar a escassez dos recursos naturais. A segunda corrente vê o sistema econômico como um subsistema maior, impondo uma restrição à sua expansão; considera o capital e os recursos naturais como essencialmente complementares. O progresso científico e tecnológico é visto como fundamental para aumentar a eficiência na utilização dos recursos naturais. Entretanto alerta, “em longo prazo, a sustentabilidade do sistema econômico não é possível sem estabilização dos níveis de consumo per capita de acordo com a capacidade de carga do planeta”. (ROMEIRO, 2001, p. 12).

Na opinião de Bueno (2007), o desenvolvimento sustentável deve, acima de tudo, ser um redutor das desigualdades, um provedor da qualidade de vida, descartando a vertente econômica. Deve desincentivar o consumo exacerbado e danoso ao meio ambiente em virtude do lucro. Não se pode desprezar o fato de que o lucro é o objetivo maior do modo de produção capitalista, e está ligado diretamente aos hábitos de uma sociedade que consome sem limites, gerando grandes impactos ao meio ambiente. Quanto maior for o lucro, maior a produção, maior o consumo de recursos naturais, maior o consumo de bens produzidos, maior será o impacto ao meio ambiente, e consequentemente, à vida humana. Cavalcanti (2004) concorda, ao afirmar que a economia opera em nível macro, acreditando que é sempre possível e desejável crescer; quanto maior o PIB de uma economia, em geral, maiores são suas taxas de exploração dos recursos naturais, maior a geração de resíduos e, consequentemente, maior o desperdício.

Montibeller (2008), em sua obra “O Mito do Desenvolvimento Sustentável”, cita que o atual “sistema produtor de mercadorias” se estabelece de forma hegemônica em detrimento da conservação do ambiente, da qualidade de vida e da autonomia cultural. Ao mesmo tempo em que esse modelo econômico faz, hoje, um discurso universal em defesa do meio ambiente, estimula as políticas neoliberais de desregulamentação e uso insustentável da natureza. Já Cavalcanti (2004), procurou explicação para a crise ambiental nas contribuições do economista Celso Furtado, em sua obra, “O Mito do Desenvolvimento Econômico”, de 1974, quando já alertava para as consequências e impactos do modelo econômico contemporâneo ao meio ambiente, ao meio físico, à natureza, e que a ideia de desenvolvimento seria um “mito”, inalcançável, em tal modelo econômico.

Na visão de Sachs (2007), o desenvolvimento como é praticado, no sentido de crescimento, trata de uma concepção tecno-econômica extremamente reducionista que ignora os problemas humanos. Daly (2004) afirma que é impossível sair da pobreza e da degradação ambiental através do crescimento econômico. Enquanto “crescer” equivale a aumentar de tamanho, “desenvolver” significa expandir os potenciais de algo, evoluir para um estado melhor. Diante deste cenário, não podemos desvincular: economia, sociedade e natureza. Cabe a todos nós definirmos os limites do crescimento econômico, adequar a produção à capacidade de renovação do meio ambiente. “Sustentabilidade é um modo de ser e de viver, exige o alinhamento das práticas humanas às potencialidades limitadas de cada

bioma, e às necessidades das presentes e das futuras gerações". (BOFF, 2012, p.16).

O fato é que o mundo só observou que havia passado dos limites quando as respostas das ações do homem começaram a ser dadas em forma de catástrofes e escassez de recursos. Sustentabilidade não é estática, é um processo dinâmico de coevolução. Uma sociedade baseada na sustentabilidade deve estar em interação contínua com outros sistemas vivos. (CAPRA, 2005). Não é apenas mais um termo *cool*, ou um diferencial no discurso empresarial, ela se refere a um olhar para frente, a um conhecimento profundo para rupturas de horizontes e limites, de recriação do tempo presente, com vistas a subsidiar o futuro. (CASCINO, 1998).

3.2. Marcos históricos da sustentabilidade

O avanço das discussões em torno da sustentabilidade ocorreu, principalmente, devido à realização das grandes conferências mundiais organizadas pelas Nações Unidas. Estas conferências representam os principais marcos históricos em relação ao tema, as quais abordamos neste capítulo. A realização das conferências e outros eventos marcantes, assim como a discussão mundial a respeito das questões ambientais são relativamente recentes, algo em torno de 60 anos. Segundo Rodrigues (2006, p. 3), a preocupação com o meio ambiente apareceu de forma mais contundente em 1949, na ocasião da realização da Conferência sobre Conservação e Utilização dos Recursos Naturais (*United Nations Scientific Conference on the Conservation and Utilization of Resources* – UNSCCUR), nos Estados Unidos, com a proposta de adequar os recursos naturais às exigências crescentes da produção e descobrir novos recursos com pesquisas científicas. Foi um encontro preocupado com as questões sobre conservação dos recursos naturais. Carneiro (2011, p. 4) explica que o pensamento que predominava na ONU era do desenvolvimento econômico; a prioridade era a reabilitação do mundo no pós-guerra e o combate à fome por meio da produção e fornecimento de alimentos. Embora sem grande relevância na época, como citou Marcovitch (2006-07), os temas apresentados seriam retomados duas décadas depois, na discussão

das políticas de conservação ambiental, na Conferência da Biosfera em Paris e depois na Conferência de Estocolmo, como mencionamos à frente.

No início dos anos 60, um fato merece destaque, a publicação do livro “Primavera Silenciosa”, (*Silent Spring*), em 1962, nos Estados Unidos, pela bióloga Rachel Carson. Ela denunciava, pela primeira vez, a contaminação do meio ambiente por resíduos tóxicos decorrentes do uso de pesticidas, e a consequente contaminação do solo, responsáveis por disfunções reprodutivas em animais e plantas. Em seu livro Carson (1969, p. 15-16), alertou para a rapidez da mudança e a velocidade do Homem em alterar a natureza, “esta capacidade não só aumentou até atingir inquietante magnitude, mas também se modificou quanto ao caráter”, segundo conclui, os assaltos contra o meio ambiente, efetuados pelo Homem, são irremediáveis, os males que ele inicia no mundo que deve sustentar a vida são irreversíveis, o ritmo impetuoso e insensato do Homem não acompanha o passo deliberado da natureza.

Em 1968, com a Conferência da Biosfera, realizada em Paris, mas, desta vez, pela Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (UNESCO). Para Carneiro (2011, p. 8), foi também de grande importância para as questões ambientais, pois nela se discutiu os impactos ambientais causados na biosfera pela ação humana. Seu produto mais importante foi o programa interdisciplinar “O Homem e a Biosfera”, que procurou reunir especialistas dos sistemas naturais, a fim de estudarem as consequências das demandas econômicas em tais ambientes.

Na mesma época, final dos anos 60, um grupo formado por cientistas, intelectuais e empresários, se reunia para discutir o modelo de desenvolvimento vigente e os impactos que ele causava ao meio ambiente. Esse grupo ficou conhecido como o “Clube de Roma”. O Clube ganhou mais relevância quando publicou o relatório “Limites do Crescimento”, em 1972, elaborado por um grupo de cientistas do *Massachusetts Institute of Technology* (MIT). Inicia-se o debate sobre o crescimento zero, salientando que os recursos naturais eram finitos e propondo, dentre outras questões, o congelamento do crescimento da população global. O relatório ganhou notoriedade entre líderes mundiais, formadores de opiniões, comunidades científicas, e colocou em pauta a delicada relação do homem com o desenvolvimento econômico e com a fragilidade do planeta.

Em 1972, é realizada a primeira Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente, em Estocolmo, que oficializou a preocupação mundial com o meio ambiente, chamando a atenção para a degradação da natureza pela ação do homem e alertando que o planeta rumaria para a catástrofe se os países subdesenvolvidos passassem a adotar níveis de consumo dos recursos naturais semelhantes aos dos países desenvolvidos. Outro ponto abordado nesta conferência, era a perspectiva de desenvolvimento dos países subdesenvolvidos, que estavam assolados pela miséria, precisando crescer economicamente e gerar riqueza, para solucionar problemas básicos como o de moradia, saneamento básico, saúde, dentre outros fatores. Ficou evidente a necessidade de implementação de políticas públicas de meio ambiente em todo o mundo.

Desde então, passou a se discutir sobre os aspectos econômicos da crise ambiental, se avaliar as relações entre degradação ambiental e sistemas econômicos, modelos de desenvolvimento, e politicas públicas para o controle e regulamentação do mercado e sua relação com o meio ambiente. O avanço do debate proporcionou o surgimento de propostas sobre mecanismos de transformação de todo um sistema econômico. Apesar de muitas questões remanescerem em aberto, alguns consensos importantes foram alcançados, por exemplo, o entendimento sobre a gravidade do modelo atual de industrialização e seus impactos, como também as relações de consumo da sociedade.

Logo após a Conferência, as preocupações ambientais perderam força devido à crise econômica mundial instaurada em 1973, com o aumento dos preços do petróleo em quase 300%, agravada por uma mudança cambial. (CARNEIRO, 2011, p. 13). Segundo informa, mesmo com a criação do PNUMA (Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente), no mesmo ano, com o objetivo de pesquisar, monitorar e avaliar as tendências e processos ambientais, identificar riscos, a crise econômica obrigou mudanças nas políticas e na gestão dos recursos naturais e diminuiu a oferta de recursos para a proteção ambiental.

Em 1987, com a publicação do relatório “Nosso Futuro Comum”, pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento da ONU, mundialmente conhecida como Comissão de Brundtland, nome dado em homenagem à presidente da comissão, Gro Harlem Brundtland, se buscou uma nova ordem econômica mundial, na qual houvesse um maior equilíbrio entre as dimensões econômica, social e ambiental. Também como resultado desta comissão, se originou o conceito

clássico para definir o Desenvolvimento Sustentável, ou seja, um novo paradigma de desenvolvimento no qual as necessidades do presente são atendidas, sem comprometer a capacidade das futuras gerações de atenderem às suas próprias necessidades. Dentre diferentes tópicos, o documento propôs que a questão ambiental fosse integrada ao desenvolvimento econômico; segundo Barbosa (2008), governos deveriam adotar medidas para controlar o crescimento populacional, garantir alimentos para a população, diminuir o consumo de energia e promover o uso de fontes de energia renováveis, controlar o crescimento urbano, garantir o suprimento de água, abrigo e serviços sociais, educativos e sanitários.

O relatório chamou a atenção para a necessidade de uma nova postura ética em relação à preservação do meio ambiente, considerou que a pobreza, por exemplo, não é mais inevitável; que o desenvolvimento deve privilegiar o atendimento das necessidades básicas de todos e oferecer oportunidades de melhora de qualidade de vida para a população. Ressaltou também a “equidade”, como condição para a participação efetiva da sociedade na tomada de decisões, por meio de processos democráticos em direção ao desenvolvimento sustentável. Condição esta que deveria nortear os processos de licenciamento ambiental no Estado de São Paulo, garantindo a participação nos debates de toda a população impactada, direta e indiretamente.

Em 1992, foi realizada no Rio de Janeiro, a 2ª Conferência sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, também denominada ECO-92, que teve como objetivo avaliar como os países promoveram a proteção ambiental desde o último encontro em 1972. Conhecida como a “Cúpula da Terra”, contou com a presença de 172 países, 116 chefes de Estado, 1.400 organizações não governamentais e 9.000 jornalistas. O resultado desta Conferência foi registrado na assinatura de cinco documentos.

O primeiro foi a “Declaração sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento”, que contém 27 princípios e estabeleceu um novo estilo de vida por meio da proteção dos recursos naturais e da busca do desenvolvimento sustentável. O segundo, a “Agenda 21”, era plano, mapa, um roteiro para a construção de uma sociedade sustentável. Dividido em 40 capítulos, tinha como proposta modificar a atual forma de desenvolvimento. O terceiro documento se consolidou nos “Princípios para a Administração Sustentável das Florestas”, cujo objetivo era a proteção ambiental de todos os tipos de florestas, o manejo, conservação e preservação. A “Convenção da

Biodiversidade", foi o quarto documento da ECO-92, em defesa e conservação da biodiversidade. Tinha como objetivos a conservação da diversidade biológica, a utilização sustentável de seus componentes e a repartição justa e equitativa dos benefícios derivados da utilização dos recursos genéticos. O último documento foi a "Convenção sobre Mudança do Clima", que discutiu o quanto as atividades humanas geram gases de efeito estufa que se concentram na atmosfera. Os objetivos determinados foram de estabilizar a concentração de gases efeito estufa na atmosfera, assegurar que a produção alimentar não seja ameaçada e, por fim, possibilitar o desenvolvimento econômico de forma sustentável.

A convenção sobre as mudanças do clima realizada na ECO-92, como vimos, foi um passo importante para a estabilização e redução dos gases de efeito estufa na atmosfera. Entretanto, a questão do aquecimento global começou a adquirir importância muito antes da ECO-92, com a realização da Primeira Conferência Mundial sobre o Clima, em 1979, pela Organização Meteorológica Mundial, da ONU.

Os participantes chegaram à conclusão que a queima de combustíveis fósseis, os desmatamentos, dentre outros fatores, aumentaram em 15% a quantidade de gases de efeito estufa na atmosfera nos últimos cem anos. (BRAZ, 2003). Contudo, somente em 1997, numa reunião da Convenção sobre Mudança Climática, em Quioto, no Japão, é que foi definido um protocolo com metas de redução de emissão de gases de efeito estufa e os mecanismos para que estas metas fossem atingidas. Neste tratado os países membros se comprometeram a reduzir as emissões de gases em 5,0% em relação aos níveis de 1990. As metas de redução estavam relacionadas a cortes nas emissões dos países mais industrializados, e foram diferenciadas entre países desenvolvidos e em desenvolvimento. A União Europeia comprometeu-se a reduzir em 8% suas emissões, os Estados Unidos, 7%, Canadá, Hungria, Japão e Polônia, 6%. Estas metas devem ser atingidas no período entre 2008 e 2012, como citou Braz (2003, p.143).

Até os dias de hoje, este protocolo estimula a cooperação mútua entre os seus participantes, governos, empresas, etc., por meio do uso de fontes de energia renováveis, desenvolvimento de tecnologias que limitam as emissões de resíduos no meio ambiente, mecanismos que protejam as florestas, contribuindo para a redução do Carbono na atmosfera, dentre outros Mecanismos de Desenvolvimento Limpo (MDL). Como podemos observar em diversos momentos, acidentes como tsunamis,

tempestades severas, ondas de frio e de calor, inundações, secas, são cada vez mais frequentes, devastadores, e uma das maiores ameaças ambientais, sociais e econômicas que a humanidade terá que enfrentar.

Em 1999, é realizado em Davos, na Suíça, o Fórum Económico Mundial de Davos, presidido por Kofi Annan, Secretário Geral da ONU. Este fórum marcou o lançamento do *Global Compact* (GC), o Pacto Global das Nações Unidas, com o objetivo de difundir os valores da responsabilidade social empresarial. Outro acontecimento importante para ao fortalecimento da sustentabilidade foi a adoção, pelos Estados membros das Nações Unidas, da “Declaração do Milênio”, que fixou oito objetivos de desenvolvimento a serem atingidos até o ano de 2015. São eles:

1. Acabar com a fome e a miséria.
2. Oferecer educação básica de qualidade para todos.
3. Promover a igualdade entre os sexos e valorização da mulher.
4. Reduzir a mortalidade infantil.
5. Melhorar a saúde das gestantes.
6. Combater a AIDS, a malária e outras doenças graves.
7. Garantir a qualidade de vida e o respeito ao meio ambiente.
8. Desenvolver uma parceria mundial para o desenvolvimento.

A seguir, em 2002, foi realizada na África do Sul a Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável, também denominada Cúpula de Johannesburgo ou Rio+10. Passados 10 anos da ECO 92, esta conferência foi realizada com o objetivo de se estabelecer um plano que acelerasse a aplicação dos princípios aprovados no Rio de Janeiro, já que poucos resultados haviam sido alcançados. Este encontro reafirmou que o Desenvolvimento Sustentável deveria ser construído sobre 3 pilares: o econômico, o social e o ambiental, considerando o inter-relacionamento de questões críticas como: pobreza, desperdício, degradação ambiental, decadência urbana, crescimento populacional, igualdade de gêneros, saúde, conflito e violência aos direitos humanos, etc. O que deveria ser um marco para a conscientização socioambiental, mostrou pouco avanço e muitas questões discutidas não tiveram apresentadas as devidas soluções. (SIRVINSKAS, 2009).

Após mais 10 anos, em 2012, foi realizada no Rio de Janeiro a Rio +20, com o objetivo de que os governos renovassem os compromissos políticos com o

desenvolvimento sustentável, firmados nas conferências anteriores, avaliassem e identificassem as lacunas na implementação das decisões adotadas, e também estabelecessem novos compromissos. Segundo Guimarães e Fontoura (2012, p. 26), além da participação dos chefes e representantes de Estado, ocorreram diferentes eventos paralelos com a participação da sociedade civil, ONGs, cooperativas, comunidades indígenas, comunidades quilombolas, grupos religiosos, cientistas, políticos e representantes do setor privado dentre outros. Explicam os autores, que o evento na realidade foi concebido apenas como uma “Conferência de Revisão”, ou seja, não estava previsto nenhuma decisão de Estado na forma de Tratados, Convenções ou Acordos Ambientais Multilaterais; o objetivo foi renovar o compromisso político para o desenvolvimento sustentável. O foco principal ficou centrado nas discussões em torno de temas como: “economia verde” e “erradicação da pobreza”.

3.3. Em busca da qualidade de vida

Qualidade de vida e sustentabilidade são termos bem usuais; presentes no linguajar das sociedades contemporâneas possuem uma estreita relação e, constantemente, se misturam num consenso de que é algo bom. Ter qualidade de vida ou viver num ambiente sustentável significa, dentre outra coisas, morar de forma confortável, viver num ambiente sadio, ter boa saúde, possuir boas relações sociais, viver de forma afetiva, com boa situação financeira, etc. O fato é que todos esses fatores levam a uma percepção positiva de bem-estar. A compreensão sobre qualidade de vida lida com inúmeros campos do conhecimento humano, biológico, social, político, econômico, médico, entre outros, numa constante inter-relação. (ALMEIDA; GUTIERREZ; MARQUES, 2012, p. 15). Buscar qualidade de vida é, ao mesmo tempo, ir de encontro ao que estabelece a sustentabilidade, quando percebemos que podemos suprir nossas necessidades, mas devemos garantir às gerações futuras, pelo menos a mesma qualidade de vida que temos hoje. Em seu texto “Qualidade de Vida e Sustentabilidade”, Munhoz (2013), cita que qualidade de vida é:

> O oposto do que nosso estilo de vida moderno faz com os ambientes naturais e, consequentemente, com as cidades. Dentro do caos urbano, estamos conectados, mas sós. O desenvolvimento tecnológico nos deu a capacidade de falar com o mundo todo e a incapacidade de nos conectarmos com nosso coração. A natureza não é cinza, pobre, desorganizada, nem desarmônica, mas ganhamos um estilo de vida cinza, exatamente como fizemos com a natureza. Passamos a detestar a segunda feira, trabalhamos com coisas que não nos abastecem o coração e fugimos da cidade ao sinal do primeiro feriado. Tornamo-nos *off-line* de nós mesmos e por isso, buscamos áreas verdes, mar, céu azul e montanhas, numa tentativa de nos religar.

De acordo com Minayo, Hartz e Buss (2000, p. 10), qualidade de vida é:

> Uma noção eminentemente humana, que tem sido aproximada ao grau de satisfação encontrado na vida familiar, amorosa, social e ambiental e à própria estética existencial. Pressupõe a capacidade de efetuar uma síntese cultural de todos os elementos que determinada sociedade considera seu padrão de conforto e bem-estar. O termo abrange muitos significados, que refletem conhecimentos, experiências e valores de indivíduos e coletividades que a ele se reportam em variadas épocas, espaços e histórias.

Segundo Pelicioni (1998, p. 22), a Organização Mundial da Saúde (OMS) define Qualidade de Vida como “as percepções individuais sobre sua posição de vida no contexto dos sistemas de cultura e de valores em que vivem, e em relação às suas metas, expectativas, padrões e preocupações”. Para a autora trata-se de um conceito abrangente, que incorpora a saúde física, o estado psicológico, as relações sociais, as crenças pessoais, que se apoiam num contexto cultural, social e ambiental. É uma “percepção” dos indivíduos de que as suas necessidades estão sendo satisfeitas. Os indivíduos percebem a qualidade de vida como valores não materiais: amor, felicidade, solidariedade, inserção social, realização pessoal e felicidade. (MINAYO; HARTZ; BUSS, 2000). Para Rosário (2002), a melhoria da qualidade de vida está atrelada à busca pela felicidade. (ALMEIDA; GUTIERREZ; MARQUES, 2012).

A relação entre qualidade de vida e sustentabilidade é muito estreita, para vivermos em harmonia, num ambiente saudável, seguro e com qualidade, será necessário uma transformação urgente do nosso estilo de vida. Para Oded Grajew, em entrevista para a Revista Envolverde (2012), sustentabilidade é qualidade de vida para todos, não só para alguns, e que seja crescente ao longo do tempo, que

não decresça. Entupir a cidade de carros, diminuir a mobilidade, poluir o ar, aprofundar a desigualdade e esgotar os recursos naturais geram uma qualidade de vida decrescente ao longo do tempo. Podemos afirmar que existem duas questões fundamentais em relação à qualidade de vida: a satisfação das necessidades dos indivíduos e o acesso aos bens e serviços existentes.

Qualidade de vida e sustentabilidade são conceitos que se relacionam quando se aplicam também à participação popular, proteção dos ecossistemas, satisfação das necessidades básicas, dentre outras causas. Com isto, como poderemos construir um futuro sustentável e viver com qualidade de vida no presente e futuro? A resposta pode estar em adotarmos um comportamento com mais alteridade, altruísta, beneficiando outras pessoas a nossa volta e compartilhando um pouco do que possuímos; vivermos uma vida frugal, minimalista, livre dos excessos e nos concentrando no que é importante para a nossa vida e de todos; e respeitarmos a natureza, cuidando do meio ambiente como um espaço sagrado, resgatando a percepção da natureza como algo divino, que merece veneração e respeito.

Não é difícil perceber a grande deterioração que o homem vem causando ao meio ambiente natural ao longo de sua história. A resposta é simples, perdemos a “alteridade”, ou seja, a capacidade de nos colocarmos no lugar do outro, da natureza, e isso permitiu a deterioração progressiva da natureza, do nosso planeta. É preciso reconhecer que a natureza é mais do que simplesmente um objeto, algo que podemos usufruir e jogar fora, que podemos dominar; a natureza tem vida, é vital para a nossa sobrevivência, e deve ser reconhecida na sua dignidade.

É preciso alteridade, uma palavra que deriva do latim *alteritas*, e significa ser outro, e tem a representação de se colocar ou se constituir no lugar do outro. (ABBAGNANO, 1998, p.34). No Dicionário Larousse (2005, p. 220), o significado da palavra alteridade é o “estado, qualidade daquilo que é outro, distinto (antônimo de Identidade)”. Como já abordamos nos capítulos anteriores, é requisito da sustentabilidade o respeito à integridade e à diversidade cultural, o respeito aos direitos, à autodeterminação e à auto-organização. No pensamento de Touraine, reconhecer o outro como sujeito é reconhecer a capacidade universal de todos se fazerem sujeitos. A sociedade deve agir para que os indivíduos possam tornar-se criadores deles mesmos. (LEFF, 2006, p. 224-225).

Refletindo sobre Enrique Leff, não seria equivocado mencionar que a alteridade pode ser fundamental para a construção de uma nova cultura que impulsione o homem a se reencontrar, reconhecer o outro, e se reencontrar com a natureza também. Para que este encontro aconteça, Capra (1996) pressupõe uma mudança radical em nossas percepções, em nosso pensamento e nos nossos valores, como algo fundamental para a formulação de uma ética ecológica, de uma ética ambiental, que leve em conta a visão de interdependência de todos os seres, de sensibilidade humana e de sabedoria diante do mundo. É um processo de autorreconhecimento e reconhecimento do outro, que vai de encontro à percepção e aceitação dos valores do outro.

Se vivermos nossas vidas com base nas relações de alteridade, ou seja, olhando o outro como se estivéssemos nos olhando, como nossa própria imagem no espelho, certamente o mundo seria melhor, haveria outra reflexão sobre nossas ações que não só o olhar para nosso próprio umbigo. A nossa relação com a natureza seria diferente, seríamos mais sensíveis com a natureza e com nós mesmos. Ao desenvolvermos a alteridade, respeitaríamos mais as diferenças, seríamos mais fraternos, menos violentos, viveríamos em paz.

Para Vygotski (2000, p. 33), cada pessoa “um agregado de relações sociais encarnadas num indivíduo”, donde se depreende que só existe sujeito porque constituído em contextos sociais, os quais, por sua vez, resultam da ação concreta de seres humanos que, coletivamente, organizam o seu próprio viver. Ou seja, somos um só, estamos todos no mesmo barco, habitamos o mesmo planeta; cuidar da natureza é cuidar de toda a humanidade. Para Ayala (2002, p. 65), o que importa é uma nova compreensão do homem na condição de ser vivo. Segundo cita, “para uma ética ecológica, aquela a ser considerada pelo direito, é imprescindível pensá-la compreendendo a alteridade, não apenas o “outro”, a natureza, o ambiente”. Viver com alteridade, respeitar a natureza e todos os seres vivos que habitam nosso ecossistema, além de uma perspectiva que não seja a do domínio dos interesses individuais, pode significar a construção de um novo futuro.

Porque não viver de forma mais simples? Que não significa viver com menos ou mais, mas com o fundamental, com o que é essencial. Levar um estilo de vida “minimalista” significa consumir de maneira consciente, possuir o que é necessário, desperdiçar menos, etc. Um comportamento que pode evitar um consumo maior de recursos naturais, por exemplo. Mas não nos referimos somente ao campo pessoal,

mas principalmente ao mundo das organizações empresariais. Porque não equalizar o que se produzir? Porque não estabelecer um parâmetro, ao invés da ânsia de vender mais e mais a cada período, de crescer exponencialmente?

O minimalismo, a frugalidade, são conceitos a serem adotados pelas organizações que buscam implantar uma filosofia de sustentabilidade. A ideia minimalista nos mostra que os recursos são infinitos, e que é importante saber como consumi-los melhor como, por exemplo, a água, a vegetação, o solo. Para se chegar a um modelo de desenvolvimento sustentável será preciso construir o “homem frugal”, simples, que não precisa de exageros para ser feliz, não se trata de “algo a mais” ou “muito pouco”, mas o suficiente. Ribeiro (2009) nos lembra que éramos educados com base em valores frugais, não deixávamos alimentos no prato, apagávamos as luzes ao sair de um ambiente qualquer, fechávamos as torneiras para não desperdiçar água, as roupas dos irmãos mais velhos eram aproveitadas pelos mais novos, assim como os livros escolares, que eram usados em anos sucessivos. Para o autor, “frugalidade é sobriedade, temperança, parcimônia, simplicidade de costumes, de vida, [...] significa uma mudança de consciência e de ação prática, abraçando valores por muito tempo esquecidos”. (RIBEIRO, 2009).

Na opinião de Cunha (2009, p. 19), quem faz a opção de viver modestamente, em harmonia com o meio ambiente, de maneira coerente também será contrário ao consumismo, à poluição e à degradação do meio ambiente, e a favor da ecologia, de uma vida saudável, a favor da igualdade entre as pessoas. De acordo com Serge Latouche, economista e filósofo francês, existem dois motivos para levar uma vida simples, pode ser melhor para nós ou será melhor para o planeta, de qualquer forma, alguém sairá ganhando com a decisão. Para Latouche:

> É preciso redescobrir que a verdadeira riqueza consiste no pleno desenvolvimento das relações sociais de convívio em um mundo são, e que esse objetivo pode ser alcançado com serenidade, na frugalidade, na sobriedade e até mesmo em certa austeridade no consumo material (CUNHA, 2009, p. 21).

Para o filósofo Cesar Candioto, da Pontifícia Universidade Católica do Paraná, a forma minimalista hoje “não trata exatamente de abdicar do consumo, mas do consumismo, que é a compulsão a adquirir bens geralmente supérfluos”. Ele cita a desigualdade social e a poluição da Terra como duas das principais mazelas

contemporâneas; motivo para se levar uma vida simples, despojada, solidária com os mais pobres e que contribua para a despoluição do planeta (VIANA, 2013).

Estar diante da natureza e reconhecer a sua força, perceber o quanto ela pode ser acolhedora ou devastadora, nos dá a dimensão do sagrado. Na definição do Dicionário Larousse (2005, p.1005), a palavra “sagrado” significa: digno de veneração ou respeito religioso pela associação com Deus; algo, alguém, alguma coisa, que pelas suas qualidades, merece respeito profundo e veneração absoluta; algo em que não se deve mexer ou tocar; que não se deve infringir; inviolável. Todas estas definições de sagrado poderiam ser atribuídas à natureza, e diz como nos deveríamos comportar diante dela e diante do que ela representa, bem como todas as suas formas de vida que habitam nela. Faz-nos lembrar do filme “Avatar” e a relação que a tribo tinha com a natureza. Nas palavras de Boff (2012, p. 168):

> A capacidade de recuperação da comunidade de vida e o bem-estar da humanidade dependem da preservação de uma biosfera saudável com todos seus sistemas ecológicos, uma rica variedade de plantas e animais, solos férteis, águas puras e ar limpo. O meio ambiente global com seus recursos finitos é uma preocupação comum de todos os povos. A proteção da vitalidade, diversidade e beleza da Terra é um dever sagrado.

Para Curti e Di Massimo (2008, p. 5), é preciso considerar o caráter sagrado da criação, sinal grandioso, sempre mais desgastado e destruído pela humanidade, que reduziram a Terra a uma fonte inexaurível de lucro, esquecendo o respeito e a defesa deste tesouro vital. Contam ainda, a exemplo do que supracitaram, um testemunho de um índio Yanomami, tribo indígena da Amazônia:

> Nós Yanomami, somos os filhos da terra, também os brancos o são, e também eu. O Yanomami é um ser humano, tem família, filhos, mulher, sente fome, chora, fica triste, e pensa que todos hoje falam da natureza e do ambiente, mas sou eu o ambiente. Esta natureza, esta floresta é viva. Nós Yanomami, temos necessidade do ambiente vivo, e também vocês, e também os meus netos e também os netos dos brancos... por isso devemos preservar tudo, e por isso estou tentando explicar-lhes como pensa o Yanomami, para pensarmos juntos. (CURTI; MASSIMO, 2008, p. 5).

Na opinião das autoras, proteger o ambiente significa também salvaguardar a cultura dos povos que o habitam. Expressar amor pelas presentes e futuras

gerações. Cada amanhecer é um símbolo sagrado, cada dia permitido pelo nosso Pai é sagrado. (CURTI; DI MASSIMO, 2008, p. 5).

Eliade (2001, p. 75), em seu livro “O Sagrado e o Profano”, explica que a dessacralização da natureza é recente, e por apenas uma minoria das sociedades modernas, sobretudo aos homens da ciência. Para o resto das pessoas, a natureza apresenta ainda um encanto, um mistério, uma majestade, na qual se podem decifrar antigos valores. Conclui que não há homem moderno que não seja sensível aos encantos da natureza, o que também havemos de concordar. Para o ambientalista canadense David Suzuki (2013):

> A maneira como vemos o mundo molda a nossa forma de tratá-lo. Se a montanha é uma divindade, e não uma pilha de minério, se um rio é uma das veias da terra, em vez de água para irrigação, se a floresta é um bosque sagrado, e não apenas madeira, se as outras espécies são parentes biológicos em vez de recursos, ou se o planeta é a nossa mãe, e não uma oportunidade, então vamos tratar uns aos outros com o maior respeito. Assim é o desafio, olhar o mundo de uma perspectiva diferente. (SUZUKI, 2013).

Quando paramos para analisar e entender as interpretações sacras a respeito da natureza, não é difícil concluir que ela é uma produção divina, pelo simples fato de que a natureza não é uma obra feita pela mão do homem. Pouco importa se ela é um presente de Deus ou é fruto de uma energia cósmica que explodiu a milhões de anos. Ela é sagrada, ao ser agredida ela responde, é fácil constatar devido aos diversos acidentes naturais que ocorrem com frequência, talvez porque ela necessita sobreviver em sua harmonia e perfeição.

Outra questão relevante e que devemos atentar são os lugares onde o “sagrado” se manifesta, e que se constituem em locais especiais para algumas pessoas. São locais, espaços, do contato com outro mundo, divino, espiritual, um mundo de transcendência. Para Kujawski (1994, apud CASTRO, 2005, p. 3276), viver o sagrado é viver referido ao centro do mundo, e o mais perto possível deste. O que leva as pessoas a certos lugares é a busca da proximidade com o sagrado para que se sintam mais fortalecidos. O que ocorreu, na opinião de alguns estudiosos e pensadores, foi um desencantamento do mundo natural, ou seja, do mundo sagrado. A dominação do mundo não mais se dá por meio de forças sobrenaturais, mas com a razão, por meio do conhecimento científico. Segundo Edgar Morin, esta racionalidade é irracional, este modelo de desenvolvimento é

capaz de aniquilar a vida no planeta, com o desencantamento do mundo, não há o mito, mas há a incerteza de futuro. (GONÇALVES, 2007, p. 16).

É preciso que a humanidade seja capaz de construir um novo caminho para o reencantamento do mundo. Que o planeta seja visto como algo sagrado, que possa ser respeitado, cuidado e cultuado por todos nós.

3.4. Teorias para o conceito de sustentabilidade e desenvolvimento sustentável

Não é exagero afirmar que a noção de desenvolvimento sustentável e sustentabilidade permeia a agenda política do mundo contemporâneo. A preocupação com o homem e seus efeitos na natureza vem promovendo uma grande reflexão e discussão em diferentes áreas do saber: na ecologia, teologia, filosofia, tecnologia, economia, política, dentre outras. Chegamos a uma crise tamanha que nos arrebata a buscar soluções para o “por vir planetário”, e nos leva a pensar por diferentes caminhos, alguns conceitos que possam ser capazes de interpretar a realidade hoje e, consequentemente, projetá-la para o amanhã, na possibilidade de construirmos um norte que nos empurre para um novo modelo de desenvolvimento. Um modelo que, em qualquer concepção, deve resultar do crescimento econômico acompanhado de melhoria na qualidade de vida, “[...] de forma a melhorar os indicadores de bem-estar econômico e social: pobreza, desemprego, desigualdade, condições de saúde, alimentação, educação e moradia”. (VASCONCELLOS; GARCIA, 1998, p. 205). Existem diferenças conceituais entre Sustentabilidade e Desenvolvimento Sustentável? Na opinião de Silva e Mendes (2005, p. 13):

> As diferenças afloram como um processo em que o primeiro se relaciona com o fim, ou objetivo maior, e o segundo como meio. Esta distinção está imersa em uma discussão ideológica que se insere em pensar algo para o futuro ou em se preocupar com ações presentes e impactos futuros. O foco principal, ao se discursar e se preocupar com a sustentabilidade, está na vinculação do tema ao lugar a que se pretende chegar, enquanto, com o desenvolvimento, o foco está em como se pretende chegar [...] o presente para o processo de desenvolvimento e o futuro para a sustentabilidade. São noções não contraditórias, mas complementares e fundamentais.

Antes, será preciso situar o leitor sobre o processo que culminou com o surgimento das discussões acerca da problemática ambiental, precisamente sobre o desenvolvimento sustentável e sustentabilidade. O pós-guerra foi marcado por um período de reconstrução, desenvolvimento e crescimento econômico, como forma de recuperar a economia capitalista. Vale lembrar que momentos antes, precisamente em 1944, acontecia nos Estados Unidos, a Conferência de *Bretton Woods*, que definia um sistema de gerenciamento econômico internacional e estabelecia as regras para as relações comerciais e financeiras entre os países mais industrializados do mundo. Como efeito da conferência foram criados o FMI (Fundo Monetário Internacional) e o BIRD (Banco Internacional de Reconstrução e Desenvolvimento), com o objetivo de assegurar a reconstrução e o desenvolvimento do mundo no pós-guerra. Contudo, os anos que se seguiram, deixaram um cenário de miséria e deterioração ambiental. Percebeu-se que as questões humanas e ambientais demandavam uma profunda transformação produtiva da sociedade, que fosse realizada com justiça social e proteção ambiental. Isso significava que o crescimento econômico deveria ser equacionado com o desenvolvimento social, cultural e ambiental. (ALMEIDA JR., 2000, p. 10).

A partir da década de 1960, os debates sobre as questões ambientais são inseridos na agenda mundial, primeiro devido a alguns desastres ambientais, e depois, pela formação de organizações internacionais, a realização de conferências mundiais sobre o tema, a elaboração de relatórios e documentos, fatos que elevaram a preocupação mundial com as questões ambientais. Como já vimos anteriormente, mas é importante reforçar, com a publicação do livro *Silent Spring* escrito por Rachel Carson, em 1962, se percebeu que o desenvolvimento e o meio ambiente são estreitamente ligados. Ela descreveu que o meio ambiente não poderia absorver poluentes e continuar saudável e, assim, abriu as portas para o desenvolvimento de conceitos e definições sobre o desenvolvimento sustentável.

Em 1965, Kenneth Boulding, um economista americano, publicou um texto denominado *Earth as a Spaceship* (A Terra é uma Nave Espacial, em português), que alertava sobre a postura da humanidade e explicava que era preciso se adaptar à nova realidade, reciclar resíduos, encarar os problemas devido às atividades humanas, entender que pertence a um sistema ecológico e que o poder de sobrevivência depende da relação de desenvolvimento simbiótica com todos os elementos e populações inseridas no sistema ecológico mundial. (DEBALI, 2009, p.

24). Reforçava com o seu trabalho as ideias defendidas pela ecologia, em que o desenvolvimento da humanidade depende da sua inter-relação com os ecossistemas. Em 1968, Paul Ehrlich, biólogo da Universidade de Stanford, nos Estados Unidos, publicou *The Population Bomb* (A Bomba Populacional, em português), defendendo que os países adotem um controle populacional rígido, para evitar a escassez de alimentos e de outros recursos naturais. Apontava que o crescimento da população e o hiperconsumo não são compatíveis com a finitude dos recursos naturais. (VIALLI, 2009).

Ressurgia assim um novo interesse pela teoria de Thomas Malthus, de que “a sociedade moderna tende a exaurir-se de seus próprios meios de sustentação”. (CANELAS, 2005, p. 6), que as terras cultiváveis estavam se tornando áridas, além da extinção de espécies e emissão de poluentes danosos à camada de ozônio. A teoria de Malthus foi a primeira a advertir sobre o limite dos recursos naturais, e traçava previsões de escassez de alimentos devido ao crescimento desenfreado da população do planeta.

Este pensamento norteou os primeiros conceitos de desenvolvimento sustentável que é apresentado mais à frente. Em 1968, é fundado na Itália, na Academia de Lincei, o Clube de Roma. Um grupo formado por cientistas, educadores, economistas, humanistas, industriais e funcionários públicos de nível nacional e internacional, que se reuniram para discutir os dilemas atuais e futuros da humanidade. Este grupo também contava com a participação de membros do MIT (*Massachusetts Institute of Technology), em português,* Instituto de Tecnologia de Massachusetts, entre eles, o diretor, professor Dennis Meadows. O objetivo do grupo foi examinar o complexo de problemas que afligia os povos de todas as nações, como a pobreza em meio à abundância; perda de confiança nas instituições; expansão urbana descontrolada; insegurança de emprego; alienação e outros transtornos econômicos e monetários. (MEADOWS et al., 1973, p. 11).

Eles apontaram e examinaram os cinco fatores básicos que determinam e limitam o crescimento em nosso planeta: população, produção agrícola, recursos naturais, produção industrial e poluição. Em 1972, Meadows e um grupo de pesquisadores publicaram o estudo “Limites do Crescimento” e chegaram a três conclusões:

> 1. Se as atuais tendências de crescimento da população mundial, industrialização, poluição, produção de alimentos e diminuição dos recursos naturais, continuarem imutáveis, os limites de crescimento neste planeta serão alcançados algum dia dentro dos próximos cem anos.
>
> 2. É possível modificar estas tendências de crescimento e formar uma condição de estabilidade ecológica e econômica que se possa manter até um futuro remoto. O estado de equilíbrio global poderá ser planejado de tal modo que as necessidades materiais básicas de cada pessoa na terra sejam satisfeitas e que cada pessoa tenha igual oportunidade de realizar seu potencial humano individual.
>
> 3. Se a população do mundo decidir empenhar-se em obter este segundo resultado, em vez de lutar pelo primeiro, quanto mais cedo ela começar a trabalhar para alcançá-lo, maiores serão suas possibilidades de êxito. (MEADOWS et al., 1973, p. 20).

Iniciava-se, assim, o discurso sobre a ideia de sustentabilidade do planeta, que tomaria forma na expressão “Desenvolvimento Sustentável”. O relatório defendeu a tese do crescimento zero, criticando todas as teorias do desenvolvimento econômico. Ou seja, o relatório defendia que para se alcançar a estabilidade econômica e ecológica, era preciso haver um congelamento do crescimento da população mundial e da produção industrial; mostrou a limitação dos recursos naturais e rediscutiu o perigo do crescimento desenfreado da população mundial. O relatório Meadows defendeu uma posição Malthusiana de que políticas de proteção ambiental e promoção de metas de crescimento econômico eram metas contraditórias. (CANELAS, 2005, p. 6).

Segundo Amaro (2003 apud MOREIRA; CRESPO, 2012), até o início da década de 1970, o surgimento de novos conceitos de desenvolvimento ocorre de forma embrionária e por alguns fatores:

i. As frustações dos países do Terceiro Mundo face à evolução do seu desenvolvimento.

ii. Os sinais crescentes de mal-estar social nos países desenvolvidos.

iii. A tomada de consciência dos problemas ambientais provocados pelo desenvolvimento.

iv. As irregularidades do crescimento económico nas décadas seguintes aos “anos dourados”.

v. A multiplicação de crises diversas nos países socialistas.

No início de 1972, um texto publicado na revista inglesa *The Ecologist* causou forte impacto. *Blueprint for Survival* (Projeto para a Sobrevivência, em português), evidenciava a necessidade de se reavaliar os valores culturais em questão, que eles precisariam ser alterados para se resolver os problemas ecológicos criados pelas sociedades industriais. A publicação se tornaria muito significativa, pois estabelecia uma relação próxima entre o meio ambiente e o desenvolvimento econômico equitativo e, também passou a denunciar as consequências negativas do modelo econômico da época e a apresentar alternativas viáveis para os problemas ambientais. (CAMARGO, 2002).

No mesmo ano, é realizada em Estocolmo, na Suécia, a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano. Revelou-se uma nova oportunidade para as nações reexaminarem, mais uma vez, a qualidade de vida e a utilização dos recursos naturais do planeta. Foi um marco importante para as discussões sobre desenvolvimento e meio ambiente. Em sua "*Declaração sobre o Meio Ambiente Humano", listou* 26 princípios para nortear as nações nas suas políticas e planos futuros que resolvessem os conflitos entre preservação ambiental e desenvolvimento. De acordo com Le Preste (2005, p. 176-177), a Conferência de Estocolmo, ampliou o conceito de meio ambiente, definido como procedente simultâneo da industrialização e da pobreza, sensibilizando os países para suas reponsabilidades. Outra questão relevante foi a aproximação entre os direitos humanos e o meio ambiente; o tema qualidade ambiental passou a integrar as discussões e agendas políticas de todas as nações, passou a ser considerado como um direito fundamental, essencial para a melhoria da qualidade de vida humana. Representou um marco inicial em uma nova forma de pensamento mundial fundada na preservação ambiental e o desenvolvimento sustentável juntamente com o desenvolvimento econômico. (MACHADO, 2005).

Outros acontecimentos importantes em torno da realização da Conferência de Estocolmo significaram um avanço na formulação e fortalecimento dos conceitos de desenvolvimento sustentável. O Secretário Geral da Conferência, o canadense Maurice Strong, na cerimônia de abertura, declarou que Estocolmo lançava um movimento de libertação, para livrar o homem da ameaça de sua escravidão diante dos perigos que ele próprio criou para o meio ambiente. (LAGO, 2006, p. 25).

Um ano antes da realização da Conferência, em junho de 1971, um grupo de peritos e intelectuais sobre desenvolvimento e meio ambiente, se reuniu em Founex,

na Suíça, para produzir um documento que articulava as relações essenciais entre meio ambiente e desenvolvimento. O Relatório intitulado *Report on Development and Environment*, expunha que enquanto a degradação do meio ambiente nos países ricos derivava principalmente do modelo de desenvolvimento, os problemas do meio ambiente dos países em desenvolvimento eram consequência do subdesenvolvimento e da pobreza. (LAGO, 2006, p. 37-38).

De acordo com Almeida Jr. (2000, p. 12), o Relatório da Conferência de Estocolmo foi redigido por René Dubos, o célebre inventor da frase “pensar globalmente, agir localmente”, junto com Bárbara Ward. Sua visão idealista, mas ao mesmo tempo humanista e realista, está na raiz da ideia de desenvolvimento sustentável. Juntos escreveram o livro *Only One Earth - The Care and Maintenance of a Small Planet* (Uma Terra Somente - A Preservação de um Pequeno Planeta, em português), lançado em 1973, e que fora considerado também como relatório extraoficial, em preparação à Conferência de Estocolmo que lançou as bases conceituais e operacionais do desenvolvimento sustentável. “Tal fundamentação foi consubstanciada nas noções de um planeta singular, finito e interativo, com o seu passado e com o seu futuro, um planeta em crise, mas passível de ser transformado e salvo pela vontade e trabalho de toda a humanidade”. (ALMEIDA JR., 2000, p. 12).

Em 1973, Maurice Strong, que havia sido Secretário Geral da Conferência de Estocolmo, lançou o conceito de ecodesenvolvimento, um estilo de desenvolvimento adaptado às áreas rurais do Terceiro Mundo, baseado na utilização criteriosa dos recursos locais, sem comprometer o esgotamento da natureza, pois, nestes locais ainda havia a possibilidade de tais sociedades não se engajarem na ilusão do crescimento mimético. (LAYRARGUES, 1997, p. 3). A proposta desse novo modelo de desenvolvimento representava uma espécie de “terceira via” entre a proposta do “crescimento zero” e a proposta de desenvolvimento dos países do terceiro mundo, que reivindicavam o seu “direito ao crescimento”. Esse conceito designado como ecodesenvolvimento e, posteriormente, desenvolvimento sustentável, foi continuamente aprimorado devido à compreensão mais acurada das complexas interações entre a humanidade e a biosfera. (SACHS, 1993, p.7). Assim como Strong, Sachs (1993, p. 24-27) emprega os conceitos de ecodesenvolvimento e desenvolvimento sustentável como sendo sinônimos e aponta 5 dimensões para a sustentabilidade:

i. Social (voltada para a redução da pobreza e para a organização social).

ii. Econômica (relativa à manutenção da capacidade produtiva dos ecossistemas).

iii. Ecológica (relacionada à preservação dos recursos naturais enquanto base da biodiversidade).

iv. Espacial (voltada para uma configuração rural-urbana equilibrada).

v. Cultural (referente ao respeito pelas especificidades culturais, identidades e tradições das comunidades locais).

Na concepção de Bruzeke (1993, p. 5), Sachs formulou os princípios básicos do ecodesenvolvimento ao integrar, basicamente, seis aspectos que deveriam guiar os caminhos para o novo modelo de desenvolvimento: a) a satisfação das necessidades básicas; b) a solidariedade com as gerações futuras; c) a participação da população envolvida; d) a preservação dos recursos naturais e do meio ambiente; e) a elaboração de um sistema social garantindo emprego, segurança social e respeito a outras culturas; f) programas de educação. A ideia de ecodesenvolvimento, ou desenvolvimento sustentável, defendida por Strong e Sachs, reforça que a satisfação das nossas necessidades deve estar vinculada ao uso racional dos recursos naturais existentes, e nos remete para o conceito de sustentabilidade, quando aponta para as precauções futuras, evitando no presente a destruição de recursos naturais.

A ideia de sustentabilidade começa a ser utilizada por Lester Brown, na década de 80, que definiu comunidade sustentável como aquela que é capaz de satisfazer às próprias necessidades sem reduzir as oportunidades das gerações futuras. (CAPRA, 2008, p. 19). Em 1983, foi criada pela Assembleia Geral da ONU, a Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento. Essa Comissão foi presidida por Gro Harlem Brundtland, primeira-ministra da Noruega, e tinha como objetivo reavaliar as questões entre meio ambiente e desenvolvimento. Em 1987, é publicado o relatório “Nosso Futuro Comum”, também conhecido como "Relatório Brundtland", que alertava para a necessidade de um novo modelo de desenvolvimento.

O relatório teceu duras críticas ao modelo de desenvolvimento adotado pelos países desenvolvidos e mostrou que era impossível de ser adotado pelos países em desenvolvimento, sob a pena de se esgotarem rapidamente os recursos naturais.

Apontou a pobreza como uma das principais causas e efeitos dos problemas ambientais do mundo. O relatório definiu desenvolvimento sustentável como “aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem a suas próprias necessidades”. (ALMEIDA JR., 2000, p. 10). Nesse conceito, evidenciaram-se dois princípios importantes: a noção de necessidade e de limite. Gro Brutland (ANGELO, 2012), em entrevista ao jornal Folha de São Paulo, enfatizou que o desenvolvimento sustentável, aos 25 anos, ainda não foi implementado. Que nos últimos anos as pessoas começaram a usar o termo "sustentabilidade" como uma forma alternativa de dizer, mas é preciso ter cuidado em não usar a palavra "sustentabilidade" sozinha, pois enquanto conceito ela cobre a visão para o futuro. Evidenciou que para ela o conceito é "desenvolvimento sustentável".

A partir da publicação do relatório “Nosso Futuro Comum”, Almeida Jr. (2000, p. 12-13), nos explica que houve desdobramentos conceituais sobre a definição de desenvolvimento sustentável e cita alguns registros que merecem destaque. A publicação de *For the Common Good: Redirecting the Economy Toward Community, the Environment, and a Sustainable Future* (Para o bem comum: redirecionando a Economia para a Comunidade, o Meio Ambiente, e um Futuro Sustentável), em 1989, pelo economista Herman E. Daly e o teólogo John B. Cobb fez uma crítica ao pensamento econômico da época, com vistas a uma sociedade comunitária, dentro das limitações do planeta. Alertaram que o crescimento econômico era incompatível com a noção de desenvolvimento sustentável. Ribeiro (1992, p. 26), destaca na obra a noção de biosfera, como a consciência do pertencimento a uma “comunidade de comunidades”, relacionada a uma visão religiosa, cristã, protestante do mundo. Nesta perspectiva, o fim é encontrar Deus, e não o planeta ou a biosfera; a extinção de espécies e simplificação dos ecossistemas empobrece a Deus, mesmo quando não ameaça a capacidade da biosfera de sustentar a continuidade da vida humana.

O livro *Ethics of Environment & Development - Global Challenge, International Response* (Ética do Meio Ambiente e Desenvolvimento - Desafio Global, Resposta Internacional), publicado em 1990, por J. Ronald Engel e Joan G. Engel mostra, com clareza, que a concepção de desenvolvimento sustentável deve estar baseada em sólidos princípios éticos, uma “ética da Terra”. (ALMEIDA JR., 2000, p. 13). Segundo o autor, precisamos “compatibilizar conhecimento científico e tradicional, com vistas a uma vida humana com dignidade, num ambiente saudável e equilibrado”.

A Comissão de Desenvolvimento e Meio Ambiente da América Latina e do Caribe (CDMAALC), criada em 1989, publicou um ano depois o relatório intitulado “Nossa Própria Agenda”, um documento que estabeleceu vínculos entre riqueza, pobreza, população e meio ambiente. O documento estabelecia, dentre outras questões, que enquanto houvesse pessoas em condições extremas de pobreza, não se poderia pensar em melhoria da qualidade ambiental. O relatório defendia uma sociedade mais igualitária. (MARTINS, 2007). Como estratégia para se estabelecer um projeto de desenvolvimento sustentável para a região era fundamental promover a melhoria da qualidade de vida das populações, erradicar a pobreza, promover o uso sustentado dos recursos naturais, o zoneamento agroecológico, o desenvolvimento tecnológico compatível com a realidade social e natural e a organização e mobilização social e reforma governamental. O documento também alertava que não seria possível chegar a um desenvolvimento sustentável sem uma verdadeira democracia, sem uma responsabilidade conjunta entre sociedade e o Estado. Enfatizava que seria preciso haver uma sociedade bem informada e mobilizada em prol do desenvolvimento sustentável. (CDMAALC, 1990).

A Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento (CNUMAD), ou como ficou conhecida, ECO-92, teve como foco principal a relação entre a determinação de metas ambientais e as políticas de desenvolvimento. Dentre os documentos que foram produzidos, a Agenda 21 tornou o conceito de sustentabilidade um princípio político formal, reconhecendo que a proteção ambiental global só é possível, se os aspectos econômicos e sociais forem considerados também. (BADER, 2008).

Na ocasião, o Brasil se posicionou oficialmente frente ao conceito básico de desenvolvimento sustentável do relatório “Nosso Futuro Comum”. O documento brasileiro: “O Desafio do Desenvolvimento Sustentável”, elaborado pela Comissão Interministerial para Preparação da CNUMAD (CIMA), fez um diagnóstico da realidade ambiental, socioeconômica e geopolítica do Brasil e apontou os principais desafios brasileiros: a superação da pobreza e a participação e controle social do desenvolvimento. (ALMEIDA JR., 2000, p.13). Na avaliação da Comissão Nacional para a Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento para a Rio+20, o conceito de desenvolvimento sustentável foi aprimorado na ECO-92, passando a enfocar o equilíbrio entre o desenvolvimento econômico, o bem-estar social e a proteção ambiental, três pilares interdependentes. O documento cita, ainda, que o

legado permaneceu atual, principalmente em relação às “responsabilidades comuns, porém diferenciadas”, pelas quais “os países desenvolvidos devem tomar a dianteira nos desafios do desenvolvimento sustentável, tendo em vista sua responsabilidade histórica pelo uso insustentável dos recursos naturais globais” (DOCUMENTO BRASIL/ONU, 2011, p. 4-5).

Ao citar o equilíbrio dos três pilares, econômico, social e ambiental, nos referimos a um conceito de desenvolvimento sustentável para os negócios, introduzido por John Elkington. Em 1994, John Elkington lançou o conceito do *Triple Bottom Line*, conhecido no Brasil como o tripé da sustentabilidade, fundamentado na teoria de que as empresas deveriam medir o valor que geram, ou destroem, pelas dimensões econômica, social e ambiental. (PAIVA, 2008). Segundo o autor, esse termo também ficou conhecido como os 3P’s, ou seja, *People, Planet and Profit*, (Pessoas, Planeta e Lucro). Em 1997, publica o livro “Canibais com garfo e faca”, (*Cannibal with forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*), que tornou o termo amplamente conhecido. Ou seja, o tripé da sustentabilidade era um método para medir a sustentabilidade, ou o desempenho econômico, ambiental e social. No prefácio de seu livro, Elkington (2001), escreve que:

> Nossa capacidade de disseminar a sustentabilidade de mais longo prazo dependerá muito da nossa capacidade em auxiliar mudanças entre os capitalistas, mercados financeiros, investidores, classes gerenciais, consumidores das economias emergentes, nações em desenvolvimento e países menos desenvolvidos no mundo.

Afirma que, o conceito de sustentabilidade está entrando na linguagem empresarial em diferentes velocidades e em diferentes partes do mundo, com valores atuais e emergentes. Como resultado o enfoque no futuro deve ser não somente no aspecto tecnológico e nos sistemas de gerenciamento, mas também nos valores e nas intenções. (ELKINGTON, 2001, p. 5). Segundo Elkington (2001, p. 37), sustentabilidade é um “princípio que assegura que nossas ações de hoje não limitarão a gama de opções econômicas, sociais e ambientais disponíveis para futuras gerações”. Esta teoria foi a base formulada na Conferência de Cúpula de Copenhague e no Tratado de Amsterdã, em 1997. Na ocasião, a sustentabilidade foi defendida não apenas como a herança da natureza que transmitimos para as próximas gerações, mas também as realizações econômicas e as instituições sociais como, por exemplo, a formação do desejo pela democracia ou pela solução pacífica

de conflitos. “O desenvolvimento sustentável, portanto, funda-se em cada um dos pilares, ecológico, econômico e social. Se um dos três pilares se rompe, a construção da sustentabilidade desmorona”. (BADER, 2008).

Neste pequeno recorte sobre os avanços teóricos e conceituais, por onde evoluíram as ideias sobre o desenvolvimento sustentável e sustentabilidade, podemos perceber as preocupações e inquietações postuladas por diferentes grupos, teóricos e acontecimentos marcantes que fortaleceram por todas as partes do mundo a necessidade urgente de cuidarmos do nosso planeta enquanto há tempo. Entretanto, alguns conceitos podem ser destacados. Em 1991, o livro “Proteger a Terra: Estratégia para uma Vida Sustentável” (*Caring for the Earth: A Strategy for Sustainable Living*) publicado pela União Mundial de Conservação (UICN), pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA) e pelo Fundo Mundial pela Natureza (WWF), defendia que:

> O desenvolvimento sustentável tem como objetivo melhorar a qualidade de vida humana. Ser um processo que permita aos seres humanos realizarem seu potencial plenamente e levar vidas dignas e satisfatórias. O crescimento econômico é uma parte importante do desenvolvimento, mas não pode ser um objetivo em si mesmo, nem pode continuar indefinidamente. O desenvolvimento só é real se torna nossas vidas melhores (IUCN; PNUMA; WWF, 1991, p. 10).

Outro conceito importante e numa perspectiva filosófica, mostra a complexidade do termo: “os princípios da ecologia são a interdependência, a reciclagem, a parceria, a flexibilidade e a diversidade, sendo, desta forma, a sustentabilidade, a consequência de todos eles”. (CAPRA, 1996, p. 235). Na mesma linha filosófica, Boff (2012), defende que sustentabilidade se mede pela capacidade de conservar o capital natural, permitir que se refaça e que possa ser enriquecido para as futuras gerações.

Para Almeida Jr. (2000, p. 16):

> O desenvolvimento sustentável busca alcançar o ideal do planeta harmônico (uso sustentado dos recursos naturais, com reparo e reposição) e da cidadania plena (paz e ausência de marginalidade psicológica, socioeconômica e cultural), tanto no contexto das presentes como das futuras gerações, reparando, nos limites do possível, os danos de toda ordem causados no passado. Em resumo, almeja a promoção humana integral, a equidade social, a paz e o ambiente saudável e ecologicamente equilibrado – bases da sociedade sustentável.

Podemos perceber a amplitude do conceito, quando Rattner (2004, p. 8), afirma que a evolução do conceito de sustentabilidade é “representado pelo consenso crescente que esta requer, e implica na democracia política, equidade social, eficiência econômica, diversidade cultural, proteção e conservação do meio ambiente”. Para Rees (1992 apud SANTANA; NOGUEIRA; SANTOS, 2006, p. 17), desenvolvimento sustentável é qualquer forma de mudança positiva que não acarrete erosão dos sistemas ecológico, social ou político de que dependem as sociedades. A sustentabilidade urbana é definida por Acselrad (1999), como a capacidade das políticas urbanas se adaptarem à oferta de serviços, à qualidade e à quantidade das demandas sociais, buscando o equilíbrio entre as demandas de serviços urbanos e investimentos em estrutura.

A sustentabilidade das organizações é outra contribuição importante. Para Armani (2002), ela pode ser entendida como a capacidade das organizações de se relacionarem com ambientes mutáveis, de forma duradoura. Ela pode ser concebida como o grau de legitimidade da organização, no tocante ao combate de problemas sociais perante o Estado, a sociedade e os agentes financiadores. Neste caso a sustentabilidade seria demonstrada pela capacidade institucional da organização interagir criativamente em diferentes contextos, de forma que pudesse manter sua relevância social e fortalecer a sua credibilidade. Finalmente, Weeler (2004 apud SANTANA; NOGUEIRA; SANTOS, 2006, p. 17), definiu-o como aquele que potencia a saúde dos seres humanos e de todo o planeta. Ou seja, é o desenvolvimento que permite manter e melhorar a qualidade de vida de todos os sistemas por um período indefinido.

3.5. Por um licenciamento socioambiental

No contexto da sustentabilidade e do desenvolvimento sustentável, o termo “socioambiental” está presente e é usual em quase todos os discursos, sejam governamentais, empresariais ou da sociedade civil organizada. Mas, o que efetivamente significa dizer se determinada gestão, política, ou projeto é socioambiental? Será uma substituição natural do termo ambiental, incorporando a eles os aspectos sociais? Esta reflexão se faz necessária, pois esta pesquisa trata

de averiguar os processos de comunicação social desenvolvidos para empreendimentos na fase de licenciamento ambiental, que possam garantir a participação e o engajamento da sociedade no debate. Em seu livro a Emergência Social (2007), o professor José Eli da Veiga cita que os termos “social” e “ambiental” sofrem alterações em seu significado, e se modificam quando se juntam, ultrapassando uma operação intelectual e se caracterizando como um verdadeiro movimento político. Na opinião de Silva Filho (2007, p. 199):

> Diferentes autores têm usado o esse adjetivo composto, escrito com grafias distintas, para ilustrar situações que englobam alguma ação, ou de responsabilidade social com traços de preocupação ambiental ou inversamente ações ligadas à gestão ambiental com traços de preocupação com algum aspecto social. Em casos extremos, aderindo ao conceito diluído proposto pelo marketing organizacional, considerando simplesmente socioambiental uma nova grafia para ambiental ou social, acreditando que uma transversalidade hipotética cria um conceito real.

Podemos arriscar que o termo socioambiental insere o indivíduo nos debates relacionados às questões ambientais e estabelece uma forma dele se relacionar com o meio ambiente, com a natureza, e que essa relação é resultado do que se estabelece entre as sociedades e entre os indivíduos (FERNANDES; SAMPAIO, 2008, p. 89).

Poderíamos mencionar, então, que o ambiental dá lugar ao socioambiental no momento em que a sociedade é colocada no centro das preocupações com o meio ambiente. Temas como a preservação ambiental devem ser pensados em função da vida na terra; cuidar da fauna e da flora é fundamental para a sobrevivência humana, não se trata de preservar somente animais e as plantas. Impactos ambientais são, na verdade, impactos na qualidade de vida das pessoas, e precisam ser evitados, controlados, no mínimo, compensados. Certamente, um dos grandes problemas enfrentados pelos empreendedores nos seus processos de licenciamento ambiental é, justamente, equalizar as questões ambientais com as sociais, ou seja, dar uma solução adequada para os impactos às populações locais, às comunidades próximas aos futuros empreendimentos, à qualidade de vida das pessoas que vivem no ambiente a ser modificado.

O que temos observado nos processos de licenciamento ambiental de grandes empreendimentos ocorridos nos últimos anos no Estado de São Paulo, é

que as questões sociais ocupam uma pequena parte dentro dos processos de licenciamento ambiental. Todo o conjunto de regras, termos, documentos, estudos, e outros mecanismos do licenciamento atendem às questões relacionadas aos impactos no meio ambiente, fauna, flora, qualidade do ar, excluindo, em parte, as questões sociais: remoção e desapropriação de famílias, mudança no tráfego, na paisagem, interferência no ar, na água, ruídos, etc., deixando o ser humano de lado e excluído do processo.

É possível que toda essa questão seja o reflexo de um passado recente na história brasileira. Como já vimos anteriormente, toda a legislação sobre licenciamento ambiental surge a partir dos anos 80, com a Política Nacional de Meio Ambiente (Lei 6.938) de 1981, e após um período que ficou conhecido como o "milagre brasileiro", época de grande crescimento econômico brasileiro. Nesse período, entre os anos 60 e 70, a política econômica brasileira visava o aumento da produção industrial e demandou uma série de obras de infraestrutura, necessárias ao desenvolvimento do país, mas de forte impacto ambiental.

Provavelmente, fruto das preocupações com a preservação do meio ambiente, foi esse o modelo norteador das políticas e regras criadas para o licenciamento ambiental no país, com a premissa da precaução "ambiental" para evitar maiores estragos ambientais e não repetir experiências anteriores ruins em novos empreendimentos. O modelo de licenciamento atual ignora qualquer espécie de dimensão social relacionada com a proteção do meio ambiente social, direcionando suas inquietações somente para a proteção dos ecossistemas e das espécies, como se o meio ambiente estivesse compreendido tão somente em uma dimensão ecológica. Ainda hoje, três décadas depois, ainda temos um modelo focado nas preocupações meramente "ambientais", que não atende aos anseios da sociedade atual, que não evoluiu de acordo com uma nova realidade brasileira, e nem sob o prisma do pensamento socioambiental.

Como confirma o professor Paulo Bessa (2005), da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, muitas vezes, o procedimento de licenciamento ambiental é paralisado, pois o órgão ambiental estabelece como uma das condicionantes do licenciamento que a questão social seja solucionada, pois as medidas compensatórias previstas não promovem ganhos ou reposições das perdas ocorridas devido aos impactos e danos causados ao meio ambiente. Já vimos, entretanto, que essas exigências serão cada vez maiores e que dentre as inúmeras

atribuições dos órgãos ambientais, a maior delas será apresentar e solucionar os problemas sociais, além do econômico e do ambiental.

A inclusão dos aspectos sociais e a participação da sociedade deverá permear todo o processo de licenciamento ambiental num futuro próximo, em detrimento disso, os empreendedores correm o risco de não conseguirem licenciar seus empreendimentos. É uma questão ética e que não leva em consideração a questão meramente legal, não é suficiente o que a legislação estabelece para se obter as licenças ambientais, os empreendedores devem tornar o licenciamento participativo, as questões sociais, políticas, culturais, se tornam tão essenciais quanto às questões ambientais. Tão importante quanto a prevenção, mitigação e compensação do meio ambiente físico, biótico, como dizem os ecologistas, é a preservação da qualidade de vida das pessoas que serão afetadas pelo empreendimento. O diálogo com toda a sociedade, o engajamento de todos no processo, ações transparentes e decisões compartilhadas só agregam valor ao processo e garantem a confiança ao empreendimento.

Como chegar a um licenciamento socioambiental senão pela comunicação? Que metodologia de comunicação se poderá adotar para efetivamente falarmos de uma comunicação socioambiental? Para Berna (2010), do ponto de vista semântico, o termo “ambiental” não traduz uma nova visão, dos seres humanos como parte integrante da natureza. “O mais adequado seria socioambiental, que ainda assim é limitado já que deixa de fora outras dimensões como o econômico, o político, o cultural, o espiritual, entre outros”.

Poderíamos arriscar e citar que comunicação socioambiental, no contexto do licenciamento, tem como objetivo principal a promoção de um diálogo aberto como forma de se obter contribuições importantes para a elaboração de estudos de impacto ambiental, e também garantir a participação e apoio da sociedade, das comunidades, na obtenção das licenças ambientais. Ou ainda, que a comunicação socioambiental deve contribuir, não só para a divulgação das atividades em suas diferentes etapas do licenciamento, mas tornar o processo interativo, participativo, garantindo a democratização das informações, possibilitando o envolvimento e a participação de todos os públicos envolvidos. O que é primordial para o exercício da comunicação nos processos de licenciamento ambiental é entender que à medida que se alarga a democracia, a comunicação torna-se instrumento central e decisivo

para reduzir os conflitos entre os públicos envolvidos e obter algum grau de consenso.

O exercício democrático da comunicação é um ato que legitima as decisões técnicas, políticas e administrativas, garante o cumprimento do cronograma na execução dos empreendimentos, evita custos adicionais aos contratos, possibilita uma melhoria técnica e a gestão ambiental do empreendimento, já que pode obter informações importantes da sociedade que opina e não cobra pela informação. No próximo capítulo abordamos alguns aspectos conceituais que poderão confirmar a comunicação como um dos fatores preponderantes para o processo de licenciamento socioambiental. A comunicação como disciplina capaz de garantir mecanismos que promovam o desenvolvimento sustentável e que possam contribuir para uma transformação social. Na sociedade atual, somente pela comunicação se pode promover o diálogo e o compartilhamento das informações de forma sistemática e transparente, e assim, traduzi-las em benefício para todos.

4. A COMUNICAÇÃO NO CONTEXTO SOCIOAMBIENTAL

Qual seria o papel da comunicação no contexto do desenvolvimento sustentável e que contribuição poderia dar para a construção de um planeta ambientalmente melhor, preservado para as futuras gerações? Que função a comunicação poderia desempenhar nos processos de licenciamento ambiental no Estado de São Paulo? Cabe aqui uma importante reflexão e, desta forma, iremos permear algumas ideias sobre a função da comunicação como agente de um processo sustentável. Segundo Baldissera (2009), comunicar implica em empregar uma linguagem informativa que considere o lugar de fala do interlocutor, seus valores, seus códigos, suas estruturas, e por meio de uma interação, desencadear mudanças no sistema atual. É fundamental que a ideia de sustentabilidade tenha uma identificação com os valores culturais que as pessoas já possuem em sua rede de significados, pois dessa forma a ideia de sustentabilidade tenderá a fazer mais sentido para os diferentes sujeitos. O autor ainda reforça "que será necessário pensar a comunicação como processo que permite desorganizar o atual sistema de significação de modo a gerar nova organização que atenta para a sustentabilidade". (BALDISSERA, 2009, p. 35).

Soares (2009) também compartilha desta opinião:

> Apenas a partir da convergência de discursos e práticas fará sentido a transformação em larga escala de valores e comportamentos humanos. E só com o conhecimento da existência de redes complexas de conexão entre organizações e pessoas as comunicações sobre a sustentabilidade poderão caminhar na direção de uma mudança cultural, pré-condição para afirmarmos que praticamos e construímos, efetivamente, a sustentabilidade (SOARES, 2009, p. 31).

Outra ideia sobre o papel e função da comunicação é centrada no modelo defendido por Deetz (2009, p. 99), de que a comunicação precisa estar baseada nas teorias do conflito, ao invés de procurar estabelecer o consenso, ou seja, ela deve ocorrer por meio de um processo interativo no qual se lançam posições existentes para ensejar uma reformulação do que se pode considerar verdade absoluta, propiciando, assim, uma abordagem colaborativa. Cardoso (2009) faz uma contribuição importante quando se refere ao conhecimento e compreensão da

abrangência e da lógica do território para o processo de diálogo social, ou seja, a comunicação estratégica precisa estar orientada e atentar para as histórias, para as relações interpessoais. A importância do processo comunicacional na transformação para uma sociedade sustentável fica evidente na posição de Kunsch quando afirma que:

> Somente com a comunicação e seus instrumentos será possível conscientizar a população em geral, segmentos representativos da sociedade civil e os governos de que o atendimento às necessidades e aspirações do presente sem comprometer a possibilidade de atendê-las no futuro é uma tarefa de todos. (KUNSCH, 2007, p. 135).

As redes de comunicação pelos quais as pessoas se articulam representam um fato importante que precisamos elucidar. Baldissera (2009), afirma que é onde se constroem e se interpretam os sentidos e onde se expressam pensamentos, gerando um significado que se desdobra em outro processo de comunicação. As pessoas se inter-relacionam, a comunicação é um processo natural, pelas redes de relacionamento as opiniões acerca da sustentabilidade ou sobre qualquer questão, são colocadas e debatidas em diferentes níveis. Perceber a comunicação e participar do debate é atentar para as redes e vias por onde se articulam os processos comunicacionais e por onde, igualmente, se dá a circulação das informações.

Estas colocações nos remetem a um pensamento clássico de Jean Baudrillard (1986 apud MIÈGE, 2000, p. 88), ao afirmar que a comunicação sucede, de alguma forma, a comunhão; a intermediação dos sujeitos pela comunicação deixa de ser espontaneamente regulada por um consenso informal, e passa a ser regulada por um dispositivo coletivo que garante a circulação dos sentidos. O modelo teórico de comunicação que podemos adotar para as questões relacionadas à sustentabilidade é o modelo dialógico, em que os interlocutores são emitentes e receptores durante uma interação. “Essa interação comunicativa é o resultado do tecido complexo da atividade desenvolvida por dois ou mais sujeitos interagindo para construir conjuntamente o sentido das próprias ações”. (GUTIERREZ, 2002, p.51).

Uma ideia que devemos compartilhar enquanto comunicadores é que a comunicação para a sustentabilidade precisa fechar uma brecha existente entre uma ideologia construtiva de um mundo legado às futuras gerações e o discurso sobre

interesses que não correspondem aos interesses coletivos, da humanidade. (NOSTY, 2008, p. 43). Uma premissa que podemos adotar em relação ao papel da comunicação para a sustentabilidade é justamente referendar o que citou Nosty, ou seja, a comunicação para a sustentabilidade deve atender não só o interesse coletivo como também o interesse difuso, ambos sobrepujando os interesses individuais.

Santa Cruz (2009 apud GIACOMINI FILHO; NOVI, 2001, p. 112) “considera que a comunicação está no coração das estratégias de sustentabilidade [...] essa centralidade não se limita ao uso intenso das ferramentas comunicacionais, mas assume um diálogo com diferentes públicos”. Bueno (2011), em seu artigo publicado no Portal da Imprensa, faz uma grande reflexão sobre o papel da comunicação no contexto da sustentabilidade, para ele, a comunicação é vital para a democracia, pois, vai em defesa do meio ambiente e da distribuição equitativa dos recursos naturais, não é apenas uma utopia, mas uma necessidade imperiosa para indivíduos, organizações ou governos. O autor defende que:

> A comunicação para a sustentabilidade deve estar respaldada em conceitos adequados para que possa efetivamente contribuir para o debate da questão ambiental. Particularmente, precisa incorporar uma perspectiva política, buscando mobilizar, conscientizar além de informar sobre conceitos e processos porque, fundamentalmente, este é o papel que pode desempenhar para alterar o cenário desfavorável que tipifica a relação atual da sociedade e do mercado com o meio ambiente. (BUENO, 2011a, p. 5).

Na visão do autor, a comunicação tem um papel importante a desempenhar no processo de conscientização e de mobilização para a sustentabilidade e que ela cumpre três funções básicas:

I.Contribuir para a consolidação do conceito de sustentabilidade, buscando eliminar equívocos como os que a associam a ações meramente pontuais ou que a reduzem à simples dimensão ambiental.

II. Promover a conscientização dos habitantes da Terra para os riscos inerentes ao consumo não consciente, o desperdício das riquezas naturais e à desigualdade social. Atentar para os direitos das minorias, o respeito à diversidade e o reconhecimento da importância das culturas e das comunidades tradicionais.

III. Denunciar os desvios e abusos cometidos por indivíduos e organizações e resgatar os princípios da transparência, da convivência harmônica, da solidariedade humana.

Bueno (2011), ainda orienta que a comunicação deve garantir que “a sustentabilidade seja percebida de maneira abrangente e permear todas as ações humanas, com o objetivo precípuo de preservar condições ideais para que todos os cidadãos desfrutem de qualidade de vida”. O que pretendemos neste capítulo é discernir sobre a tentativa de conceituar a comunicação no contexto socioambiental, respondendo aos questionamentos iniciais propostos, a respeito do papel da comunicação em relação às questões ambientais, mais especificamente nas funções que poderá desempenhar nos processos de licenciamento ambiental no Estado de São Paulo. Neste aspecto, o Departamento Nacional de Infraestrutura de Transportes (DENIT), publicou recentemente uma diretriz sobre o Planejamento de Comunicação para os seus processos de licenciamento ambiental e suas obras de infraestrutura. Em sua definição:

> A comunicação possibilita o despertar de uma consciência participativa das populações atingidas, trazendo à tona um importante processo de democratização, onde o poder público passa de uma forma de governo verticalizada para uma comunicação mais horizontal. Com os canais diretos de comunicação disponibilizados pelo poder público, a comunidade pode dar voz as suas reivindicações e opiniões, participando, ativamente, das diversas etapas das obras. Desta forma, é gerado um benefício mútuo, mitigador dos impactos sociais e ambientais a elas associadas, onde se cria um processo de comunicação constituído pela relação ativa entre o emissor e o receptor, contemplando a prática da política participativa na implementação de um empreendimento. (BRASIL, 2012, p. 9).

Outra contribuição importante para este debate está no artigo de Smith publicado nos anais do VI Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ambiente e Sociedade (ANPPAS), realizado em 2012. Segundo Smith (2012, p. 8), “é crescente a importância de uma modalidade específica de comunicação na qual o objeto de estudo são aspectos ambientais e sociais dos indivíduos, das organizações, da sociedade e do planeta”. A autora destaca duas linhas distintas, que chamou de subcampo: a comunicação ambiental, desenvolvida a partir da década de 1980, nos Estados Unidos, com base na retórica e análise de

discurso, e a comunicação da responsabilidade social corporativa, esta mais recente, que trata da comunicação como mediadora das relações entre empresas e sociedade, baseada na teoria da comunicação organizacional e na teoria de *stakeholder*, que estuda as ações comunicacionais para os diversos públicos da organização. Como observou Smith, a comunicação ambiental impacta diretamente as crises ambientais, ou seja:

> A maneira pela qual as pessoas comunicam sobre o ambiente natural modelam a relação homem-natureza e por consequências os respectivos impactos humanos. Os postulados centrais desse campo teórico apontam para os diferentes papéis da comunicação, que incluem a capacidade de construir, produzir e naturalizar as relações com a natureza. (SMITH, 2012, p. 8).

Segundo Cox (2010, apud SMITH, 2012, p. 9), a comunicação ambiental tem duas funções: a pragmática, instrumento para dar suporte à resolução dos problemas ambientais, usada para persuadir, educar e mobilizar; e a constitutiva, para auxiliar no entendimento sobre o mundo natural, suas demandas, problemas e alternativas de soluções. Já a comunicação da responsabilidade social corporativa tem por definição o escopo das ações de responsabilidade socioambiental com base no tripé da sustentabilidade.

4.1. Publicidade, informação e participação

Outra questão recorrente sobre o papel da comunicação, especificamente, nos processos de licenciamento ambiental no Estado de São Paulo, é a constante confusão em relação aos diferentes conceitos relacionados à publicidade, o ato de tornar público, informação e participação. Estas ideias se confundem constantemente nas orientações da comunicação quando se pretende tornar um processo participativo e/ou provocar uma maior mobilização social. Conforme descrito no website do Ministério do Meio Ambiente:

> A publicidade é uma característica do processo de licenciamento ambiental, lugar onde se evidenciam e se confrontam os interesses dispersos pelo tecido social, mas também, local privilegiado para exercício da ponderação, comunicação e busca da conciliação de modo a prevalecer o consenso e o interesse público maior, ou seja, a

> manutenção do meio ambiente ecologicamente equilibrado garantido às presentes e futuras gerações. (BRASIL, 2012b).

Será a “publicidade” capaz de cumprir com essa função conforme dita o Ministério do Meio Ambiente? Será local de confronto dos interesses, do exercício da ponderação? É preciso aqui esmiuçar algumas reflexões para que possamos nortear o processo de comunicação em suas diferentes vertentes.

Como já vimos anteriormente, o processo de licenciamento ambiental é conduzido pelo governo federal e, em escala menor, pelos governos estaduais e municipais. No Estado de São Paulo o licenciamento é conduzido pela Secretaria do Meio Ambiente e sob a responsabilidade da CETESB, órgão da administração pública estadual. Em função desta vinculação governamental, aos órgãos licenciadores no Brasil é imperativo que sigam as determinações legais pertinentes à administração pública brasileira, regida por alguns princípios constitucionais.

Em seu Artigo 37, a Constituição Brasileira determina às organizações da administração pública, direta ou indireta, obedecer aos princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência. Reforça ainda em seu Parágrafo 1º, que a publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos devem ter caráter educativo, informativo ou de orientação social. Machado (apud MENECHINO, 2012, p.11), também explica que “a adoção do princípio da publicidade coloca em prática o Artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos do Homem, que proclama o direito de receber informações e opiniões e de divulgá-las”. Segundo Justen Filho:

> Com exceção dos atos que exigem sigilo, todos os atos a serem realizados pela Administração Pública devem tornar-se de conhecimento público [...] acessível ao conhecimento de toda a comunidade e, especialmente, daqueles que serão afetados pelo ato decisório. A publicidade se afirma como instrumento de transparência e verificação de lisura dos atos praticados. (JUSTEN FILHO, 2011, p. 319).

Embora seja vital a publicação dos processos de licenciamento ambiental, o conceito de publicidade está baseado na ideia de tornar publico, de conhecimento público. “A publicidade sempre foi tida como um princípio administrativo, porque se entende que o Poder Público, por ser público, deve agir com a maior transparência possível”. (SILVA, 2000, p. 653). Esta percepção abre um fator preponderante às análises do processo de comunicação que se relaciona ao processo de

licenciamento ambiental, e se faz emergente que haja um contraponto ao conceito de publicidade, bem como uma reflexão sobre o processo comunicativo promovido pela publicidade dentro do processo de licenciamento ambiental. O quanto “tornar público” promove a interação e o confronto das ideias?

Segundo Gomes (2003, p. 42), a “publicidade é um processo de comunicação persuasiva, de caráter impessoal e controlado que, através dos meios massivos e de forma que o receptor identifique o emissor, dá a conhecer um produto ou serviço, com o objetivo de informar e influir em sua compra ou aceitação”. Podemos assim entender que a publicidade tem uma função de persuadir os sujeitos, por meio de um processo informativo, bem como influenciar nas suas decisões sobre determinada questão de interesse daquele que produziu a informação. Ao contrário, um processo de comunicação deve estabelecer um diálogo aberto e transparente entre os sujeitos, no caso do processo de licenciamento ambiental, a função é promover entre o empreendedor, órgão licenciador e sociedade uma troca de informações que possam garantir um projeto sustentável para todos.

Relevante contribuição para elucidar este assunto é apresentada por Niklas Luhmann (apud VIEIRA, 2002, p. 76), segundo ele, a comunicação é um processo com três seleções distintas: informação, participação dessa informação e a compreensão seletiva. E explica:

> A informação é uma seleção feita a partir de um conjunto de possibilidades; a participação é a duplicação da informação numa forma codificada. Desse modo, constitui-se uma diferença entre informação e participação. A compreensão pressupõe a diferença entre informação e participação e toma essa diferença como pretexto para a escolha de uma conduta associada, ou seja, a compreensão também não é apenas a duplicação da participação em outra consciência, mas ela é o próprio pressuposto da continuidade da comunicação.

Constantemente esses conceitos são colocados como sinônimos, muito talvez, por força da interpretação da legislação ambiental que pede “publicidade” ao licenciamento ambiental, ou seja, que se informe, se torne público, se publique nos meios “oficiais” de comunicação determinada informação para garantir transparência do processo à sociedade. A Política Nacional do Meio Ambiente, Lei nº 6.938/81, em um dos seus artigos, exige publicidade a todas as etapas do processo de licenciamento ambiental, citando que a determinação de se dar publicidade ao

processo tem como objetivo democratizar e garantir a participação da população nas tomada de decisão, e dar ao público interessado o pleno conhecimento do processo para que possam intervir nele.

No Artigo 3º da Resolução CONAMA nº 237/95 (BRASIL, 2012e), para a concessão das licenças ambientais se faz necessário dar a devida publicidade ao estudo de impacto ambiental e respectivo relatório de impacto ao meio ambiente (EIA/RIMA), e também promover a realização de audiências públicas. Desde 1986, na Resolução nº 6, o CONAMA também estabeleceu um modelo para a publicação dos processos de licenciamento nos meios de comunicação, no qual se percebe a preocupação em especificar o mínimo de informações necessárias para que qualquer interessado entenda o projeto. Segundo Machado (apud MENECHINO, 2012, p.11), a publicação prévia dos projetos é um passo significativo para que os prováveis prejudicados pelos danos ambientais possam defender os seus interesses.

Em São Paulo, a informação dos processos de licenciamento ambiental está resguardada pela Resolução SMA nº 66, publicada em 1996; em seu Artigo 1º obriga a Secretaria do Meio Ambiente e seus órgãos vinculados, a permitir o acesso público aos processos e a fornecer as informações que estejam sob sua guarda. Essa Resolução leva em consideração que a difusão de informações propicia a conscientização pública, e é dever do Estado utilizá-la como instrumento de defesa e preservação ambiental às presentes e futuras gerações, como determina o Artigo 193 da Constituição Estadual. Disponibilizar a informação nos meios de comunicação não garante ao processo um caráter democrático e muito menos participativo da sociedade. Segundo Miège (2000, p. 108), “a informação não deve ser produzida para ser distribuída, ela deve proporcionar uma compreensão àqueles que a recebem [...] uma informação não comunicada acaba assistindo ao progressivo abandono de sua produção”.

> Toda a comunicação tem um conteúdo cognitivo, mais ou menos importante, que é a informação. Isso implica que não há informação sem comunicação. A informação não é algo adquirido, um objeto constituído, mas uma modificação, por colaboração ou transformação, do estado de conhecimento daquele que o recebe. (JEAN MEYRIAT, apud MIÈGE, 2000, p. 109).

Para Wolton (2010), a informação é a mensagem, e a comunicação é a relação mais complexa. Não basta disponibilizar a informação, pois ela não garante a comunicação nem a compreensão, ao contrário, leva à “incomunicação”. Para o autor, o diálogo é imprescindível nas relações humanas e sociais e cita que “comunicar é cada vez menos transmitir, raramente competir, sendo cada vez mais negociar e, finalmente, conviver”. (WOLTON, 2010, p 62).

Rodrigues e Crippa (2011, p. 52), afirmam que não basta ter “estoques” de informação para se constituir o conhecimento, mas tem que haver a interação/comunicação entre os sujeitos, sendo estes os principais responsáveis pela constituição do próprio conhecimento. Em outras palavras, ter informação não significa ter conhecimento, é preciso um processo de interação entre as pessoas para que se produza esse conhecimento; interação essa que se dá por um processo de comunicação.

Capurro (2003 apud RODRIGUES; CRIPPA, 2011, p. 52), faz uma análise da informação por meio de um paradigma cognitivo, pelo qual o indivíduo ao receber a informação, verifica se atende às suas necessidades e tem sentido considerável; apropria-se dela, processa e constrói um novo conhecimento. O autor ainda explica que as informações são construídas conforme a necessidade de cada um e, o que é informativo, depende das necessidades interpretativas e habilidades cognitivas do indivíduo. Machado (2006), explica que:

> A informação pode ensejar a criação de novos saberes, através do estudo, da comparação ou da reflexão. Sua presença pode agir para libertar o ser humano assim como a sua ausência poderá ser a causa de opressão, subordinação e ainda prejudicar a qualidade da participação nos espaços de discussão sobre questões ambientais (GOULART; AMARAL, 2009, p.18).

Nas palavras de Milaré (2004), o direito à informação ambiental é uma conquista que garante a participação ativa da sociedade no processo de defesa do meio ambiente. Ter informação e, a partir daí, ter a compreensão do significado, resgata o indivíduo da condição de alienação e passividade, e o lança à condição de cidadão, tornando-o apto para se envolver ativamente na condução do processo decisório. Contudo, vimos que informar ou disponibilizar a informação é somente uma parte do processo de licenciamento ambiental. Disponibilizar o EIA/RIMA para que a população tenha acesso não significa um processo participativo, é preciso

interagir, dialogar para que as pessoas entendam, reflitam e realmente participem. Participar, segundo Chiavenato (2007), se baseia na democracia do consenso e não na democracia da maioria, na qual impera a vontade daqueles em maior número, em detrimento daqueles em menor número, em que a maioria ganha e a minoria perde.

> Na democracia do consenso prevalece o resultado das negociações entre todas as partes, incluindo, com mesmo peso, a vontade das minorias e de todas as partes envolvidas. As vontades de todas as partes são submetidas a um intenso trabalho de discussão e de negociação, cujo resultado representa o esforço coletivo e não somente a vontade de um grupo majoritário sobre os demais. (CHIAVENATO, 2007, p.291).

Sob este aspecto, uma brilhante contribuição foi formulada no final dos anos 60, nos Estados Unidos, por Sherry Arnstein, na época Diretora de Estudos Comunitários do Instituto *The Commons*, uma instituição de pesquisa não governamental. Em seu artigo “Uma escada da participação cidadã”, ela explica que “a participação sem redistribuição de poder permite aqueles que têm poder de decisão argumentar que todos os lados foram ouvidos, mas beneficiar apenas alguns”. (ARNSTEIN, 1969 apud GOULART; AMARAL, 2009, p. 16). Para a autora, participação é a redistribuição de poder e permite aos cidadãos − que chama de “sem-nada”, hoje excluídos dos processos − serem ativamente incluídos no futuro. Ou seja, a participação é o meio que permite aos “sem-nada” compartilhar dos benefícios da sociedade. Ela divide a sua “Escada Cidadã”, em oito degraus de participação e não participação, e cada degrau corresponde ao nível de poder do cidadão em decidir.

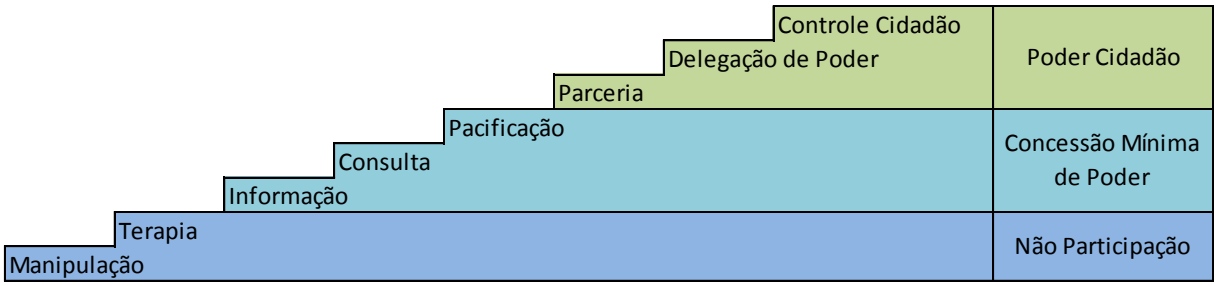

Figura 3 − Escada da participação cidadã
Fonte: Arnstein, 1969

- Degraus 1 e 2 - Manipulação e Terapia: Quando lideranças das comunidades são convidadas a fazer parte de comitês ou conselhos consultivos para aprovar ações por meio de persuasão ou manipulação. Servem apenas para constar que pessoas da base estão envolvidas em algum programa que, muitas vezes, nem foi discutido com o povo e para diluir a responsabilidade pelos erros cometidos.

- Degraus 3, 4 e 5 - Informação, Consulta e Pacificação: É a concessão limitada de poder; os cidadãos são informados de seus direitos e responsabilidades e abre-se a possibilidade de ouvirem e serem ouvidos. Entretanto, o fluxo de informação é somente de cima para baixo, não assegura que as opiniões serão aceitas. Por meio de pesquisas de participação, reuniões de vizinhança, consultas e audiências públicas, se permite aconselhar, opinar, mas o direito de tomar a decisão será daqueles que detêm o poder; são utilizados para validação de projetos sem a efetiva participação da sociedade.

- Degraus 6, 7 e 8 - Parceria, Delegação de Poder e Controle Cidadão: Permite ao cidadão negociar em condições de igualdade com os que detêm o poder; ocorre uma redistribuição ou delegação para a tomada de decisões, o planejamento e as decisões são divididos. No degrau máximo, o cidadão obtém a maioria dos fóruns de tomada de decisão, assume o poder deliberativo e as responsabilidades pela definição de ações.

O Banco Interamericano para o Desenvolvimento (BID) (2003 apud FLORES; MISOCZKY, 2008, p. 115), define participação como o processo pelo qual as pessoas e entidades influenciam nas decisões e no controle das ações que as afetam. Segundo o BID, para que o processo participativo atinja seus objetivos, em primeiro lugar, deve deliberar sobre os rumos de um bem comum e oferecer benefícios reais à sociedade e aos indivíduos. A importância da participação social nos processos relacionados às questões ambientais foi um dos temas mais debatidos na Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente, a ECO 92, realizada no Rio de Janeiro.

A Agenda 21, principal documento formulado na conferência, se constitui como um instrumento de planejamento para a construção de sociedades sustentáveis, para a proteção ambiental, justiça social e eficiência econômica. Na Seção III - Fortalecimento do Papel dos Grupos Principais, em seu capítulo 23,

estabelece que um dos pré-requisitos fundamentais para alcançar o desenvolvimento sustentável é a ampla participação da opinião pública na tomada de decisões e por meio de novas formas de participação. Incluiu aqui a necessidade de toda a sociedade conhecer e participar das decisões nos processos de avaliação do impacto ambiental.

Por fim, Ribeiro e Pinheiro (2011, p. 244) reforçam que a participação popular não pode ser vista como empecilho pelos órgãos licenciadores e pelos empreendedores; o modelo com base na obtenção de resultados rápidos com poucos custos deve ceder ao direito das pessoas serem informadas e participarem das decisões. Segundo eles, quanto mais cedo ocorrer o envolvimento e participação popular, melhor será o resultado, tanto no âmbito econômico, social quanto ambiental. Garantir comunicação ao licenciamento ambiental é colaborar para diminuir o distanciamento dos indivíduos ao processo, é a concretização da cidadania plena na defesa do meio ambiente, como determina a Constituição Federal. Com todos os mecanismos para disponibilizar as informações, ainda falta vontade política para facilitar aos cidadãos o acesso aos processos que os impactam. É preciso atentar e garantir o que prevê o Artigo 37 da Constituição, pois os cidadãos precisam participar do licenciamento ambiental. (MENECHINO, 2012, p. 25-26).

Conforme Luhmann (apud VIEIRA, 2002, p. 77), a comunicação é um sistema complexo, formado por três seleções básicas que não existem uma sem a outra, ou seja, não há informação fora da comunicação, não há participação fora da comunicação e não há compreensão fora da comunicação.

4.2. Internet e as redes sociais: o novo espaço público

Na teoria do agir comunicativo de Habermas (1992), as ideias circulam no “espaço público”, um lugar de formação de opiniões e debates sobre as questões práticas e políticas; o espaço de discussão onde todos os cidadãos podem contribuir para as decisões na vida pública. Vimos que no processo de licenciamento ambiental é preponderante a publicidade dos processos, ou seja, tornar público as informações ambientais referentes aos projetos.

Muito nos referimos à questão pública ao longo do trabalho e é o que procuramos compreender neste capítulo. Kunsch (2005, p. 27) chama de “esfera pública” o campo de atuação da sociedade civil, lugar onde as “associações e organizações se engajam em debates, criam grupos e pressionam em direção a determinadas opções políticas, produzindo consequentemente, estruturas institucionais que favorecem a cidadania”. É justamente a organização dessas instituições na esfera pública, por meio dos movimentos sociais, ONG’s, comunidades virtuais, dentre outras, que a sociedade se mobiliza em torno de objetivos comuns e na defesa da cidadania, e são essas manifestações no espaço público que ganham destaque na mídia (KUNSCH, 2005, p. 29-30).

Na explicação de Habermas (apud LINS RIBEIRO, 2005, p.63), “a esfera pública forma uma estrutura intermediária que faz a mediação entre o sistema político [...] e os setores privados”. É uma “rede supercomplexa que se ramifica espacialmente em um sem número de arenas internacionais, nacionais, regionais, comunais e subculturais, que se sobrepõem umas às outras”. Essa mediação produzida por algum indivíduo ou grupo organizado, é exercida no espaço público por meio de uma prática comunicativa cotidiana que se dá por meio de um tecido de relações sociais (HABERMAS, 1992 apud SIEBENEICHLER, 2011, p. 343).

Esse espaço público hoje se caracteriza por uma enormidade e multiplicidade de espaços midiáticos: jornal, rádio, televisão, internet, que se constituem em espaços diferentes e com discursos diversos. São verdadeiros espaços democráticos atentos aos debates importantes que são lançados nele e, lugar onde ocorrem as discussões acerca dos processos relacionados às questões de interesse social, tornando assim o processo participativo e democrático, conforme já exposto anteriormente. Vivemos hoje numa sociedade midiática, ou seja, recebemos e buscamos informações instantaneamente nos diferentes meios de comunicação disponíveis. Como afirma Serra (2007, p. 01), as novas tecnologias da informação e comunicação assumiram um papel tão decisivo em nossa sociedade que é praticamente impossível passar sem elas,

> [...] diferentemente das sociedades antigas, reduzidas a pequenas comunidades ou onde somente uma parcela mínima dos cidadãos tinha oportunidade de opinar e influenciar nos assuntos públicos, hoje nossas sociedades de massa prescindem da existência de modos de representação, mas também de expressão, argumentação

> e divulgação que necessariamente incluem, de maneira preponderante, os meios de comunicação (DELARBRE, 2009, p. 76).

Nesse novo ambiente, devemos destacar o papel da internet como parte desse espaço público e ferramenta importante para o fortalecimento da cidadania. Segundo Jean Camp e Chien (2000 apud DELARBRE, 2009, p. 74), a Internet é onipresente e pessoal, diferente dos meios de comunicação tradicionais e dos espaços públicos convencionais, ela permite que a cidadania encontre novas formas para interagir econômica, política e socialmente. Ela também propaga e armazena os conteúdos divulgados por outros meios de comunicação, que cada vez mais se utilizam da rede. (DELARBRE, 2009, p. 74). Podemos afirmar que a internet é um instrumento fundamental desse novo espaço público, que proporciona um empoderamento pessoal, uma vez que permite que todos possam produzir informações e participar virtualmente de todo o processo comunicacional.

Como reforça Terra (2011, p. 19), na internet a comunicação se dá por ferramentas colaborativas, promovem trocas, interações e relações de sociabilidade dentro de um contexto social e se vale da ruptura das variáveis tempo e espaço, ou seja, na rede a distância física e o tempo são elásticos. Segundo Beth Saad (2008 apud TERRA, 2011, p. 20), além das trocas e interações, o equilíbrio ou simetria entre as conversações permite a todos o mesmo nível de participação na produção dos conteúdos para dispor na internet. Santaella (2009, p. 25), também confirma esse posicionamento, com a internet, “a sociedade de distribuição piramidal típica da cultura de massa, passou a sofrer a concorrência de uma sociedade reticular de integração em tempo real”. Segundo a autora, a internet promove processos de comunicação espontâneos, descentralizados e diversificados, que tiram a ênfase da autoria da mensagem para a “mensagem em circuito”.

Sobre essa interação pela internet, Berlo (1999, p.134), explica que uma condição necessária à comunicação humana é a relação de interdependência entre quem produz e quem recebe a informação; um precisa do outro para sua própria existência, gerando uma empatia, ou seja, ambos se projetam na personalidade do outro a fim de predizer como ele se comportará; trata-se de um processo de adoção recíproca de papéis. As mídias convencionais também se renderam à interatividade, jornal, rádio, televisão, com o avanço tecnológico dos últimos anos, todas elas abriram espaço para maior interação com os públicos. Apesar de o termo “interatividade” estar muito associado às novas tecnologias digitais de comunicação,

Lévy (1999, p. 82), alerta que “a interatividade é na verdade uma hiper-interação, ou seja, uma maior participação e intervenção, não seria apenas uma troca, e sim uma abertura para mais e mais comunicação”. Santaella (2009, p. 25), traz uma colaboração importante à ideia da interatividade quando nos explica que ela transformou o papel do emissor e receptor das mensagens por meio da participação-intervenção, ou seja, o emissor não emite mais mensagens, mas constrói um sistema com rotas de navegação e conexões.

> A mensagem passa a ser um programa interativo que se define pela maneira como é consultado, de modo que a mensagem se modifica na medida em que atende as solicitações daquele que manipula o programa. [...] Os programas interativos ainda oferecem ao navegador a possibilidade de mudar de identidade e de papel numa multiplicidade de pontos de vista. [...] O que se tem aí, portanto, não é só um tipo de interatividade interpessoal mediada pela máquina, mas também uma interatividade transindividual, em que a pessoalidade do cibernauta se pulveriza em tramas infinitas de nexos e passagens por situações e sítios virtuais, nos quais emissor e receptor perdem seus limites definidos para ganhar uma face plural, universal, global (SANTAELLA, 2009, p. 26).

Esse sistema interativo introduz, segundo Di Felice (2009, p. 28), uma nova estrutura comunicativa em todos os níveis do social, que convida à interação e à manipulação e que, sobretudo, não produz apenas informações, mas relações sociais. O que percebemos leva à reflexão que a comunicação interativa possibilitada pela internet, e também nas redes sociais, é capaz de promover um grande debate sobre qualquer processo de licenciamento ambiental no Estado de São Paulo, independe da informação disponibilizada pelos empreendedores aos diferentes atores sociais. Essa constatação reafirma que é imprescindível que a comunicação se realize também e, propositadamente, nas redes sociais, pois o resultado dessa interação atenderá a expectativa de ambos os lados, contribuindo nas decisões que poderão beneficiar a todos os envolvidos, direta e indiretamente.

Como definiu Kerckhove (2000 apud DI FELLICE, 2009, p. 29), essa inteligência conectiva “evidencia a cultura de participação na qual o cidadão deve continuamente construir a própria informação e, sucessivamente, editar e difundir o próprio conteúdo na rede”. Será mesmo a internet capaz de promover essa mesma “participação” cidadã que discorremos anteriormente, também prevista na legislação ambiental brasileira e que é um dos princípios da administração pública? Na opinião de Bolaño e Brittos (2010, p. 241), apesar de privatizada, fragmentada, assimétrica e

excludente, essa nova esfera pública é também interativa, dialógica e potencialmente democrática. “O acesso à internet contribui para o exercício da cidadania na sua dimensão política, através da ampliação das possibilidades de participação do cidadão na vida de sua cidade”. (PERUZZO, 2002, p. 51). Segundo a autora, “através das redes digitais pode-se mais facilmente acompanhar as políticas públicas e os programas de governo e interferir neles, discutindo, sugerindo e fiscalizando suas operações, e assim por diante”.

Em termos de prática democrática, como menciona Mansell (2009, p. 104), com a internet todos podem interagir on-line, “os cidadãos podem participar de debates públicos descentralizados no papel de novos produtores de mídia, seja como blogueiros, produtores de mensagens curtas de texto ou e-mail. Acredita-se que o cidadão, nesse contexto, ganha poder”. Na reflexão de Delarbre (2009), se a esfera pública é elemento indispensável para a democracia, a internet se tornou o espaço para a deliberação e contribuiu com uma arquitetura propicia ao intercambio entre iguais. Pinho (2007) complementa ao afirmar que a internet também fortaleceu os meios tradicionais de comunicação, como o rádio, a televisão, a imprensa, favorecendo os processos sociais de comunicação, ao mesmo tempo em que abriu possibilidade de espaço para o intercâmbio da informação fora desses circuitos midiáticos, contribuindo para a criação de novos meios alternativos de comunicação e o surgimento de comunidades virtuais. A sociabilidade é inerente à Internet, explica Joan Mayans (2003 apud DELARBRE, 2009), esse é o elemento principal que faz da Rede uma das áreas indispensáveis no espaço público, mas além disso, na construção da esfera pública contemporânea.

Se o “Espaço Publico” é o lugar onde as pessoas se manifestam livremente, articulam suas visões de mundo, emitem suas opiniões e se organizam, com a internet foi possível um maior engajamento devido à questão aterritorial e atemporal, com as pessoas assumindo um papel mais ativo nas decisões. No processo de licenciamento ambiental em São Paulo não tem sido diferente, os grupos organizados em rede se articulam virtualmente, se organizam e também participam presencialmente nas esferas de debate sobre os empreendimentos em fase de licenciamento. Não se pode desprezar esta nova esfera pública e nem ficar de fora dela; as estratégias de comunicação devem necessariamente passar por este ambiente virtual se o objetivo for discutir e promover maior participação social na implantação de empreendimentos sustentáveis.

Essa questão também se reflete nas esferas de governo, prova disso é o Projeto de Lei nº 5.716/2013, recentemente divulgado e publicado, pela Rádio Câmara, da Câmara dos Deputados em Brasília, que inclui em parte do seu conteúdo a ampliação das possibilidades de participação popular nos processos de licenciamento ambiental brasileiro, que permita ao longo do processo de discussão sobre o Estudo de Impacto Ambiental que os interessados possam enviar comentários pela internet. Como diria Habermas (1992), uma prática deliberativa só pode se desenvolver pela vontade parlamentar institucionalizada e programada para tomar decisões ou pela formação da opinião pública através de canais informais de comunicação.

4.3. Comunicação pública e a mediação dos conflitos ambientais

Os conceitos citados anteriormente apontam para uma configuração do papel da comunicação frente aos desafios da sustentabilidade e, mais precisamente, seus objetivos e funções em relação ao licenciamento ambiental no Estado de São Paulo. Vimos que é fundamental disponibilizar as informações, debatê-las nos espaços midiáticos e interagir com todos os públicos de interesse. Pretendemos com esta tese buscar novos conceitos, rever os antigos, e construir ao final uma conceituação clara sobre como pode a comunicação promover uma gestão socioambiental dos empreendimentos em fase de licenciamento, garantindo participação efetiva da sociedade nas decisões e assim promovendo empreendimentos sustentáveis para todos os interessados.

Ao refletirmos também sobre a importância da comunicação para as questões socioambientais, principalmente para os empreendimentos em licenciamento, é fundamental a disseminação do “discurso” sustentável nos diferentes meios de comunicação, tornando-o presença constante na vida das pessoas e informando-as sobre os aspectos ambientais abordados nos estudos de impacto ambiental, reiterando a relevância do licenciamento ambiental como forma de garantir a qualidade do meio ambiente, por meio das medidas compensatórias e mitigadoras aos impactos previstos. Como acredita Miège (2000), a comunicação é um bem público, um caminho para efetivação da cidadania e da democracia, na qual as

pessoas interagem, se posicionam e esse não é um privilégio dos comunicólogos e/ou comunicadores, pois, vivemos numa sociedade da comunicação.

Pensando a comunicação como um bem público, ou seja, como comunicação pública, Duarte (2006, p. 2) a define como:

> A comunicação que acontece no espaço formado pelos fluxos de informação e de interação entre agentes públicos e atores sociais, trata do compartilhamento, negociações, conflitos e acordos na busca do atendimento de interesses referentes a temas de relevância coletiva, ocupa-se da viabilização do direito social coletivo e individual ao diálogo, à informação e expressão. Comunicação pública é assumir a perspectiva cidadã na comunicação envolvendo temas de interesse coletivo.

Conforme comentam Marroquim e Mello (2012), é a comunicação aberta a novos interlocutores e conteúdos, voltada para o diálogo e para a prestação de serviços, que promove a interação e efetiva participação na vida pública, por meio de uma relação menos vertical entre representantes e representados. Segundo os autores, a ausência de interlocução amplia a fenda discursiva entre o poder público e a sociedade civil, cria um não-lugar midiático, capaz de incorporar diferentes atores sociais, viabilizando o debate e, por consequência, a corresponsabilidade. Matos (2012, p.18) reforça essa ideia, pois, para ela, “a comunicação pública deve ser pensada como um processo político de interação no qual prevalecem a expressão, a interpretação e o diálogo”.

Outra percepção interessante é a de Jaramillo López (2011, p.65), ao afirmar que a comunicação pública possui como pilares essenciais a causa pública, os princípios democráticos e o interesse público. Segundo o autor, é “uma comunicação inclusiva e participativa, cuja vocação não poderia ser estar a serviço da manipulação de vontades ou da eliminação da individualidade, [...] trata-se de uma comunicação eminentemente democrática, pela profundidade de sua natureza e por vocação”.

Como já vimos anteriormente, a participação democrática nos processos de licenciamento ambiental não pode, e nem deve, ficar restrito à participação popular nas audiências públicas. Primeiro, porque a comunicação acontece por diferentes meios e redes sociais que não se pode controlar e nem gerenciar. Segundo, porque os órgãos licenciadores são instituições governamentais que precisam atender às diretrizes da administração pública, ou seja, se espera que sejam capazes de

cumprir com os princípios básicos de informar a população e de tornar o processo participativo, impondo aos empreendedores a implementação de processos de comunicação que possam fornecer ao cidadão todas as informações inteligíveis e engajá-los no processo de licenciamento ambiental.

Segundo Faria (2013), em teoria, o licenciamento ambiental prevê a participação da sociedade não apenas nas audiências públicas, mas, também, durante a realização dos estudos de impacto ambiental, subsidiando a elaboração do próprio EIA/RIMA, apontando prioridades e auxiliando na identificação dos possíveis impactos sobre o ambiente.

> Não há dúvidas de que o mais recomendável para o aprimoramento do processo seria a troca de informações entre comunidades, técnicos e cientistas. A incorporação de contribuições relevantes poderia desse modo, promover ganhos significativos em razão da possibilidade de aprimoramento dos projetos, o que diminuiria ou eliminaria os conflitos associados ao licenciamento. (FARIA, 2013, p.1).

Afirma o autor que, com uma comunicação mais efetiva é possível melhorar e contribuir para o aprimoramento do licenciamento, pois ela viabiliza negociações legítimas por meio da troca de informações entre as partes interessadas. Nesse sentido, Haswani (2010, p. 146), comenta que a comunicação pública se caracteriza com a presença de atores estatais ou privados “envolvidos em questões de interesse recíproco, quer na obtenção de vantagens particulares e organizacionais, quer na consecução de ações afeitas fundamentalmente à sociedade como ente coletivo”. Esses atores são representados por indivíduos, grupos, organizações ou Estado, e têm identidade própria, reconhecimento social e capacidade de modificar seu contexto. (FONSECA; OLIVEIRA; SOUSA, 2012).

É importante salientarmos que além dos atores envolvidos num processo de licenciamento ambiental, há interesses específicos que ocorrem por interações particulares entre cada um desses atores. Outra questão importante apontada por Tania Braga (1997 apud FONSECA; OLIVEIRA; SOUSA, 2012), é a polarização entre o poder público, os movimentos sociais e o setor privado, que contribui, de forma inegável, para que esses conflitos aconteçam, pois está diretamente ligado à contradição entre a apropriação privada dos recursos naturais e urbanos, transformando-os em recursos unicamente econômicos.

Seria então a comunicação um importante instrumento de mediação dos conflitos existentes no cenário no qual se estabelecem os processos de licenciamento ambiental no Brasil e no Estado de São Paulo? Segundo Resende (2005), a comunicação é um processo contributivo porque tece e desenrola os fios locais e globais e através dos meios, apresenta a trama e faz com que os atores a reconheçam, bem como viabiliza a troca de conhecimentos. É dinâmico e dialético, pois, instaura o conflito que impõe aos comunicadores ensaiar melhores exercícios de mediação. Ou seja, cabe aqui o sentido da inclusão e o da agregação, que somente se faz possível se houver disposição em observar e escutar o estranho.

> A comunicação pública é uma estratégia ou ação comunicativa que acontece quando o olhar é direcionado ao interesse público, a partir da responsabilidade que o agente tem (ou assume) de reconhecer e atender o direito dos cidadãos à informação e participação em assuntos relevantes à condição humana ou vida em sociedade. Ela tem como objetivos promover a cidadania e mobilizar o debate de questões afetas à coletividade, buscando alcançar, em estágios mais avançados, negociações e consensos. (KOÇOUSKI, 2012, p. 92).

Pelo que podemos observar, à comunicação caberia promover, distribuir e mediar a informação para equilibrar o poder de decisão entre os atores envolvidos, contrapondo o interesse daqueles que detêm o poder e não estão dispostos a abrir mão deste em prol de um bem comum. A comunicação pública, segundo Caetano (2013), é uma ferramenta de caráter discursivo e quando penetra na esfera pública política, faz mover o jogo de poder discursivo entre a periferia e o centro.

> Sabe-se que a tendência é a de que os atores com mais poder imponham sua gestão efetiva do território a sua gestão intencional e, portanto, suas lógicas de ação. Da mesma forma, os órgãos públicos cuja função é exercer a fiscalização e o controle ambiental tem seu poder reduzido por influência dos poderes econômicos e políticos dominantes. Em consequência, os bens e serviços ecossistêmicos e elementos culturais são expropriados, em detrimento dos interesses coletivos ou de estratégias mais sustentáveis para a ocupação e uso dos recursos dos territórios (STORI; ABESSA; NORDI, 2013, p. 375).

Segundo Gil e Matos (2012), é preciso empoderar a sociedade à participação e rumo à deliberação na defesa do que é público. Em relação ao processo de licenciamento ambiental, é imperativo que a comunicação ocorra no espaço público, em defesa do meio ambiente e da qualidade de vida, ou seja, do que é público.

O licenciamento ambiental não garante a participação de toda a sociedade no início do seu processo, por exemplo, na definição dos aspectos a serem contemplados pelos estudos de impacto ambiental, momento oportuno para se discutir com todos os atores envolvidos. Os estudos de impacto ambiental são desenvolvidos por consultorias e assessorias ambientais contratadas pelo empreendedor, organizações públicas ou privadas, que tendem a elaborar estudos que concluam pela viabilidade ambiental dos projetos e que tenham a aprovação dos órgãos licenciadores. Como já vimos anteriormente, a população e os demais atores do processo só irão participar do debate ao final da elaboração dos EIA's/RIMA's e durante as audiências públicas. Não parece claro a todos os atores envolvidos no processo de licenciamento ambiental, quer sejam indivíduos, sociedade civil, organizações públicas e privadas, que o licenciamento é um processo público, que poderá ser promovido por meio de uma comunicação pública, de interesse de toda a sociedade.

Para Oliveira (2004, p.186), a "comunicação pública envolve toda a comunicação de interesse público, praticada não só por governos, como também por empresas, terceiro setor e sociedade em geral". Não há controle sobre a opinião pública, o espaço público é o lugar de formação das opiniões e das divergências políticas, é o lugar do debate, que garante a legitimidade do poder pela democracia, lugar da comunicação pública capaz de engajar todos os cidadãos em todas as etapas do processo de licenciamento ambiental. Isto se evidencia na opinião da diretora de Avaliação de Impacto Ambiental da CETESB, Ana Cristina Pasini da Costa (2013), para ela, o maior problema na questão do licenciamento é administrar os conflitos. Diz ainda que as pressões são de todos os lados: do empreendedor, da população que não quer uma obra de grande impacto em seu município, do governo, que precisa do empreendimento. Na opinião da diretora, a participação pública deveria ser mais efetiva, com mais reuniões e consultas públicas exaustivas.

4.4. Comunicação organizacional: consenso nas relações sustentáveis

Ao tentarmos estabelecer uma analogia entre a comunicação e o processo de licenciamento ambiental, é importante esclarecer que estamos nos referindo às

estratégias de comunicação desenhadas por diferentes “organizações”, com a finalidade de atingir seus objetivos, dentre eles, a obtenção das licenças ambientais para a implantação de empreendimentos potencialmente causadores de impacto ao meio ambiente. Para o Ministério do Meio Ambiente (BRASIL, 2012a), o licenciamento ambiental é um instrumento de compartilhamento da responsabilidade para a conservação ambiental por meio do desenvolvimento sustentável. Para sua efetividade, os preceitos de proteção ambiental devem ser definitivamente incorporados ao planejamento daqueles setores que fazem uso dos recursos naturais, pois é fundamental que governo, empresas e sociedade estejam em sintonia para conciliar os interesses econômicos, sociais e ambientais.

Na concepção de Fiori (2012), “o licenciamento ambiental é um instrumento de mediação de conflitos, um constante, porém documentado, diálogo entre instituições setoriais, sociedade civil e entes federados”. Como fica evidente nas colocações supramencionadas, vivemos numa sociedade quase totalmente distribuída em diversos tipos de organizações. Vivemos o que o teórico da administração, Peter Drucker (1995), chamou de “sociedade das organizações”, se referindo ao fato de que o indivíduo está cada vez mais inserido nas organizações: empresas, clubes esportivos e de serviço (Lions, Rotary, etc.), partidos ou instituições políticas, religiosas, instituições de ensino, ONG’s, e outras. Assim como ocorre no processo de licenciamento ambiental, os interesses diversos são defendidos e discutidos por diferentes organizações que atuam no processo, compartilhando as responsabilidades e defendendo interesses públicos, privados e também de interesse coletivo. Podemos assim dividir as organizações que participam do processo de licenciamento ambiental de acordo com seus interesses:

I. Interesse Público: Governo, Secretarias de Governo, Empresa Pública, Órgão Licenciador, Ministério Público.

II. Interesse Privado: Empresas ou Empreendedores Privados, Bancos Privados, Assessorias/Consultorias Ambientais, Escritórios de Assessoria Jurídica e Econômica.

III. Interesse Coletivo: Associações de moradores, ONG’s, Sociedade Civil Organizada-OSCIP, Instituições religiosas.

Como visto anteriormente, no Estado de São Paulo, as atividades econômicas potencialmente causadoras de impactos ao meio ambiente estão sujeitas ao controle do Governo do Estado, por meio da Secretaria de Meio Ambiente e sob a responsabilidade da CETESB, agência ambiental, uma organização da administração pública indireta. Como organizações da administração pública, suas funções estão relacionadas à gestão dos interesses públicos por meio da prestação de serviços públicos à sociedade, entretanto, são vulneráveis à interferência do poder político, pois são geridas pelo poder público. (PIRES; MACEDO, 2006).

Portanto, cabe à SMA a gestão da Política Estadual de Meio Ambiente, o acompanhamento das políticas públicas setoriais que tenham impacto ao meio ambiente, bem como, a articulação e coordenação dos planos e ações relacionados à área ambiental. Já à CETESB, cabe a missão de promover e acompanhar a execução das políticas públicas ambientais e de desenvolvimento sustentável, assegurando a melhoria contínua da qualidade do meio ambiente, de forma a atender às expectativas da sociedade no Estado de São Paulo. No processo de licenciamento ambiental cabe aos empreendedores, organizações públicas ou privadas, a elaboração dos Estudos de Impacto Ambiental e também dos Planos Básicos Ambientais (PBA) para a obtenção da Licença de Instalação, onde detalham os programas ambientais para minimizar os impactos do empreendimento na sociedade.

Os empreendedores se constituem por diferentes sujeitos, vinculados a diferentes organizações privadas e/ou públicas, formados por uma diversidade de especialistas e consultorias contratadas para assessorar no processo de licenciamento ambiental em todas as suas etapas. São empresas especializadas na produção de EIA-RIMA's, no planejamento das atividades gerenciais, no planejamento estratégico, na definição das medidas de compensação ambiental e social, na construção dos empreendimentos, dentre outras atividades. São responsáveis, igualmente, pelo planejamento e gestão de todo o processo de informação e comunicação previsto no EIA/RIMA e no PBA, na produção de conteúdos e na implementação de diferentes instrumentos de comunicação para a divulgação e informação sobre o empreendimento.

Neste caso, podemos afirmar que a comunicação produzida pelas diferentes organizações envolvidas no processo de licenciamento ambiental se insere no campo da comunicação organizacional? Isto, porque, cada uma das organizações,

públicas, privadas e de interesse social ou coletivo, irá produzir sua própria comunicação, delinear suas estratégias comunicacionais e seus discursos, agir em defesa dos seus interesses particulares e na construção simbólica do empreendimento inserindo-o no contexto sustentável que o licenciamento ambiental estabelece. Para Lima (2008), as organizações são atores sociais coletivos e criam contextos de interações, nos quais participam como interlocutores, sendo a comunicação entendida como um processo de construção de relações dialógicas.

Nesse aspecto, Cummings e Doh (2000 apud GIACOMINI FILHO; NOVI, 2011, p. 113), reforçam que cultivar bons relacionamentos não é mais uma questão de opção para as organizações empresariais, mas um fator primordial de sobrevivência. Uma empresa não será competitiva se não gerenciar de forma adequada seus relacionamentos com os vários atores existentes no contexto político, social e tecnológico em que está inserida, é um grande desafio à gestão. Giacomini Filho e Novi (2011, p. 111) explicam que, para efeito da comunicação organizacional, as empresas cada vez mais se preocupam em levar suas mensagens a novos públicos, funcionários, familiares, comunidades vizinhas, ONGs, órgãos reguladores, e que esses públicos têm a possibilidade de “reconstruir” a mensagem ao interagirem com novos atores no processo, como a imprensa, os membros das comunidades, etc. Oliveira (2005, p. 57), afirma que:

> As organizações devem ser transparentes, permitindo o acesso a seus objetivos, ser íntegra, responsabilizar-se por suas ações de impacto positivo ou negativo, por suas decisões e consequências e prestar contas à opinião pública.

Segundo James Everitt (apud MOLLEDA, 2001, p. 7), “as organizações são um sistema num ambiente em mutação (ambiente político, social, econômico)” e também ambiental. Explica que as organizações interagem com esse ambiente constantemente e há sempre o perigo do desequilíbrio, por isso é necessário buscar o equilíbrio por meio do monitoramento do ambiente na área onde a organização está presente e exerce sua influência. Para Marchiori (2008) as organizações devem monitorar as informações e promover a abertura do diálogo com seus diferentes grupos de interesse, ir além do repasse de informações e olhar a comunicação como possibilidade de (re) construção. Para a autora, há um novo paradigma, o da

interação dialógica, que rompe com o modelo mecânico da informação e adota o diálogo como forma de resolver conflitos, realizar acordos, buscar consensos.

Kunsch (2009, p. 64), justifica que esse “caminho” rumo à interação dialógica acontece porque as organizações estão sendo instadas a superar a lógica do crescimento econômico sem propósitos claros para uma interconexão com o desenvolvimento sustentável. Afirma, ainda, que as organizações precisam assumir seus compromissos com a sociedade, participar das ações conjuntas com o Estado e a sociedade civil para transformar a realidade social. A comunicação organizacional deve ser pensada estrategicamente, pois ela precisa ajudar no cumprimento da sua missão, dos seus objetivos, na fixação pública dos seus valores e princípios éticos. As ações de comunicação organizacional devem considerar as demandas, os interesses e as exigências dos diferentes públicos e da sociedade, não só da organização isoladamente. (KUNSCH, 2009).

Na opinião de Kunsch (2012), apesar de uma evolução gradativa para a implantação de processos comunicacionais mais interativos, ainda falta às organizações empresariais uma comunicação que permita a abertura de canais dialógicos de fato, nos quais as pessoas possam ser consideradas em primeiro lugar. “As organizações teriam muito a ganhar com uma comunicação, de fato, participativa, não a realizada hoje puramente para sugerir à sociedade e ao mercado que ela seja democrática” (PESSONI; MELINA; PORTUGAL, 2011, p. 147).

Os autores apontam alguns itens positivos levantados numa pesquisa recente: estimular a interação, maior envolvimento com os públicos de interesse, rapidez de informação, democratização da informação, criação de um senso de comunidade, estímulo à criação e incentivo à proatividade. Estas colocações nos levam a algumas reflexões em relação ao comportamento e comunicação que as organizações públicas ou privadas, vêm disseminando nos processos de licenciamento ambiental no Estado de São Paulo. Deveriam elas, planejar suas estratégias e discursos comunicativos de maneira que o objetivo principal fosse a concretização de empreendimentos que promovessem o bem estar da sociedade como um todo.

Para Dawkins (2004 apud GIACOMINI FILHO; NOVI, 2011, p. 112):

> A comunicação organizacional precisa ser muito bem planejada de modo a minimizar possíveis atribuições negativas ou desfavoráveis, evitando a impressão de que a organização está explorando uma

> causa socioambiental em lugar de auxilia-la. O desafio de comunicar essas ações torna-se complexo na medida em que diferentes *stakeholders* possuem diferentes expectativas, necessitam de diferentes informações, e principalmente, respondem de maneira diferente aos diferentes canais de comunicação disponíveis.

De acordo com Dawkins, para superar este desafio, faz-se necessário que a organização desenvolva uma estratégia de comunicação clara, com campanhas de comunicação que possuam mensagens, estilos e canais convenientes para cada público. (GIACOMINI FILHO; NOVI, 2011, p. 112).

Não é novidade que a comunicação social precisa ser planejada e gerenciada estrategicamente pelos seus gestores. Partindo dessa premissa, Pérez González (2008, p. 577), aponta um viés importante ao citar que a comunicação inserida num contexto estratégico tem como objetivo a busca do consenso. Pode ser o consenso o resultado principal da comunicação nos processos de licenciamento ambiental em São Paulo? Outra importante reflexão apontada por Jesus Timoteo (apud PÉREZ GONZÁLEZ, 2008, p.595), diz respeito ao “poder diluído”; ele explica que no espaço público midiático o poder entre as organizações está repartido e as relações são orientadas pelo diálogo, alianças, cooperação, negociação, todas agrupadas pela rubrica da “engenharia do consenso”. Segundo afirma Pérez González (2008, p.507):

> Neste jogo de confrontações, a ‘opinião pública’ passou a ser vista como a catalisadora do debate, visto também como uma mercadoria a mais para se competir. A ideia que direcionou esta transformação era a de que o ator social que tivesse o respeito da opinião pública teria incrementado notadamente as possibilidades de levar a cabo seu projeto político ou empresarial.

É fundamental que as organizações empresariais vejam a comunicação como uma estratégia para atingir os seus objetivos. Também é consenso, segundo Duarte e Monteiro (2009, p.334) que:

> Uma boa compreensão e um bom uso da comunicação são capazes de qualificar práticas gerenciais, melhorar o desenpenho operacional, promover mudanças significativas nas múltiplas relações das instituições com os seus diversos públicos e agregar valor à organização.

Quando nos referimos a “atingir objetivos”, precisamos pensar as organizações empresariais no contexto do desenvolvimento sustentável; não atingir

o lucro somente, mas garantir que o retorno econômico venha acompanhado de um retorno social e ambiental.

Para que as empresas possam atingir seus objetivos, Farias (2011, p.54), nos afirma que “é preciso uma política de comunicação planejada e criativa, ampla e eficiente, cobrindo as mais diversas possibilidades de ações de comunicação sem, contudo, deixar de levar em conta todos os demais fatores que influenciam a vida organizacional”. Partindo do pressuposto que o empreendimento a ser licenciado é de interesse público, é fundamental que a comunicação seja planejada para que consiga estabelecer, com todos os públicos de interesse, um consenso a respeito do empreendimento a ser licenciado. Nesse caso, a comunicação será estratégica se as organizações empresariais conseguirem informar com clareza a opinião pública e administrarem bem, e com bons resultados, os relacionamentos com todos os públicos envolvidos, além de agregar ao longo de todo o processo, um valor intangível à sua imagem e reputação, neste caso, garantir que todos os públicos percebam o empenho da organização na busca da sustentabilidade como um fator norteador de todo o processo.

O planejamento estratégico da comunicação deve prever a realização de uma análise do ambiente em que o empreendimento está inserido, identificar e conhecer as especificidades dos diversos públicos com os quais irá se relacionar e estabelecer as estratégias adequadas para atingir esses públicos. Para Kunsch (2009), significa que a comunicação deve ajudar as organizações a se posicionarem perante a sociedade, demonstrando qual é a razão de ser do empreendimento, buscando a confiança mútua, construindo a credibilidade e valorizando as dimensões institucionais como: missão, propósito e princípios. Nesse contexto socioambiental em que as empresas se inserem, será preciso também desmistificar o estereótipo de que tudo que parte das empresas visa somente o interesse econômico. (KUNSCH, 2007, p.138), e as estratégias de comunicação não podem se basear somente em meros instrumentos publicitários, e sim, numa expressão do compromisso social e ambiental.

Mais do que contribuir para que as organizações empresariais tenham êxito nos seus licenciamentos ambientais, a comunicação estratégica deve influenciar para que as organizações assumam um comprometimento com a sustentabilidade, e garantir que todo o arcabouço intangível produzido seja percebido pelos diversos

públicos de interesse e também incorporado ou somado à imagem e reputação institucional.

Sustentabilidade é hoje um ativo intangível muito importante para as organizações empresariais; ter uma reputação de empresa que se preocupa com o meio ambiente e a qualidade de vida das pessoas significa ter um crédito de confiança associado a um bom nome, familiaridade, boa vontade, credibilidade e reconhecimento. (THEVISSEN apud ALMEIDA, 2002, p.232). Ao contrário, ter uma reputação negativa pode significar crédito limitado ou nenhum crédito na relação com os púbicos de interesse, bem como, representar uma ruptura entre a empresa e o ambiente. Ao garantir transparência ao processo de licenciamento ambiental as organizações, por definição, se mostram abertas ao diálogo. Segundo Bueno (2007a):

> Significa que ela se empenha tanto em falar quanto em ouvir, estabelecendo canais permanentes com os seus públicos e buscando, diligentemente, adaptar-se às novas demandas ou desafios. Ela está pronta para incorporar as sugestões dos seus colaboradores e admite rever ações e estratégias, se elas não se mostrarem adequadas.

Queremos com isso apenas citar o exemplo da “transparência” como um atributo para nortear os planos de comunicação de empreendimentos rumo ao licenciamento ambiental. Ao dar transparência ao processo, por meio de canais de comunicação institucionalizados, as organizações colocam mais um tijolo na construção da sua imagem e reputação, ou seja, construirão alianças, terão apoio da opinião pública, serão respeitadas. É importante que as organizações saibam que a comunicação precisa estar direcionada para as necessidades e expectativas dos seus públicos de interesse, pois, eles deixaram de ter o posicionamento passivo e condescendente para demonstrar e manifestar suas vontades, exigências ou mesmo carências, além de cobrar uma relação cada vez mais individualizada e voltada para a defesa dos seus interesses. Contar com o apoio desses públicos estratégicos é muito importante, pois a opinião pública está cada vez mais crítica em relação à atuação das empresas; há uma crescente pressão pelo comportamento empresarial responsável e manter intacta a reputação das empresas é um dos maiores desafios da gestão de risco das companhias. (PETIT, 2005).

Garantir que os diferentes públicos construam uma boa imagem, ou imagens conforme cita Bueno (2007a), de uma organização que irá participar de um processo de licenciamento ambiental sem dúvida é uma das atribuições e funções da comunicação organizacional quando inserida nesse contexto. Como vimos, só por meio da comunicação poderemos chegar a um consenso, ou seja, só pela comunicação organizada e planejada conseguiremos promover os debates necessários para tornar os processos participativos e estabelecer mecanismos que permitam uma avaliação por parte dos públicos envolvidos.

O objetivo final, contudo, é contribuir para que os empreendimentos a serem licenciados no Estado de São Paulo estejam verdadeiramente inseridos no contexto do desenvolvimento sustentável, um novo paradigma e um conceito ainda em construção, mas que verdadeiramente sejam caracterizados como empreendimentos que garantam uma promoção na qualidade de vida da população e que contribuam com a melhoria do meio ambiente no Estado. Como nos lembra Farias (2006), a atividade empresarial possui uma função social e não deve gerar benefícios apenas para os seus proprietários e empregados, mas para toda a sociedade. Segundo explica, a degradação do meio ambiente não é compatível com o exercício da função social e uma empresa não pode ser considerada sustentável se não respeita o processo de licenciamento ambiental, assim, ela deve prestar todas as informações necessárias e seguir com exatidão as diretrizes levantadas ao longo do licenciamento.

5. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS DE PESQUISA

Este capítulo apresenta as informações relativas à metodologia do estudo desenvolvido com base nos Estudos de Impacto Ambiental e Relatórios de Impacto ao Meio Ambiente (EIA/RIMA) dos empreendimentos que passaram pelo processo de licenciamento ambiental no Estado de São Paulo. Tem como questão central compreender como se deu a comunicação social nesses processos de licenciamento ambiental, e se as estratégias implantadas cumpriram a determinação legal de “tornar público”, transparente e participativo tal processo. Apresenta, igualmente, toda a realização do estudo desde a coleta de dados até a análise de conteúdo dos dados obtidos.

5.1. Metodologia da pesquisa

Para Martins e Theóphilo (2009) a palavra método vem do grego *méthodos e* significa o caminho a ser percorrido para se chegar a determinado fim ou objetivo.

O método científico é comumente utilizado para construir conhecimentos no campo da ciência e, segundo renomados autores sobre o tema, tal conhecimento pode ter uma subdivisão para cada caso em estudo, com o objetivo de se adequar ao tipo de pesquisa pretendido.

Assim, na concepção de Richardson (2007), a metodologia tem correspondência com as regras que, previamente determinadas, são usadas para a aplicação desse método científico.

Por essa razão, cada etapa de uma pesquisa deve ser evidenciada para que as metas a serem atingidas correspondam à questão problema que se pretende responder.

A metodologia de pesquisa, então, segundo Minayo (2003, p.17) é:

> O caminho do pensamento a ser seguido. Ocupa um lugar central na teoria e trata-se basicamente do conjunto de técnicas a ser adotada para construir uma realidade. A pesquisa é assim, a atividade básica da ciência na sua construção da realidade.

Para Martins e Theóphilo (2009, p. 37), "o objetivo da metodologia é o aperfeiçoamento dos procedimentos e critérios utilizados na pesquisa".

Com base nisso, passamos a apresentar a organização metodológica da pesquisa quanto à abordagem, à tipologia em que ela se enquadra (natureza do estudo), a definição da população pesquisada, às técnicas usadas, os instrumentos de coleta de dados e o delineamento do tratamento de dados para se proceder à análise de resultados.

5.2. Abordagem de pesquisa

A abordagem de pesquisa, segundo distintos autores, pode ser qualitativa, quantitativa ou qualiquantitativa. Para este estudo optamos pela metodologia de abordagem qualitativa, pela compreensão de que esta busca o aprofundamento de um assunto específico, que se dá por meio de descrições, explorações, comparações, interpretações.

Para Godoi, Bandeira-de-Mello e Silva (2010) esta é a abordagem mais indicada para explorar processos que ocorrem em organizações, uma vez que possibilita interpretar e explicar tais fenômenos.

Na concepção de Minayo (2003, p.12) “a pesquisa qualitativa responde a questões muito particulares. Ela se preocupa com um nível de realidade que não pode ser quantificado”.

E, também, segundo Stake (2011, p.42), a pesquisa qualitativa “removeu a pesquisa social da ênfase na explicação de causa e efeito e a colocou no caminho da interpretação pessoal”. Nesse sentido, para o autor, na pesquisa qualitativa, o papel do pesquisador e de extrema relevância.

> O próprio pesquisador é um instrumento ao observar ações e contextos e, com frequência, ao desempenhar intencionalmente uma função subjetiva no estudo, utilizando sua experiência pessoal em fazer interpretações. (STAKE, 2011, p.30).

5.3. Tipologia de pesquisa

Na concepção de Gil (2005, p. 20-31), existem três tipos de pesquisa que podem ser classificadas quanto a seus objetivos em:

a) Exploratórias – tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses.

b) Descritivas – tem como objetivo primordial a descrição de características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre as variáveis.

c) Explicativas – tem como preocupação central identificar os fatores que determinam ou que contribuem para a ocorrência dos fenômenos.

Neste estudo, optamos pela pesquisa tanto exploratória quanto descritiva, ou seja, exploratório-descritiva, pois a etapa exploratória objetiva, com base na pesquisa documental, investigar, observar, registrar, esclarecer ideias que venham a ser ponto de partida para futuras investigações e a etapa descritiva objetiva mostrar as empresas e órgãos objetos de pesquisa, descrevendo suas ações por meio da análise doas informações obtidas. Juntas, a pesquisa exploratória e a descritiva promoveram uma composição distinta e complementar para o estudo realizado.

Assim, a pesquisa exploratória

> É vista como o primeiro passo da pesquisa científica e tem como principal objetivo o aprimoramento de ideias e ou a descoberta de intuições. Esse tipo de pesquisa tem por finalidade proporcionar maiores informações sobre o assunto, facilitar a delimitação da temática de estudo, definir os objetivos ou formular hipóteses de uma pesquisa ou descobrir um novo enfoque que se pretende realizar. Nesse tipo de pesquisa o que conta são as novas informações levantadas. (GIL, 2005, p. 41).

Já a pesquisa descritiva, na concepção de Lakatos e Marconi (2003, p.52):

> Procura observar, registrar, analisar, classificar e interpretar os fatos ou fenômenos (variáveis), sem que o pesquisador interfira neles ou os manipule. Este tipo de pesquisa tem como objetivo fundamental a descrição das características de determinada população ou fenômeno. Ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis, isto é, aquelas que visam estudar as características de um grupo:

> sua distribuição por idade, sexo, procedência, nível de escolaridade, estado de saúde física e mental, e outros. Procura descobrir, com a precisão possível, a frequência com que um fenômeno ocorre, sua relação e conexão com os outros, sua natureza e características.

Com a definição da tipologia de pesquisa, partimos para a estratégia de pesquisa pela utilização de documentos, cuja contribuição neste trabalho representa uma forma de interligar esse passado que conhecemos ao pesquisar, com o futuro que pretendemos ao apresentar como proposta um termo de referência.

5.4. Estratégia de pesquisa

Como estratégia de pesquisa adotamos a pesquisa documental, no contexto da metodologia qualitativa, a partir de um estudo analítico junto a documentos do acervo da biblioteca da Companhia de Tecnologia de Saneamento Ambiental (CETESB).

A pesquisa documental deve ser feita quando o pesquisador necessita identificar informações factuais em documentos, a partir de questões que sejam do interesse da sua pesquisa. Sua utilização deve ser feita quando o acesso aos dados é problemático, quando se pretende ratificar informações e quando interessa investigar a expressão do sujeito. (GODOY, 1995).

É preciso ter em mente que nem sempre os documentos retratam a realidade. Por isso, é importante tentar extrair das situações as razões pelas quais os documentos foram criados. Os documentos podem fornecer “pistas” sobre outros elementos. Locais como bibliotecas e arquivos públicos e privados são ricos neste tipo de documentação.

Contudo, ressaltamos que toda pesquisa com base em documentos deve partir de uma questão problematizante que permita uma investigação mais aprofundada. Para Corsetti (2006, p.36):

> O cruzamento e confronto das fontes é uma operação indispensável, para o que a leitura hermenêutica da documentação se constitui em operação importante do processo de investigação, já que nos possibilita uma leitura não apenas literal das informações contidas nos documentos, mas uma compreensão real, contextualizada pelo cruzamento entre fontes que se complementam, em termos explicativos.

Para Cellard (2008, p.238) há outra justificativa para o uso de documentos, uma vez que estes permitem “acrescentar a dimensão do tempo à compreensão do social”. Com isso o trabalho com pesquisa em documentos “favorece a observação do processo de maturação ou de evolução de indivíduos, grupos, conceitos, conhecimentos, comportamentos, mentalidades, práticas, entre outros”.

> Nesta perspectiva, a pesquisa documental permite a investigação de determinada problemática não em sua interação imediata, mas de forma indireta, por meio do estudo dos documentos que são produzidos pelo homem e por isso revelam o seu modo de ser, viver e compreender um fato social. Estudar documentos implica fazê-lo a partir do ponto de vista de quem os produziu, isso requer cuidado e perícia por parte do pesquisador para não comprometer a validade do seu estudo (SILVA et al., 2009, p.4557).

Na concepção de Godoi e Balsini (2010, p.91): “no momento em que a pesquisa qualitativa estabelece o seu lugar, a busca pelo aprimoramento [...] passa também pela discussão da cientificidade na pesquisa qualitativa”. Nesse sentido, os autores afirmam que ao analisar documentos, nas pesquisas qualitativas, seja na delimitação ou na formulação do problema, há que se ter características específicas por parte do pesquisador, uma vez que ambas implicam na imersão do pesquisador no contexto a ser analisado. “As análises do passado e do presente são cruciais para que haja maior isenção do investigador para com o fenômeno social que pretende desvendar”. (GODOI; BALSINI, 2010, p.97).

Quando um pesquisador utiliza documentos com a intenção de obter informações, ele promove uma investigação que obedece a alguns critérios, ou seja:

> Usa técnicas apropriadas para seu manuseio e análise; segue etapas e procedimentos; organiza informações a serem categorizadas e posteriormente analisadas; por fim, elabora sínteses, ou seja, na realidade, as ações dos investigadores – cujos objetos são documentos – estão impregnadas de aspectos metodológicos, técnicos e analíticos. (SÁ-SILVA; ALMEIDA; GUINDANI, 2009, p.4).

O pesquisador, com base nesses critérios, deve, então, interpretar os documentos, sintetizar as informações que eles oferecem, determinar as tendências e, sempre que possível, promover a inferência.

Portanto, segundo Sá-Silva, Almeida e Guindani (2009) assim como outros tipos de pesquisa, a pesquisa documental se propõe a produzir conhecimentos

novos, inventar novas formas para compreensão de fenômenos, bem como fazer conhecer o modo como estes fenômenos vêm sendo conhecidos.

Partindo dessa estratégia de pesquisa definimos o procedimento de coleta de dados para determinar a análise a ser realizada.

5.5. Procedimento de coleta de dados

Nesta fase do estudo, efetuamos a primeira etapa de organização dos documentos, visto num todo de 25 anos (1987-2011), intencionando descobrir como tornar a coleta de dados efetiva, de forma a permitir uma boa compreensão e buscando atingir os objetivos propostos pelo estudo.

A coleta de dados se deu no banco de dados da biblioteca da Companhia de Tecnologia de Saneamento Ambiental (CETESB), visando os Planos de Comunicação inseridos nos Estudos de Impacto Ambiental / Relatório de Impacto ao Meio Ambiente, exigidos pela própria CETESB, enquanto órgão responsável, no Estado de São Paulo, pelo licenciamento ambiental de qualquer empreendimento potencialmente causador de impactos ambientais.

Foram levantados todos os EIA/RIMAs, num total de 787 documentos, com informações dos anos de 1987 a 2011, num total de 25 anos. Os dados foram compilados numa planilha, considerando o ano, o tipo de empresa, a personalidade jurídica, o segmento de atuação, entre outras.

Para Pimentel (2001, p.184) organizar um material significa: “processar a leitura segundo critérios da análise de conteúdo comportando algumas técnicas” [...], “criação de códigos para facilitar o controle e manuseio” dos dados.

Neste estudo apresentamos três gráficos resultantes da coleta dos dados. O primeiro deles sintetiza a classificação realizada todos os documentos por ano, de acordo com a cronologia pretendida. O segundo contém uma seleção por Pessoa Jurídica. O terceiro apresenta as empresas que são Sociedades Anônimas, classificadas por ano e por segmento.

No Gráfico 1 apresentamos a organização do número de documentos por ano.

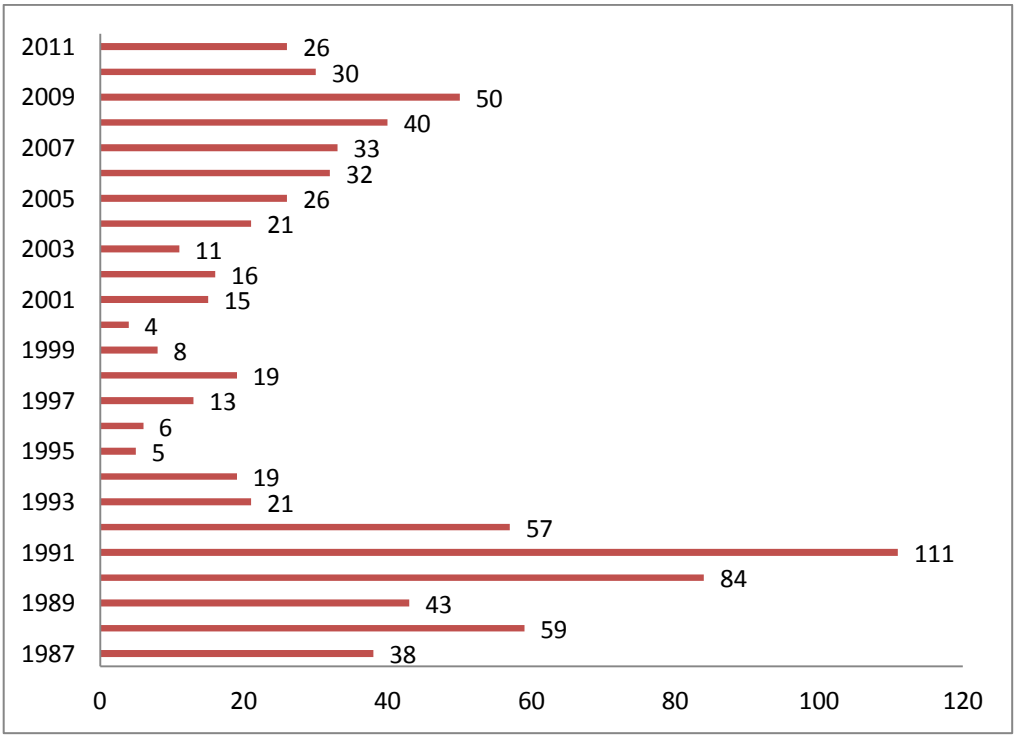

Gráfico 1 – Número de EIAs/RIMA por ano

Dos 787 documentos fizemos uma nova seleção levando em conta apenas a Pessoa Jurídica, como mostra o Gráfico 2.

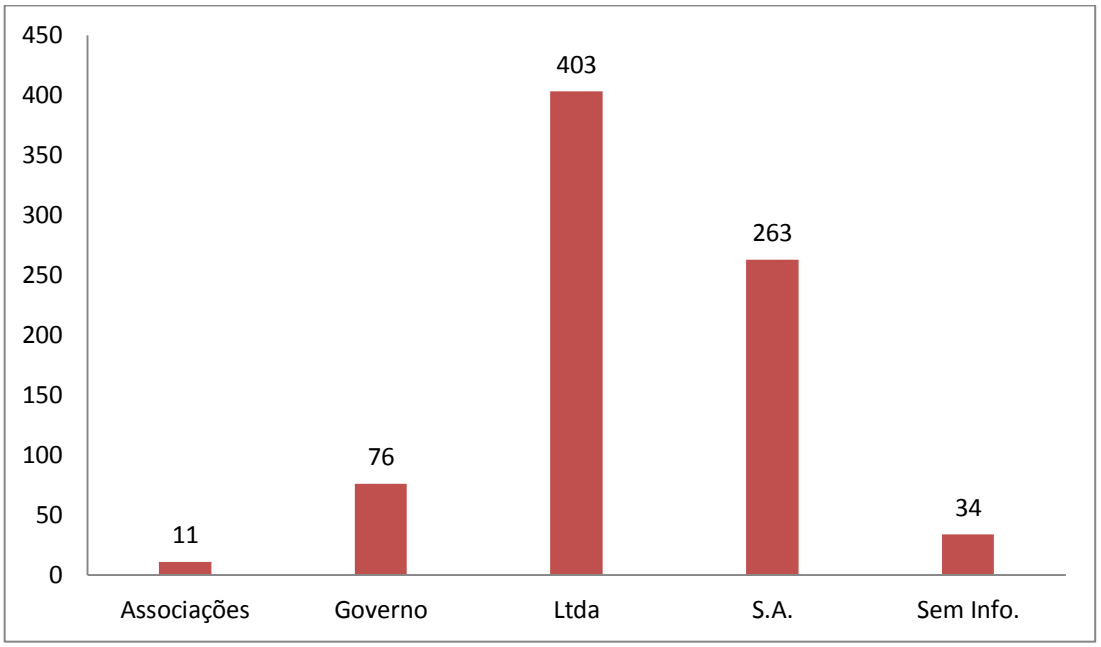

Gráfico 2 – EIAs/RIMA por pessoa jurídica

Com base neste Gráfico 2 optamos pelas empresas caracterizadas como Sociedade Anônima, num total de 263 EIAs. Nesta seleção de Sociedades Anônimas promovemos mais uma etapa, desta vez por ano e por segmento, como mostra o Gráfico 3.

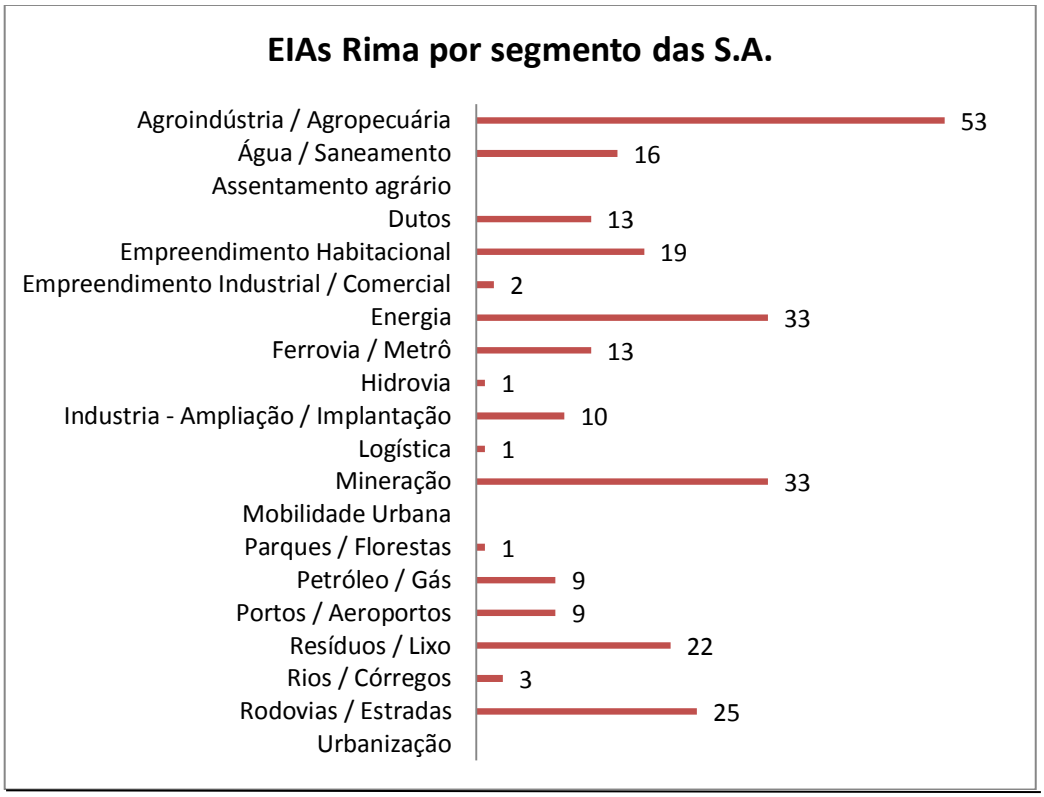

Gráfico 3 – EIAs/RIMA por ano e por segmento

A intenção com a organização do Gráfico 3 foi de selecionar, de forma aleatória, alguns projetos por ano e em segmentos diferentes, o que nos remeteu a um número de 37 EIAs que possuem Planos de Comunicação. Esclarecemos aqui que foram incluídas nesta organização de 37 EIAs, duas prefeituras municipais (de Campinas e de São Bernardo do Campo), que não são Sociedades Anônimas, mas por estarem num segmento que não poderíamos deixar de analisar, ou seja, trata-se de uma exceção à regra. Assim, chegamos a 3 EIAs por segmento e apenas 1 segmento por ano, evitando mais de um projeto do mesmo segmento no mesmo ano, como mostra o Quadro 1.

ANO	SEGMENTO	EMPRESA	EMPREENDIMENTO
1987	Dutos / Oleoduto / Gasoduto	PETROBRAS - Petróleo Brasileiro S.A.	Oleoduto REVAP / Utinga
1988	Rodovias / Estradas / Pontes	DERSA - Desenvolvimento Rodoviário S.A.	Rodovia do Sol
1989	Água / Saneamento Básico	SABESP – Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo	Plano Diretor de Esgotos da Região Metropolitana de São Paulo
1990	Energia	CESP - Companhia Energética de São Paulo	Usinas Hidrelétricas de Canoas I e II - Paranapanema
1991	Indústria - Implantação / Ampliação	Cia. VOTORANTIM de Celulose e Papel - CELPAV	Empreendimento Industrial - Luiz Antônio
1992	Indústria - Implantação / Ampliação	PETROBRAS - Petróleo Brasileiro S.A.	Ampliação da Refinaria de Paulínia - REPLAN
1992	Ferrovias / Metrô	FEPASA - Ferrovia Paulista S.A.	Trem Metropolitano - Linha Campo Limpo - Santo Amaro
1993	Dutos / Oleoduto / Gasoduto	PETROBRAS - Petróleo Brasileiro S.A.	Gasoduto Brasil - Bolívia
1994	Ferrovias / Metrô	METRÔ - Companhia do Metropolitano de São Paulo	Linha 4 - Amarela do Metrô de São Paulo
1994	Urbanização	Prefeitura Municipal de Campinas	PROCEN - Programa de Combate às Enchentes no Município de Campinas
1995	Energia	CESP - Companhia Energética de São Paulo	UHE - Ourinhos
1996	Resíduos / Efluentes / Lixo	SABESP - Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo	Projeto Tietê - Aterro Sanitário dos Lodos
1997	Água / Saneamento Básico	DAEE - Departamento de Águas e Energia Elétrica	Sistema Produtor Alto Tietê
1998	Empreendimento Empresarial	Playcenter S.A.	Parque Temático *Great Adventure* (Hopi Hari)
1999	Petróleo / Gás	PETROBRAS - Petróleo Brasileiro S.A. / Marubeni do Brasil Ltda.	Central de Cogeração da Baixada Santista - CCBS
1999	Energia	OPP - Petroquímica S.A. / Ultragaz S.A. / CESP / PETROBRAS	Companhia Termelétrica do Planalto Paulista - TPP
2000	Em 2000 foram implementados 5 EIA's / RIMA's e constam da base de dados da Biblioteca da CETESB. Os EIA's estão divididos em projetos de mineração e resíduos e, após avaliação, verificou-se que não foi previsto em nenhum deles quaisquer propostas, programas, planos, e outras ações de comunicação.		
2001	Energia	CPFL - Companhia Paulista de Força e Luz / InterGen / Shell	Usina de Geração de Energia - UGE Carioba II
2001	Rodovias / Estradas / Pontes	DER - Departamento de Estradas de Rodagem	Duplicação da Rodovia Raposo Tavares - SP 270

2002	Rodovias / Estradas / Pontes	Rodovia das Colinas S.A.	Duplicação da Rodovia SP 300
2003	Resíduos / Efluentes / Lixo	CODESAVI - Companhia de Desenvolvimento de São Vicente	Aterro Sanitário do Município de São Vicente
2003	Mineração	Cia. De Cimento Ribeirão Grande - VOTORANTIM	Ampliação da Mina Limeira
2003	Portos / Aeroportos	EMBRAPORT - Empresa Brasileira de Terminais Portuários S.A.	Terminal Portuário Embraport
2004	Portos / Aeroportos	INFRAERO - Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária	Ampliação do Aeroporto Internacional de São Paulo - Guarulhos
2004	Mobilidade / Transporte	Prefeitura Municipal de São Bernardo do Campo	Programa de Transporte Urbano de São Bernardo do Campo
2005	Rodovias / Estradas / Pontes	EMTU - Empresa Metropolitana de Transportes Urbanos	Corredor Metropolitano Noroeste de Campinas - Lote 1
2005	Portos / Aeroportos	DAESP - Departamento Aeroviário do Estado de São Paulo	Aeroporto Leite Lopes - Ribeirão Preto
2006	Empreendimento Habitacional	Alphaville Urbanismo S.A.	Loteamento Alphaville São José dos Campos
2007	Resíduos / Efluentes / Lixo	EcoUrbis Ambiental S.A.	Aterro Sanitário Central de Tratamento de Resíduos Leste
2007	Mineração	Cimento Rio Branco S.A.	Mina de Xisto Argiloso
2007	Empreendimento Habitacional	Alphaville Urbanismo S.A.	Projeto Vila Florestal - Reserva de Cotia
2008	Agroindústria / Agropecuária	Usinas Batatais S.A.	Ampliação Industrial da Produção e das Áreas de Plantio
2008	Ferrovias / Metrô	CPTM - Companhia Paulista de Trens Metropolitanos	Expresso Aeroporto e Trem de Guarulhos
2009	Rodovias / Estradas / Pontes	DERSA - Desenvolvimento Rodoviário S.A.	Rodoanel Mario Covas - Trecho Leste
2009	Indústria - Implantação / Ampliação	Hyundai Motor Brasil	Implantação de Nova Unidade Automobilística
2010	Agroindústria / Agropecuária	TONON Bioenergia S.A.	Ampliação da TONON Bioenergia S.A. - Santa Cândida
2011	Dutos / Oleoduto / Gasoduto	COMGÁS Companhia de Gás de São Paulo	Reforço da Rede Tubular de Alta Pressão - RETAP
2011	Água / Saneamento Básico	SABESP - Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo	Estudo de Concepção e Projeto Básico do Sistema Produtor São Lourenço - SPSL

Quadro 1 − Relação de empresas por ano, segmento e empreendimento

A partir desta seleção passamos a refletir sobre a melhor forma de trabalhar com os dados obtidos e optamos pela Análise de Conteúdo.

5.6. Análise de conteúdo

A utilização da Análise de Conteúdo (AC) como um instrumento para analisar dados obtidos em pesquisa tem aumentado significativamente, colaborando para que haja maior rigor científico e acadêmico nas pesquisas. Também é um procedimento que tem sido usado por empresas com o mesmo objetivo, ou seja, obter maior rigor e oferecer legitimidade.

Para Fonseca Jr. (2008, p.286) a história da análise de conteúdo tem se repetido nos últimos anos com enfoques distintos em igualmente distintos campos do conhecimento. Segundo o autor, “desde a publicação do primeiro manual sobre análise de conteúdo, elaborado por Berelson e Lazarsfeld, em 1948, os fundamentos conceituais desse método vêm sofrendo revisões”.

Bardin (2009) enfatiza, ao abordar a história da análise de conteúdo que descrever esta história é:

> Essencialmente referenciar as diligências que nos Estados Unidos marcaram o desenvolvimento de um instrumento de análise de comunicações é seguir passo a passo o crescimento quantitativo e a diversificação qualitativa dos estudos empíricos apoiados na utilização de uma das técnicas classificadas sob a designação genérica de análise de conteúdo. (BARDIN, 2009, p.15).

Para Bardin (2009), a análise de conteúdo, como técnica de análise de comunicação, vem sofrendo reformulações desde os primeiros preceitos da Análise de Conteúdo Clássica, propostos por Krippendorff (1990) até os dias de hoje, com uma visão mais contemporânea, já de acordo com preceitos metodológicos influenciados pelo uso do computador.

Os marcos referenciais propostos por Krippendorff (1990) consideram seis tópicos básicos: i. Os dados: evidenciam quais os dados estão sendo analisados, como foram definidos e de qual população estes foram extraídos; ii. O contexto dos dados: tem a relevância de explanar o contexto dos dados com as delimitações de acordo com o que propõe o trabalho; iii. O conhecimento do pesquisador: determina

a construção do contexto pretendido para a realização de suas inferências; iv. O objetivo da análise de conteúdo: evidencia os objetivos a que se propõe, de acordo com o enfoque do trabalho; v. a inferência como tarefa intelectual básica: relaciona os dados obtidos com o contexto; vi. A validade como critério de sucesso: estabelece critérios para que os resultados possam ser validados, propiciando que outros pesquisadores comprovem sua exatidão.

Ainda para o referido autor, a análise de conteúdo possui três características fundamentais:

> a) Orientação fundamentalmente empírica, exploratória, vinculada a fenômenos reais e de finalidade preditiva.
> b) Transcendência nas relações normais de conteúdo, envolvendo as ideias de mensagem, canal, comunicação e sistema.
> c) Metodologia própria que permite ao investigador programar, comunicar e avaliar criticamente um projeto de pesquisa com independência de resultados. (FONSECA JR. 2008, p.286).

A análise de conteúdo, na concepção de Appolinário (2009, p.27) é um "conjunto de técnicas de investigação científicas utilizadas em ciências humanas, caracterizadas pela análise de dados" [...] nos quais os "elementos fundamentais da comunicação são identificados, numerados e categorizados".

Bardin (2009) compactua com o mesmo pensamento e reforça que toda análise deve considerar em sua estrutura: a organização, a codificação, a categorização e igualmente evidencia a importância de se fazer inferências buscando sentido nos conteúdos dos documentos e de levar em conta a possibilidade do tratamento Informático. Este tratamento implica na utilização do computador na análise de conteúdo que pode ser dividida em três fases: - análises estatísticas (classificação dos dados, reorganização, transformação e descrição); - auxílio nos estudos e descobertas (variedade, classes e distribuição dos dados de uma grande quantidade de documentos); - análise de conteúdo por computador (realização de inferências no contexto social dos dados obtidos).

Todas estas são etapas que devem ser seguidas pelo pesquisador a não incorrer em falhas, devido às limitações que qualquer técnica pode apresentar.

Nesse sentido, Freitas, Cunha Jr. e Moscarola (1997, p. 108) ressaltam que, para uma análise de conteúdo ter valor, existem alguns pré-requisitos, como: "qualidade da elaboração conceitual feita *a priori* pelo pesquisador, da exatidão com

que ela será traduzida em variáveis, do esquema de análise ou das categorias e, em definitivo, da concordância entre a realidade a analisar e estas categorias".

Assim, este nosso estudo, por meio da utilização da técnica de análise de conteúdo, buscou em cada documento, enfatizar o que de mais significativo tais documentos possuem em seus Planos de Comunicação.

Por fim, passamos à sistematização desses dados para promover a análise de conteúdo dos dados coletados nestes documentos.

5.7. Sistematização dos dados para execução da análise

Para a sistematização dos dados aqui levantados, foi necessário, inicialmente, organizar a pesquisa de forma estruturada, conforme apresentado nos capítulos anteriores, que possibilitasse extrair importantes significados na construção de um novo conhecimento, apontasse os avanços e retrocessos do planejamento da comunicação nos processos de licenciamento ambiental no Estado de São Paulo ao longo dos últimos 25 anos, bem como, contribuísse para a formulação de uma nova proposta, capaz de nortear as ações de comunicação para os futuros empreendimentos a serem licenciados.

Considerando, então, que os dados foram sistematizados a partir dos critérios adotados para o levantamento dos dados, buscamos, na análise desses dados não reduzir as informações levantadas e nem descrevê-las literalmente, optando por uma interpretação das informações contidas nos planos de comunicação pesquisados, de forma que não se perdesse a essência e a riqueza dos conteúdos originais. Referendando este procedimento, Teixeira (2003, p. 191), explica que "a análise de dados é o processo de formação de sentido além dos dados, e esta formação se dá consolidando, limitando e interpretando o que as pessoas disseram e o que o pesquisador viu e leu". Teixeira (2003, p. 192) faz outra importante reflexão, segundo informa, a análise de dados "é um processo complexo que envolve retrocessos entre dados pouco concretos e conceitos abstratos, entre raciocínio indutivo e dedutivo, entre descrição e interpretação". Para Merriam (1998 apud TEIXEIRA, 2003), o próprio investigador num estudo qualitativo é um "instrumento humano primário na coleta e análise dos dados", pois possui

características e habilidades como: tolerância à ambiguidade, sensibilidade, é intuitivo e bom comunicador.

Após a fase da coleta de dados, ou seja, do levantamento dos EIA/RIMAs contidos no banco de dados da biblioteca da CETESB, e da compilação dos dados iniciais para uma planilha, foi possível organizar os documentos para as próximas etapas que se seguiram, estabelecendo critérios para delimitar o universo da pesquisa, conforme visto anteriormente, e assim viabilizar a realização das análises. Definido os 37 EIA/RIMAs, partiu-se para uma etapa de leitura, interpretação e transcrição dos conteúdos dos planos de comunicação para um quadro, que definimos como sendo uma "unidade de análise", possibilitando organizar o conteúdo dos documentos em Capítulos, Subcapítulos e Categorias, divididas uma a uma, originando um "grupo de categorias", com aspectos distintos e que foram filtrados dos planos de comunicação referentes aos EIA's/RIMA's analisados conforme segue no Quadro 2:

A	Título dos Capítulos dos Programas Ambientais
B	Título dos Subcapítulos dos Planos de Comunicação
1.	Categoria: Justificativa | Cenários
2.	Categoria: Objetivos | Objetivos Específicos | Metas
3.	Categoria: Públicos
4.	Categoria: Estratégias
5.	Categoria: Cronogramas
6.	Categoria: Ações Planejadas
7.	Categoria: Resultados
8.	Categoria: Equipe

Quadro 2 – Títulos dos capítulos, subcapítulos e categorias

Com base no que foi mostrado aqui, apresentaremos no capítulo que segue as análises realizadas.

6. ANÁLISE DOS DADOS OBTIDOS NOS ESTUDOS DE IMPACTO AMBIENTAL E NOS RELATÓRIOS DE IMPACTO AO MEIO AMBIENTE (EIA/RIMA)

Para a realização das análises, desde a fase exploratória inicial, passando pela delimitação do objeto desta pesquisa, até as análises dos dados que aqui são apresentadas, o processo aconteceu de forma complexa e não linear, implicando na organização de todo o material coletado, no conhecimento do próprio investigador, que realizou distintas interpretações ao longo da investigação, com o objetivo de garantir uma boa compreensão dos dados coletados, responder aos questionamentos formulados na pesquisa, bem como, ampliar o conhecimento sobre o tema.

6.1. Análise dos títulos dos Programas Ambientais e dos Planos/Programas de Comunicação

Inicialmente, averiguamos os 37 EIA's/RIMA's, objetos destas análises, para conhecer e entender a construção metodológica dos Estudos e também verificar onde se insere o planejamento da comunicação no contexto do objeto, ou seja, onde estão contidos os capítulos e/ou subcapítulos relacionados à comunicação. Verificamos que os conteúdos que tratavam da comunicação estavam inseridos, com duas exceções, em capítulos relacionados aos Programas Ambientais, ou seja, programas de acompanhamento e monitoramento dos impactos ambientais, positivos e negativos, que estão associados ao empreendimento e que deverão ser minimizados ou mitigados pelos empreendedores.

Quer seja por critérios metodológicos utilizados para a elaboração do EIA/RIMA, quer seja por orientações estratégicas, o fato é que nesta etapa o que podemos observar é que a comunicação está orientada como um instrumento para minimizar os possíveis impactos ambientais previstos. Relacionamos no Quadro 3 os capítulos e/ou subcapítulos dos Programas Ambientais e dos Planos/Programas de Comunicação como forma de ilustrar as análises posteriores.

Capítulo	PROGRAMAS AMBIENTAIS	Subcapítulo	PLANO/PROGRAMAS DE COMUNICAÇÃO
6.2.	Gestão de Risco	6.2.3.	Programas de Comunicação e Conscientização do Público.
4.4.	Recomendações para o Planejamento Ambiental do Meio Antrópico	I	Fase de Projeto
7.	Programas Ambientais e de Monitoramento	7.2.3.	Programa de Educação Ambiental
8.	Definição de Programas e Recomendações	8.2.22.	Programa de Comunicação Social
7.	Medidas Mitigadoras e Otimizadoras	7.1.1.	Implementação de Política de Integração da CELPAV com a Comunidade
7.	Programas e Planos Ambientais	7.7.4.	Projeto Vizinhança
7.3.	Fatores de Sucesso		
6.	Impactos Ambientais e Proposição de Medidas Mitigadoras	6.3.3.2.	Planejamento de Interferências
8.	Programas Ambientais	8.2.(1)	Programa de Comunicação Social
10.	Plano de Ação Ambiental	10.7.	Programa de Comunicação Social
8.0.	Implementação das Medidas Mitigadoras e das Sugestões Apresentadas	8.4.	Plano de Comunicação Social e Programa de Educação Ambiental
6.2.2.	Medidas Referidas ao Meio Socioeconômico	6.2.2.1.	Programa de Interação com a Sociedade
14.	Programa de Acompanhamento e Monitoramento dos Impactos Ambientais	14.8.	Subprograma: Comunicação Social e Educação Ambiental
8.5.	Programas Ambientais e Medidas Mitigadoras e/ou Compensatórias	M.03.01.	Plano de Divulgação à População
3.0.	Plano de Ação Ambiental	3.3.1.	Programa de Comunicação Social
11.	Monitoramento Ambiental	1.	Plano de Comunicação CCBS
6.3.	Medidas Mitigadoras - Meio Antrópico	6.3.3.	Projeto de Divulgação da TPP
10.	Plano de Consulta e Discussão Pública e Programa de Comunicação	10.1. 10.2.	Plano de Participação Pública Programa de Comunicação
7.2.	Plano de Gestão Ambiental da Rodovia - Programas Ambientais	P1.	Programa de Comunicação Social
8.0.	Programas Ambientais e Medidas Mitigadoras e/ou Compensatórias Propostas	M.01.7.	Subprograma de Interação com a Comunidade
10.	Plano de Comunicação Social		
12.	Programas Ambientais	12.2.	Plano de Comunicação Social
12.	Programas Ambientais	12.5.	Programa de Comunicação Social
6.2.	Programas Ambientais Preventivos	6.2.2.	Programa de Comunicação Social
7.	Plano Básico Ambiental	7.9. P4	Interação e Comunicação Social
6.2.	Programas de Mitigação	6.2.3.	Comunicação Social
3.	Programas Ambientais	L.	Programa de Comunicação Social

7.	Plano de Controle e Monitoramento Ambiental	7.4.	Plano de Comunicação Social
8.	Programas de Controle Ambiental	8.2.	Plano de Comunicação Social
8.	Proposição de Medidas Mitigadoras	8.3.1.	Programa de Comunicação Social
7.	Programas Ambientais	7.1.	Programa de Comunicação Social
9.	Plano de Ação Ambiental e seus Programas	9.11.	Programa de Comunicação e Participação Social
7.	Programas de Mitigação de Impactos Ambientais	7.1.	Comunicação Social / Desapropriação
7.5.	Proposição de Medidas Preventivas, Mitigadoras ou Compensatórias e Programas Ambientais	P1.05	Programa de Comunicação Social Prévia
		P2.11.	Programa de Comunicação Social durante a Construção
11.	Plano de Gestão Ambiental	11.8.	Programa de Comunicação Social
10.	Programas Ambientais	10.9.	Programa de Comunicação e Participação Social
XII.	Programas Ambientais e Medidas Mitigadoras e Compensatórias	XII.1.1.	Programa de Comunicação
8.	Plano de Manejo Ambiental	8.7.	Programa de Interação e Comunicação Social

Quadro 3 − Relação dos Programas Ambientais e Planos/Programas de Comunicação

Como se percebe, ao analisar os títulos dos Programas Ambientais, fica evidente o direcionamento que a comunicação terá em relação ao planejamento estratégico dos processos de licenciamento ambiental. Ao analisar o primeiro item do Quadro 1, com o título “gestão de risco”, ficou evidente que será preciso identificar os possíveis e prováveis problemas que poderão impactar o ambiente e a população, e que por meio de um programa de ações planejadas será possível gerenciar esse risco e subsidiar a tomada de decisão, orientar e monitorar todo o processo. Indica que será necessário estabelecer uma comunicação com o público envolvido acerca dos perigos iminentes relacionados ao empreendimento.

A iminência do perigo orienta a comunicação para um processo dialógico, com troca de informações entre os indivíduos, grupos, instituições, governo, etc. A comunicação deve esclarecer todo o contexto no qual as pessoas estão envolvidas, e se constituir num fórum de debates, precisa ser clara, objetiva e eficaz, procurando atingir todos os públicos envolvidos. Segundo Rinaldi (2007, p. 15), a comunicação de risco é parte do processo de gerenciamento de risco e:

> Responsável por integrar e informar aos *Stakeholders*, sobre procedimentos de como devem agir perante ameaças, evitando que se manifestem e se tornem crises. Com isso, contribui para gerar e receber as informações necessárias para que as partes interessadas não somente compreendam as iniciativas e os processos de decisão tomados pelas organizações para gerenciar seus riscos, mas também, para promover e desenvolver a percepção a respeito dos perigos e riscos decorrentes da natureza da atividade desenvolvida.

Parte dos títulos relacionados anteriormente orienta para o processo de mitigação e compensação dos impactos ambientais e para a gestão ambiental do empreendimento. Poucos reforçam a ideia da necessidade de monitorar o processo e de recomendar aos empreendedores algumas medidas cabíveis para contribuir com o processo de licenciamento ambiental. E apenas dois títulos fazem menção direta à comunicação: “a) Plano de Consulta e Discussão Pública e Programa de Comunicação; b) Plano de Comunicação Social”, conforme demonstra o Gráfico 4.

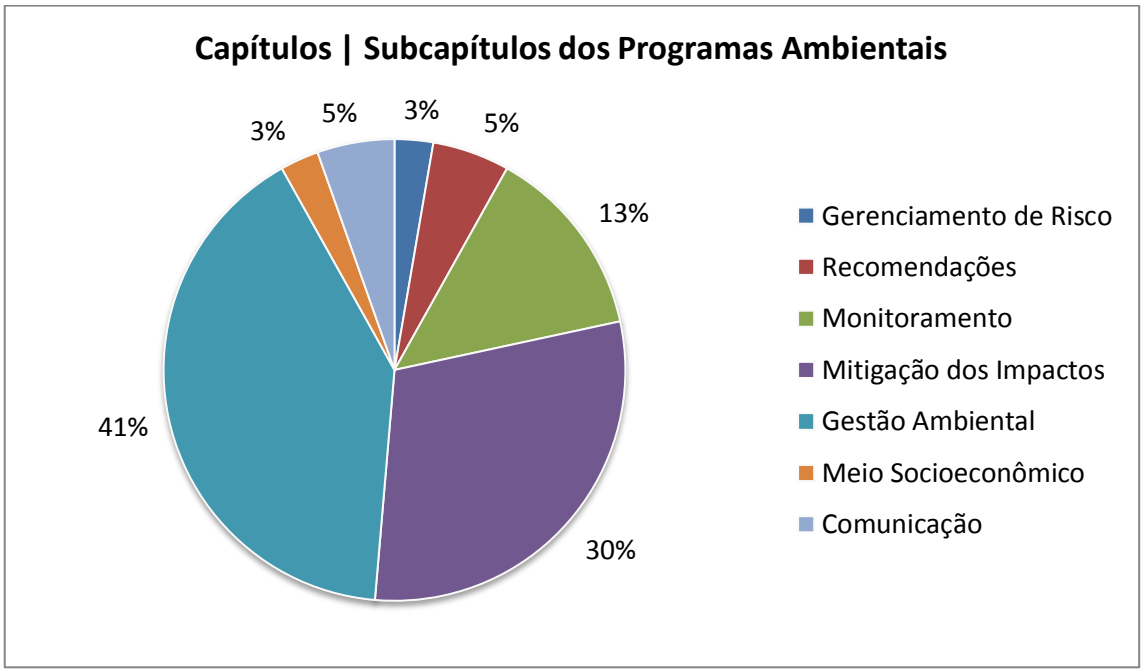

Gráfico 4 – Capítulos e subcapítulos dos Programas Ambientais

Aos títulos que fazem referência às medidas mitigadoras e compensatórias, Coelho (2008, p. 29), explica que numa escala gradativa de proteção ambiental, a medida inicial é a prevenção, ou seja, evitar que um dano ambiental ocorra. Caso o dano seja inevitável, a reparação se dá por meio das medidas mitigadoras como forma de atenuar o dano. A aplicação desta medida está prevista na Resolução

CONAMA 001/86, que obriga a definição das medidas mitigadoras dos impactos negativos. Se a medida mitigadora não for inviável ou o dano já tenha sido causado, o ultimo recurso é a compensação ambiental, uma indenização prévia ou posterior à realização do dano ambiental.

Santilli (2005) conceitua as medidas compensatórias como aquelas destinadas a compensar impactos ambientais irreversíveis e que não podem ser evitados. Ocorrem de maneira voluntária pelos empreendedores ou como exigência do órgão ambiental responsável. Sendo assim, podemos entender que o planejamento da comunicação, quando alinhado com o direcionamento dos títulos relacionados aos programas ambientais, de mitigação e compensação, deverá extrapolar o objetivo de levar informação às pessoas, e sim engajá-las no processo por meio de esclarecimentos sobre as diferentes etapas das obras, mostrar os benefícios futuros do empreendimento e que é possível resultar em impactos positivos para todos. A comunicação além de informar, como já mencionamos, deverá perceber a relação das pessoas com o seu espaço, com o lugar, descobrir como se comunicam, por quais canais, e assim planejar adequadamente os instrumentos que possam efetivamente comunicar com eficiência, criando um espaço permanente de comunicação entre os empreendedores, sociedade, governo e todas as partes interessadas.

6.2. Análise dos capítulos e/ou subcapítulos dos Planos/Programas de Comunicação

Diversos temas foram abordados nos Planos de Comunicação pesquisados, os quais são mostrados no Gráfico 5.

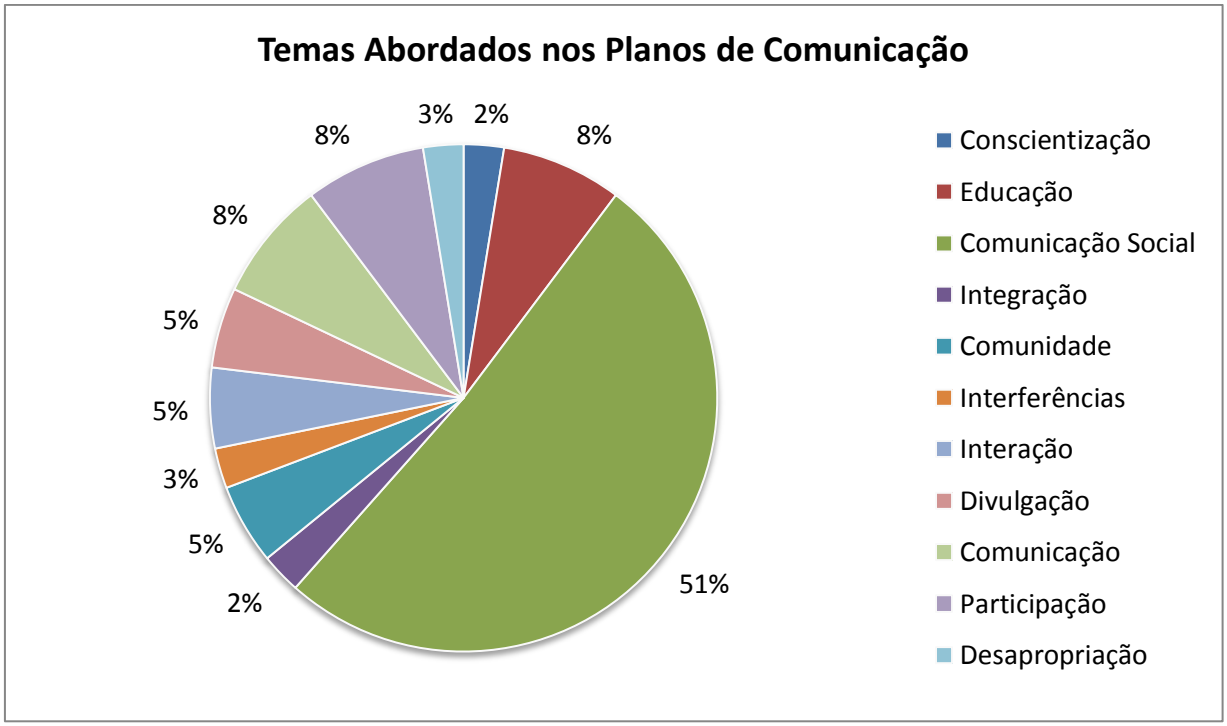

Gráfico 5 – Temas abordados nos Planos de Comunicação

No tema que faz menção à Comunicação Social, com maior percentual (51%), já era esperado esse percentual mais significativo, uma vez que a pesquisa ocorre nos Planos de Comunicação. Essa comunicação deve ser planejada para ser realizada e se dá através de meios tecnicamente organizados e especializados entre empresas e órgãos de informação.

Educação, Comunicação e Participação estão na sequência com 8%, considerando que aqui entende-se a Comunicação como todo o processo de transmissão e recepção de ideias objetivando a troca de informações entre as partes, sendo que essa troca deve propiciar o diálogo, a informação, o entendimento, ações de suma importância para que se estabeleça a estruturação e a solidificação de uma sociedade.

A Educação aqui é tida como o próprio resultado de educar uma população, num processo de construção e transmissão de conhecimentos que visa à formação moral, intelectual e física dos cidadãos que vivem em sociedade e que precisam ser educados para cuidar do ambiente em que estão inseridos. Uma educação que leve o indivíduo a ter um comportamento adequado em sociedade, num processo que o faça compreender a relevância do meio ambiente para esta sociedade e a igual relevância de conservá-lo promovendo uma utilização racional dos recursos por ele

oferecidos. A Participação é no sentido de buscar que a população faça parte do empreendimento com ações que a levem a participar (pesquisas, oitivas, audiências), de modo que ela se sinta parte de todo o processo.

Divulgação, Comunidade e Interação seguem logo após com 5%. Divulgação tem o sentido de tornar público o empreendimento, promovendo a propagação de informações que a população precisa saber para acompanhar o seu andamento. Comunidade aqui é entendida como um conjunto de pessoas que vivem numa determinada região, geralmente no entorno de um empreendimento, que tem seus hábitos, suas necessidades, que compartilham o mesmo tipo de vida e os mesmos objetivos. Interação aqui é tida como uma ação mútua entre as pessoas de uma comunidade, de um empreendimento e entre empreendimento, comunidade, órgãos públicos, entre outros.

Desapropriação e as Interferências aparecem com 3%. Desapropriação é a ação de desapropriar uma determinada área, ou seja, consiste num processo em que o proprietário de um imóvel ou de uma área, é obrigado a abrir mão dele em prol do domínio público, geralmente prefeituras, por meio de pagamento de uma indenização, ou seja, de ressarcimento por algo que lhe é de direito pela perda de algum patrimônio. Interferências neste contexto dos planos de comunicação são compreendidas como intervenções do poder público, dos próprios empreendedores e igualmente da população em situações que denotem a sua necessidade.

Integração e Conscientização seguem com 2%. Integração neste contexto é a ação de integrar comunidade e empreendimento para um bem coletivo. Conscientização é tida aqui como um processo de tomada de conhecimento tanto da comunidade como do empreendedor para garantir qualquer relação entre ambos e no ambiente em que está contido o empreendimento. O empreendedor deve conscientizar a população sobre os benefícios e riscos do empreendimento a ser instalado e essa população, por sua vez, deve conscientizar-se que enquanto cidadãos possuem direitos e deveres que devem ser respeitados. Para tanto, costuma-se dar voz à comunidade no entorno dos empreendimentos. Esta última nos chama a atenção porque deveria ser um eixo norteador para todos os temas e deveria apresentar um percentual maior.

6.2.1. Categoria: Justificativa | Cenários

Nesta categoria nove empreendimentos não apresentaram a justificativa para a realização do seu Plano de Comunicação. São elas: DERSA – Desenvolvimento Rodoviário S.A. (1988 e 2009), PETROBRAS – Petróleo Brasileiro S.A (1992 e 1993), FEPASA – Ferrovia Paulista S.A. (1992), DAEE – Departamento de Águas e Energia Elétrica (1997), Rodovia das Colinas (2002), CODESAVI – Companhia de Desenvolvimento de São Vicente (2003), Hyundai Motor Brasil (2009) e TONON Bioenergia S.A (2010). As demais apresentaram alguma justificativa/cenário ao plano, como segue no Quadro 4.

Empreendedor	Empreendimento	Justificativa | Cenário(s)
PETROBRAS - Petróleo Brasileiro S.A.	**Oleoduto REVAP / Utinga**	A população residente ao longo do oleoduto é o fiscal de segurança mais eficiente, pois é a primeira a detectar qualquer risco de vazamento. Recomenda-se elaborar e implantar nas comunidades envolvidas, um programa de divulgação de informações sobre os riscos reais de vazamentos por causas naturais ou acidentais.
SABESP - Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo.	**Plano Diretor de Esgotos da Região Metropolitana de SP**	A implantação das estações de tratamento de esgoto não resolve o problema da RMSP. Parte dos problemas ambientais é resultado de práticas sociais inadequadas, lixo nas vias e margens dos rios. Com o PEA (Programa de Educação Ambiental), se pode conscientizar a população a participar da restauração, conservação e proteção ao meio ambiente.
CESP - Companhia Energética de São Paulo	**Usinas Hidrelétricas de Canoas I e II - Paranapanema**	É grande o prejuízo causado à população, que vive na área da futura inundação, pela falta de informação. Equipes técnicas quando são interpeladas emitem informações divergentes, evasivas, gerando perplexidade na população, que acaba convivendo com orientações contraditórias.
Cia. VOTORANTIM de Celulose e Papel - CELPAV	**Empreendimento Industrial - Luiz Antônio**	Implementar uma política de integração com as comunidades existentes na sua área de influência, criar uma maior aproximação, bem como, dar conhecimento ao público das atividades da empresa, com ênfase particular àquelas destinadas à proteção ambiental.
PETROBRAS - Petróleo Brasileiro S.A.	**Gasoduto Brasil - Bolívia**	Ao assegurar à população a informação sobre o empreendimento, as medidas e os projetos ambientais a serem desenvolvidos, viabilizará a efetiva participação da população em todas as etapas do processo de implantação do gasoduto e minimizará as expectativas que possam ser criadas.
METRÔ - Companhia do Metropolitano de São Paulo	**Linha 4 - Amarela do Metrô de São Paulo**	A implantação do empreendimento detona uma série de modificações na rotina da população lindeira às obras, gerando inconvenientes diversos, o que torna imprescindível a atuação efetiva, no contato e informação, com a população afetada.

Prefeitura Municipal de Campinas	**PROCEN - Programa de Combate às Enchentes no Município de Campinas**	Faz-se necessária a implantação do Plano de Comunicação como forma de assegurar um canal de comunicação eficaz com a comunidade envolvida e com as mídias locais e regionais.
CESP - Companhia Energética de São Paulo	**UHE - Ourinhos**	As vantagens vão desde a correta negociação em torno das externalidades, até a integração sociopolítica e cultural da empresa com a população que virá se envolver com as obras.
SABESP - Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo	**Projeto Tietê - Aterro Sanitário dos Lodos**	As expectativas em torno do Aterro deverão modificar as relações da população com os poderes locais e empreendedor. Deverão ser informados e ouvidos, bem como, participarem das decisões sobre as questões que lhes digam respeito. E assegurado um fluxo contínuo de informação.
Playcenter S.A.	**Parque Temático *Great Adventure* (Hopi Hari)**	As áreas do empreendimento poderão ser modificadas, passando de áreas rurais para áreas urbanas, alterando seus usos e ocupações. É, portanto, indispensável um processo contínuo de informações precisas e oficiais sobre o empreendimento para a formação da opinião pública.
PETROBRAS - Petróleo Brasileiro S.A. / Marubeni do Brasil Ltda.	**Central de Cogeração da Baixada Santista - CCBS**	A grandiosidade do empreendimento deve gerar expectativas, dúvidas e reações diversas na comunidade regional. A transparência nas informações, a clareza na exposição do processo, o esclarecimento das principais dúvidas, são fundamentais para a integração da população local com o empreendimento.
OPP- Petroquímica S.A. / Ultragaz S.A. / CESP / PETROBRAS	**Companhia Termelétrica do Planalto Paulista - TPP**	A fim de enquadrar o empreendimento no contexto social local, torna-se necessário informar à comunidade os aspectos ambientais e sociais envolvidos, de forma a conscientizá-la e permitir a participação no processo.
CPFL - Companhia Paulista de Força e Luz / InterGen / Shell	**Usina de Geração de Energia - UGE Carioba II**	O licenciamento deve ocorrer da forma mais transparente possível e o quanto antes as partes interessadas forem envolvidas, haverá maior legitimidade no processo.
DER - Departamento de Estradas de Rodagem	**Duplicação da Rodovia Raposo Tavares - SP 270**	Mobilização das organizações políticas e sociais; insegurança da população; geração de empregos diretos e indiretos; remoção de redes de utilidade pública.
Cia. De Cimento Ribeirão Grande - VOTORANTIM	**Ampliação da Mina Limeira**	A interação com a sociedade civil, bem como a população afetada, deve ser sempre estimulada por meio de uma comunicação transparente entre as partes, permitindo o desenvolvimento do empreendimento alinhado às inspirações e expectativas da sociedade local.
EMBRAPORT - Empresa Brasileira de Terminais Portuários S.A.	**Terminal Portuário Embraport**	O desconhecimento e suas consequências para o ambiente natural e condições de vida e segurança da população faz com que seja necessário esclarecer o empreendimento e etapas de implantação e operação.
INFRAERO - Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária	**Ampliação do Aeroporto Internacional de São Paulo - Guarulhos**	O empreendimento deve apresentar também a viabilidade sociopolítica junto a múltiplos grupos sociais e institucionais cujos interesses nem sempre são convergentes.

Prefeitura Municipal de São Bernardo do Campo	**Programa de Transporte Urbano de São Bernardo do Campo**	Implantar o PTU (Programa de Transporte Urbano) com participação social de forma a garantir processos de informação, consultas, auscultação, atendimento de demandas e articulação de soluções com os diferentes segmentos da população de SBC.
EMTU - Empresa Metropolitana de Transportes Urbanos	**Corredor Metropolitano Noroeste de Campinas - Lote 1**	A implantação do Corredor gerará uma série de alterações, de diferentes naturezas e intensidades, ao longo do processo que podem afetar a comunidade e que exigirão a manutenção de canais de comunicação ágeis e adequados.
DAESP - Departamento Aeroviário do Estado de São Paulo	**Aeroporto Leite Lopes - Ribeirão Preto**	Além da viabilidade financeira, técnica e ambiental, é necessário viabilizá-lo política e socialmente. Este processo depende do estabelecimento de uma dinâmica de interação e negociação com a comunidade diretamente afetada, a população e suas lideranças, por meio de um canal de comunicação eficiente e permanente.
Alphaville Urbanismo S.A.	**Loteamento Alphaville São José dos Campos**	A desinformação ou a divulgação insuficiente sobre o empreendimento poderão ocasionar falsas expectativas e informações desencontradas junto à população local. Estes "vazios" de informação dificultam a percepção dos benefícios e programas ambientais do empreendimento.
EcoUrbis Ambiental S.A.	**Aterro Sanitário Central de Tratamento de Resíduos Leste**	Instrumento de apoio ao relacionamento entre o empreendedor e os diversos segmentos sociais afetados pela implantação e operação do empreendimento, e também um instrumento de divulgação e informação sobre os projetos e programas sociais.
Cimento Rio Branco S.A.	**Mina de Xisto Argiloso**	É necessário estabelecer um canal de comunicação aberto e contínuo, para que se possa inteirar das manifestações da população influenciada, identificando os principais aspectos, dar respostas e harmonizar a atuação com a comunidade.
Alphaville Urbanismo S.A.	**Projeto Vila Florestal - Reserva de Cotia**	Falhas de comunicação junto à comunidade e desconhecimento do projeto levaram a uma grande mobilização contrária a sua aprovação. O Plano visa divulgar o novo projeto junto à comunidade e minimizar a oposição ao empreendimento.
Usinas Batatais S.A.	**Ampliação Industrial da Produção e das Áreas de Plantio**	O processo de interação e comunicação visa elevar o grau de conhecimento e compreensão da sociedade do entorno, sobre eventuais transtornos e os benefícios com a expansão da usina.
CPTM - Companhia Paulista de Trens Metropolitanos	**Expresso Aeroporto e Trem de Guarulhos**	As expectativas e dúvidas em torno do empreendimento, os impactos ambientais, bem como a mobilização das organizações políticas e sociais de determinada comunidade, tornam necessária a implementação do Programa para aproximar a população do empreendedor, a divulgação de informações, a inserção de críticas, sugestões e as reivindicações locais.
COMGÁS - Companhia de Gás de São Paulo	**Reforço da Rede Tubular de Alta Pressão - RETAP**	A implantação do Duto poderá despertar expectativas das comunidades que vivem em sua área de influência. O Programa visa manter a população informada sobre as características do projeto, possíveis impactos, a fim de minimizar expectativas e evitar incompreensões.

SABESP - Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo	**Estudo de Concepção e Projeto Básico do Sistema Produtor São Lourenço - SPSL**	Elevar o grau de conhecimento e compreensão da sociedade no âmbito metropolitano e local sobre o sistema, características da obra, benefícios esperados e interferências na implantação.

Quadro 4 – Categoria: Justificativa │Cenários

Com base nas justificativas apresentadas fica evidente que todos os empreendimentos deveriam se preocupar em justificar a sua proposta de comunicação para o órgão licenciador, a CETESB, e para todos os públicos interessados. Neste campo se espera que os empreendedores apresentem seus motivos, razões, e "porquês" da implantação do Plano de Comunicação no formato apresentado. O que justifica a implantação do Plano apresentado? Motivos que expliquem a necessidade de sua implantação, os efeitos esperados à população em todas as suas etapas, pois, uma população desinformada estabelece expectativas desencontradas e até mesmo falsas dificultando a percepção dos benefícios que um empreendimento pode trazer ou não a essa população.

Na maioria dos casos, a categoria "justificativa" não aparece com um item do planejamento e as informações que justificam a implantação do Plano vêm inseridas ao longo do texto introdutório. Outra análise que fazemos é em relação à forma pontual das justificativas apresentadas pelos empreendedores em seus Planos de Comunicação. Como no caso da PETROBRAS, por exemplo, onde recomenda "a elaboração e implantação, nas comunidades envolvidas, de um programa de divulgação de informações sobre os riscos reais de vazamentos por causas naturais ou acidentais". Como podemos perceber, a justificativa da implantação do seu Plano está apenas focada na divulgação de informações às "comunidades envolvidas" sobre o risco que elas correm. Da mesma forma a SABESP, para seu projeto de esgoto para a RMSP, justifica seu Plano como "capaz de conscientizar a população a participar da restauração, conservação e proteção ao meio ambiente".

Observamos, também, que nos primeiros anos, a maioria das justificativas analisadas é direcionada às pessoas, moradores, populações, que estão próximas ou são vizinhas ao empreendimento, e que serão afetadas diretamente, mesmo que o Plano tenha como alvo outros públicos. As justificativas aparecem, nos exemplos a seguir, como forma de comunicar à "população residente ao longo do oleoduto", "população que vive na área da futura inundação", as "comunidades existentes na

sua área de influência", à "população lindeira às obras", à "população afetada" e "comunidade diretamente afetada".

Os motivos e razões que justificam a comunicação são apontados na maioria dos Planos como a "falta de informação". Entretanto, alguns empreendedores apontam outros motivos: a SABESP, para o Projeto Tiete, justifica seu planejamento de comunicação citando que "expectativas em torno do Aterro deverão modificar as relações da população com os poderes locais e empreendedor". Para o Playcenter S.A., "as áreas do empreendimento poderão ser modificadas, passando de áreas rurais para áreas urbanas, alterando seus usos e ocupações".

A PETROBRAS, em seu empreendimento CCBS, em Cubatão, entende que "a grandiosidade do empreendimento deve gerar expectativas, dúvidas e reações diversas na comunidade regional", o DER justifica seu planejamento de comunicação em função da "mobilização das organizações políticas e sociais e a insegurança da população". Para a EMBRAPORT, "o desconhecimento e suas consequências para o ambiente natural, condições de vida e segurança da população" justificam a necessidade da comunicação. A EMTU, na implantação do Corredor Noroeste, em Campinas, "gerará uma série de alterações, de diferentes naturezas e intensidades, ao longo do processo que podem afetar a comunidade".

A Alphaville S.A., no loteamento em São José dos Campos, tem sua preocupação com a "desinformação ou a divulgação insuficiente sobre o empreendimento, que poderá ocasionar falsas expectativas e informações desencontradas junto à população local e poderá dificultar a percepção dos benefícios e programas ambientais do empreendimento". Em seu outro empreendimento, Vila Florestal, em Cotia, aponta que as "falhas de comunicação junto à comunidade, e o desconhecimento do projeto, levaram a uma grande mobilização contrária a sua aprovação". Para a CPTM, "as expectativas e dúvidas em torno do Expresso Aeroporto, os impactos ambientais, bem como a mobilização das organizações políticas e sociais de determinada comunidade", já justificam seu Plano de Comunicação. A COMGÁS cita que a "implantação do Duto poderá despertar expectativas das comunidades que vivem em sua área de influência".

Outra questão presente nas justificativas está relacionada à finalidade dos Planos. A PETROBRAS justificou seu Plano como importante para a "divulgação de informações sobre os riscos reais de vazamentos"; a SABESP para "conscientizar a população a participar da restauração, conservação e proteção ao meio ambiente"; a

VOTORANTIM cita que é para melhor “integração”; a Prefeitura de Campinas e a EMTU para “assegurar um canal de comunicação eficaz”; a SABESP para “assegurar um fluxo contínuo de informação”; o Playcenter cita que a razão que justifica o Plano é “a formação da opinião pública”; para a OPP “é permitir a participação no processo”; para a CPFL “deve haver maior legitimidade no processo”; para a EMBRAPORT suas razões são para “esclarecer o empreendimento e etapas de implantação”; para a INFRAERO, a justificativa é que o Plano deve “apresentar a viabilidade sociopolítica do projeto aos múltiplos grupos”; para a Prefeitura de São Bernardo do Campo, a justificativa está na “articulação de soluções com os diferentes segmentos da população”; para o DAESP, no “estabelecimento de uma dinâmica de interação e negociação com a comunidade diretamente afetada”; já a Usina Batatais, precisa “elevar o grau de conhecimento e compreensão da sociedade” e, finalmente, a COMGÁS cita que a justificativa do Plano de Comunicação está em “minimizar expectativas e evitar incompreensões”.

Alguns empreendedores apresentaram em suas “justificativas” alguns argumentos que explicam o contexto do empreendimento e dão indícios por onde a comunicação deverá seguir. No caso da CESP, em seu planejamento para a implantação das Usinas Hidrelétricas de Canoas e Paranapanema, cita que “é grande o prejuízo causado à população, que vive na área da futura inundação, pela falta de informação. Equipes técnicas quando são interpeladas emitem informações divergentes, evasivas, gerando perplexidade na população, que acaba convivendo com orientações contraditórias”.

O METRÔ, para a implantação da Linha 4 - Amarela, mostra que “a implantação do empreendimento detona uma série de modificações na rotina da população lindeira às obras, gerando inconvenientes diversos, o que torna imprescindível a atuação efetiva, no contato e informação, com a população afetada”. Já o DER, para o projeto de Duplicação da Rodovia Raposo Tavares, a justificativa é confusa e equivocada, em função da “mobilização das organizações políticas e sociais, insegurança da população, geração de empregos diretos e indiretos, remoção de redes de utilidade pública”.

6.2.2. Categoria: Objetivos | Objetivos Específicos | Metas

Esta análise procurou descrever quais os objetivos, principais e específicos, bem como as metas que foram previstas no planejamento da comunicação para os empreendimentos pesquisados, apresentar as diferenças e avaliar se os objetivos propostos cumpriram a função da comunicação como foi previstas no capítulo anterior que trata dos objetivos da comunicação.

Nesta categoria doze empresas não disponibilizaram no documento os seus objetivos. São elas: PETROBRAS (1987), Cia. VOTORANTIM (1991), FEPASA (1992), Prefeitura Municipal de Campinas (1994), SABESP (1996) e Rodovia das Colinas (2002). Curiosamente, a partir de 2005, todos os empreendimentos pesquisados propuseram em seu escopo os objetivos dos Planos de Comunicação.

O Quadro 5 apresenta os objetivos propostos pelas empresas nos planos.

Empreendedor	Empreendimento	Objetivo (s)
DERSA - Desenvolvimento Rodoviário S.A.	**Rodovia do Sol**	Utilizar mecanismos adequados de comunicação social para difusão, esclarecimento e abertura de negociações entre Estado, entidades ambientalistas e comunidade.
SABESP – Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo	**Plano Diretor de Esgotos da Região Metropolitana de SP**	Transmitir à população da RMSP, informações a respeito do meio ambiente e viabilizar, por meio de setores organizados da comunidade, sua participação nas discussões, encaminhamento de propostas e decisões referentes ao tratamento de esgoto e seus benefícios.
CESP - Companhia Energética de São Paulo	**Usinas Hidrelétricas de Canoas I e II - Paranapanema**	Oficializar e sistematizar as informações necessárias para orientar a população, instituições e o poder público local, visando evitar a desestruturação da região; Hierarquizar e homogeneizar as informações sobre as atividades da CESP por meio do treinamento do pessoal que se relaciona com a população da região; Consulta direta à população para melhorar a negociação com a CESP, e a conciliação dos respectivos interesses; Fortalecer os canais de representação comunitária (associações, sindicatos, cooperativas) por meio da representação feita pelas prefeituras municipais.
PETROBRAS - Petróleo Brasileiro S.A.	**Ampliação da Refinaria de Paulínia - REPLAN**	Estabelecer vínculos sociais com as comunidades da Microrregião de Campinas e tornar transparente a presença da PETROBRAS através da divulgação sistemática de informações ambientais junto à comunidade organizada.

PETROBRAS - Petróleo Brasileiro S.A.	**Gasoduto Brasil - Bolívia**	Oficializar e sistematizar as informações para orientar a população, instituições e poder público local, as características, etapas e cronograma, assim como impactos e medidas a serem adotadas; Divulgar normas de segurança dos dutos e de proteção da população; Divulgar planos emergenciais junto à população; Promover aos funcionários e trabalhadores campanhas de comunicação para integra-los à vida local e evitar conflitos com a população; Hierarquizar e homogeneizar as informações para capacitar o pessoal interno que se relaciona com a população; Informar e esclarecer a população local sobre as ações ambientais desenvolvidas; Fortalecer as representações comunitárias e prefeituras locais como intermediárias da população local.
METRÔ - Companhia do Metropolitano de São Paulo	**Linha 4 - Amarela do Metrô de São Paulo**	Estabelecer canais de comunicação com a população lindeira e futura usuária do sistema para: Prover informações à população diretamente afetada, para que tenham conhecimento preciso dos problemas em decorrência das obras e operação, estabelecendo canais para reclamações e reivindicações; Receber da população afetada informações que podem levar a reformulações do projeto; Inserir o empreendimento na dinâmica e identidade cultural da área de influência.
CESP - Companhia Energética de São Paulo	**UHE - Ourinhos**	Estimular as iniciativas dos poderes locais e seus foros de organização regional, programas governamentais já estabelecidos ou que venham beneficiar a comunidade na área.
DAEE - Departamento de Águas e Energia Elétrica	**Sistema Produtor Alto Tietê**	Divulgar os objetivos do empreendimento, sua importância no contexto local e regional, consequências à qualidade de vida e os transtornos, temporários e permanentes do empreendimento.
Playcenter S.A.	**Parque Temático *Great Adventure* (Hopi Hari)**	Informar o empreendimento às sociedades locais e regionais e os efeitos ambientais e econômicos para a região; absorver a mão de obra local e regional na instalação e operação; abrir um canal de comunicação e negociação entre empreendedor, governo, ONG's, nos processos decisórios.
PETROBRAS - Petróleo Brasileiro S.A. / Marubeni do Brasil Ltda.	**Central de Cogeração da Baixada Santista - CCBS**	Divulgar e discutir o empreendimento com a comunidade moradora nas áreas de influência, as metas, etapas de instalação, principais impactos e benefícios; Criar uma política de integração com as lideranças formais e informais dessas áreas, garantindo transparência e parcerias; Discutir o empreendimento com entidades de classe, órgão públicos, mídia, ONG 's, formadores de opinião.
OPP - Petroquímica S.A. / Ultragaz S.A. / CESP / PETROBRAS	**Companhia Termelétrica do Planalto Paulista - TPP**	Tornar a TPP conhecida pelos moradores de Paulínia e cidades circunvizinhas, visando a política da boa vizinhança, que permita uma convivência harmoniosa, de respeito, confiança e parceria.
CPFL - Companhia Paulista de Força e Luz / InterGen / Shell	**Usina de Geração de Energia - UGE Carioba II**	Promover a participação pública em todas as fases do empreendimento. Disseminação de informações relevantes sobre o projeto e recebimento de questionamentos da comunidade.
DER - Departamento de Estradas de Rodagem	**Duplicação da Rodovia Raposo Tavares - SP 270**	Abertura de um canal de comunicação entre o empreendedor e a população; esclarecer a população quanto às obras e diferentes fases.

CODESAVI - Companhia de Desenvolvimento de São Vicente	**Aterro Sanitário do Município de São Vicente**	Apresentar e divulgar todo o processo de viabilização do Aterro; popularizar as discussões e formar uma opinião pública simpática ao Aterro.
Cia. De Cimento Ribeirão Grande - VOTORANTIM	**Ampliação da Mina Limeira**	Minimizar as expectativas e inseguranças da população local. Promover o entendimento e participação das comunidades nas atividades de compensação.
EMBRAPORT - Empresa Brasileira de Terminais Portuários S.A.	**Terminal Portuário Embraport**	Fornecer à população as informações e esclarecer as características do empreendimento, seus impactos, bem como as soluções técnicas para mitiga-los.
INFRAERO - Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária	**Ampliação do Aeroporto Internacional de São Paulo - Guarulhos**	Estabelecer o relacionamento entre empreendedor e os grupos sociais, informar a população afetada, os segmentos institucionais, associações de classe, movimentos sociais.
Prefeitura Municipal de São Bernardo do Campo	**Programa de Transporte Urbano de São Bernardo do Campo**	Garantir um processo de participação e consulta à comunidade em todas as fases de implantação; Informar a população, administrar os conflitos e articular soluções; Criar os instrumentos de comunicação social necessários à divulgação e apoio às intervenções previstas.
EMTU - Empresa Metropolitana de Transportes Urbanos	**Corredor Metropolitano Noroeste de Campinas - Lote 1**	Manter a comunidade informada sobre o empreendimento, etapas de implantação, programas ambientais, reduzir a insegurança e expectativas infundadas da população e instituições; Atender rápida e adequadamente as demandas da comunidade durante as fases do empreendimento; Apoiar os programas ambientais e obras junto a comunidade; Conscientizar os funcionários das construtoras e Consolidar uma imagem positiva do empreendimento e empreendedor junto à comunidade.
DAESP - Departamento Aeroviário do Estado de São Paulo	**Aeroporto Leite Lopes - Ribeirão Preto**	Oferecer atenção especial às famílias que serão desapropriadas; Fornecer de forma clara e objetiva as informações sobre o empreendimento; divulgar as informações respeitando o publico alvo; Estabelecer parcerias com entidades organizadas para atingir diferentes setores da sociedade.
Alphaville Urbanismo S.A.	**Loteamento Alphaville São Jose dos Campos**	Estabelecer um relacionamento bidirecional entre os diversos públicos de interesse; Contribuir para a mensagem correta aos públicos; Contribuir com a integração da comunidade ao empreendimento e empreendedor; Divulgar o posicionamento sobre Responsabilidade Social do empreendedor; Divulgar as etapas de implantação e Informar o empreendimento a todos os interessados.
EcoUrbis Ambiental S.A.	**Aterro Sanitário Central de Tratamento de Resíduos Leste**	Permitir um relacionamento transparente entre o empreendedor e todos os interlocutores, por meio de canais de comunicação eficazes que permitam a divulgação de informações claras e objetivas sobre todas as atividades de implantação e operação.
Cimento Rio Branco S.A.	**Mina de Xisto Argiloso**	Desenvolver uma comunicação específica para a população do entorno e criar canais de comunicação para que ela possa se expressar.

Alphaville Urbanismo S.A.	**Projeto Vila Florestal - Reserva de Cotia**	Permitir a divulgação formal e correta das informações relacionadas à dinâmica da implantação e operação do empreendimento à população, contribuindo para o conhecimento das atividades que serão realizadas; Facilitar a sinergia entre o empreendedor e as partes interessadas, servindo como instrumento de interação com a população, órgãos públicos locais e sociedade civil organizada; Permitir a participação da sociedade civil e da comunidade durante todo o processo de implantação.
Usinas Batatais S.A.	**Ampliação Industrial da Produção e das Áreas de Plantio**	Garantir um processo de participação e consulta à comunidade em todas as fases de implantação; Informar a população, administrar os conflitos e articular soluções, na fase de implantação, por meio de instrumentos de divulgação em apoio às intervenções; Preparar a população para o convívio seguro com as alterações e emissões previstas.
CPTM - Companhia Paulista de Trens Metropolitanos	**Expresso Aeroporto e Trem de Guarulhos**	Tornar o empreendimento conhecido ao público, proporcionando de forma clara, acessível e transparente as informações sobre os possíveis impactos; Contribuir para efetiva discussão e participação comunitária, em torno das medidas mitigadoras; Servir como instrumento de interação entre o empreendedor, população, órgãos públicos, sociedade covil organizada, permitindo o fluxo constante de informação sobre o empreendimento; Contribuir para a participação da comunidade em todo o processo.
DERSA - Desenvolvimento Rodoviário S.A.	**Rodoanel Mario Covas - Trecho Leste**	Fornecer à população as informações sobre o empreendimento, de forma ampla e dirigida a públicos específicos. As informações estarão focadas na característica da obra, cronograma, desapropriações, previsão de mão de obra. Divulgar aspectos técnicos sobre o empreendimento, informar os impactos e esclarecer duvidas das comunidades diretamente afetadas pela obra.
Hyundai Motor Brasil	**Implantação de Nova Unidade Automobilística**	Prestar esclarecimentos à população do entorno das obras quanto ao projeto e sua abrangência, fornecendo informações sobre o andamento de todas as etapas, seus impactos, as medidas mitigadoras a serem adotadas, abrindo um canal de comunicação com a população.
TONON Bioenergia S.A.	**Ampliação da TONON Bioenergia S.A. - Santa Cândida**	Garantir a existência de um canal de comunicação, participação e consulta interna/externa com as partes interessadas de modo que permita uma gestão de meio ambiente transparente.
COMGÁS - Companhia de Gás de São Paulo	**Reforço da Rede Tubular de Alta Pressão - RETAP**	Promover o diálogo permanente com os públicos envolvidos direta e indiretamente pela implantação do Duto, estabelecendo canal de comunicação que acolha e interprete as demandas das partes interessadas e crie relações de confiança nas diferentes etapas de planejamento, implantação e operação do projeto.
SABESP – Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo	**Estudo de Concepção e Projeto Básico do Sistema Produtor São Lourenço - SPSL**	Garantir um processo de participação e consulta à comunidade em todas as fases de implantação e informar a população, administrar os conflitos e articular soluções para os problemas que ocorram durante a etapa de construção.

Quadro 5 – Categoria: Objetivos │Objetivos Específicos │Metas

Apontamos 7 (sete) objetivos principais que nortearam o planejamento da comunicação dos Planos pesquisados:

i. Informar / Esclarecer.
ii. Tratamento da Informação.
iii. Divulgar / Tornar conhecido.
iv. Participação / Engajamento / Relacionamento.
v. Articulação Institucional.
vi. *Feedback.*
vii. Canais de Comunicação.

Informar

O objetivo de "informar", norteou a maioria dos Planos de Comunicação pesquisados. Nesta primeira análise, é importante esclarecer que a comunicação é mais complexa que a informação, como já referenciado anteriormente e, podemos reforçar esta posição com base no que defende Dominique Wolton, em seu livro "Informar não é Comunicar", ao explicar que uma das condições para que haja comunicação implica em relacionar-se com o outro. Entretanto, a função de informar atende a diferentes propostas e objetivos que descrevemos a seguir.

O Plano Diretor de Esgotos para a RMSP, da SABESP, no objetivo estabelecido no planejamento da comunicação era "transmissão de informações sobre meio ambiente à população da RMSP", enquanto no METRÔ o objetivo para a implantação da Linha 4 - Amarela era "Prover informações à população diretamente afetada, para que tenham conhecimento preciso dos problemas em decorrência das obras e operação".

Apresentamos outros objetivos, e seus respectivos empreendedores, que evidenciam o direcionamento planejado para informar seus empreendimentos: o Playcenter S.A., previu "informar o empreendimento, os efeitos ambientais para a região"; a Prefeitura de São Bernardo do Campo, "informar a população, administrar os conflitos e articular soluções"; "manter a comunidade informada sobre o empreendimento, etapas de implantação, programas ambientais" eram determinações da EMTU; "fornecer informações de forma clara e objetiva sobre o empreendimento" foi posto pelo DAESP; a Usina Batatais buscou "informar a

população, administrar os conflitos e articular soluções, na fase de implantação"; a DERSA, para a implantação do Rodoanel, estabeleceu como objetivo "fornecer à população as informações sobre o empreendimento, de forma ampla e dirigida a públicos específicos".

Seguindo o mesmo raciocínio de análise, para informar o empreendimento e suas características, alguns objetivos foram planejados de forma a esclarecer o empreendimento, tornar claro, elucidar, sem deixar dúvidas. Sendo assim, o DER, para o projeto de Duplicação da Rodovia Raposo Tavares, em 2001, procurou em seu objetivo "esclarecer à população as obras nas suas diferentes fases"; a Hyundai determinou ser preciso "prestar esclarecimentos à população do entorno das obras, quanto ao projeto e sua abrangência, fornecendo informações sobre o andamento de todas as etapas, seus impactos, as medidas mitigadoras a serem adotadas".

Tratamento da Informação

Outra percepção importante, demonstrada pelos empreendedores, foi o cuidado e a preocupação com o tratamento anterior da informação, algo que antecede a ação de informar. Outra preocupação relevante, apontada no conteúdo dos objetivos propostos, está relacionada ao processo de "orientar" e/ou "capacitar" os públicos com os quais se relacionam. A CESP, em 1990, definiu como objetivo, "oficializar e sistematizar as informações para orientar a população", além de "hierarquizar e homogeneizar as informações sobre as atividades da CESP". A PETROBRAS, em seu projeto para o gasoduto Brasil-Bolívia (GasBol), cita o objetivo de "oficializar e sistematizar as informações para orientar a população, instituições e poder público local", bem como, "hierarquizar e homogeneizar as informações para capacitar o pessoal interno que se relaciona com a população". Preocupação evidente também no projeto da Alphaville S.A., no qual a comunicação precisa "contribuir para a mensagem correta aos públicos".

Divulgar / Tornar conhecido

A "divulgação" dos empreendimentos também é outra questão importante levantada na análise. A PETROBRAS, por exemplo, determina em seus empreendimentos: "tornar transparente a presença da empresa, através da

divulgação sistemática de informações ambientais” (REPLAN), “divulgar normas de segurança dos dutos, planos emergenciais, e de proteção da população” (GasBol), “divulgar e discutir o empreendimento com a comunidade moradora nas áreas de influência, entidades de classe, órgão públicos, mídia, ONG's, formadores de opinião” (PETROBRAS/Marubeni).

Por sua vez, o DAEE previu “divulgar os objetivos do empreendimento, sua importância no contexto local e regional, consequências à qualidade de vida, e os transtornos, temporários e permanentes, do empreendimento”, para o Sistema Produtor do Alto Tietê. A “disseminação de informações relevantes sobre o projeto” foi citado no planejamento da CPFL, assim como a, “divulgação e apoio às intervenções previstas” foi previsto pela Prefeitura de São Bernardo do Campo.

Outros empreendimentos também demostraram em seus objetivos a função de divulgar informações: “divulgar as etapas de implantação e Informar o empreendimento a todos os interessados”, “divulgar, formal e corretamente, informações relacionadas à implantação e operação do empreendimento”, estabelecido pela Alphaville S.A. para seus dois empreendimentos; “divulgar informações claras e objetivas sobre todas as atividades de implantação e operação”, para o projeto da EcoUrbis; a DERSA estabeleceu uma “divulgação dos aspectos técnicos sobre o empreendimento, informando os impactos e esclarecendo as duvidas das comunidades diretamente afetadas pela obra”, no projeto do Rodoanel.

Em outros empreendimentos, a divulgação toma a forma do “tornar conhecido”, como podemos ver no projeto da OPP/Ultragaz, em que o objetivo era “tornar a TPP conhecida pelos moradores de Paulínia e cidades circunvizinhas, visando à política da boa vizinhança, que permita uma convivência harmoniosa, de respeito, confiança e parceria”; e no projeto da CPTM, citando que é preciso “tornar o empreendimento conhecido ao público, proporcionando de forma clara, acessível e transparente as informações sobre os possíveis impactos”.

Participação / Engajamento / Relacionamento

A participação, engajamento, estabelecer bons relacionamentos, também é outra questão prevista nos Planos de Comunicação. O METRÔ estabelece a “inserção do empreendimento na dinâmica e identidade cultural da área de

influência"; a CPFL em "promover a participação pública em todas as fases do empreendimento"; a Prefeitura de São Bernardo do Campo vai "garantir um processo de participação e consulta à comunidade em todas as fases de implantação" do seu Programa de Transporte Urbano; a Alphaville S.A., cita para seus projetos que vai "contribuir com a integração da comunidade ao empreendimento e empreendedor", por meio de um "relacionamento bidirecional entre os diversos públicos de interesse", bem como "facilitar a sinergia entre o empreendedor e todas as partes interessadas".

Para a EcoUrbis, a comunicação deve "permitir um relacionamento transparente entre o empreendedor e todos os interlocutores durante todo o processo de implantação" da Central de Resíduos; a Usina Batatais cita que é preciso "garantir um processo de participação e consulta à comunidade em todas as fases de implantação"; a CPTM tratou de "contribuir para efetiva discussão e participação da comunidade em todo o processo, em torno das medidas mitigadoras, e promover uma interação com a população, órgãos públicos, sociedade civil organizada"; a TONON cita que os objetivos da comunicação devem "garantir a participação e consulta às partes interessadas, de modo que permita uma gestão de meio ambiente transparente"; e finalizando, a SABESP, para implantação do Sistema Produtor São Lourenço, descreve que o objetivo é "garantir um processo de participação e consulta à comunidade em todas as fases de implantação". Destacamos aqui que, em todos os objetivos propostos para engajar, tornar o empreendimento participativo, por meio de relacionamentos transparentes, a previsão foi para a fase de implantação, sem mencionar as outras fases do licenciamento: planejamento e operação.

Articulação Institucional

Articular ou mediar as relações com instituições locais e regionais também foi outro ponto importante desta análise. A DERSA, no planejamento da comunicação para empreender seu projeto da Rodovia do Sol, em 1988, definiu que os objetivos do seu Programa seriam além da difusão e do esclarecimento, a "abertura de negociações entre Estado, entidades ambientalistas e comunidade, por meio da utilização de mecanismos adequados". A SABESP estabeleceu como objetivo "viabilizar por meio de setores organizados da comunidade, sua participação nas

discussões, encaminhamento de propostas e decisões referentes ao tratamento de esgoto e seus benefícios".

A CESP citou o objetivo de "fortalecer os canais de representação comunitária (associações, sindicatos, cooperativas) por meio da representação feita pelas prefeituras municipais". "Fortalecer as representações comunitárias e prefeituras locais como intermediárias da população local", também foi um dos objetivos propostos pela PETROBRAS, para o GasBol, como "estabelecer vínculos sociais com as comunidades da Microrregião de Campinas e junto à comunidade organizada", para implantação da REPLAN, e também "criar um política de integração com as lideranças formais e informais, para o empreendimento da CCBS", em Cubatão. O DAESP previu "estabelecer parcerias com entidades organizadas para atingir diferentes setores da sociedade". Entretanto, nestes objetivos planejados podemos perceber que a comunicação foi pensada por uma estratégia que possibilite "abrir" negociações ou entendimentos e mediar relações.

Feedback

A função de feedback foi uma questão abordada pelos empreendedores, que definem em seus objetivos a função de ouvir o que seu público tem a dizer, além dos processos de informação e divulgação. Para a CESP, um dos objetivos era promover a "consulta direta à população para melhorar a negociação e a conciliação dos respectivos interesses". O METRÔ definiu o objetivo da comunicação como capaz de "receber da população afetada informações que podem levar a reformulações do projeto"; a CPFL para o "recebimento de questionamentos da comunidade"; a EMTU para "atender rápida e adequadamente as demandas da comunidade durante as fases do empreendimento e criar canais de comunicação para que ela possa se expressar"; para a COMGÁS, o objetivo era "promover o diálogo permanente com os públicos envolvidos, direta e indiretamente, estabelecendo canal de comunicação que acolha e interprete as demandas das partes interessadas e crie relações de confiança nas diferentes etapas de planejamento, implantação e operação do projeto".

Canais de Comunicação

Diferentes empreendedores propuseram objetivos para a implantação de canais de comunicação com seus diferentes públicos. Para ilustrar, podemos citar o METRÔ, que prevê “estabelecer canais de comunicação com a população lindeira e futura usuária do sistema, inclusive para reclamações e reivindicações”; o projeto do Playcenter S.A., com o objetivo de “abrir um canal de comunicação e negociação entre empreendedor, governo, ONG's, nos processos decisórios” e o objetivo para “abertura de um canal de comunicação entre o empreendedor e a população” proposto pelo DER.

Outros objetivos se mostraram descolados dos demais em diferentes propostas: PETROBRAS (GasBol), “promover campanhas para os funcionários e trabalhadores para integra-los à vida local e evitar conflitos com a população”; Playcenter S.A., “absorver a mão de obra local e regional na instalação e operação”; EMTU, “reduzir a insegurança e expectativas infundadas da população e instituições”, “apoiar os programas ambientais e obras junto a comunidade”, “conscientizar os funcionários das construtoras”, “consolidar uma imagem positiva do empreendimento e empreendedor junto à comunidade”; DAESP, “oferecer atenção especial às famílias que serão desapropriadas”; Alphaville S.A., “divulgar o posicionamento sobre Responsabilidade Social”; por fim, Usina Batatais, “preparar a população para o convívio seguro com as alterações e emissões previstas”. Entendemos sob todos os aspectos, que os objetivos da comunicação foram ao encontro dos objetivos gerais do empreendimento.

6.2.3. Categoria: Públicos

Nesta categoria, dos 37 Planos analisados, 13 empresas não esclareceram quais os seus públicos. Dentre elas: SABESP (1989), CESP (1990), Cia. VOTORANTIM (1991), FEPASA (1992), PETROBRAS (1993), INFRAERO (2004), EMTU (2005), Alphaville Urbanismo (2006), Cimento Rio Branco S.A. (2007), Alphaville Urbanismo (2007), DERSA (2009), Hyundai (2009) e TONON (2010). Ao não informar o publico, ou públicos, para quem a comunicação irá se dirigir, o

planejamento se mostra disperso e incompleto, pois, empreendimentos de grande impacto social e ambiental possuem diferentes públicos de interesse, que são impactados direta e indiretamente e que influenciam nas decisões acerca do licenciamento ambiental do empreendimento. Apresentamos no Quadro 6 a definição do público, ou públicos, que foram definidos no planejamento da comunicação dos 24 Planos, e priorizados para as ações propostas, que apresentamos na análise das ações.

Empreendedor	Empreendimento	Públicos
PETROBRAS - Petróleo Brasileiro S.A.	**Oleoduto REVAP / Utinga**	População; População local; Comunidade; Comunidades envolvidas.
DERSA - Desenvolvimento Rodoviário S.A.	**Rodovia do Sol**	Estado, entidades ambientalistas e comunidade.
PETROBRAS - Petróleo Brasileiro S.A.	**Ampliação da Refinaria de Paulínia - REPLAN**	Comunidade | Comunidade da Microrregião | Vizinhança
METRÔ - Companhia do Metropolitano de São Paulo	**Linha 4 - Amarela do Metrô de São Paulo**	Proprietários e ocupantes de imóveis a serem desapropriados, inquilinos e responsáveis por atividades econômicas e sociais; Moradores e ocupantes de imóveis lindeiros aos canteiros de obra; Potenciais usuários do sistema de transporte; Segmentos específicos: escolas, associações comunitárias, ONG's.
Prefeitura Municipal de Campinas	**PROCEN - Programa de Combate às Enchentes no Município de Campinas**	Engenheiros, arquitetos, assistentes sociais e outros técnicos da Prefeitura, bem como lideranças comunitárias. Serão disseminadores do processo junto à comunidade.
CESP - Companhia Energética de São Paulo	**UHE - Ourinhos**	Comunidade local, Poder Público, Consórcio de Bacias,.
SABESP – Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo	**Projeto Tietê - Aterro Sanitário dos Lodos**	Grupos de interesse
DAEE - Departamento de Águas e Energia Elétrica	**Sistema Produtor Alto Tietê**	Lideranças governamentais, Prefeituras, Entidades de Classe, associações e sindicatos, e a população diretamente afetada.
Playcenter S.A.	**Parque Temático *Great Adventure* (Hopi Hari)**	Instituições locais, Prefeituras Municipais, ONG's, Universidades, Sindicatos, imprensa, moradores e trabalhadores das obras.
PETROBRAS - Petróleo Brasileiro S.A. / Marubeni do Brasil Ltda.	**Central de Cogeração da Baixada Santista - CCBS**	Moradores, lideranças formais e informais, entidades de classe, órgãos públicos, mídia, ONG's, formadores de opinião, etc.
OPP- Petroquímica S.A. / Ultragaz S.A. / CESP / PETROBRAS	**Companhia Termelétrica do Planalto Paulista - TPP**	Entidades estudantis, empresariais, ONG's, clubes de serviço, imprensa, políticos.

CPFL - Companhia Paulista de Força e Luz / InterGen / Shell	**Usina de Geração de Energia - UGE Carioba II**	Partes interessadas, principais setores, grupos sociais, etc.
DER - Departamento de Estradas de Rodagem	**Duplicação da Rodovia Raposo Tavares - SP 270**	População, comunidade.
Rodovia das Colinas S.A.	**Duplicação da Rodovia SP 300**	Comunidade; comunidade lindeira; população adjacente.
CODESAVI - Companhia de Desenvolvimento de São Vicente	**Aterro Sanitário do Município de São Vicente**	Todos os interessados, munícipes, bairros próximos à área.
Cia. De Cimento Ribeirão Grande - VOTORANTIM	**Ampliação da Mina Limeira**	População e agentes sociais dos municípios de Capão Bonito e Ribeirão Grande, bairros rurais próximos ao empreendimento.
EMBRAPORT - Empresa Brasileira de Terminais Portuários S.A.	**Terminal Portuário Embraport**	População no entorno; comunidade da Ilha Diana
Prefeitura Municipal de São Bernardo do Campo	**Programa de Transporte Urbano de São Bernardo do Campo**	Etapa de Planejamento: desapropriados; Etapa de Obras: população lindeira e usuários de transporte público; Etapa de Operação - usuários do novo sistema viário e população local.
DAESP - Departamento Aeroviário do Estado de São Paulo	**Aeroporto Leite Lopes - Ribeirão Preto**	Famílias desapropriadas; comunidade diretamente afetada; população.
EcoUrbis Ambiental S.A.	**Aterro Sanitário Central de Tratamento de Resíduos Leste**	Moradores do entorno; Entidades e Instituições locais e regionais; Poder Público; População atendida pela Concessionária.
Usinas Batatais S.A.	**Ampliação Industrial da Produção e das Áreas de Plantio**	Sociedade local, comunidade, população.
CPTM - Companhia Paulista de Trens Metropolitanos	**Expresso Aeroporto e Trem de Guarulhos**	Público interno, trabalhadores da obra; e Público externo, população lindeira, instituições públicas, sociedade civil, ONG's, entidades ambientalistas, religiosas, universidades, imprensa, etc.
COMGÁS - Companhia de Gás de São Paulo	**Reforço da Rede Tubular de Alta Pressão - RETAP**	Público interno - colaboradores da COMGÁS e contratadas; Público externo - representantes de órgãos governamentais municipais, entidades de classe, instituições acadêmicas e profissionalizantes, organizações civis, comunidades.
SABESP – Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo	**Estudo de Concepção e Projeto Básico do Sistema Produtor São Lourenço - SPSL**	Etapa de Planejamento - Comitês de Bacias, ONG's, Prefeituras, interessados na concepção do sistema, obras e compensações face aos impactos; - População lindeira, indenização e ressarcimento dos prejuízos. Etapa de Construção - população lindeira e local afetada pelas obras.

Quadro 6 – Categoria: Públicos

A análise desta categoria buscou estabelecer um paralelo entre os públicos definidos no planejamento, as características de cada empreendimento, sua influência geográfica, bem como, o alcance dos impactos ambientais e sociais. Organizamos os públicos em tipos, apresentados a seguir, como forma de apresentar a nossa compreensão sobre o que norteou a definição dos públicos nos Planos de Comunicação pesquisados:

- Impactados Diretos – Moradores (proprietários, inquilinos, ocupantes); Comerciantes; Responsáveis por atividades econômicas e sociais e demais estabelecimentos que poderão ser desapropriados.
- Impactados Indiretos – População; População local; Comunidades; Vizinhança. Em função do impacto do empreendimento, tanto em relação à população diretamente impactada (Comunidade), quanto em relação à população indiretamente impactada (População): Associação de Moradores, Organizações de Bairro.
- Governo/Poder Público – Definido em função das questões políticas relacionadas aos empreendimentos. Na maioria dos casos, o governo é parte interessada no processo: Lideranças governamentais, Prefeituras; Órgãos Públicos, Políticos, Grupos Político-partidários, etc.
- Ambientalista – Formado por grupos de ambientalistas que se mobilizam em defesa das questões ambientais, especificamente, em relação aos impactos ambientais previstos: ONGs, Redes Sociais, Mídia, Consórcio de Bacias Hidrográficas.
- Sociais/Educacionais – Organizações voltadas à prestação de serviços sociais em diferentes segmentos: Escolas, Instituições de Ensino, Associações Comunitárias, ONG’s, Instituições Religiosas.
- Classistas – Organizações que possuem uma relação estreita com o empreendimento; possuem conhecimento técnico sobre o projeto ou seus impactos e são formadoras de opinião: Associações, Sindicatos, Centros de Pesquisa.
- Clubes – Composto por lideranças formais e informais, formadores de opinião: Clubes de Serviço (Rotary, Lions, Maçonaria), Clubes Esportivos.
- Mídia – Comunicadores e organizações de comunicação que participam do debate sobre o licenciamento ambiental: Imprensa local e regional, Blogs, Rádios e TV’s locais e comunitários, revistas, etc.

- Interno – Trabalhadores das obras, funcionários e contratados dos empreendedores.
- Usuários – Pessoas ou grupos de pessoas que serão atendidos pelo empreendimento ou serão usuários.

6.2.4. Categoria: Estratégias

Nas análises desta categoria, se procurou verificar quais estratégias foram determinadas no planejamento da comunicação dos empreendimentos pesquisados. Ressaltamos que as estratégias e metodologias aqui relacionadas foram extraídas dos Planos de Comunicação, e foram classificadas num único campo onde davam indícios das estratégias de comunicação que seriam implementadas e também por qual método elas seriam conduzidas. Dos 37 Planos, 28 deles não mencionaram a estratégia utilizada. São eles: PETROBRAS (1987, 1992 e 1993), DERSA (1988), SABESP (1989 e 1996), CESP (1990 e 1995), Cia. VOTORANTIM (1991 e 2003), Prefeitura Municipal de Campinas (1994), CESP (1995), PETROBRAS / Marubeni do Brasil Ltda. (1999), CPFL (2001), DER (2001), Rodovia das Colinas S.A. (2002), CODESAVI (2003), EMBRAPORT (2003), Prefeitura Municipal de São Bernardo do Campo (2004), EMTU (2005), DAESP (2005), Alphaville Urbanismo (2006 e 2007), EcoUrbis (2007), Cimento Rio Branco (2007), CPTM (2008), Hyundai (2009) e SABESP (2011).

Contudo, as empresas que abordaram suas estratégias e metodologias para a implantação do seu Plano de Comunicação divulgaram-nas como segue no Quadro 7.

Empreendedor	Empreendimento	Estratégias
FEPASA - Ferrovia Paulista S.A.	**Trem Metropolitano - Linha Campo Limpo - Santo Amaro**	Este planejamento deve contemplar programas de monitoramento dos transtornos, sinalização no percurso da obra e de desvios do tráfego, além da divulgação do empreendimento junto à população local.
METRÔ - Companhia do Metropolitano de São Paulo	**Linha 4 - Amarela do Metrô de São Paulo**	PS. O Programa se restringe ao intercâmbio de informações, não se constitui num fórum deliberativo sobre o empreendimento e suas características.

DAEE - Departamento de Águas e Energia Elétrica	**Sistema Produtor Alto Tietê**	Informações técnicas sobre a obra, duração e horário, processos construtivos, interferências ambientais previstas e medidas de controle ambiental, além de disponibilizar um canal de contato entre o empreendedor e sociedade civil organizada.
Playcenter S.A.	**Parque Temático *Great Adventure* (Hopi Hari)**	Deverá ter caráter proativo, e não somente corrigindo com informações à falta de conhecimento do empreendimento.
OPP - Petroquímica S.A. / Ultragaz S.A. / CESP / PETROBRAS	**Companhia Termelétrica do Planalto Paulista - TPP**	Visitar entidades para oferecer palestras e material de divulgação da TPP. Utilização de materiais de divulgação como: folder, cartazes, folhetos, revistas, etc.
INFRAERO - Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária	**Ampliação do Aeroporto Internacional de São Paulo - Guarulhos**	O Programa se constitui num mecanismo básico de interação e negociação social entre o empreendedor e diversos grupos sociais ao longo do planejamento, construção e operação do empreendimento.
Usinas Batatais S.A.	**Ampliação Industrial da Produção e das Áreas de Plantio**	O processo de informação deve ser interativo e permanente nas 3 fases do licenciamento, para criar uma relação de confiança entre a comunidade e a Usina, que possibilite ouvir e considerar as expectativas e demandas, essencial para reduzir conflitos e orientar comportamentos adequados.
DERSA - Desenvolvimento Rodoviário S.A.	**Rodoanel Mario Covas - Trecho Leste**	Estabelecer um relacionamento de confiança entre a DERSA e as comunidades afetadas. Continuidade das etapas previstas na etapa pré-construtiva.
TONON Bioenergia S.A.	**Ampliação da TONON Bioenergia S.A. - Santa Cândida**	Divulgar as questões ambientais através dos meios de comunicação e pessoalmente pelo Departamento de Meio Ambiente, responsável também por todas as questões e reclamações das partes interessadas.
COMGÁS - Companhia de Gás de São Paulo	**Reforço da Rede Tubular de Alta Pressão - RETAP**	Utilizar vários recursos para a implementação do Programa: informativos, reuniões, palestras, etc. Os segmentos receberão mensagens com linguagem e conteúdo diferenciado, informando e esclarecendo sobre as características do projeto, o processo de licenciamento, e as medidas de mitigação dos impactos.

Quadro 7 – Categoria: Estratégias

Como parte desta análise, passamos a apresentar algumas evidências e comentários sobre os conteúdos encontrados. Identificamos três questões que indicam possíveis estratégias a serem utilizadas na comunicação pelos seus empreendedores:

I. Transtornos durante a fase de implantação do empreendimento

Ficou evidente neste caso que o planejamento da comunicação não fez nenhuma referência às estratégias para a implementação dos Planos de Comunicação, apenas demonstrou as preocupações em relação à fase de implantação do empreendimento. Direcionou a comunicação para as ações de monitoramento dos transtornos à população como, por exemplo, sinalização no percurso da obra e de desvios do tráfego, informações técnicas sobre a obra, duração e horário, processos construtivos, e também informar as interferências ambientais previstas e medidas de controle ambiental. Nestes casos, a comunicação deverá contribuir para minimizar os efeitos e contratempos das obras junto à comunidade.

- FEPASA (1992) – Trem Metropolitano - Linha Campo Limpo |Santo Amaro.
- DAEE (1997) – Sistema Produtor Alto Tietê

II. Comunicação reativa e menos participativa

Neste caso específico, não podemos afirmar que é uma estratégia para a implementação do Programa de Comunicação. Na análise, fica evidente a precaução e o direcionamento para uma comunicação mais reativa, menos participativa, informando que a comunicação não irá se restringir ao intercâmbio de informações, e não se constituirá num fórum deliberativo sobre o empreendimento e suas características, ou seja, não irá discutir o empreendimento, contrariando o que foi mostrado nas teorias abordadas nesta pesquisa referente à participação e engajamento de todas as partes interessadas, que poderia contribuir com a melhoria do empreendimento, tanto social quanto ambientalmente.

- METRÔ (1994) – Linha 4-Amarela.

III. Direcionamento para ações de comunicação proativas, que proporcionem uma interação e gerem confiança com os públicos envolvidos.

As estratégias aqui demonstradas direcionaram a comunicação para uma atividade proativa, não somente para esclarecer dúvidas sobre o empreendimento. As estratégias de comunicação foram estabelecidas para garantir interação e

negociação entre os empreendedores e seus diferentes públicos, de forma permanente e ao longo das fases de planejamento, construção e operação do empreendimento. As ações vão ao encontro de se estabelecer uma relação de confiança e devem possibilitar ouvir e considerar as expectativas, demandas e reclamações dos públicos envolvidos. Igualmente, devem esclarecer sobre as características do projeto, o processo de licenciamento e as medidas de mitigação dos impactos. Foi previsto a utilização de diferentes recursos de comunicação, com conteúdos diferenciados, realização de visitas e palestras aos públicos envolvidos, disponibilização de material e peças de comunicação produzidas, divulgação das questões ambientais através dos meios de comunicação, por exemplo. Reduzir conflitos é um dos resultados esperados pela implementação de ações proativas de comunicação.

- Playcenter (1998) – Hopi Hari
- OPP/Ultragaz – Termelétrica do Planalto Paulista - TPP
- INFRAERO (2004) – Aeroporto de Guarulhos
- Usina Batatais (2008) – Ampliação Industrial
- DERSA (2009) – Rodoanel
- TONON (2010) – Ampliação Industrial
- COMGÁS (2011) – Reforço Tubular

6.2.5. Categoria: Cronogramas

Nesta categoria, 18 empreendedores não mencionaram seus prazos para execução dos seus projetos. São elas: PETROBRAS (1987), DERSA (1988), SABESP (1989, 1996 e 2011), CESP (1990), Cia. VOTORANTIM (1991), FEPASA (1992), PETROBRAS / Marubeni do Brasil Ltda. (1999), DER (2001), Rodovia das Colinas S.A. (2002), CODESAVI (2003), EMBRAPORT (2003), INFRAERO (2004), Prefeitura Municipal de São Bernardo do Campo (2004), EMTU (2005), Cimento Rio Branco (2007) e Hyundai (2009). Já os que fizeram menção aos prazos são estes apresentados no Quadro 8.

Empreendedor	Empreendimento	Cronogramas
PETROBRAS - Petróleo Brasileiro S.A.	**Ampliação da Refinaria de Paulínia - REPLAN**	Intensificar o relacionamento com a comunidade em um prazo de até 4 meses, para conhecer as expectativas acerca do desempenho da REPLAN na região.
PETROBRAS - Petróleo Brasileiro S.A.	**Gasoduto Brasil-Bolívia**	Início imediato e duração até o final da construção.
METRÔ - Companhia do Metropolitano de São Paulo	**Linha 4 - Amarela do Metrô de São Paulo**	O início deve ocorrer o mais cedo possível, antes do processo de divulgação pública do empreendimento.
Prefeitura Municipal de Campinas	**PROCEN - Programa de Combate às Enchentes no Município de Campinas**	Antes do início das obras, em prazos compatíveis com os estabelecidos nos mesmos.
CESP - Companhia Energética de São Paulo	**UHE - Ourinhos**	Iniciar antes e fortalecer durante as audiências públicas, perpassar o período de construção até o início da operação.
DAEE - Departamento de Águas e Energia Elétrica	**Sistema Produtor Alto Tietê**	Etapa prévia ao início da implantação e uma segunda etapa durante as obras.
Playcenter S.A.	**Parque Temático *Great Adventure* (Hopi Hari)**	Fase de instalação do empreendimento e prolongando-se por mais um ano durante a fase de operação.
OPP- Petroquímica S.A. / Ultragaz S.A. / CESP / PETROBRAS	**Companhia Termelétrica do Planalto Paulista - TPP**	Período que antecede as audiências públicas.
CPFL - Companhia Paulista de Força e Luz / InterGen / Shell	**Usina de Geração de Energia - UGE Carioba II**	Da concepção até a implementação e a operação da UGE.
Cia. De Cimento Ribeirão Grande - VOTORANTIM	**Ampliação da Mina Limeira**	Ao longo do empreendimento, em função da audiência pública e a implantação e execução das medidas compensatórias.
DAESP - Departamento Aeroviário do Estado de São Paulo	**Aeroporto Leite Lopes - Ribeirão Preto**	Início na divulgação do empreendimento e seu término nas obras de reassentamento.
Alphaville Urbanismo S.A.	**Loteamento Alphaville São José dos Campos**	Início na fase de licenciamento ambiental até a ocupação do empreendimento.
EcoUrbis Ambiental S.A.	**Aterro Sanitário Central de Tratamento de Resíduos Leste**	Início na fase de licenciamento prévio, e durante toda a fase de implantação e operação.
Alphaville Urbanismo S.A.	**Projeto Vila Florestal - Reserva de Cotia**	Início na fase de planejamento, e deverá prosseguir na fase de instalação e início de operação.
Usinas Batatais S.A.	**Ampliação Industrial da Produção e das Áreas de Plantio**	Módulo 1- inicio nas contratações temporárias e é permanente; Modulo 2 - inicio das obras e é permanente; Modulo 3 - da fase inicial e é permanente; Modulo 4 - início da conscientização ambiental com os funcionários e palestra aos produtores rurais.

CPTM - Companhia Paulista de Trens Metropolitanos	**Expresso Aeroporto e Trem de Guarulhos**	Início na fase de planejamento e manter-se durante o período de obras
DERSA - Desenvolvimento Rodoviário S.A.	**Rodoanel Mario Covas - Trecho Leste**	Fase pré-construtiva. Fase de construção
TONON Bioenergia S.A.	**Ampliação da TONON Bioenergia S.A. - Santa Cândida**	Em pleno funcionamento.
COMGÁS - Companhia de Gás de São Paulo	**Reforço da Rede Tubular de Alta Pressão - RETAP**	Início na Fase de Planejamento, estendido para as fases de implantação e operação.

Quadro 8 – Categoria: Cronogramas

Para uma melhor análise dos empreendimentos que definiram seus prazos e estabeleceram um cronograma para o desenvolvimento dos seus Planos de Comunicação, fizemos as seguintes análises com base nas diferentes fases do processo de licenciamento ambiental, e que a nosso ver, necessitam de um planejamento para cada etapa distinta:

Fase de Planejamento até as Audiências Públicas

- PETROBRAS - Ampliação da REPLAN

Estabeleceu 4 meses para conhecer as expectativas acerca do desempenho da empresa, etapa inicial do processo, e não especificou datas de início e término para esta ação. Não definiu prazo para as demais ações de comunicação ao longo das outras fases do empreendimento.

- PETROBRAS - Gasoduto Brasil-Bolívia
- METRÔ - Linha 4 - Amarela

Os empreendedores citaram em seu cronograma, de forma subjuntiva, os termos “início imediato” e “o mais cedo possível”. Entretanto, não indicaram as datas previstas para início e término das ações, mas citaram que a duração será até o final da construção. Demonstra o METRÔ, uma grande preocupação para que a comunicação seja implementada antes que haja uma divulgação pública do empreendimento.

- OPP / Ultragaz - Termelétrica do Planalto Paulista – TPP
- CESP - UHE - Ourinhos
- Cia. Ribeirão Grande (VOTORANTIM) - Ampliação da Mina Limeira

Os três empreendimentos citaram o período de inicio da comunicação na fase que antecede a realização das Audiências Públicas: “iniciar antes e fortalecer durante as audiências públicas” e “ao longo do empreendimento, em função da audiência pública”. E informaram também que a comunicação irá “perpassar o período de construção até o início da operação”. A Cia. Ribeirão Grande, cita, especificamente, que a comunicação acontecerá durante a “implantação e execução das medidas compensatórias”.

Na fase de Implantação

- Alphaville S.A. - Projeto Vila Florestal/Cotia
- CPTM - Expresso Guarulhos
- DERSA - Rodoanel (Trecho Leste)
- Usinas Batatais S.A. - Ampliação industrial

Os empreendimentos citados acima planejaram a comunicação para iniciar na fase de planejamento até o final da implantação, período de obras. Não há também nenhum detalhamento das ações e nem datas para inicio e término de cada ação a ser implantada.

Durante as três fases do licenciamento ambiental

Os cronogramas apresentados pelos empreendedores supracitados possuem características semelhantes em relação ao início das atividades de comunicação. Não apresentam também nenhum detalhamento de inicio e término de cada ação a ser desenvolvida e não há datas previstas. Todos citam que os trabalhos devem acontecer “antes do início das obras”, ou numa “etapa prévia ao início da implantação”. Informam ainda que o cronograma deve compreender as outras fases do licenciamento, como “perpassar o período de construção até o início da operação”, ocorrer em “uma segunda etapa durante as obras”, e acontecer na “fase de instalação se prolongando por mais um ano durante a fase de operação”. Como destaque evidenciamos: a CPFL, que cita “da concepção até a implementação e a

operação da UGE" e que indica que a comunicação se inicia muito antes da sua aplicação; o DAESP, "início na divulgação do empreendimento e até o término nas obras de reassentamento", e a Alphaville S.A., "início na fase de licenciamento ambiental até a ocupação do empreendimento" que, pontualmente, explicam o término dos seus Planos de Comunicação.

6.2.6. Categoria: Ações Planejadas

Nesta categoria apenas seis empresas não manifestaram nenhum tipo de ação a ser desenvolvida para divulgação do plano. Entre elas temos: DERSA (1988), FEPASA (1992), Prefeitura Municipal de Campinas (1994), DAEE (1997), EMBRAPORT (2003) e Cimento Rio Branco (2007). Os demais empreendimentos apresentaram suas ações de comunicação de diversas formas e nomenclaturas, por exemplo, ação, atividade, etapa, medida, etc. As demais apresentaram suas ações, como segue:

PETROBRAS - Oleoduto REVAP / Utinga (1987)

Muito sucinto, não estabelece no seu Programa de Comunicação as ações que ela irá implementar. Informa somente que irá "esclarecer os riscos, seu significado", "informar os procedimentos a serem adotados e como a Comunidade pode fiscalizar e detectar falhas no oleoduto". Não detalha por quais meios e atividades irá informar a Comunidade.

SABESP - Plano Diretor de Esgotos da RMSP (1989)

Planejou três ações diferenciadas sem detalhar as metodologias para o desenvolvimento das ações e sem apontar os públicos efetivamente, deixando a entender que os públicos são: interno, comunidade e geral. Definiu as ações como:

i. Reuniões setoriais. (discutir as formas possíveis de envolver a população na preservação ambiental).

ii. Distribuição de folhetos e textos explicativos. (informar sobre o andamento dos trabalhos e seus benefícios e aspectos/fatos relacionados com a comunidade e o meio ambiente).

iii. Programação de seminários. (apresentar os principais problemas de saneamento básico da RMSP, para incentivar a formação de grupo de estudos e núcleos de meio ambiente).

CESP – UH de Canoas I e II / Paranapanema (1990)

Estabeleceu em seu Programa de Comunicação uma única ação que é desenvolver um serviço de Relações Públicas para esclarecer à população o empreendimento e os programas a serem implantados. Entretanto, não há nenhum detalhamento de como isso será realizado. Não descreve nenhuma atividade, não informa que meios de comunicação ou instrumentos de relações públicas serão desenvolvidos para obter seus resultados.

VOTORANTIM Celulose e Papel (CELPAV) (1991)

Consta em sua Politica de Integração com a Comunidade, o desenvolvimento de um “programa de visitas” denominado “Fábrica Aberta”. Trata-se de uma ação para levar, “com certa frequência”, as comunidades envolvidas para visitarem as instalações industriais e florestais, realização de palestras sobre aspectos ambientais e, também, para ouvir as preocupações e sugestões. Uma única ação para a Comunidade.

PETROBRAS - Ampliação da Refinaria de Paulínia (REPLAN) (1992)

Cita em seu planejamento de comunicação a implantação do “Projeto Vizinhança”, direcionado para as comunidades da microrregião, com o objetivo de divulgar informações ambientais da refinaria. Descreveu diferentes ações de como o projeto poderia se desenvolver, por exemplo, visitas à refinaria, realização de palestras, seminários, conferências, encontros, mas não apresentou detalhes de como essas ações irão acontecer.

PETROBRAS - Gasoduto Brasil-Bolívia (GasBol) (1993)

Definiu três ações em seu Programa de Comunicação:

i. Realizar um diagnóstico com Órgãos Públicos e Sociedade Civil, que chamou de “principais interlocutores”, com o objetivo de avaliar as demandas da comunidade, e assim, conciliar os interesses.

ii. Promover atividades de capacitação das equipes que estão à frente do Programa de Comunicação, para transmitir à população as informações devidas.

iii. Realizar reuniões e discussões com a população para prestar as informações necessárias.

O Programa de Comunicação também previu a utilização de alguns instrumentos / mídias para difundir as informações: (jornais, folhetos, vídeos, cartilhas).

METRÔ - Linha 4 - Amarela (1994)

Apresenta as ações planejadas, mas não detalha o funcionamento de cada uma delas. Informa, de forma implícita, os públicos a quem se destina a ação, mas não os define como "público" no Programa de Comunicação. São nove ações planejadas conforme segue:

Comunidade Lindeira

i. Informar os moradores que serão desapropriados. (envio de correspondência explicando a relevância do empreendimento, seus direitos legais, etapas do processo e os canais de comunicação para atendimento).

ii. Informar os ocupantes dos imóveis lindeiros, os procedimentos de construções e ações de emergência.

iii. Realizar palestras nas Escolas lindeiras sobre temas de interesse.

Comunidades Próximas

iv. Realizar reuniões com a Comunidade e suas Lideranças. (para apresentação do empreendimento, e para colher sugestões, reivindicações, reclamações).

v. Implantar Posto de Informações, Linha Telefônica Direta, para atender a população durante a obra.

vi. Divulgar avisos, informativos, notas para jornais de bairro sobre intervenções na rotina da população.

Geral | Mídia

vii. Realizar visitas às obras (para atender segmentos específicos, estudantes, técnicos).

viii. Desenvolver uma Campanha publicitária (mídia eletrônica e impressa) para informar o início das obras.

ix. Assessoria de Imprensa (informar o estágio das obras).

CESP - UHE | Ourinhos (1995)

Apesar da dimensão do empreendimento, o Programa de Interação com a Sociedade apenas cita a necessidade de “informar o público” as “medidas a serem implantadas” por meio de “instrumentos adequados de comunicação”. Entretanto, não apresenta as ações para se atingir tal objetivo, oferecendo somente indícios do que pretende, não informa o público para o qual se destina a ação, não detalha o conteúdo das informações a serem transmitidas e não detalha os meios que se pretende utilizar. Cita, ainda, que irá estimular a participação de funcionários e contratados em entidades e foros organizados da sociedade local.

SABESP - Projeto Tietê (1996)

O Programa de Comunicação prevê informar apenas os aspectos relevantes do empreendimento, seus efeitos ambientais e as propostas de mitigação ou compensação. Para isso definiu ações que tem como foco o relacionamento com a população a ser removida, moradores do entorno e demais grupos de interesse, para obter sugestões ao empreendimento. Não há nenhum detalhamento de ações para esse objetivo. Prevê a implantar de um “processo de educação ambiental” permanente para conscientizar sobre as práticas de disposição de lixo e coleta e tratamento de esgotos sanitários.

Playcenter S.A. - Parque Hopi Hari (1998)

As ações previstas no Programa de Comunicação do empreendimento previa a consolidação de canais de comunicação, dentre eles:

i. Instalação de Postos de Informação.
ii. Espaços em colunas semanais de jornais, programas de rádio e televisão locais.
iii. Realização de eventos e seminários.
iv. Produção de Boletim Informativo para os diferentes públicos.
v. Banco de Informações para analisar e sistematizar o conteúdo produzido.

PETROBRAS / Marubeni - Central de Cogeração da Baixada Santista (CCBS) (1999)

Foram estabelecidas no seu Plano de Comunicação algumas ações preliminares que antecedem a comunicação em si, mas que são fundamentais para o sucesso das ações futuras:

- Diagnóstico, para detectar as principais dúvidas, preocupações e o grau de conhecimento do empreendimento.

- Disposição e acesso do EIA/RIMA em meio físico, eletrônico e internet.

Numa etapa seguinte, apresentou sete ações:

i. Realizar palestras, debates e seminários sobre o empreendimento e temas ambientais (órgãos públicos, ONG's, entidades de classe, professores, universitários e empresários).

ii. Realizar reuniões e encontros com movimentos populares organizados.

iii. Implantar um programa de relacionamento para responder agilmente as dúvidas da população.

iv. Realizar visitas ao local de instalação da CCBS.

v. Assessoria de imprensa (grande mídia, rádios locais).

vi. Produzir *house organs*, boletins institucionais, cartilhas e outros impressos com linguagem para diferentes públicos.

vii. Produzir *displays*, website, multimídia e outros.

OPP / ULTRAGAZ / CESP / PETROBRAS - Termelétrica do Planalto Paulista (TPP) (1999)

Em seu Projeto de Divulgação, os empreendedores apenas citaram como ação a realização de palestras em entidades representativas dos públicos interessados. Também neste planejamento, não é apresentada nenhuma ação detalhada.

CPFL / InterGen / Shell - UGE Carioba II (2001)

Em seu Programa de Comunicação, os empreendedores planejaram atividades prévias à comunicação, como a “identificação das partes interessadas” e a realização de uma “Análise Situacional”, com o objetivo de obter informações e

histórico sobre o projeto, para melhor desenvolver a comunicação e divulgação das informações. A partir daí, propuseram a realização das seguintes ações:

i. Formar um Conselho Consultivo com representantes de vários segmentos da sociedade, formadores de opinião, para discutir avanços no projeto e também ouvir as reivindicações da sociedade.

ii. Reuniões individuais e coletivas com lideranças, que eram interlocutores do empreendimento para seus pares.

iii. Realização de Fóruns de discussão e apresentações do projeto para diferentes públicos institucionais.

DER - Duplicação da Rodovia Raposo Tavares - SP 270 (2001)

Em seu Programa de Comunicação, o empreendedor estabelece apenas duas ações pontuais sem detalhamento nenhum. Propõe realizar contatos com a mídia local e regional e realizar reuniões, palestras, com a população para debater a evolução do empreendimento.

Rodovia das Colinas S.A. - Duplicação da Rodovia SP300 (2002)

Estabeleceu em seu Programa de Interação com a Comunidade, duas ações direcionadas para os impactos da obra durante a implantação do empreendimento: divulgar com antecedência os “Planos de Obra” à população lindeira e gerenciar o relacionamento com essa população meio de um “Canal” de comunicação, com o objetivo de analisar as reclamações e sugestões da comunidade. Não detalha como irá divulgar as informações, por quais meios e também não mostra outros detalhamentos.

CODESAVI - Cia. Desenvolvimento de São Vicente - Aterro Sanitário (2003)

Estabeleceu inicialmente em seu planejamento a capacitação de uma equipe multissetorial sobre os temas: Lixão e Aterros Sanitários e propôs disponibilizar o EIA/RIMA para consulta pública, com o objetivo de garantir a participação popular. Foram ações preparatórias para o desenvolvimento das ações seguintes:

i. Realização de ciclos de palestras, grupos de discussão, oficinas, visitas monitoradas, apresentação de vídeos sobre aterros, exposições, concursos, campanhas, entre outras atividades voltadas para a Comunidade.

ii. Divulgar o empreendimento por meio de panfletos e encartes explicativos.

iii. Implantar um Posto de Informação equipado com maquetes, programação de vídeos para estudantes, professores e demais interessados.

Cia. de Cimento Ribeirão Grande (VOTORANTIM) - Ampliação da Mina Limeira (2003)

Em seu Plano de Comunicação, estabeleceu três Programas distintos:

Programa 1

Produzir material informativo (folders, cartazes, outros) e realizar reuniões e palestras com o objetivo de informar o empreendimento, seus impactos negativos e positivos.

Programa 2

Realizar visitas domiciliares para fazer entrevistas interativas com o objetivo de conhecer os anseios, perspectivas e condições de vida da comunidade (Barro Branco).

Programa 3

Mobilizar a comunidade para se integrar e participar dos projetos relacionados às medidas compensatórias, por meio de reuniões, palestras e debates sobre diferentes temas: agricultura orgânica, meio ambiente, saúde, dentre outros.

INFRAERO - Ampliação do Aeroporto de Guarulhos (2004)

Em seu Programa de Comunicação, o empreendedor estabeleceu ações prévias como o Cadastramento das famílias residentes na área do DUP e uma Pesquisa de Opinião nos bairros no entorno. Não apresenta detalhes das ações e nem os objetivos de cada ação. Num segundo momento, prevê a implantação de um Escritório para atendimento à população.

Prefeitura de São Bernardo do Campo - Programa de Transporte Urbano (2004)

No planejamento da comunicação o empreendedor estabeleceu ações prévias para organizar, sistematizar e atualizar as informações sobre as intervenções previstas e os procedimentos frente aos problemas socioambientais. Definiu as seguintes ações:

i. Divulgar o empreendimento por meio da Assessoria da Prefeitura, utilizando sua infraestrutura de comunicação: outdoors, painéis eletrônicos, telemarketing, jornal interno, jornais de bairro e por meio de associações de moradores.

ii. Implantar uma Ouvidoria para dar visibilidade à gestão do empreendimento e ampliar a presença da Prefeitura, por meio de caixas de sugestões, telefones, e e-mails.

Estabeleceu, ainda, ações específicas de acordo com a fase do empreendimento:

Etapa de Planejamento

iii. Realizar pequenos Fóruns de discussão.

iv. Implantar Postos de Informação à população usuária.

v. Divulgar as intervenções por faixas, cartazes, jornais de bairro, folder.

Etapa de Implantação

vi. Divulgar os benefícios do novo sistema (não detalha por quais ações conseguirá o seu objetivo).

Etapa de Operação

vii. Divulgar o novo sistema. (Eventos, campanhas de educação no transito e divulgação das melhorias com o novo sistema).

EMTU - Corredor Metropolitano Noroeste (2005)

Planejou a divulgação do empreendimento por meio de diferentes meios de comunicação, adequados a cada caso e público:

i. Balcões de Informação para interação com a comunidade, consulta e encaminhamento de demandas.

ii. Promover reuniões com grupos organizados da sociedade para discutir temas específicos.

iii. Distribuir material gráfico sobre o empreendimento.

iv. Criar *website* informativo sobre o empreendimento.

v. Realizar exposições, projeções de vídeo em espaços diversos.

vi. Realizar reuniões com diferentes segmentos da população.

DAESP - Aeroporto Leite Lopes (Ribeirão Preto) (2005)

Em seu Programa de Comunicação, o empreendedor priorizou as ações com as comunidades em função dos impactos do projeto:

i. Realizar reuniões com moradores que serão desapropriados (ação com a participação da Prefeitura, Promotoria Pública e Associação de Moradores).

ii. Realizar reuniões, palestras em diferentes instituições (escolas, centros comunitários, clubes, ONG's, etc.).

iii. Implantar uma Ouvidoria para atender a comunidade e responder aos questionamentos.

iv. Produzir e publicar matérias em jornais, rádios, televisões locais e regionais.

Alphaville Urbanismo S.A. - Loteamento São Jose dos Campos (2006)

O empreendedor realizou seu planejamento somente para a Fase de Implantação do projeto:

i. Realizar um *workshop* com lideranças locais.

ii. Produzir e distribuir folhetos, cartilhas, cartazes, vídeos e brindes do empreendimento.

iii. Fazer inserções (anúncios) em rádios e TV's locais e regionais.

iv. Produzir e distribuir comunicados periódicos à imprensa local e regional.

EcoUrbis Ambiental S.A. - Aterro e Tratamento de Resíduos Leste (2007)

O planejamento foi realizado para duas fases distintas do projeto:

Fase de Planejamento

i. Realizar reuniões com representantes das entidades de bairro, ONG's, moradores da vizinhança.

ii. Apresentar o empreendimento a alunos e professores das escolas da região.

iii. Apresentar o empreendimento e discutir os planos de ação com o poder público local.

iv. Realizar audiências públicas para apresentar e debater o empreendimento com a população e entidades organizadas.

v. Difundir informações na mídia (jornais, mídias locais, grande imprensa).

Fase de Implantação

vi. Divulgar periodicamente informações sobre o projeto (*newsletter* eletrônico e impresso).

vii. Realizar reuniões e atendimentos à população, informando o andamento das obras e os projetos de compensação ambiental.

viii. Realizar reuniões com a comunidade para apresentação dos relatórios trimestrais dos projetos ambientais e sociais em andamento.

ix. Difundir informações na mídia (jornais, mídias locais, grande imprensa).

Alphaville Urbanismo S.A. - Projeto Vila Florestal (Reserva de Cotia) (2007)

O Programa de Comunicação estabeleceu ações para a Fase de Planejamento:

I. Apresentar o projeto para jornalistas e demais comunicadores da região.

II. Apresentar o projeto para autoridades públicas, ONG's, ambientalistas da região, técnicos, entidades de classe e demais interessados.

III. Desenvolver instrumentos para disponibilizar informações sobre o empreendimento e os projetos ambientais para mitigação e compensação.

IV. Distribuir folder sobre o empreendimento e suas premissas ambientais (ação prévia à Audiência Publica).

V. Realizar pequenas reuniões com a comunidade.

VI. Assessoria para atendimento à imprensa e divulgação na mídia.

Usinas Batatais S.A. - Ampliação industrial e áreas de plantio (2008)

O Programa de Comunicação para implantação do empreendimento planejou as suas ações em módulos que apresentamos abaixo;

Módulo 1

Divulgar a contratação de trabalhadores por meio da comunicação interna e produzir anúncios, panfletos, spots, para distribuir para a mídia regional;

Módulo 2

Divulgar os resultados dos monitoramentos ambientais nos canais internos e por meio das mídias regionais;

Módulo 3

Organizar visitas à Usina, realizar entrevistas com a população para captar demandas e sugestões, e publicar artigos e boletins informativos;

Módulo 4

Realizar uma Campanha de conscientização do uso dos recursos naturais (agua e energia) e palestra aos produtores rurais sobre defensivos e descarte de embalagens.

CPTM - Expresso Aeroporto (2008)

O empreendedor estabeleceu suas ações de comunicação por meio da:

I. Realização de reuniões com os diferentes públicos, lideranças, com o objetivo de debater e entender a evolução do empreendimento.

II. Produzir e distribuir material didático e audiovisual.

III. Articular com as mídias locais.

IV. Preparar as Audiências Públicas.

V. Realizar visitas e reuniões frequentes nos bairros para gerar maior envolvimento com as comunidades.

DERSA - Rodoanel Mario Covas - Trecho Leste (2009)

O Programa de Comunicação desenvolveu seu planejamento baseado nas ações para divulgação do empreendimento e do processo de licenciamento, por meio de uma campanha a ser veiculada na mídia e por meio de boletins e informativos. Definiu as seguintes ações:

I. Atender a consultas e reclamações por correspondência, telefone e e-mail.

II. Implantar Centrais Móveis de Informação Itinerante, para atendimento à população local, equipada com material informativo.

III. Divulgar por meio de panfletos, cartazes, pessoalmente a evolução das frentes de obra e interferências com a população.

Hyundai - Implantação de nova Fábrica (2009)

O planejamento da comunicação estabeleceu a elaboração de um Plano de Ação e estratégias para criação do sistema de comunicação, com a capacitação de profissionais para desenvolver o Programa de Comunicação. As ações são:

I. Realizar contatos com a mídia local e regional.

II. Realizar reuniões abertas aos setores de interesse da população para debater a evolução da obra.

III. Comunicar antecipadamente fatos relevantes à população (desvios de tráfego, por exemplo).

TONON Bioenergia S.A. – Ampliação da Indústria (Santa Cândida) (2010)

Não detalha em seu Programa de Comunicação quais ações que irá desenvolver para responder aos questionamentos da comunidade. Entretanto estabelece as seguintes ações:

I. Realizar palestras em escolas da comunidade e para visitantes.

II. Disponibilizar informações em boletins, relatórios, fotos, vídeos, etc.

III. Informar as tecnologias limpas, produtos e planos de emergência (não detalha como essa ação irá se realizar).

IV. Realizar palestras e visitas às escolas para conscientização ambiental.

V. Relacionamento com órgãos governamentais (acompanhamento para obtenção das licenças ambientais, monitoramentos, perícias trabalhistas, vistorias do Ministério Público e de órgãos ambientais).

COMGÁS - Reforço da Rede Tubular de Alta Pressão (RETAP) (2011)

As ações foram planejadas para fases distintas:

Fase de Planejamento

Desenvolvimento de uma ação prévia para mapear e identificar os níveis de representatividade para o diagnóstico de percepção socioambiental e difusão das informações, seguido do planejamento das seguintes ações:

I. Realizar um Ciclo de apresentações do projeto, disponibilizando informações sobre o EIA/RIMA. Ação prévia à realização da Audiência Pública.

Fase de Implantação

II. Informar o andamento do projeto e captar a percepção da população em relação às obras por meio de canais de relacionamento com a COMGÁS.

III. Capacitar o público interno, por meio de palestras e reuniões, a fim de evitar conflitos de informações.

SABESP - Sistema Produtor São Lourenço (SPSL) (2011)

Em seu Programa de Interação, o empreendedor estabeleceu inicialmente a realização de uma Sistematização de Informações Técnicas, contendo as

intervenções previstas, os procedimentos frente aos problemas socioambientais, cronograma, e outras informações. Além do levantamento e caracterização do público e lideranças comunitárias. Direcionou o desenvolvimento de ações para:

I. Interagir com organizações sociais, comitês de bacias, Prefeituras e ONG's, com o objetivo de mostrar a viabilidade do empreendimento, auscultar as observações e responder de acordo com os interesses.

II. Interagir com a população lindeira às obras, associações de bairro, ONG's, empresas, por meio de Fóruns de discussão.

III. Atender a população lindeira por meio da implantação de Postos de Informação, telefone, e-mail, a fim de receber reclamações e sugestões.

IV. Informar alterações no viário e no transporte durante as obras com a sinalização adequada.

6.2.7. Categoria: Resultados

Nesta categoria, uma expressiva maioria de empresas não fez menção aos resultados esperados. Somente sete apresentaram em seu Plano de Comunicação os resultados: Prefeitura de Campinas/SP (1994), CPFL/InterGen/Shell (2001), DER (2001), Cimento Rio Branco S.A. (2007), Usinas Batatais S.A. (2008), CPTM (2008) e Hyundai (2009). A seguir apresentamos os resultados planejados por estes empreendedores:

A **Prefeitura de Campinas/SP**, para implantação do seu Programa de Combate as Enchentes (PROCEN), estabeleceu como resultados esperados do Plano de Comunicação, que a Comunidade possa assimilar e conhecer:

i. A importância dos sistemas de coleta de esgotos e abastecimento para a qualidade de vida.

ii. A importância da preservação das margens dos cursos d'água para minimizar problemas de enchentes.

iii. Os conceitos básicos de contaminação de águas e os impactos sobre a saúde.

iv. A importância da manutenção de praças e áreas verdes.

v. A condição de destinação adequada de lixo e resíduos sólidos.

vi. Os conceitos de reuso e reciclagem.

vii. Os problemas com os lançamentos clandestinos de esgoto e fossas mal construídas.

Ao analisarmos estes sete tópicos tornou-se evidente o papel da comunicação em informar à Comunidade as questões fundamentais relacionadas ao saneamento básico, para que ela se conscientize do seu papel no que é concernente a estas questões apresentadas. É evidente também o caráter educativo, o que justifica a comunicação, neste caso, planejada juntamente com o Programa de Educação Ambiental.

A **CPFL/ InterGen/ Shell**, para a implantação da Usina Carioba II, estabeleceu como resultado de suas ações de comunicação, "garantir que a população local e todas as partes interessadas estejam bem informadas sobre o projeto e dê a oportunidade de se expressarem durante a elaboração do EIA para incorpora-las ao projeto". Com este resultado apresentado, duas questões se complementam, o esforço das ações de comunicação para garantir que o empreendimento seja informado, apresentado, discutido pelos diferentes públicos, e o engajem ao projeto, como forma de contribuir com a melhoria do empreendimento e dos impactos ambientais na região.

O **DER,** em seu planejamento de comunicação para a duplicação da Rodovia Raposo Tavares, determinou como resultados de suas ações a "diminuição da ansiedade da população, o entendimento dos benefícios proporcionados pela obra e maior integração da comunidade nos problemas e soluções". Demonstra que o resultado que se esperava com a comunicação era a mitigação dos efeitos do empreendimento na sua implantação, em ações de relacionamento com a população e respondendo às questões pontuais do projeto e seu efeito na vida das populações impactadas.

A **Cimento Rio Branco S.A**., propôs como resultado da comunicação, "identificar os impactos e adotar medidas que harmonizem o relacionamento com a comunidade do entorno", e "ampliar a imagem e efeitos positivos junto à população". O empreendedor também espera que a comunicação seja capaz de estabelecer

bons relacionamentos com a comunidade impactada e possa responder e atender às suas expectativas. Com isso, ele também espera que a comunicação possa agregar valor à sua imagem institucional, ou seja, a comunicação deveria acontecer de maneira que os aspectos positivos do projeto fossem informados aos públicos de interesse.

A **Usinas Batatais** estabeleceu como resultado da comunicação para o projeto de ampliação industrial e das áreas de plantio, inicialmente:

i. Reduzir o fluxo migratório de pessoas do entorno à procura de vagas de trabalho.
ii. Evitar boatos, minimizar os efeitos negativos com a operação e diminuir a apreensão quanto aos impactos.
iii. Incentivar o processo participativo para ouvir as contribuições.
iv. Envolver a comunidade nas ações de proteção e recuperação ambiental.

Com base nos resultados apresentados, percebemos que o esforço e as estratégias de comunicação deveriam se voltar para a “informação”, num primeiro momento. Só por meio da disponibilização de informações, em diferentes meios, será possível a obtenção de resultados que contenham um fluxo migratório e evitem boatos. De outra forma, os resultados da comunicação devem contribuir para que a comunidade seja inserida no processo de licenciamento; se espera que a comunicação possa incentivar a participação e que consiga engajar a comunidade.

Para a **CPTM**, os resultados esperados para o licenciamento do Expresso Aeroporto de Guarulhos devem “assegurar que a comunidade tenha referencias suficientes sobre o andamento de todas as etapas do empreendimento, seus impactos, medidas ambientais. Que saibam a quem se dirigir para esclarecimentos, reclamações ou dúvidas”. Resultado focado no estabelecimento de boas relações com a comunidade no entorno. Entende-se que a comunicação possa ter produzido ações que pudessem, ao mesmo tempo, sistematizar informações em diversos instrumentos e ter promovido diferentes ações para apresentar o projeto e discuti-lo com a comunidade.

A **Hyundai**, em seu planejamento para a implantação de sua fábrica, espera que a comunicação possa “otimizar os benefícios proporcionados pela obra” e que possa “criar um sistema participativo que possibilite maior integração da população e comunidade local nos problemas e soluções”. Não se trata apenas de informar aos públicos de interesse, pois, fica evidente que a comunicação deveria garantir que os pontos positivos fossem divulgados e que se estabelecesse uma forma de garantir a participação da comunidade e da população.

Outra questão observada são as avaliações dos resultados, ou seja, a metodologia, critérios, forma, que os empreendedores determinaram para avaliar os resultados alcançados. Dos empreendedores supracitados, o DER informou que irá avaliar os resultados da comunicação com base nos “comentários e notícias veiculadas na mídia e a opinião da população nas reuniões”. A CPTM informou que seus critérios adotados são “os percentuais de satisfação das lideranças e população local”. Que para medir os resultados irá avaliar a “ausência, ou não, de dúvidas e incertezas sobre o empreendimento, por meio de Pesquisas de Opinião”. Já a Hyundai citou em seu planejamento que irá avaliar o resultado de suas ações com base nos “comentários publicados em veículos de comunicação”. Uma questão que merece destaque é o fato de algumas empresas não informarem no seu planejamento os resultados esperados, e citarem que irão avaliar os resultados obtidos com a implantação de suas ações de comunicação. Um contrassenso. O METRÔ, por exemplo, não definiu quais resultados esperava obter com o seu Programa de Comunicação, entretanto, informou que irá medir o resultado das ações com base na “quantificação e qualificação dos atendimentos à população”. Mesmo que não tenha citado os resultados esperados, ele informa que com a qualificação dos atendimentos poderá avaliar o “grau de informação da população sobre o empreendimento”. Outro empreendedor que não apontou os resultados esperados, mas estabeleceu seus critérios de avaliação foi a COMGÁS, informando que irá avaliar os resultados de maneira quantitativa, ou seja, pelo “número de ações desenvolvidas junto à população local, registro das atividades e número de segmentos atingidos”.

6.2.8. Categoria: Equipe

Esta análise buscou averiguar quais dos empreendedores pesquisados apresentaram em seus Planos de Comunicação a infraestrutura técnica necessária para o desenvolvimento e gestão do seu planejamento de comunicação. Poucos empreendedores detalharam, em seus planejamentos, a equipe necessária para implantar e coordenar as ações de comunicação que foram estabelecidas. Nesta categoria, doze empresas citaram, ou deram indícios, da existência de uma equipe responsável pelo desenvolvimento dos Planos de Comunicação, como segue:

PETROBRAS - Oleoduto REVAP / Utinga (1987)

Em seu Programa de Comunicação, não faz menção à equipe de comunicação especificamente, informa sucintamente que o planejamento da comunicação terá a participação e corresponsabilidade das prefeituras, órgãos de comunicação locais e associações comunitárias. Não atribui a nenhuma equipe interna de comunicação a responsabilidade pela implantação do seu planejamento.

Prefeitura de Campinas/SP - Programa de Combate às Enchentes (1994)

Para coordenar o seu Plano de Comunicação o empreendedor definiu uma UCP - Unidade de Coordenação dos Programas, que será responsável pelas negociações, o Plano de Educação Ambiental, o relacionamento com a comunidade e com a mídia em geral. Não define, entretanto, qual a estrutura de comunicação, dentro da UCP, será responsável pelo relacionamento com a comunidade e com a mídia.

CESP - UHE / Ourinhos (1995)

Apenas cita que a responsabilidade pelo desenvolvimento do seu Programa de Interação com a Comunidade será realizado por uma equipe do “corpo técnico”, conforme se referiu. Entretanto, não cita o “corpo técnico” que será envolvido nas atividades.

Playcenter S.A. - Parque Hopi Hari (1998)

Cita apenas que a responsabilidade pelo desenvolvimento do seu Programa de Comunicação será realizada pela Assessoria de Comunicação da Empresa. Como nos exemplos anteriores, não determina qual a equipe será responsável pela implementação do seu programa.

DAESP - Aeroporto de Ribeirão Preto (2005)

Informa em seu Programa de Comunicação, que a responsabilidade pelo desenvolvimento das atividades e ações de comunicação foi atribuída a uma equipe específica, composta por cinco integrantes: coordenador (ouvidor), secretário, 3 auxiliares. Não apresenta nenhum detalhamento a mais, se é uma equipe interna, e se envolve outros departamentos, se equipe externa, qual a capacitação dos profissionais, e outras informações pertinentes.

EcoUrbis Ambiental S.A. - Aterro de Tratamento de Resíduos Leste (2007)

Informa que o empreendedor será o responsável pela implantação do Plano de Comunicação. Não oferece nenhuma outra informação, como nos casos anteriores; não cita a infraestrutura necessária para a implantação do Plano, capacidade técnica dos profissionais, se a equipe será interna ou externa.

CPTM - Expresso Aeroporto de Guarulhos (2008)

Informou somente que a responsabilidade pelo desenvolvimento do seu planejamento de comunicação será de responsabilidade da própria CPTM e de empresa concessionária. Não dá maiores informações sobre que equipe responderá pela implantação das ações de comunicação.

DERSA - Rodoanel - Trecho Leste (2009)

O empreendedor informou em seu Programa de Comunicação que a responsabilidade pelo desenvolvimento das atividades será compartilhada e dividida em dois momentos: Fase de Planejamento e Fase de Implantação. Na fase de planejamento, as atividades serão coordenadas por duas áreas da empresa: Comunicação Social e Desapropriação e Reassentamento. Na Fade de Implantação, as atividades serão coordenadas pela DERSA em parceria com Empresas

contratadas, que manterão equipes e canais de comunicação para recebimento, registro e análise das reclamações da população lindeira. Não especifica, entretanto, as características dessas equipes, bem como, não informa detalhes.

Hyundai Motor Brasil - Implantação de nova Fábrica (2009)

Informou que iria incorporar o Programa de Comunicação à estrutura de Relações Públicas da empresa. Mas, não apresenta detalhes sobre a infraestrutura interna do departamento.

TONON Bioenergia S.A. - Ampliação da Indústria (2010)

Informa que a responsabilidade pela implantação do Programa de Comunicação será da sua equipe de Meio Ambiente e Recursos Humanos. Fica evidente que as ações e atividades de comunicação serão realizadas por profissionais de outras áreas técnicas. Não dá detalhes técnicos e profissionais da equipe e demais informações importantes para a atribuição das responsabilidades pelo programa.

COMGÁS - Reforço da Rede de Alta Pressão (2011)

O Programa de Comunicação informa que a equipe técnica especializada em comunicação ficará sob a responsabilidade do empreendedor. Entretanto, apesar de dar indícios de que haverá uma equipe especializada, não informa se a equipe será interna ou externa. Não detalha a equipe necessária para a implementação do Programa, e não dá outras informações.

SABESP - Sistema Produtor São Lourenço (SPSL) (2011)

Informa em seu Programa de Interação e Comunicação Social, que será responsável pela equipe (com experiência) em interação social e comunicação social. Como todos os outros empreendedores, não informa detalhes da equipe e, assim, não detalha a qualificação profissional dos profissionais que irão desenvolver as ações e não oferece nenhum outro dado que demonstre uma equipe bem estruturada e capaz para o desenvolvimento das ações planejadas.

6.3. Considerações sobre a pesquisa realizada

Com as análises realizadas na pesquisa, concluímos, a princípio, que o planejamento da comunicação proposto nos Estudos de Impacto Ambiental, não deu conta do tamanho dos empreendimentos, bem como, do alcance de seus impactos. São muitas as deficiências no processo de comunicação com a sociedade, e estas não cumprem com a finalidade do próprio licenciamento, previsto na Politica Nacional de Meio Ambiente, Lei 6.938/81, que é a garantia da participação popular, determinante para a decisão da implantação ou não dos empreendimentos.

Nas primeiras análises, dos Títulos dos Programas Ambientais, nos quais se inserem os Planos/Programas de Comunicação, foi possível perceber que a comunicação está orientada para ser só mais um instrumento de mitigação dos impactos ambientais. As ações de comunicação atendem à necessidade de monitorar e gerenciar os riscos com a implantação dos empreendimentos nas comunidades lindeiras, ou próximas, às obras.

Um equívoco enorme é limitar os públicos que deveriam ser envolvidos no processo de comunicação, às populações que estão inseridas nas áreas impactadas direta e indiretamente. Isto só ocorre em função da comunicação ser parte dos Programas Ambientais, resultando num planejamento com base no atendimento a esse público. Assim, é um equivoco incluir a comunicação como “programa” das medidas socioambientais que o empreendimento precisa implementar. O Programa de Comunicação precisa cumprir outros objetivos estabelecidos pela legislação ambiental, como garantir os princípios da transparência e da participação da sociedade.

Os empreendimentos pesquisados são projetos de grande relevância política, econômica, social e ambiental, com impactos de grandes proporções na vida da população paulistana, ou seja, não impactam somente a população lindeira, ou vizinha ao empreendimento, impactam, em muitos casos, a população total das cidades ou região. Não há como pensar a comunicação voltada para atender as questões emergenciais, sociais e ambientais, para mitigar ou compensar determinado impacto; a comunicação não é um subprograma ambiental, há um erro disciplinar nessa questão, pois, a comunicação atende às questões políticas, de

debate, discussão, troca de conhecimento, para que seja possível promover uma melhora na qualidade do empreendimento e do meio ambiente.

Outra questão importante é quanto aos títulos dos Planos/Programas de Comunicação apresentados. Independente da análise conceitual em relação aos termos “plano” e “programa”, que apresentamos mais adiante no capítulo 7, o que pudemos ver foi o direcionamento da comunicação para objetivos completamente diferentes e, em alguns casos, até complementares aos programas e projetos de educação ambiental, desapropriações e interferências, por exemplo.

Entendemos que a comunicação precisa cumprir algumas funções e no caso do licenciamento ambiental, atender às questões específicas e as características de cada empreendimento a ser licenciado, a sua abrangência e seus impactos, dentre outras questões. Dentre as funções da comunicação descritas nos títulos dos Planos/Programas de Comunicação, podemos destacar como ponto positivo o fato de alguns planejamentos nortearem seus objetivos para a educação, participação, interação, integração e conscientização. Entretanto, as funções aparentes nos títulos não se comprovaram no conteúdo dos planejamentos, que atendiam a objetivos mais voltados para a divulgação dos empreendimentos e seus impactos, disponibilizar informação, esclarecer eventuais dúvidas e atender às demandas da população em função dos impactos na implantação dos empreendimentos.

Toda essa percepção que citamos, com base nas análises dos títulos, evidencia nas justificativas apresentadas pelos empreendedores que, de forma pontual, apresentam seus motivos em função dos transtornos que a implantação do empreendimento irá causar não como forma de engajar a população, envolvê-los no debate, na promoção da qualidade do empreendimento. A justificativa da comunicação se dá em função de resolver os impactos ao meio ambiente, como medida mitigadora, como subprograma ambiental.

Se as justificativas apontaram para mitigar impactos pontuais, os objetivos que nortearam o planejamento da comunicação apontaram para organizar as informações que pudessem responder, de forma correta, atender às demandas da população, tornar o empreendimento conhecido e procurar uma maior articulação política. Contudo, é evidente que os objetivos de comunicação não podem se limitar a informar os aspectos do empreendimento, seus impactos e as medidas a serem adotadas para mitigar e compensar os danos sociais e ambientais. Na análise da identificação e definição dos públicos de interesse, verificou-se que cada

empreendimento direcionou suas ações de comunicação de acordo com as características do empreendimento, sua localização geográfica e o alcance dos impactos ambientais e sociais. Ficou igualmente evidente que alguns públicos apontados por diferentes empreendedores atenderam às questões políticas e técnicas, dentre outras mais pontuais, que pudessem promover o processo de licenciamento ambiental, de forma a obter suas licenças junto ao órgão licenciador. Não se prestigiou os públicos formadores de opinião, ou estratégias que pudessem produzir um discurso sustentável sobre o empreendimento, o que garantiria a todos um benefício social e ambiental.

O planejamento estratégico da comunicação deve nortear a implementação das ações para que seja possível atingir os objetivos que atendam às expectativas de todos os interessados. O que se analisou, entretanto, mostrou pouca aderência da comunicação ao processo de implantação do empreendimento; as estratégias de comunicação deveriam seguir a mesma orientação das estratégias para a implantação do empreendimento, que resultou no desenvolvimento de ações pontuais que atendem às expectativas e exigências do órgão licenciador, ações que são a contrapartida de programas ambientais, que precisam mitigar ou compensar os impactos sociais e ambientais.

Com isso, ficam estabelecidos os resultados desejados e possíveis de serem alcançados, nada ambiciosos, já que não existe nenhum grau de exigência para a implantação das ações, que são comumente ações paliativas e fáceis de produzirem os resultados esperados. Com o resultado desta análise, pudemos ter a certeza que há muito a ser melhorado. E, considerando todas as melhorias que podem ser realizadas, de forma mais fundamentada e estruturada é que propomos no próximo capítulo, uma proposta de Plano Estratégico de Comunicação para os processos de Licenciamento Ambiental no Estado de São Paulo. Enfim, uma proposta de planejamento que atenda os interesses dos empreendedores, governo e sociedade civil, que ofereça mudanças de paradigma no que concerne às práticas de comunicação desenvolvidas atualmente.

7. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO PARA O LICENCIAMENTO AMBIENTAL

Com base nos resultados e nas análises da pesquisa realizada, a proposta deste capítulo é apresentar um plano de comunicação, um termo de referência, que possa ser um norteador das ações de comunicação nos processos de licenciamento ambiental no Estado de São Paulo e que possa se adequar aos diferentes empreendimentos a serem licenciados, sendo parte complementar dos respectivos estudos de impacto ambientais ou planos básicos ambientais. Buscamos aqui uma diretriz alinhada ao conceito de sustentabilidade, com o objetivo de promover ações estratégicas de comunicação, realizadas com base num planejamento que atenda às razões institucionais do processo de licenciamento ambiental, de forma que ele possa garantir maior participação social, engajamento ao empreendimento, promover o debate e o confronto de opiniões, se caracterizando como um processo menos ambiental e mais socioambiental. O embasamento conceitual da proposta de comunicação se deu pelo viés da comunicação organizacional e pelas teorias da administração e do planejamento estratégico, possibilitando a criação de um alicerce apropriado para o relacionamento com a sociedade e demais grupos de interesse.

O Plano de Comunicação, efetivamente, poderá servir de suporte para que os empreendedores desenvolvam uma gestão transparente e participativa, podendo ainda ser um documento de referência para a CETESB, capaz de garantir sustentabilidade aos empreendimentos, atendendo assim os anseios de uma sociedade cada vez mais exigente em qualidade de vida. O Plano pretendeu tornar a comunicação o mais eficiente possível, estabelecendo estratégicas que olham para os diferentes públicos, suas características e prioridades, apontam os canais de comunicação mais eficientes, refletem sobre os eventos a serem realizados, sobre o conteúdo da mensagem a ser produzida, dentre outras atividades que possam garantir ao processo de licenciamento ambiental a sua devida relevância e seriedade, e que seja capaz de mediar os conflitos, satisfazendo os interesses de empreendedores, governo e sociedade, resultando na implantação de um empreendimento sustentável, de fato, que possa gerar benefícios econômicos, sociais e ambientais para todos.

7.1. Administração e planejamento estratégico

Antes mesmo de adentrar na tentativa de explicar conceitos da administração e do planejamento, neste aspecto, o mais relevante é entender o que é estratégia, seu significado e o que ele representa. Diferentes conceituações e teorias apontam para o passado distante, onde a estratégia era traduzida como artimanha para se vencer uma guerra. De lá pra cá, a palavra sofreu uma abordagem diferenciada, pois, isto depende do segmento da sociedade que o emprega; diferentes significados e com grande amplitude e diversificação na sua utilização. Para o nosso trabalho, podemos conceituar a estratégia como os "planos da alta administração para alcançar resultados consistentes com a missão e os objetivos gerais da organização". (WRIGHT; KROLL; PARNELL, 2000 apud CAMARGOS; DIAS, 2003, p. 29). Outra definição que se adapta bem ao nosso propósito cita que estratégia é integrar o conjunto de atividades de uma empresa. "O sucesso da estratégia depende de se conseguir fazer muitas coisas bem e em saber integrá-las. Se não houver adaptação entre as atividades, não há estratégia distintiva nem sustentabilidade" (PORTER, 1996, p. 9).

É preciso também que as organizações incorporem o conceito de administração estratégica, para que estabeleçam um processo de gestão do relacionamento com o seu ambiente (ANSOFF apud KUNSCH, 2003, p. 238). Para Alday (2000, p. 14-15), a administração estratégica é um processo distribuído em algumas etapas:

Etapa 1 - Análise do ambiente. Monitora o ambiente organizacional para identificar os riscos e as oportunidades presentes e futuras que podem influenciar o progresso obtido através da realização de objetivos da organização.

Etapa 2 - Estabelecimento da diretriz organizacional. Determina a meta da organização. Os indicadores principais de direção são: a missão, ou seja, a finalidade de uma organização, a razão de sua existência; os objetivos, as metas da organização; a visão, o que as empresas aspiram a ser ou se tornar; e os valores, que expressam a filosofia que norteia a organização e que a diferencia das outras.

Etapa 3 - Formulação da estratégia. Define o curso de ação para garantir que a organização alcance seus objetivos. Projetar e selecionar estratégias que levem à realização dos objetivos organizacionais.

Etapa 4 - Implementação da estratégia. Colocam-se em ação as estratégias desenvolvidas.

Etapa 5 - Controle estratégico. Monitoração e avaliação do processo de administração estratégica no sentido de melhorá-lo e assegurar um funcionamento adequado.

Segundo Camargos e Dias (2003, p. 31), administrar estrategicamente é planejar ações que possibilitem a uma organização mantê-la integrada ao seu ambiente e no curso correto, para que ela possa atingir os objetivos previstos em sua missão. Como já visto anteriormente, a estratégia não é algo estático, ao contrário, está em contínua mudança para integrar a organização ao ambiente de forma coesa, garantindo ganhos econômicos, ambientais e sociais em relação a todos os envolvidos direta e indiretamente. Exemplo disso é o comportamento, socialmente e ambientalmente responsável de algumas organizações; uma estratégia que protege e promove os interesses da organização e o bem-estar da sociedade como um todo. (ALDAY, 2000, p. 15). Percebemos que estratégia e ambiente são duas palavras que estão implícitas no planejamento estratégico, e que caminham juntas, reforçando a ideia de que é importante o olhar para o futuro, planejar estrategicamente as ações que impactam o meio ambiente e a qualidade de vida.

Sobre o planejamento estratégico, Kunsch (2003, p. 231), faz um recorte histórico que nos situa sobre o tema. Segundo informa, o planejamento estratégico surgiu no final da década de 1950 como uma resposta das organizações frente às mudanças no macroambiente, em que as organizações planejavam mudanças e se antecipavam a elas. Entre os anos de 1970 e 1980, as intensas mudanças exigiam das organizações uma gestão estratégica por meio de respostas rápidas e flexíveis. A partir dos anos 1990, com mudanças súbitas e urgentes que geravam novos problemas para as organizações, era preciso administrar as surpresas, apresentando soluções rápidas e criativas. Segundo a autora, o planejamento estratégico permite às organizações encontrar o melhor caminho para o direcionamento de suas atividades e está relacionado com as questões políticas,

sociais, econômicas e ambientais, se caracterizando como uma arma que orienta e guia as tomadas de decisões, em face das incertezas, dos conflitos e dos riscos que as organizações precisam enfrentar. (KUNSCH, 2003, p. 237).

Outra conceituação interessante apresenta o planejamento estratégico “como um processo administrativo para se estabelecer a melhor direção a ser seguida pela empresa, visando a otimização do grau de fatores externos e atuando de forma inovadora e diferenciada” (OLIVEIRA, 2004). Philip KOTLER (1975 apud ALDAY, 2000, p. 10-11), defende um conceito de que planejamento estratégico é “uma metodologia gerencial que permite estabelecer a direção a ser seguida pela organização, visando maior grau de interação com o ambiente”, e que esse grau de interação entre uma organização e o ambiente é variável, podendo ser positivo, neutro ou negativo, dependendo do comportamento estratégico assumido pela organização perante o contexto ambiental.

Peter Drucker, importante teórico da administração, já explicava que o planejamento estratégico é um processo contínuo, sistemático, organizado e capaz de prever o futuro, de maneira a tomar decisões que minimizem riscos. Ou seja, é natural que algumas mudanças ocorram ao longo dos anos, tanto alterações no ambiente interno quanto no ambiente externo de qualquer organização, por isso é preciso planejar para projetar o futuro, um processo que envolve decidir como agir no futuro próximo (ALDAY, 2000).

7.2. Comunicação estratégica

É preciso refletir inicialmente sobre uma constatação, a de que há uma quebra do “contrato social”, da confiança e credibilidade entre as organizações, sejam elas privadas, públicas, políticas, da sociedade civil, dentre outras, com a sociedade de maneira geral. O “contrato” a que nos referimos, baseia-se nas ideias iluministas da Teoria do Contrato Social de Locke, Rousseau e outros pensadores, que estabelecia um consenso mínimo entre todos os indivíduos, imprescindível para a vida em sociedade. Um contrato onde as regras são construídas de maneira efêmera e mudam ao longo do tempo decorrente dos acontecimentos sociais, culturais, ambientais e etc. As pessoas estão descrentes em relação às

organizações e os motivos são inúmeros, por exemplo, em relação às organizações políticas e governamentais, devido à corrupção e ao descaso, ou em relação às crises ambientais e acidentes provocados por organizações empresariais, que provocaram danos enormes ao meio ambiente e à vida humana.

Outra reflexão importante é sobre as mudanças ocorridas com o avanço tecnológico e as inúmeras e inovadoras formas de comunicação surgidas nos últimos anos. Como cita Mário Rosa (2006) na sinopse do seu livro, estamos num tempo de superexposição, transparência e empoderamento dos indivíduos, fruto da mobilização que a internet promove. Segundo diz, “nunca estivemos tão expostos ao olhar alheio, por meio de equipamentos cada vez mais baratos e capazes de produzir flagrantes de todos os tipos, revelando transgressões que rapidamente podem se espalhar pelo planeta”. Estas duas constatações pressupõem a emergência de um novo paradigma no planejamento da comunicação, bem como, reforçam a ideia de que é fundamental o relacionamento com os diferentes públicos da organização, com base na transparência, no engajamento, no processo participativo.

Antes mesmo de seguirmos adiante, é preciso definir a estratégia que irá nortear o planejamento da comunicação, buscar o embasamento teórico que conseguirá alinhar a comunicação para que possa atingir seus objetivos. De acordo com Bueno (2005, p. 14-15), a teoria sistêmica é a que mais se aproxima da comunicação, é mais relativista e menos dogmática, e vai além das questões mercadológicas, “ela maximiza a importância das condições sociais, dá ênfase à dimensão cultural e aceita o planejamento multifatorial, ou seja, que não se limita ou prioriza a vertente meramente econômica ou financeira”. Explica ainda que é preciso levar em conta os fatores internos e externos às organizações, e que não se pode ignorar essa complexidade no planejamento da comunicação. Para o autor, “a comunicação estratégica requer, obrigatoriamente, a construção de cenários, fundamentais para um planejamento adequado” (BUENO, 2005, p. 18), que pressupõe para o planejamento da comunicação nos processos de licenciamento ambiental, “construir o seu cenário”, realizar como etapa fundamental o diagnóstico do ambiente onde se pretende atuar, não avaliar somente o cenário geográfico, mas estratégico, baseado nos efeitos e impactos previstos para a implantação de qualquer empreendimento.

Para uma comunicação eficaz e eficiente, que apresente resultados, é importante a definição das estratégias que poderão ser implementadas no processo. Podemos afirmar que uma estratégia de comunicação deve:

> Priorizar a personalização dos contatos [...] admitir sempre que as formas de relacionamento dependem de contextos sociais e culturais específicos. Cada público, cada país, cada sociedade exibem características peculiares em função de seu background, de sua trajetória e de sua forma de contemplar o mundo (BUENO, 2005, p. 19).

As organizações operam grandes transformações na sociedade; por meio de uma comunicação estratégica bem planejada, pode-se reconquistar a confiança e a credibilidade dos seus públicos, reafirmar e fortalecer o contrato social e também garantir a sustentabilidade delas próprias. (CABESTRÉ; GRAZIADEI; POLESEL FILHO, 2008). Boa estratégia implica em escolher e potencializar os aspectos que diferenciam a organização das demais e está relacionada ao jeito próprio, à astúcia particular de ver e fazer, de se posicionar frente aos alvos e ameaças. Essa é a base da comunicação estratégica, que permite que uma determinada empresa experimente a comunicação de uma forma completamente diferenciada das demais e, portanto, única. Na visão estratégica, o foco é agregar valor real à organização (BALDISSERA, 2001).

7.3. Planejamento estratégico da comunicação

Para que o processo de comunicação possa atingir seus objetivos e apresentar seus resultados com eficiência, eficácia e efetividade é necessário que haja um planejamento estratégico que considere o ambiente externo e interno da organização, os conteúdos da mensagem, as características dos públicos envolvidos, as respostas esperadas, dentre outros fatores.

> Podemos entender eficiência como fazer bem feito, de maneira adequada, com redução de custos, desempenho competente e rendimento técnico. A eficácia esta relacionada ao resultado, em função dos quais é preciso escolher alternativas e ações corretas, usando para tanto conhecimento e criatividade para fazer o que é mais viável e certo. Efetividade relaciona-se com a permanência no ambiente e a perenidade no tempo. (KUNSCH, 2003, p. 205).

As mudanças ocorridas nos últimos anos vêm definindo o posicionamento das organizações, tanto em relação às questões econômicas, quanto às questões socioambientais e culturais, que transformam também as relações com os públicos de interesse, ou públicos estratégicos. Esta conjuntura, por si só, não justifica somente um planejamento da comunicação, ela inclui que a comunicação precisa promover uma interação em todos os contextos da organização. É preciso que o planejamento da comunicação, inclua dentro de suas atribuições, promover relacionamentos com os diferentes públicos de interesse da organização, para que haja um bom entendimento e cooperação entre eles. Na atual conjuntura, é preciso que as organizações estabeleçam bons relacionamentos, e para isso, é importante conhecer bem seus públicos distintos, descobrir as melhores, e mais sofisticadas, formas de se relacionar e se comunicar com eles, perceber as oportunidades de parceria e negócios, por exemplo.

De acordo com Ferrari e Curros (2011, p. 2), a “vulnerabilidade das organizações depende da maior ou menor ação interveniente dos seus públicos”. O que justifica, a necessidade de mapear e conhecer bem os públicos com quem as organizações se relacionam. “Os riscos, ameaças e impactos oriundos do micro e macro entorno afetam a performance dos negócios”, e podem comprometer o desenvolvimento de um empreendimento em fase de licenciamento ambiental.

Para Ferrari (2009, p. 137), é importante que as organizações definam suas políticas e diretrizes organizacionais de uma forma transparente e simétrica. Estas questões podem auxiliar no direcionamento correto de seu negócio, assim como ajudam a vencer a tendência para a improvisação. Fica evidente que a autora defende a elaboração e implantação do planejamento estratégico da comunicação como questão fundamental nos dias de hoje. Aponta, ainda, que o planejamento deve estar direcionado também para as questões de sustentabilidade, para a consolidação da rede de relacionamentos e para manter sua credibilidade e reputação, valores intangíveis que elas precisam manter.

O planejamento estratégico da comunicação tornou-se imprescindível, pois ele indica a direção a seguir para atingirmos os objetivos da organização. Podemos entender como planejamento estratégico da comunicação o uso combinado e/ou simultâneo de técnicas, instrumentos, pesquisas, estudos e outros fatores, internos e externos, com o objetivo de propor, implementar e monitorar ações coordenadas de comunicação. Com base nas diretrizes propostas no planejamento, serão definidas

as estratégias mais eficientes para se alcançar os objetivos propostos. Para Lupetti (2009), planejar a comunicação é: conhecer e elaborar a missão e a visão da organização, a análise ambiental, o diagnóstico de comunicação, a definição de públicos, os objetivos, o tema, o posicionamento, as estratégias, o orçamento, a aprovação de despesas extras, o plano de ação e de avaliação. O planejamento da comunicação consiste ainda em apontar como a organização vai se comunicar com seus públicos.

> A estratégia define quem são esses públicos, porque é importante se comunicar com eles, quando e onde a comunicação deve acontecer, quem é o responsável pela s comunicações, o que deve ser dito e qual o vinculo com as metas comerciais. Porem a parte mais importante da estratégia de comunicação é o ambiente de comunicações que a administração superior cria. Para ser eficiente, a administração superior precisa liderar o planejamento das comunicações. (CORRADO, 1994, p. 34).

Na concepção de Sabbatini (2008, p. 6), a comunicação é fundamental na gestão das empresas. Se utilizada corretamente contribui e influencia na construção de um ambiente mais democrático e pode otimizar os relacionamentos da empresa com seus diversos públicos. “Considera, nesse sentido, questões como ética, responsabilidade social, preocupações com o meio ambiente e com a comunidade”. Ou seja, a utilização apropriada de processos de comunicação cria as condições favoráveis capazes de contribuir para a sustentabilidade e para o desempenho das empresas. O planejamento estratégico da comunicação é irrelevante nesse processo; representa o ponto fundamental para a eficácia da comunicação que deve contemplar tanto as expectativas como as exigências dos diferentes públicos que interagem com a organização. (SABBATINI, 2008, p. 7).

A gestão de relacionamentos, quando planejado e conduzido de forma sistematizada e monitorada, é um componente estratégico na medida em que enfatiza oportunidades de interação e diálogo com os atores sociais. Permitem às organizações participarem ativamente das questões emergentes da sociedade, destacando aquelas que se referem ao meio ambiente e a sustentabilidade (OLIVEIRA; PAULA, 2006, p. 8).

7.4. Plano de Comunicação para o Licenciamento Ambiental: um termo de referência

Como resultado de todas as avaliações e análises realizadas nesta pesquisa, o que apresentamos a seguir é uma proposta ao planejamento estratégico de comunicação para os empreendimentos em fase de licenciamento ambiental no Estado de São Paulo. Um modelo de Plano de Comunicação que possa nortear as estratégias e as ações capazes de garantir os compromissos socioambientais impostos pelo órgão licenciador. Que possa ser incorporado aos Estudos de Impacto Ambiental e demonstrar, ao longo de todas as etapas do processo de licenciamento, o compromisso estabelecido na legislação ambiental, para garantir: transparência ao empreendimento; a disponibilidade e divulgação das informações relacionadas às características do empreendimento; seus impactos; as medidas de mitigação e compensação ambiental e social com efeito nas comunidades; o debate com todos os segmentos da sociedade por meio de processos participativos que possam garantir o engajamento de todos, dentre outras funções da comunicação que já abordamos anteriormente.

Além de um instrumento norteador das ações de comunicação para o cumprimento das obrigações legais, este Plano pretende cumprir com outros objetivos maiores, ou seja, aqueles que caminham para a sustentabilidade; capaz de promover o diálogo entre todos os interessados, engajando-os para a construção de um projeto que beneficie a todos e que possa contribuir com a melhoria da qualidade de vida de toda a sociedade.

É importante ressaltar que todo o planejamento de comunicação pode acontecer e se desenvolver sob vários aspectos, seguir por diferentes caminhos, incorporar concepções particulares e traduzir novas situações. Entretanto, o planejamento deve proporcionar aos novos empreendimentos em licenciamento, as diretrizes para que possam preparar seus planos, definir estratégias, estabelecer metas e organizar as ações de comunicação a serem implementadas. O planejamento de comunicação, em todo o seu arcabouço, consiste em contribuir para o processo de tomada de decisões. Assim sendo, é preciso sistematizar e organizar todo esse processo por meio de um plano, um documento escrito, capaz de orientar esse processo e permitir que os objetivos sejam alcançados.

O plano, além de conter os pressupostos básicos para a tomada de decisão, “assume, como instrumento do planejamento, um caráter mais geral e abrangente do que o projeto e o programa”. (KUNSCH, 2003, p. 366). No plano “são delineados os objetivos gerais a serem alcançados, as diretrizes, a alocação de recursos necessários, as estratégias gerais, os prazos e os indicativos de ações que podem desencadear projetos e programas específicos”. (KUNSCH, 2003, p. 366). O plano se constitui num guia para a sistematização das ações que se pretende desenvolver, contendo informações e princípios que balizam e sustentam as próprias ações. Concluindo, Baptista (2000, p. 99) explica que:

> O plano delineia as decisões de caráter geral do sistema, suas grandes linhas políticas, suas estratégias, suas diretrizes e precisa responsabilidades. Deve ser formulado de forma clara e simples, a fim de nortear os demais níveis da proposta. É tomado como um marco de referencia para os estudos setoriais e/ou regionais, com vista a elaboração de programas e projetos específicos, dentro de uma perspectiva de coerência interna da organização e externa em relação ao contexto no qual ele se insere.

Com o exposto acima, queremos reforçar algumas convicções já apresentadas na pesquisa. A comunicação, assim como todo o seu processo de planejamento, possui grandes determinações e objetivos legais e sustentáveis a cumprir, pois, não podemos reduzir a sua importância e complexidade como mais um Programa de Mitigação ou Compensação Ambiental. O Plano de Comunicação para processos em licenciamento ambiental deve corresponder a três etapas fundamentais: 1) a construção de um diagnóstico sobre o empreendimento e todo o contexto que o cerca, 2) o planejamento das estratégias e ações e, 3) a gestão estratégica da comunicação na sua implementação e controle.

Por isso, a proposta a ser apresentada a seguir reforça que a comunicação permeia todo o processo de licenciamento ambiental, que é preciso a confecção de um Plano de Comunicação mais amplo para responder às expectativas da sociedade, atender os objetivos econômicos dos empreendedores, enquadrar o empreendimento nas determinações e políticas públicas previstas pelo Estado, principalmente, garantir a participação e engajamento de todos na defesa do bem comum, como previsto na constituição brasileira, bem como, promover um desenvolvimento equilibrado, para as atuais e futuras gerações. A partir destas

premissas, apresentamos uma proposta e suas fundamentações para a elaboração do Plano de Comunicação.

Esta proposta, para a elaboração de um Plano de Comunicação, estabelece inicialmente as Etapas necessárias e fundamentais que constituem a sua estrutura, e estão fundamentadas nas constatações levantadas nesta pesquisa e nas demais referências pesquisadas. As Etapas que compõem este modelo estão divididas em:

I. Diagnóstico Inicial
II. Justificativa
III. Objetivos
IV. Estratégias
V. Metodologia
VI. Públicos de Interesse
VII. Plano de Ações
VIII. Recursos
IX. Cronograma
X. Resultados

7.4.1. Diagnostico inicial

Fundamental para a definição das metas e estratégias do Plano de Comunicação, esta etapa deve acontecer ao longo da Fase de Planejamento do empreendimento e se incorporar o EIA/RIMA, na sua etapa final, que antecede o seu protocolo no órgão licenciador. Cumpre dois objetivos preliminares: - subsidiar a elaboração das medidas mitigadoras e compensatórias, com informações que resultam das constatações e demandas da sociedade; - subsidiar o empreendedor com informações estratégicas durante a fase preparatória que antecede a realização das Audiências Públicas.

“Diagnóstico é o estudo e o exame detalhado de um conjunto de dados que tem por objetivo subsidiar o prognóstico realizado num tempo limitado e sobre determinado contexto”. (BELTRAND, 2004, p. 21). Também podemos definir este diagnóstico como a “identificação de questões críticas”. (BELTRAND, 2004, p. 132), como cita o “Manual de Comunicação e Meio Ambiente”, produzido pelo Instituto

Internacional de Educação do Brasil (IIEB) e pelo WWF-Brasil. O diagnóstico compreende alguns levantamentos e posterior análise:

- Identificar o ambiente externo (político, econômico, ambiental, sociocultural) e os eventos que podem ocorrer e influenciar o empreendimento.
- Determinar o impacto do empreendimento no contexto local e regional.
- Determinar em qual situação encontra-se a situação crítica, identificar qual a opinião pública sobre o empreendimento.
- Mapear os atores envolvidos, os públicos de interesse, *stakeholders*, aliados, contrários, formadores de opinião, lideranças formais e não formais, dentre outros, e identificar suas posições.
- Definir as estratégias de comunicação e as mensagens a serem transmitidas.

Para Baseggio (2009, p. 178), o “diagnóstico configura sempre um olhar para o ontem, o hoje e o amanhã, avaliando passado e presente com vistas a um futuro melhor. E deve considerar:”

- Os fluxos comunicativos (formas que transportam a informação).
- As culturas vigentes (valores, normas, crenças, e regras).

O diagnóstico se dá por meios e instrumentos de investigação, especificamente, aqueles voltados ao levantamento de informações: pesquisas, auditorias, técnicas de observação, análise documental, análise de conteúdo, dentre outros, que possam explorar os dados e fatos do cotidiano. (BASEGGIO, 2009, 178). A realização de reuniões com públicos específicos também é uma forma de diagnosticar questões importantes, pois, visa estimular o debate prévio e pode servir como atividades preparatórias às Audiências Públicas. Sendo assim, o diagnóstico é “a conclusão da análise de como se encontra a organização em face dos interesses de todos os seus públicos, ou um especificamente” (SIMÕES, 2001, p. 36). Com base neste diagnóstico, se poderá nortear o planejamento da comunicação para as seguintes fases do licenciamento ambiental e também identificar as questões relevantes a serem atendidas nas propostas mitigadoras e compensatórias previstas no EIA/RIMA.

7.4.2. Justificativa

Quais questões levantadas no diagnóstico justificam a implantação do Plano de Comunicação?! A resposta a esta pergunta deve servir, principalmente, para explicar as razões pelas quais o Plano de Comunicação é relevante; explicar os critérios utilizados para definir as estratégias propostas, os objetivos, as ações a serem desenvolvidas, além de exaltar as contribuições para o processo de licenciamento ambiental do empreendimento. Pudemos verificar nas análises deste tópico realizado na pesquisa, que existe uma forma pontual de justificar a importância e a necessidade das ações de comunicação previstas no planejamento. As justificativas atendem a uma questão macro do empreendimento, não podem só justificar ações de comunicação direcionadas para questões pontuais. Algumas justificativas apontadas na pesquisa estavam relacionadas à falta de informação, ou seja, só pela falta de informação do empreendimento já se justifica a implantação de um plano que informe aos públicos interessados.

Podemos afirmar que, justificar as ações de comunicação previstas num Plano, é um exercício de convencimento e, para isso, é importante que as ações estejam muito bem fundamentadas a ponto de serem efetivadas. Deve mostrar a necessidade de se implantar o Plano de Comunicação como estratégia fundamental que possa garantir o bom andamento do processo de licenciamento ambiental, ou seja, manter a sociedade informada, engajada, promover o empreendimento, e demais atribuições e funções da comunicação já colocadas aqui neste trabalho. Concluindo, é preciso que as justificativas sejam fortes e precisas, para que não haja questionamentos de nenhuma parte interessada, mostre que as ações propostas “são de suma importância, para a sociedade ou para alguns indivíduos [...] o que justifica a grande necessidade de se realizar tal atividade”. (VASQUES, 2013).

7.4.3. Objetivos

Na análise da pesquisa, os objetivos que nortearam os Planos/Programas de Comunicação tinham a função de: - informar, esclarecer e divulgar o empreendimento, seus impactos e as medidas de mitigação e as ações de

compensação ambiental; - promover a participação e o engajamento dos públicos envolvidos; - estabelecer um relacionamento transparente e cordial, com pessoas e instituições; - implantar canais que pudessem garantir ouvir as demandas da sociedade, outros menos citados. Isto porque os objetivos do Plano de Comunicação precisam atender às questões levantadas no diagnóstico realizado e estarem alinhados com os objetivos estratégicos do processo de licenciamento ambiental, pois, somente assim é que se torna possível definir os objetivos da comunicação e quais os meios são mais adequadas para transmitir as informações necessárias.

Os objetivos podem ser quantitativos ou qualitativos. É importante também criar critérios que possam ser quantificados, para depois serem medidos, assim os resultados podem ser avaliados na etapa de controle. Definir bem os objetivos pode auxiliar os empreendedores nas tomadas de decisão e contribuir para melhorar a eficiência do projeto. Os objetivos da comunicação no processo de licenciamento ambiental devem permear todas as fases do licenciamento. É preciso considerar que a abertura de canais de comunicação garante à empresa uma percepção mais positiva dos públicos que atribui a essa postura valores como transparência. E é preciso promover a educação e a mudança cultural dos públicos envolvidos, ou seja, debater os conceito de sustentabilidade implícitos no empreendimento e assim criar um conhecimento inexistente. (BUENO, 2002).

7.4.4. Estratégias

Fazendo um desdobramento do conceito de estratégia utilizado por Wright, Kroll e Parnell (2000, p.24), podemos definir a estratégia de comunicação como “o plano para alcançar resultados consistentes com os objetivos gerais do empreendedor e do empreendimento a ser licenciado”. A comunicação quando é estratégica, “se torna um recurso que tem o poder de transformar a posição da empresa para seus clientes e para a sociedade em geral”. (SILVA, 2008, p. 3-5). Segundo comenta, as estratégias de comunicação consideram três situações:

- Manter ou criar uma imagem positiva em relação à sociedade.
- Reverter a imagem para positiva, caso seja negativa.
- Consolidar a imagem positiva perante a opinião pública.

As estratégias de comunicação para o processo de licenciamento ambiental devem, obrigatoriamente, reforçar o posicionamento dos empreendedores. Após o diagnóstico, que aponta os alvos da comunicação e a definição dos objetivos, as estratégias do Plano precisam definir quais os eixos da comunicação, qual a mensagem e quais diferentes meios serão utilizados, ou combinados de uma forma consistente e de encontro com a estratégia do empreendedor. As estratégias do Plano de Comunicação devem ser planejadas para chegar aos públicos de interesse com a maior intensidade possível e com o menor ruído, evitando mensagens não muito claras que possibilitem distorções. Para isso, duas questões são fundamentais para traçar as estratégias da comunicação: - mensagens com grande afinidade com os públicos de interesse e baixo nível de dispersão. Ou seja, é preciso planejar ações estratégicas que façam as pessoas prestarem atenção às informações divulgadas, às mensagens transmitidas, utilizando os meios adequados, a linguagem correta; - mensagens que produzam impactos positivos com certa frequência.

7.4.5. Metodologia

Para Zampaulo (2011, p. 1), metodologia é “um determinado procedimento para se executar algo”. No processo de licenciamento ambiental o número de públicos de interesse envolvidos no processo é muito diversificado socialmente, economicamente e culturalmente. Essas diferenças, e outras, podem refletir a forma como as pessoas se comunicam, por quais meios de comunicação, onde buscam informação, em que momento, por exemplo. Públicos diferentes se comunicam de formas diferentes (escrita, verbal, informal, etc.), por linguagem própria, meios particulares, em momentos distintos. Para que se possa instituir uma boa comunicação, que dialogue com os diferentes públicos, é importante estabelecer o máximo de pontos em comum com eles. Levantadas estas questões, é possível direcionar o planejamento da comunicação para a definição dos métodos mais eficazes a serem empregados nas ações do Plano de Comunicação. Dentre alguns métodos, podemos citar:

- Comunicação interativa – promove a troca de informações com maior eficiência.
- Comunicação dirigida – comunicação direcionada a um público específico.
- Comunicação de massa – comunicação com o objetivo de difundir uma informação para um grande número de pessoas.

A comunicação pode adotar um ilimitado número de técnicas como, por exemplo, a realização de reuniões e palestras, que possibilitam: - maior interatividade e troca de informações; - ações de entretenimento, com o desenvolvimento de atividades que transmitem informações por meios lúdicos que são atrativas e despertam para outras formas de participação; - ações que se utilizam do audiovisual, como apresentação de vídeos, filmes, trilhas sonoras, jingles, spots, etc. ; - a utilização de imagens ou fotografias, que são uma forma de ilustrar a comunicação, e outras técnicas que podem ser implementadas em função das características dos públicos a serem atingidos.

7.4.6. Públicos de interesse

Podemos definir os “públicos de interesse” como parcelas da sociedade que são atingidas, direta ou indiretamente, pelas ações do empreendimento. No caso dos processos de licenciamento ambiental, são todos aqueles que são impactados direta e indiretamente em todas as fases do processo. O mapeamento desses públicos é de fundamental importância para o processo de licenciamento, pois será preciso estabelecer com eles “relacionamentos estratégicos”, ou seja, relacionamentos inteligentes, com grupos ou setores que estão em relação, permanente ou não, com o empreendimento (FRANÇA, 2004, p. 11).

Podemos ainda mencionar que os públicos são indivíduos, grupos, entidades que afetam, interferem no processo de licenciamento ambiental. O bom desempenho do licenciamento depende da credibilidade que ele gera e da opinião de todos os públicos interessados. São públicos que servem de referência para o empreendimento, interagem sempre de modo indireto, influenciam outros públicos, são formadores de opinião e estabelecem normas de conduta. Podemos classificá-los como: governo, mídia, sindicatos, associações de classe, lideranças

comunitárias, associações de moradores, organizações não governamentais (ONGs), igrejas, universidades, para citar alguns. (FRANÇA, 2004a). O mapeamento correto desses públicos implicará na produção da mensagem adequada para se estabelecer uma compreensão mútua e construir uma articulação positiva entre esses públicos e o empreendedor. Esse mapeamento precisa atentar para os "modos", o tipo de relação que os públicos têm com o empreendimento, identificar interesses e demandas que permitam alinhar os diferentes interesses.

7.4.7. Plano de ações

Os planos de ação devem conter os pressupostos básicos para a tomada de decisões. São propostas concretas de ações que, dependendo da dimensão, podem suscitar a necessidade de se elaborarem projetos ou programas específicos. Os planos de ação são mais pontuais, simples e concretos, e vinculados ao planejamento tático e operacional. (KUNSCH, 2003, 372). O seguinte roteiro embasa a sua elaboração:

- Titulo (que ação será realizada).
- Objetivo (objetivo pontual a ser alcançado).
- Justificativa (por a ação será realizada).
- Público-Alvo (público específico desta ação).
- Desenvolvimento (detalhar a implantação da ação – passo a passo).
- Infraestrutura (equipe, equipamentos, materiais, etc.).
- Meta (quantificar os resultados esperados)

7.4.8. Recursos

É preciso distinguir e discriminar os recursos necessários para a implantação do Plano de Comunicação. Neste caso é importante alertar que os recursos devem prever as diferentes fases do licenciamento ambiental, inclusive a fase de planejamento para a realização do diagnóstico inicial. Os recursos são divididos em: humanos, materiais e financeiros.

- Humanos – profissional ou equipe técnica capacitada para realizar as atividades previstas. Informar a qualificação e a função a realizar.
- Materiais – equipamentos, materiais, instrumentos necessários para o desenvolvimento e gestão do Plano de Comunicação. Deve estabelecer uma relação entre as ações propostas no plano de ações e a equipe responsável para o desenvolvimento do Plano.
- Financeiros – Apresentar uma planilha financeira com o detalhamento dos gastos, despesas e custos totais para o desenvolvimento do Plano de Comunicação.

7.4.9. Cronograma

Consiste em: - distribuir todas as ações previstas no Plano de Comunicação pelas diferentes fases do licenciamento ambiental; - organizar o cronograma em consonância com os prazos estabelecidos para a obtenção das licenças ambientais; - dividir as ações previstas nas fases distintas do processo: fases de planejamento, implantação e operação; - identificar quais atividades são decorrentes de outras; - estabelecer os prazos necessários para a realização das ações propostas.

7.4.10. Resultados

Pudemos constatar na pesquisa realizada que poucos empreendimentos pesquisados apresentaram os resultados que gostariam de obter com o seu Plano/Programa de Comunicação. Alguns deles citaram, por exemplo, que gostariam que a população local e todas as partes interessadas estivessem bem informadas sobre o seu empreendimento, e que tivessem a oportunidade de se expressarem durante a elaboração do EIA/RIMA para incorporar suas sugestões. Outras esperavam que houvesse uma diminuição da ansiedade da população, melhor entendimento dos benefícios proporcionados pela obra, e maior integração da comunidade nos problemas e soluções do empreendimento. Outro empreendedor estabeleceu como resultado, identificar os impactos e adotar medidas que

harmonizem o relacionamento com a comunidade do entorno, além de ampliar a imagem e efeitos positivos junto à população.

Com isto, os resultados esperados são importantes para o desempenho do Plano de Comunicação, que podem ser comparados com os objetivos e metas estabelecidas. Devem ser acompanhados durante o processo e mensurados ao final. Para Yanaze e Crepaldi (2005, p. 17), “alguns objetivos compõem o processo de comunicação” e podem se caracterizar como resultados esperados da comunicação com os públicos de interesse, proporcionando aos processos de licenciamento ambiental alguns efeitos como:

- Criar Consciência.
- Chamar Atenção.
- Despertar Interesse.
- Levar ao Conhecimento.
- Promover Identificação.
- Criar Expectativa.
- Criar Desejo.
- Garantir a Preferência.
- Levar à Decisão.
- Promover a Ação.
- Conseguir e Manter a Satisfação.
- Suscitar Interação.
- Garantir a Fidelização.
- Levar à Disseminação, ao boca a boca.

7.4.11. Avaliação dos resultados

Avaliar os resultados das ações propostas no Plano de Comunicação é uma tarefa importante, pois contribui para o sucesso do processo de licenciamento ambiental e, consequentemente, a implantação do empreendimento proposto. Para Galerani (2005, p. 151):

> A avaliação da comunicação induz à tomada de decisão, já que demonstra o impacto de uma atividade no rendimento da organização, traz os pontos falhos de um programa e as propostas de correção. Os responsáveis pelas ações avaliadas, se devidamente preparados para gerencias o processo, decidirão por manter ou ajustar programas e projetos e justificar assim os recursos aplicados no trabalho e na própria avaliação.

Podemos definir a avaliação de resultados em comunicação como “uma função permanente, iniciando-se no planejamento e desenvolvendo-se no acompanhamento das ações em execução, com propostas para as correções necessárias e procedimentos para verificar os resultados almejados”. (GALERANI, 2005, p. 152).

Para Yanaze e Crepaldi (2005, p. 143), os resultados podem ser avaliados pela sua:

- Eficácia - realizamos as ações de comunicação que deveriam ter sido implementadas?
- Eficiência - realizamos de forma adequada as ações de comunicação?
- Efetividade - definimos adequadamente os objetivos e as metas? Alcançamos os objetivos e metas previstos?

Existem diferentes metodologias capazes de avaliar os resultados em comunicação e o empreendedor deverá optar pela metodologia que melhor poderá atender aos objetivos do licenciamento ambiental. Como sugestão, apresentamos sucintamente esta metodologia, denominada “Régua da Efetividade – Modelo Yardstick”, que estabelece as diretrizes ou padrões que medem a efetividade em comunicação.

Galerani (2005, p. 159-160), explica que a partir dos objetivos definidos pelo Plano de Comunicação, pode-se determinar a que níveis se deseja medir a efetividade: básico, intermediário e avançado.

- Básico: para avaliar a quantidade e qualidade de panfletos, entrevistas, notícia na imprensa, tempo de mídia, participação em eventos, etc..
- Intermediário: para saber se as mensagens que veicularam foram recebidas, compreendidas e retidas pelos públicos-alvo. Pode-se medir por meio de entrevistas com lideranças, pesquisa junto à audiência ou face a face, etc.

- Avançado: demonstra os resultados das interferências junto aos públicos estratégicos, se ocorreram mudanças de opinião, ou comportamento favoráveis. Pode se medir por meio de análises de conteúdo, auditorias de opinião, entrevistas face a face, etc.

A proposta deste Plano de Comunicação é uma contribuição, e se constitui como uma primeira iniciativa simples na busca de um aperfeiçoamento do processo de comunicação conduzido pela CETESB, no Estado de São Paulo. Um formato que buscou responder às falhas e acertos verificados nos 37 planejamentos pesquisados e incorporou as diretrizes teóricas e acadêmicas do planejamento estratégico da comunicação. Um modelo que, se implantado, pode garantir ao processo de licenciamento um efetivo caráter socioambiental, pois, privilegia o relacionamento com todos os públicos envolvidos, direta e indiretamente, com o empreendimento a ser licenciado, possibilita atender às demandas sociais e ambientais, e promove a transparência de todo o processo, resguardando o que estabelece a legislação brasileira e promovendo um desenvolvimento sustentável para todos.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Iniciamos estas considerações finais respondendo às três indagações que compuseram a questão problema de pesquisa e que norteou todo este nosso trabalho: 1) Como a comunicação poderá contribuir para o processo de licenciamento ambiental dos futuros empreendimentos no Estado de São Paulo? 2) Da mesma forma, como a comunicação poderá contribuir para a implantação de empreendimentos sustentáveis no Estado de São Paulo? 3) E como poderá a comunicação garantir maior participação no processo de licenciamento ambiental e promover o debate com a sociedade civil?

Como respostas a estas questões devemos levar em consideração que tanto no Brasil, quanto no Estado de São Paulo, as polêmicas em torno do processo de licenciamento ambiental são recorrentes. Referimo-nos a grandes obras de infraestrutura, com impactos ambientais significativos, que promovem verdadeiras guerras entre todos os envolvidos. Questionamentos quanto à morosidade dos processos de licenciamento ambiental devido à burocracia dos órgãos licenciadores, e também para o cumprimento de várias condicionantes impostas pela legislação ambiental. Além da falta de transparência e de informação, esta muito reivindicada pela mídia e movimentos ambientalistas.

Com este cenário, a comunicação pode ser a reviravolta positiva para o distante processo de licenciamento ambiental no Estado de São Paulo. A grande contribuição da comunicação ao processo de licenciamento está em aproximar as partes interessadas que hoje estão em lados opostos de uma mesma mesa. Sociedade, governo e agentes econômicos se colocam em diferentes posições para por em prática empreendimentos que precisam gerar benefícios a todos. O grande paradigma é promover esses relacionamentos, aproximar todos os interessados na busca do bem comum, engajá-los num processo sustentável, compartilhar e dividir as responsabilidades. É preciso diluir o poder, não há como ir de encontro à opinião pública, por exemplo. Garantir a participação de todos é fundamental para o licenciamento ambiental de futuros empreendimentos no Estado de São Paulo.

Para que a comunicação possa contribuir com o processo de licenciamento, será preciso participar do processo, ser parte da estratégica. A comunicação não pode ser um instrumento funcionalista, com objetivos voltados para contribuir com a

mitigação e compensação dos impactos ambientais, ela precisa permear o processo como um todo. A comunicação não pode ficar atrelada aos programas ambientais, ela deve ser um processo que possibilite aos empreendedores engajarem todos os seus públicos estratégicos, em todas as fases do licenciamento, desde o planejamento até a operação, com atividades distintas em cada fase.

A comunicação pode garantir ao licenciamento a participação de todos os públicos envolvidos; igualmente garantir que a sociedade em conjunto possa ter suas aspirações e interesses contemplados e que realmente haja uma participação efetiva no processo de decisão, o que contribui para a qualidade do próprio empreendimento. Por meio de diferentes canais de comunicação, pode-se garantir ao processo de licenciamento ambiental a participação da sociedade em todo o seu desenvolvimento. Com estratégias bem definidas, pode-se ouvir a sociedade em diferentes momentos, e não somente nas audiências públicas, que cumprem o rito do processo para registro legal, mas não se pode atribuir a um único momento que ele seja a oportunidade da sociedade se manifestar.

Para discorrermos sobre os objetivos desta tese, e se estes foram ou não alcançados, temos que lembrar que no processo entre estabelecer os objetivos e alcançá-los, foi preciso promover uma análise minuciosa em 37 Planos/Programas de Comunicação, dispostos nos Estudos de Impacto Ambiental, no período compreendido entre 1987 e 2011. Os objetivos traçados foram: 1) Avaliar o avanço, ou retrocesso, no planejamento da comunicação; 2) Verificar como foram planejadas as ações de comunicação, se eles promoveram a participação efetiva da sociedade civil no processo, e se os meios de comunicação estavam adequados a seus públicos de interesse; 3) Avaliar também quais os objetivos, as justificativas e os conceitos que nortearam cada Plano de Comunicação, bem como, se estavam adequados a seu respectivo empreendimento.

Após a apuração dos resultados dos Planos de Comunicação foram realizadas as análises que buscaram oferecer respostas a esses objetivos. Assim, com relação ao primeiro objetivo de avaliar o avanço, ou retrocesso no planejamento de comunicação, podemos afirmar que ao longo de 25 anos os avanços foram mínimos, pouco significativos. Se levarmos em conta os avanços ocorridos no contexto da sociedade brasileira, o retrocesso foi enorme, não acompanhou as conquistas democráticas e a abertura ocorrida no país ao longo do tempo. O fato se dá à propria obsolecência do processo de licenciamento ambiental e da própria

legislação ambiental, que não se modernizou, mantendo as mesmas determinações desde que foi implantada.

Os avanços na comunicação são percebidos em decorrência da comprovação exigida pelo órgão licenciador, a CETESB, que em meados dos anos 2000, passou a exigir dos empreendedores a comprovação de quais ações de comunicação serão realizadas para minimizar os impactos ambientais na comunidade. Com isto, os Estudos de Impacto Ambiental passaram a incorporar, dentro dos Programas Ambientais, os Programas de Comunicação. É evidente que isto ocorreu em função das pressões que a sociedade exerceu sobre o processo de licenciamento, cobrando mais participação, mais transparência, o atendimento às demandas da comunidade impactada, às pressões da mídias e das organizações ambientais, etc. Se comparado ao processo histórico social, o que houve foi um retrocesso. Se comparado ao processo do licenciamento ambiental, os avanços não passaram da implementação de algumas ações de comunicação para informar o empreendimento e seus impactos e para o atendimento de questões pontuais em relação às comunidades impactadas.

Quanto ao segundo objetivo, de verificar se o planejamento das ações de comunicação promoveu a participação efetiva da sociedade, a resposta é não. Se participar, como afirmou Caubet (2004, p.118), pressupõe fazer parte das decisões, além de estar presente e debater o empreendimento, não houve nenhum processo de licenciamento que promovesse essa participação. Os processos comunicativos planejados não contemplaram em seu esboço ações de comunicação capazes de garantir a participação da sociedade nas tomadas de decisão, nem garantiram que as aspirações e interesses dos públicos envolvidos, direta e indiretamente, fossem atendidos. Reafirmamos que as ações de comunicação planejadas permearam apenas a fase de implantação do empreendimento, com o objetivo de “disponibilizar as informações”, cumprindo a legislação ambiental, que pressupõe que assim se garante transparência ao licenciamento. Também foram desenvolvidas ações que atenderam diretamente aos objetivos dos Programas Ambientais para minimizar os impactos e seus efeitos. Ações com o objetivo de informar aos públicos impactados, realizadas por diferentes métodos, e para atender suas reclamações e reivindicações, ações reativas com o objetivo, também, de minimizar os efeitos do empreendimento.

Quanto ao terceiro objetivo, de avaliar nos Planos/Programas de Comunicação as justificativas, objetivos e conceitos nele empregados, entendemos que, de certa forma, os objetivos foram atendidos em parte, e as justificativas não deram conta da dimensão do problema e das consequências de não comunicar empreendimento de grandes dimensões e impactos relevantes. É importante citarmos que poucos empreendimentos avaliados apresentaram seus objetivos e justificaram seu Plano/Programa de Comunicação. Os Planos/Programas de Comunicação cumpriram uma função prática, mecanicista e tática, com objetivos passíveis de se alcançar. O planejamento não estabeleceu uma metodologia de avaliação das ações desenvolvidas, portanto, não há como apresentar resultados sobre os objetivos propostos. Não se verificou se os objetivos foram cumpridos e se eles nortearam adequadamente o processo de comunicação.

Podemos concluir que o planejamento de comunicação proposto atende às situações pontuais, a minimizar problemas nas comunidades. Assim, o que defendemos é que os Planos de Comunicação possam se constituir como um paradigma para uma mudança significativa do processo de licenciamento ambiental em São Paulo. Que os objetivos maiores possam buscar interação com todos os públicos envolvidos, garantir maior participação, promover um engajamento mais significativo, contribuir para empreendiemntos sustentáveis no futuro. Por essa razão optamos por apresentar uma proposta de Plano Estratégico de Comunicação para o Licenciamento Ambiental que considere os fatores positivos e negativos dos planos estudados e possa oferecer algo novo tanto aos empreendedores como aos órgãos de interesse. É uma proposta sucinta, que pode, e deve, ser melhorada. Que apresenta um roteiro capaz de contribuir com a formatação do planejamento de comunicação para novos empreendimentos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABBAGNANO, Nicola. **Dicionário de Filosofia**. 3ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

ACSELRAD, Henri. Discursos da sustentabilidade urbana. **Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais**, nº 1. ANPUR, mai/nov, 1999.

ACSELRAD, Henri; LEROY, Jean P. Novas premissas da sustentabilidade democrática. **Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais**, 1, 1999.

ACSELRAD, Marcio; FACÓ, Katiuska Macedo. Três fases do humor: a subjetividade moderna, pós-moderna e hipermoderna. **@Lumina** - Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação. Universidade Federal de Juiz de Fora / UFJF Vol.3, nº2. Dezembro, 2009.

ALDAY, Hernan E. Contreras. 2000. O Planejamento Estratégico dentro do Conceito de Administração Estratégica. **Revista FAE**, Curitiba, Vol.3, No.2, p.9-16, maio/ago.

ALMEIDA, Fernando. **O bom negócio da sustentabilidade**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2002.

ALMEIDA JR. José Maria G. **Um novo paradigma de desenvolvimento sustentável.** Estudo, Consultoria Legislativa. Câmara dos Deputados, set. Brasília: 2000.

ALMEIDA, Gregório A. de; SOARES JÙNIOR, Jarbas; GONÇALVES, Samuel A.. Audiência Pública: um mecanismo constitucional de fortalecimento da legitimação social do Ministério Público. **MPMG Jurídico**. Minas Gerais: ano 1, nº 5, abril/maio/junho, 2006.

ALMEIDA, Marco Antonio B.; GUTIERREZ, Gustavo Luis; MARQUES, Renato. **Qualidade de vida, definição, conceitos e interfaces com outras áreas de pesquisa.** Escola de Artes, Ciências e Humanidades (EACH/USP). São Paulo: 2012.

ANDRADE, Rui Otávio Bernardes. **Gestão Ambiental:** Enfoque estratégico aplicado ao Desenvolvimento Sustentável. São Paulo: Makron Books, 2000.

APPOLINÁRIO, F. **Dicionário de Metodologia Científica**: um guia para a produção do conhecimento científico. São Paulo, Atlas, 2009.

ARGENTI, Paul A. **Comunicação Empresarial**: a construção da identidade, imagem e reputação. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

ARMANI, Domingos. **Sustentabilidade:** do que se trata, afinal? Rio Grande do Sul: Unisinos, 2002. (mimeo).

_____. O desenvolvimento institucional como condição de sustentabilidade das ONG no Brasil. In: BRASIL. Ministério da Saúde. **Aids e sustentabilidade:** sobre as ações das organizações da sociedade civil brasileira. Brasília: Coordenação Nacional de DST e Aids/Secretaria de Políticas de Saúde, 2001.

AYALA, P. A. **Direito e incerteza:** A proteção jurídica das futuras gerações no Estado de Direito Ambiental. Dissertação (Mestrado em Direito). Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis: UFSC, 2002.

BALDISSERA, Rudimar. Estratégia, comunicação e relações públicas. **Intercom.** Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação. Campo Grande: set. 2001.

_____. A comunicação (re) tecendo a cultura da sustentabilidade em sociedades complexas. In: KUNSCH, Margarida; OLIVEIRA, Ivone L. (Orgs.). **A comunicação na gestão da sustentabilidade das organizações.** São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2009.

BAPTISTA, Myrian Veras. **Planejamento social:** intencionalidade e instrumentação. São Paulo: Veras Editora, 2000.

BARBER, Benjamin R. Cultura McWorld. In: MORAES, Dênis de. **Por uma outra comunicação** – mídia, mundialização cultural e poder. Rio de Janeiro: Record, 2003.

BARBOSA, Gisele Silva. O desafio do desenvolvimento sustentável. **Revista Visões**. 4ª Edição, nº4, v. 1, Jan/Jun, 2008.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, LDA, 2009.

BARONI, Margaret. Ambiguidades e deficiências do conceito de desenvolvimento sustentável. **Revista de Administração de Empresas (RAE).** São Paulo: abril/junho de1992.

BASEGGIO, Ana Luisa. O diagnóstico aplicado às Relações Públicas: uma análise de seus aspectos teóricos e empíricos. **Organicom**. Ano 6, edição especial, n. 10/11, 2009.

BAUMAN, Zygmunt. **A Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

BELTRAND, Marcello Vernet. Diagnóstico situacional focado em comunicação. (In) **Manual de Comunicação e Meio Ambiente.** WWF-Brasil e Instituto Internacional de Educação do Brasil. São Paulo: Peirópolis, 2004.

BERLO, David K. **O Processo da Comunicação:** Introdução à teoria e à prática. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

BEZZON, Lara (Org.). **Comunicação, política e sociedade.** Campinas, SP: Alínea, 2005.

BOFF, Leonardo. **Ecologia:** grito da terra, grito dos pobres. Rio de Janeiro: Sextante, 2004.

_____. **Sustentabilidade**: o que é - o que não é. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

BOLAÑO, César; BRITTOS, Valério C. Blogosfera, espaço público e campo jornalístico: o caso das eleições presidenciais brasileiras de 2006. **Intercom** - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, v. 33, nº 1, jan/jun. 2010. São Paulo: INTERCOM, 2010.

BORGES, Fernando H.; TACHIBANA, Wilson K. A evolução da preocupação ambiental e seus reflexos no ambiente dos negócios: uma abordagem histórica. **XXV Encontro Nacional de Engenharia de Produção**. Porto Alegre, RS, Brasil, 29 out a 01 de nov de 2005.

BRAZ, Mario Sergio Araújo. Os mecanismos de cooperação internacional para redução de emissões sob o Protocolo de Quioto. **Boletim Científico Escola Superior do Ministério Público da União**. Brasília, n. 9, p. 139-159, out./dez. 2003.

BRESSAN, Delmar. **Gestão Racional da Natureza**. São Paulo: Hucitec, 111p., 1996.

BRITO, Francisco. **Democratização e gestão ambiental**. Em busca do desenvolvimento sustentável. São Paulo: Vozes, 1999.

BROWN, Lester R. (Org.). Qualidade de vida, 1992: salve o planeta. ***Worldwatch Institute.*** São Paulo: Globo, 1992.

_____. ***Eco-Economy***. EPI-Earth Policy Institute / UMA-Universidade Livre da Mata Atlântica, 2002.

BRUZEKE, Franz Josef. O Problema do Desenvolvimento Sustentável. **Paper do NAEA**, n. 013, nov., Belém: 1993.

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação empresarial:** teoria e pesquisa. Barueri: Manole, 2002.

_____. A comunicação empresarial estratégica: definindo os contornos de um conceito. **Conexão-Comunicação e Cultura**, UCS, Caxias do Sul, v.4, n.7, p. 11-20, jan./jun. 2005.

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação, Jornalismo e Meio Ambiente:** teoria e pesquisa. São Paulo: Mojoara Editorial, 2007.

_____. Comunicação e sustentabilidade: aproximações e rupturas. In: Importancia de la comunicación y sus interfaces com los desafios ambientales. **Revista Razón y Palabra**, nº 79, maio-julho, México, 2012.

BULOS, Uadi Lamêgo. **Constituição Federal Anotada**. São Paulo: Saraiva, 2000.

CABESTRÉ, Sonia Aparecida; GRAZIADEI, Tânia Maria; POLESEL FILHO, Pedro. Comunicação estratégica, sustentabilidade e responsabilidade socioambiental: um estudo destacando os aspectos teóricos conceituais e práticos. **Conexão-Comunicação e cultura**, UCS, Caxias do Sul, v.7, n.13, jan./jun. 2008.

CAETANO, Liliane Moiteiro. A comunicação pública e a rede: podemos o que queremos? In: MATOS, Heloiza. **Comunicação pública:** interlocuções, interlocutores e perspectivas. São Paulo: ECA/USP, 2012. 411 p.

CAMARGO, Ana Luiza. **As Dimensões e os Desafios do Desenvolvimento Sustentável:** concepções, entraves e implicações à sociedade humana. Dissertação (Mestrado). Engenharia de Produção. Universidade de Santa Catarina. Florianópolis: UFSC, 2002.

CAMARGOS, Marcos Antônio de; DIAS, Alexandre Teixeira. Estratégia, administração estratégica e estratégia corporativa: uma síntese teórica. **Caderno de Pesquisas em Administração**, São Paulo, v. 10, nº 1, jan./mar., 2003.

CAMPOLINA, Angelo Salvatierra. Economia e Sustentabilidade Ambiental. **Revista de Economia da UEG (REU).** Universidade Estadual de Goiás. Anápolis, vol. 1, nº 1, jul/dez, 2005.

CANELAS, André. A evolução do conceito de desenvolvimento sustentável e suas interações com as políticas econômica, energética e ambiental. **3° Congresso Brasileiro de P&D em Petróleo e Gás**. 2 a 5 de outubro, Salvador: 2005.

CAPRA, Fritjof. **A teia da vida**: uma nova compreensão científica dos sistemas vivos. São Paulo: Cultrix, 1996.

_____. Alfabetização ecológica: o desafio para a educação do século 21. In: TRIGUEIRO, André. (Org.). **Meio Ambiente no século 21:** 21 especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento. Armazém do Ipê, 5.ed., Campinas: 2008.

_____. **As conexões ocultas:** ciência para uma vida sustentável. São Paulo: Cultrix, 2005.

CARDOSO, Olinta. Desafios de Comunicação na internacionalização das empresas brasileiras. In. NASSAR, Paulo (org). **Comunicação Empresarial Estratégica:** práticas no Rio de Janeiro. São Paulo: Aberje, 2009, v.1, p.82-89.

CARDOSO, Onésimo de Oliveira. Comunicação empresarial versus comunicação organizacional: novos desafios teóricos. **Revista de Administração Pública** (RAP). Porto e Meio Ambiente. V. 40, n. 6. Rio de Janeiro, nov./dez./2006.

CARNEIRO, Beatriz H. S. Notas sobre a presença do Brasil na construção transnacional da noção de meio ambiente. **Anais...** XXVI Simpósio Nacional de História – ANPUH, jun, São Paulo, 2011.

CARSON, Rachel. ***Silent spring***. USA: Houghton Mifflin, 1962.

_____. **Primavera Silenciosa**. 2ª ed. São Paulo: Melhoramentos, 1969.

CASCINO, Fabio. Sustentabilidade e ética. **Revista Debates Socioambientais**. Ano IV, nº11 – Nov./Fev. 1998/99. CEDEC – SP.

CASTRO, Mary Lobas; PELICIONI, Maria Cecília; OGERA, Rita de Cássia; GEISER, Suely R. A. Educação ambiental: uma estratégia para a participação nos conselhos de meio ambiente. In: **21º Congresso Brasileiro de Engenharia Sanitária e Ambiental. ABES**, Trabalhos Técnicos. João Pessoa: 16 a 21 de setembro, 2001.

CASTRO, Janio R. B. Espaço e lugar sagrados em Bom Jesus da Lapa - BA: natureza e significados das romarias do Bom Jesus. **Anais do X Encontro de Geógrafos da América Latina** – 20 a 26 de março de 2005 – Universidade de São Paulo.

CAUBET, Christian Guy. **A água, a lei, a política... e o meio ambiente?** Curitiba: Juruá, 2004.

CAVALCANTI, Clóvis. **Meio Ambiente, Desenvolvimento Sustentável e Políticas Públicas.** São Paulo: Cortez; Fundação Joaquim Nabuco, 1997.

CAVALCANTI, Clóvis. (org.). **Desenvolvimento e Natureza**: estudos para uma sociedade sustentável. São Paulo: Cortez, 2003.

CELLARD, A. A análise documental. In: POUPART, J. et al. **A pesquisa qualitativa:** enfoques epistemológicos e metodológicos. Petrópolis, Vozes, 2008.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração:** teoria, processo e prática. 4.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

CHOMSKY, Noam. **Contendo a democracia**. Rio de Janeiro: Record, 2003.

COELHO, Leonardo Loyolla. **Compensação ambiental:** uma alternativa para a viabilização de espaços livres públicos para convívio e lazer na cidade de São Paulo. Dissertação (Mestrado – Área de Concentração: Paisagem e ambiente) – FAU/USP. São Paulo, 2008.

COMUNE, A. E. Meio ambiente, economia e economistas. Uma breve discussão. In: MAY, Peter H.; MOTTA, R. S. (Orgs.). **Valorando a Natureza**. Rio de Janeiro: Campus, 1994.

CORRADO, Frank M. **A força da comunicação**. São Paulo: Makron Books, 1994.

CORSETTI, Berenice. A análise documental no contexto da metodologia qualitativa: uma abordagem a partir da experiência de pesquisa do Programa de Pós-Graduação em Educação da Unisinos. **UNIrevista** - Vol. 1, n° 1: 32-46 (janeiro 2006)

COSTA, Ana Cristina Pasini da. **Conversa Informal.** Diretora de Avaliação de Impacto Ambiental da CETESB. Companhia Ambiental do Estado de São Paulo, 2013.

CUNHA, Odir. **Vida Simples**. Ribeirão Preto: Novo Conceito, 2009.

CURTI, Graziella; DI MASSIMO, Emilia. O caráter sagrado da Terra. **DMA-Revista das Filhas de Maria Auxiliadora**. n. 7/8, jul./ago., 2008.

DASSO JÚNIOR, Aragon Érico. **Reforma do Estado com participação cidadã? Déficit democrático das Agências Reguladoras Brasileiras**. 2006. Tese (Doutorado em Direito). Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis: UFSC, 2006.

DEBALI, Juan Carlos. **Desenvolvimento sustentável: evolução e indicadores de sustentabilidade.** Monografia. Graduação em Ciências Econômicas. Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis: UFSC, 2009.

DEETZ, S. A ascensão dos modelos de governança de stakeholders e o consequente redesenho da comunicação. In: KUNSCH, M. M. K.; OLIVEIRA, I. L. (Org.). **A comunicação na gestão da sustentabilidade das organizações**. 1 ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2009, p. 85-105.

DELARBRE, Raúl Trejo. Internet como expressão e extensão do espaço público. **Matrizes** - Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo. Volume 2, nº 2 (1º semestre de 2009). São Paulo: ECA/USP, 2009. 296 p.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti; KUNSCH, Margarida Krohling, (Orgs). Comunicação e Meio Ambiente. **Intercom,** 1996.

DERANI, Cristiane. **Direito ambiental econômico.** 2. ed. São Paulo: Max Limonad, 2001.

DIAS, Elvira G. C. da S. **Avaliação de Impacto Ambiental de projetos de mineração no Estado de São Paulo:** a etapa de acompanhamento. Tese (Doutorado) Engenharia Mineral – Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.

DIAS, Elvira G. C. da S.; SÁNCHEZ, Luis E. Deficiências na implementação de projetos submetidos à avaliação de impacto ambiental no Estado de São Paulo. **Revista de Direito Ambiental**, v.6, n.23, p.163-204, jul./set. 2001.

DIAS, Reinaldo. **Gestão ambiental**: responsabilidade social e sustentabilidade. São Paulo: Atlas, 2006.

DIAS, António Carlos Gomes. **O Relato da Sustentabilidade Empresarial:** práticas em Portugal. Dissertação (Mestrado). Contabilidade e Auditoria. Universidade Aberta. Lisboa, Agosto de 2009.

DI FELICE, Massimo. Network society: da esfera pública para a conectividade. **MSG-Revista de Comunicação e Cultura**. São Paulo: Abreje e Lazuli Editora, ano 1, nº 2, p. 23-26, 2009.

DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação pública:** estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2009.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

DUARTE, Jorge; MONTEIRO, Graça. Potencializando a comunicação nas organizações. In: KUNSCH, Margarida (Org.). **Comunicação organizacional:** linguagem, gestão e perspectivas. São Paulo: Saraiva, 2009.

DUARTE, Marise Costa de Souza. **Meio ambiente sadio:** direito fundamental em crise. Curitiba: Juruá, 2003.

DRUCKER, Peter F. ***Managing in a Time of Great Change***. New York: Truman Talley Books, 1995.

ELIADE, Mircea. **O Sagrado e o Profano:** a essência das religiões. São Paulo, Martins Fontes, 2001.

ELKINGTON, John. **Canibais com Garfo e Faca**. São Paulo: Makron Books, 2001.

FARIAS, Luiz Alberto. Planejamento e estratégia: bases do trabalho em Relações Públicas. In: FARIAS, Luiz Alberto (Org.). **Relações Públicas estratégicas**. São Paulo: Summus, 2011.

FAUSTO, Boris. **História do Brasil**. 12ª ed. São Paulo: EDUSP, 2006.

FERNANDES, Valdir; SAMPAIO, Carlos Alberto C. Problemática ambiental ou problemática socioambiental? A natureza da relação sociedade/meio ambiente. **Desenvolvimento e Meio Ambiente**, n. 18. Curitiba: Ed. UFPR, jul./dez. 2008.

FERRARI, Maria Aparecida. Os cenários turbulentos como oportunidade de mudança e de realinhamento de estratégias. In: GRUNIG, James; FERRARI, Maria Aparecida; FRANÇA, Fábio. **Relações Públicas:** teoria, contexto e relacionamentos. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2009.

FERRARI, Maria Aparecida; CURROS, Oscar. A comunicação intercultural nas organizações como modelo de resposta à vulnerabilidade em tempos de globalização. In: **Anais....** XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2011, Recife.

FERREIRA, Paulo. **O sistema de licenciamento ambiental e o desafio econômico:** proposta para o Estado de São Paulo. Tese (Doutorado em Engenharia). Escola Politécnica da Universidade de São Paulo. São Paulo: USP, 2010.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa.** Curitiba: Positivos Livros, 2013.

FLORES, Rafael K.; MISOCZKY, Maria Ceci. Participação no gerenciamento de bacia hidrográfica: o caso do Comitê Lago Guaíba. **Revista da Administração Pública (RAP).** Rio de Janeiro: nº 42, p. 109-131, jan/fev, 2008.

FONSECA JR., Wilson Corrêa. Análise de Conteúdo. In. DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

FONSECA, Bruno Costa; OLIVEIRA, Marcelo L.R.; SOUSA, Dayane R. N. Conflitos ambientais: atores, causas e desdobramentos na Zona da Mata mineira. **Revista Caminhos de Geografia**, v. 13, n. 42 jun. 2012, Uberlândia: p. 283–299.

FRANÇA, Fábio. Relações públicas: visão 2000. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling. **Obtendo resultados com relações públicas**. São Paulo: Pioneira, 2004.

_____. **Públicos:** como identificá-los em uma nova visão estratégica. São Caetano do Sul: Yendis, 2004a.

FREITAS, H. M. R.; CUNHA JR., M. V. M.; Moscarola, J. Aplicação de sistemas de software para auxílio na análise de conteúdo. **Revista de Administração da USP,** *32*(3), 97-109.

FUKUSHIMA, Mayla. **Conversa Informal.** Membro da Diretoria de Tecnologia, Qualidade e Avaliação Ambiental da CETESB, Companhia Ambiental do Estado de São Paulo, 2013.

FURRIELA. Rachel Biderman. **Democracia, Cidadania e Proteção do Meio Ambiente**. São Paulo: Annablume, FAPESP, 2002.

GALERANI, Gilceana Soares Moreira. O desafio da avaliação de resultados em comunicação organizacional. **Organicom.** Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas. PPGCOM/ECA-USP, Gestcorp/ECA-USP e Abrapcorp. ano 2, n. 2. São Paulo, 2005.

GAVRONSKI, Alexandre Amaral. **Manual de atuação em tutela coletiva para o Ministério Público Federal**. Brasília: fevereiro de 2005.

GIACOMINI FILHO, Gino; NOVI, Leandro Tadeu. Comunicação organizacional: transformações frente ao paradigma da sustentabilidade**. Líbero: Revista Acadêmica** / Programa de Pós-graduação, Faculdade Cásper Líbero, 2011.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

_____. **Como elaborar projetos de Pesquisa**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2005.

GIL, Patrícia Guimarães; MATOS, Heloiza. Quem é o cidadão na comunicação pública? Uma retrospectiva sobre a forma de interpelação da sociedade pelo Estado em campanhas de saúde. In: MATOS, Heloiza. (Org.). **Comunicação pública:** interlocuções, interlocutores e perspectivas. São Paulo: ECA/USP, 2012. 411 p.

GIRARD, A.; ALMEIDA, A. C. **A Influência da Comunicação Corporativa na Construção da Reputação:** Limites e Lacunas Teóricas. São Paulo: Abrapcorp, 2008.

GOBBI, Maria Cristina. É possível mudar a atitude: a tríade mídia, ecologia e sociedade. In: MARQUES DE MELO, José. (Org.). **Mídia, ecologia e sociedade**. São Paulo: Intercom, 2008.

GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades**. Revista de Administração de Empresas**. São Paulo: v.35, n.2, p. 57-63, abril 1995.

GODOI; Christiane K.; BALSINI, Cristina P. V. A Pesquisa Qualitativa nos Estudos Organizacionais Brasileiros: um estudo bibliométrico. In. GODOI; Christiane K.; BANDEIRA-DE-MELLO, Rodrigo; SILVA, Anielson B. da. (orgs). **Pesquisa Qualitativa em estudos organizacionais**. Paradigmas, Estratégias e Métodos. 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

GODOI; Christiane K.; BANDEIRA-DE-MELLO, Rodrigo; SILVA, Anielson B. da. (orgs). **Pesquisa Qualitativa em estudos organizacionais**. Paradigmas, Estratégias e Métodos. 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

GOMES, Neuza Demartini. **Publicidade.** Comunicação persuasiva. Porto Alegre: Sulina, 2003.

GONÇALVES, Verônica. O desencantamento do mundo, a crise ambiental e o pensamento complexo. **Em Tese** - Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC. v. 4, n. 1, agosto-dezembro, 2007.

GONÇALVES-DIAS, Sylmara L. F. TEODÓSIO, Armindo dos S. de S. Ambientalismo Empresarial para Além de Simplismos: Perspectivas de análise teórico-conceitual de sua complexidade. In: **XIII SEMEAD** – Seminários em Administração, setembro de 2010.

GOULART, Marina; AMARAL, Sérgio. Participação social no licenciamento ambiental das atividades de E&P de petróleo na Bacia de Campos. In: **V Congresso Nacional de Excelência em Gestão**. Niterói, 2, 3 e 4 de julho de 2009.

GOULART, Michael D. C.; CALLISTO, Marcos. Bioindicadores de qualidade de água como ferramenta em estudos de impacto ambiental. **Revista da FAPAM**, ano 2, nº1, 2003.

GUIMARÃES, Roberto Pereira; FONTOURA, Yuna Souza dos Reis. Rio+20 ou Rio-20? Crônica de um fracasso anunciado. **Ambiente & Sociedade**. São Paulo, v. 15, n. 3, p. 19-39, set.-dez., 2012.

GUTIERREZ, Hernando. Comunicação: modelos teóricos e contextos sociais. **Thésis**, Revista dos alunos da Pós-Graduação Stricto Sensu da Faculdade Cásper Líbero. São Paulo: ano 3, nº 7, 2º sem., 2002.

HABERMAS, Jurgen. **Consciência moral e agir comunicativo**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1989.

_____. ***Teoria de la acción comunicativa***. Madrid: Taurus, 1992.

HARVEY, David. **A Condição Pós-Moderna**. São Paulo, Loyola,1993.

HASWANI, Mariângela. **A comunicação estatal como garantia de direitos:** foco no Brasil, na Colômbia e na Venezuela. 220 fl. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina, Universidade de São Paulo, 2010.

IASBECK, Luiz Carlos Assis. Imagem e reputação na gestão da identidade organizacional. **Organicom** - Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas. Ano 4, n.7. São Paulo: GESTCORP/ECA/USP, 2. semestre de 2007. Semestral.

JACOBS, Andresa Liriane. **A "ecologia" como representação social:** um estudo com educadores de biologia em Florianópolis, Santa Catarina. Dissertação (Mestrado). Educação e Ciência. Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis: UFSC, 2003.

JAMESON, Fredric. **Pós-Modernismo** - A Lógica Cultural do Capitalismo Tardio, São Paulo: Ática, 2002.

JARAMILLO LÓPEZ, Juan Camilo. Advocacy: uma estratégia decomunicação pública. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling (org.). **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul, SP:Difusão, 2011. p.61-80.

JUSTEN FILHO, Marçal. **Curso de direito administrativo**. Belo Horizonte: Fórum, 2011.

KOÇOUSKI, Marina. Comunicação pública: construindo um conceito. In: MATOS, Heloiza. (Org.). **Comunicação pública:** interlocuções, interlocutores e perspectivas. São Paulo: ECA/USP, 2012. 411 p.

KRAG, Marcia N. **Avaliação Qualiquantitativa de Impactos Ambientais Aplicada em Áreas de Reflorestamento no Nordeste Paraense**. Dissertação – Mestrado em Ciências Florestais. Universidade Federal Rural da Amazônia. Belém: UFRA, 2010.

KRIPPENDORFF, Klaus. ***Metodologia de análisis de contenido***. Barcelona: Paidós, 1990

KUNSCH, Margarida M. K. **Relações públicas e modernidade**: novos paradigmas na comunicação organizacional. São Paulo: Summus, 1997.

_____. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 4a. ed. – revista, ampliada e atualizada. São Paulo: Summus, 2003.

_____. A comunicação para o desenvolvimento sustentável na sociedade globalizada. In: DENCKER, Ada de Freitas Maneti; KUNSCH, Margarida Krohling, (Orgs). **Comunicação e Meio Ambiente**. Intercom, 1996.

_____. Campos de estudos emergentes em comunicação nas novas cidadanias. In: BEZZON, Lara (Org.). **Comunicação, política e sociedade.** Campinas, SP. Editora Alínea, 2005.

KUNSCH, Margarida M. K. Comunicação para o Desenvolvimento Sustentável na Sociedade Globalizada. In: BARBOSA, Marialva (Org.). **Vanguarda do Pensamento Comunicacional Brasileiro:** as contribuições da Intercom (1977-2007). 1ª Ed., 2007. 200 p.

_____. Comunicação pública: direitos de cidadania, fundamentos e práticas. In: MATOS, Heloiza. (Org.). **Comunicação pública:** interlocuções, interlocutores e perspectivas. São Paulo: ECA/USP, 2012. 411 p.

KUNSCH, Margarida M. K. (org.). **Obtendo resultados com relações públicas**. 2ª ed. – revista e atualizada. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.

_____. **Relações públicas:** história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas. (Org.). São Paulo: Saraiva, 2009.

_____. **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2011.

_____. **Comunicação organizacional** - Vol. 1 - Histórico, fundamentos e processos. São Paulo: Saraiva, 2009a.

_____. **Comunicação organizacional** - Vol. 2 - Linguagem, gestão e perspectivas. São Paulo: Editora Saraiva, 2009b.

KUNSCH, Margarida M. K.; KUNSCH, Waldemar (Orgs.). **Relações públicas comunitárias**: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora. São Paulo: Summus, 2007.

KUNSCH, Margarida M. K.; OLIVEIRA, Ivone L. (Orgs.). **A Comunicação na gestão da sustentabilidade das organizações**. São Paulo: Difusão Editora, 2009.

LAGO, André Aranha Corrêa. **Estocolmo, Rio, Joanesburgo.** O Brasil e as três conferências ambientais das Nações Unidas. Instituto Rio Branco/Fundação Alexandre de Gusmão. Ministério das Relações Exteriores. Brasília, 2006.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do Trabalho Científico:** Procedimentos Básicos. São Paulo: Atlas, 2003.

LAROUSSE CULTURAL. **Dicionário da Língua Portuguesa** São Paulo: Nova Cultural, 2005.

LAYRARGUES, Philippe Pomier. Do Ecodesenvolvimento ao Desenvolvimento Sustentável: evolução de um conceito? **Proposta**, n. 25, ed. 71, p. 5-10. 1997.

LEFF, Enrique. **Saber ambiental:** sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder. Petrópolis: Vozes, 2001.

LEFF, Enrique. **Epistemologia ambiental**. 4. ed. São Paulo: Cortez, 2006.

LE PRESTRE, Phillipi G. **Ecopolitica Internacional**. SENAC. São Paulo: 2005.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LIMA, Fábia P. **Possíveis contribuições do paradigma relacional para o estudo da comunicação no contexto organizacional.** In: OLIVEIRA, Ivone; SOARES, Ana Thereza (Org). Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações. São Caetano do Sul/SP: Difusão Editora, 2008. p. 109-127.

LIPOVETSKY, Gilles; CHARLES, Sébastien. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Barcarolla, 2004.

LOVELOCK, James E. **A vingança de gaia**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2006.

_____. A vingança de gaia. **Revista Veja**. Entrevista a Diego Schelp. 25 out. 2006a, p.17-21.

LUPETTI, Marcélia. **Gestão estratégica da comunicação mercadológica**. São Paulo: Cengage Learning, 2009. 209 p.

LYOTARD, Jean-François. **A condição pós-moderna**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2008.

MACHADO, Paulo Affonso Leme. **Direito Ambiental Brasileiro**. 10 ed. São Paulo: Malheiros Editores, 2002.

_____. **Direito a Informação Ambiental e Meio Ambiente**. São Paulo: Malheiros Editores, 2006.

MACHADO, Vilma F. **A Produção do discurso do Desenvolvimento Sustentável**: de Estocolmo a Rio-92. Tese (Doutorado). Universidade de Brasília. Centro de Desenvolvimento Social. Brasília, 2005.

MANSELL, Robin. Poder, cultura das mídias e novas mídias. In: Dossiê: Perspectivas autorais nos estudos de comunicação **V. MATRIZES** / Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo. Ano 3, nº 1, (ago./dez. 2009). São Paulo: ECA/USP/Paulus, 2009. 272p.

MARCHIORI, Marlene. **Cultura e Comunicação Organizacional**. 2. ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2008.

MARCOVITCH, Jacques. Mudanças Climáticas e Multilateralismo. **Revista USP**, São Paulo, n.72, p. 16-27, dezembro/ fevereiro, 2006-2007.

MARTINS, G. de A.; THEÓFILO, C. R. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas.** 2 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MARTINS, Rúbia. O debate internacional sobre desenvolvimento sustentável: Aspectos e possibilidades. **Aurora** - Revista dos discentes do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Unesp-Marília. N.1, dez. Marília: 2007.

MATOS, Heloiza. (Org.). **Comunicação pública:** interlocuções, interlocutores e perspectivas. São Paulo: ECA/USP, 2012. 411 p.

MEADOWS, D. H.; MEADOWS, D.; RANDERS, J.; BEHRENS, W. W. **Limites do Crescimento**. 1.ed. São Paulo: Perspectiva, 1973.

MEBRATU, D. *Sustainability and Sustainable Development: Historical and Conceptual Review.* ***Environmental Impact Assessment Review***, v. 18, p. 493-520, 1998.

MIÈGE, Bernard. **O Pensamento Comunicacional**. Petrópolis: Vozes, 2000.

MILARÉ, Édis. **Direito do ambiente.** 3ª edição. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2004.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org). **Pesquisa Social**: Teoria, método e criatividade. Petrópolis (RJ): Vozes, 2003.

MINAYO, M. C. S.; HARTZ, Z. M. A.; BUSS, P. M. Qualidade de Vida e saúde: um debate necessário**. Ciência & Saúde Coletiva**. Rio de Janeiro, v. 5, n.1, 2000, p. 7-18.

MINKS, Volker. A Rede de Design Verde Urbano – Uma alternativa sustentável para megacidades? **Revista LABVERDE**. n°7 – Artigo n°06, Dez/2013.

MINTZBERG, H.; QUINN, J. B. **O processo da estratégia**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MIOTTO, Luciana B. A ecoeficiência e a responsabilidade socioambiental das empresas. In: BEZZON, Lara (Org.). **Comunicação, política e sociedade.** Campinas, SP: Alínea, 2005.

MOLLEDA, Juan Carlos. Comunicação e mudanças organizacionais**. Líbero** - Revista acadêmica de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero, ano IV, v.4, n.7-8, 2001.

MONTIBELLER F, Gilberto. **O mito do desenvolvimento sustentável:** meio ambiente e custos sociais no moderno sistema produtor de mercadorias. 3ª ed. Florianópolis: UFSC, 2008. 306p.

MOREIRA, Iara Verocai. Avaliação de impacto ambiental – instrumento de gestão. **Cadernos FUNDAP**, ano 9, nº 16, pag. 54-63. São Paulo: junho, 1989.

MOREIRA, Sandrina Berthault; CRESPO, Nuno. Economia do Desenvolvimento: das abordagens tradicionais aos novos conceitos de desenvolvimento. **Revista de Economia**, v. 38, n. 2 (ano 36), p. 25-50, maio/ago. Editora UFPR, Curitiba: 2012.

MOURA, Romero Marinho de. Rachel Carson e os agrotóxicos: 45 anos após primavera silenciosa. **Anais da Academia Pernambucana de Ciência Agronômica**. Recife: UFP, 2009. Vols. 5 e 6, p.44-52.

MUNCK, Luciano; SOUZA, Rafael Borim; SILVA, André Luis. **Estudos organizacionais e desenvolvimento sustentável:** em busca de uma coerência teórica e conceitual. Interações, Campo Grande, v. 13, n. 1, p. 105-120, jan./jun. 2012.

NOSTY, Bernardo Diaz. O meio [ambiente] é a metragem. Estratégias de comunicação para uma inovação sustentável. In: MARQUES DE MELO, José. (Org.) **Mídia, Ecologia e Sociedade**. São Paulo: Intercom, 2008.

OLIVEIRA, Edenis César. Considerações teóricas sobre o processo participativo como modelo de gestão do comitê de bacia hidrográfica no gerenciamento de recursos hídricos: uma abordagem preliminar. In: XIV SIMPEP- Simpósio de Engenharia de Produção. **Anais.** Bauru: UNESP, 2007.

OLIVEIRA, Ivone de L.; PAULA, Maria A. de **O que é Comunicação Estratégica nas Organizações?** São Paulo: Paulus, 2007.

OLIVEIRA, Maria José da C. Comunicação pública e os setores não estatais. In: _____. **Comunicação pública**. Campinas: Alínea, 2004.

_____. Panorama social e cidadania: uma análise sobre o Brasil na ótica da comunicação. In: BEZZON, Lara (Org.). **Comunicação, política e sociedade**. Campinas, SP. Editora Alínea, 2005.

PAIVA, A. Clima e pobreza desafiam os modelos de negócios. **Jornal Valor Online**. Rio de Janeiro, 12 set. 2008. Entrevista.

PELICIONI, Maria Cecília F. Educação ambiental, qualidade de vida e sustentabilidade. **Saúde e Sociedade**, n. 7, v. 2, p. 19-31, 1998.

PENTEADO, José Roberto Whitaker. **A técnica da comunicação humana**. 4. ed. São Paulo: Pioneira, 1976.

PÉREZ GONZALEZ, Rafael. ***Estrategias de comunicación***. Barcelona: Editora Ariel, 2008.

PERUZZO, Cicília M. K. Sociedade da informação no Brasil: Desafio de tornar a internet de todos para todos. In: PERUZZO, Cicília M. K.; BRITTES, Juçara. (Orgs.). **Sociedade da Informação e Novas Mídias**: participação ou exclusão. São Paulo: INTERCOM, 2002.

PESSONI, Arquimedes; MELINA, Kallyny; PORTUGAL, Thomé. A transição da comunicação corporativa: possibilidade de participação nas mídias organizacionais. **Intercom** – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, v.34, n.2, jul/dez. São Paulo: 2011.

PETIT, Tatiana. Como proteger a reputação. **Revista EXAME**: nov, 2005.

PIMENTEL, Alessandra. O Método da Análise Documental: seu uso numa pesquisa historiográfica. **Cadernos de Pesquisa**, n. 114, no. 1 v7-9- nov. 2001. Universidade Estadual de Londrina- PR, 2001.

PINHO, J. B. **Jornalismo na internet**: planejamento e produção da informação on-line. São Paulo: Summus Editorial, 2007

PIRES, José Calixto de Souza; MACEDO, Kátia Barbosa. Cultura organizacional em organizações públicas no Brasil. **Revista da Administração Pública-EBAPE/FGV**. v. 40, n. 1, p. 81-105, Jan./Fev. Rio de Janeiro, 2006.

PIVA, Rui. **Bem ambiental.** São Paulo: Max Limonad, 2001.

PORTER, Michael Porter. **What is Strategy?** Harvard Business Review, nov./dez., 1996.

RAMOS, Fernando Angerami. **Meio Ambiente e meios de comunicação, a relação existente entre o tema e os meios.** São Paulo: Annablume/Fapesp, 1995.

RECTOR, M.; NEIVA, Eduardo (org.). **Comunicação na Era Pós-Moderna.** Petropólis: Vozes, 1997.

REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. **Tratado de Comunicação Organizacional e Política.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

RESENDE, Fernando. A comunicação social e o espaço público contemporâneo. **Revista ALCEU** - Revista de Comunicação, Cultura e Política / Departamento de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro: v.5 - n.10 - p. 129 a 145 - jan./jun. 2005.

RIBEIRO, Gustavo Lins. **Ambientalismo e desenvolvimento sustentado**: ideologia e utopia no final do século XX. Brasília, 21(1): 23-31, jan./abr. 1992.

RIBEIRO, Bruno Quiquinato; PINHEIRO, Ana Claudia Duarte. Participação Popular no Licenciamento de Atividades Causadoras de Significativo Impacto Ambiental. **Revista de Direito Público**. Londrina: v. 6, nº 1, p. 232-246, jan/abr, 2011.

RICHARDSON, Robert J. **Pesquisa Social:** Métodos e Técnicas. São Paulo: Atlas, 2007.

RINALDI, Alexandra. **A Importância da Comunicação de Risco para as organizações.** Dissertação (Mestrado em Gestão Integrada em Saúde do Trabalho e Meio ambiente) Centro Universitário SENAC. Campus Santo André, São Paulo, 2007.

ROCHA, Ednaldo; CANTO, Juliana; PEREIRA, Pollyanna. Avaliação de Impactos Ambientais nos Países do Mercosul. **Ambiente & Sociedade** – Vol. VIII nº 2 jul./dez. 2005.

RODRIGUES, G.A. Da Audiência Pública como instrumento de participação popular no licenciamento ambiental independente de realização de estudo prévio de impacto ambiental. **Anais...** Seminário "5 Anos após a ECO-92",Congresso Internacional de Direito Ambiental, sob os auspícios do Instituto O direito por um Planeta Verde. São Paulo, 1998.

RODRIGUES, Arlete Moysés. Desenvolvimento Sustentável: dos conflitos de classes para o conflito de gerações. In: SILVA, Jose Borchacchielo; LIMA, Luiz Cruz; DANTAS, Eustogio Wanderlei (Orgs.). **Panorama da Geografia Brasileira**. v. 2. São Paulo: Annablume/ Fapesp, 2006.

RODRIGUES, Bruno César; CRIPPA, Giulia. A recuperação da informação e o conceito de informação: o que é relevante em mediação cultural? **Perspectivas em Ciência da Informação**, v.16, n.1, p.45-64, jan./mar. 2011.

ROMEIRO, Ademar Ribeiro. **Economia ou economia política da sustentabilidade?** Texto para Discussão. IE/UNICAMP, n.102, set. Campinas, 2001.

ROSA, Mário. **A reputação na velocidade do pensamento** - Imagem e Ética na era digital. São Paulo: Geração Editorial, 2006.

SÁ-SILVA, Jackson R.; ALMEIDA, Cristóvão D. de.; GUINDANI, Joel F. Pesquisa documental: pistas teóricas e metodológicas. **Revista Brasileira de História & Ciências Sociais**. Ano I - Número I - Julho de 2009

SABBATINI, Juliana Nogueira. Comunicação organizacional, reputação e governança corporativa. In: Congresso ABRAPCORP, 2008, Grupo de Trabalho 7 – Processos, políticas e estratégias de comunicação em organizações privadas. **Anais...,** 2008. 1 CD-ROM.

SACHS, Ignacy. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. 4ª ed. São Paulo: Garamond, 2002.

_____. **Estratégias de transição para o século XXI:** desenvolvimento e meio ambiente. São Paulo: Studio Nobel: FUNDAP, 1993.

_____. Estratégias de transição para o século XXI. In: _____. **Rumo à ecossocioeconomia:** teoria e prática do desenvolvimento. São Paulo: Cortez, 2007. p. 174-200.

SANTAELLA, Lucia. Participação, colaboração, confiança: chaves para a comunicação nas redes. **MSG-Revista de Comunicação e Cultura**. São Paulo: Abreje e Lazuli Editora, ano 1, nº 2, p. 23-26, 2009.

SANTANA, Paula; NOGUEIRA, Helena; SANTOS, Rita. **O Papel do Ambiente Físico e Social na Construção de Comunidades Saudáveis. Ensaio Metodológico Aplicado à Amadora.** Universidade de Coimbra, Centro de Estudos Geográficos / Instituto de Estudos Geográficos. Engenharia Civil-UM, n. 27, Coimbra: 2006.

SANTILLI, Juliana. **Socioambientalismo e novos direitos**: proteção jurídica à diversidade biológica e cultural. São Paulo: Peirópolis / ISA, 2005.

SANTOS, Jair Ferreira dos**. O Que É Pós-Modernismo**. Coleção Primeiros Passos. Brasília: Brasiliense, 1992.

SERRA. J. Paulo. **Manual de Teoria da Comunicação**. Série: Estudos em Comunicação. Universidade da Beira Interior. Labcom: Covilhã, 2007.

SIEBENEICHLER, Flávio Beno. Sobre o conceito de liberdade comunicativa. **Revista Brasileira de Direito Constitucional**, nº 17 – jan./jun. 2011.

SILVA, José Afonso. **Curso de Direito Constitucional Positivo**. São Paulo: Malheiros, São Paulo: 2000.

SILVA, Marco. Que é Interatividade. **Boletim Técnico do SENAC**. Rio de Janeiro, v.24, n.2 maio/ago, 1998.

SILVA, Lidiane R. C. da; DAMACENO, Ana D.; MARTINS, Maria da C. R.; SOBRAL, Karine M.; FARIAS, Isabel M. S. de. Pesquisa Documental: alternativa investigativa na formação docente. **IX Congresso Nacional de Educação** – EDUCERE; III Encontro Sul Brasileiro de Psicopedagogia. Curitiba: PUC-PR, 26 a 29 de outubro de 2009.

SILVA FILHO, José Carlos Lázaro. Socioambiental: o perigo da diluição de dois conceitos. **Gestão.Org** - Revista eletrônica de Gestão Organizacional, v. 5, n. 2, mai./ago., Universidade Federal de Pernambuco. Recife: 2007.

SILVA, C. L.; MENDES, J.T.G. (Orgs.). **Reflexões sobre o desenvolvimento sustentável:** agentes e interações sob a ótica multidisciplinar. Petropolis: Vozes, 2005.

SIMÕES, Roberto Porto. **Relações Públicas e micropolítica**. São Paulo: Summus, 2001.

SIRVINSKAS, Luís Paulo. **Manual de Direito Ambiental**. 7ª. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

SMITH, Vivian P. B. Comunicação socioambiental: bases teóricas e aplicação nas práticas de responsabilidade social e sustentabilidade das organizações. In: VI Encontro Nacional da Anppas, 18 a 21 de setembro. **Anais**... Belém: 2012.

SOARES, Ana Thereza. Comunicação e sustentabilidade na construção de uma nova visão de mundo. In: KUNSCH, Margarida; OLIVEIRA, Ivone L. (Orgs.). **A Comunicação na gestão da sustentabilidade das organizações.** São Paulo: Difusão Editora, 2009.

SODRÉ, Muniz. O globalismo como neobarbárie. In: MORAES, Dênis de. **Por uma outra comunicação** – mídia, mundialização cultural e poder. Rio de Janeiro: Record, 2003.

SOUZA, Alexandre do N. **Licenciamento Ambiental no Brasil sob a perspectiva da Modernização Ecológica.** Dissertação (Mestrado em Ciência Ambiental). Universidade de São Paulo. São Paulo: USP, 2009.

STAKE, Robert E. **Pesquisa Qualitativa:** estudando como as coisas funcionam. Porto Alegre: Artmed, 2011.

STORI, Fernanda Terra; ABESSA, Denis M. de Souza; NORDI, Nivaldo. Análise das lógicas de ação de atores sociais em torno do licenciamento ambiental de um terminal portuário no estuário de Santos (Brasil). **Revista da Gestão Costeira Integrada**, v. 13, n. 3, set. 2013. Univali, Santa Catarina: 2013.

TEIXEIRA, Enise Barth. A análise de dados na Pesquisa Científica: importância e desafios em estudos organizacionais. **Desenvolvimento em questão**. Editora Unijuí, ano 1, n. 2, jul./dez, 2003.

TERRA, Carolina Frazon. **Mídias Sociais... e agora?** O que você precisa saber para implementar um projeto de mídias sociais. 1ª ed. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2011.

TRIGUEIRO, André (coord.). **Meio ambiente no século 21**. Rio de Janeiro: Sextante, 2003.

TRIVIÑOS, Augusto. **Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais**: A pesquisa qualitativa em educação. 3ª edição. São Paulo: Atlas, 1992.

VASCONCELOS, Marco Antonio; GARCIA, Manuel Enriquez. **Fundamentos de economia.** São Paulo: Saraiva, 1998.

VEIGA, José Eli da. **A emergência socioambiental**. São Paulo: SENAC, 2007.

_____. O que é sustentabilidade? **Revista Página 22**. São Paulo: FGV, nº 24, Outubro, 2008.

VIANA, Diego. A eterna procura da simplicidade. **Jornal Valor**, 22 mar. 2013.

VIEIRA, Alcioni Galdino. A internet como novo modo de comunicação: Uma perspectiva teórica à luz de Niklas Luhmann. **Thésis**. Revista dos alunos da Pós-Graduação Stricto Sensu da Faculdade Cásper Líbero. São Paulo: ano 3, nº 7, 2º sem., 2002.

VYGOTSKI, L. S. Manuscrito de 1929. **Educação & Sociedade**. Campinas: Cedes, XXI (71), 2000.

WOLTON, Dominique. **Informar não é comunicar**. Porto Alegre: Sulina, 2010.

WRIGHT, P.; KROLL, M.; PARNELL, L. **Administração estratégica:** conceitos. São Paulo: Atlas, 2000.

YANAZE, Mitsuru; CREPALDI, Ubaldo. A comunicação e a tangibilidade de sua avaliação. **Organicom.** Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas. PPGCOM/ECA-USP, Gestcorp/ECA-USP e Abrapcorp. ano 2, n. 2. São Paulo, 2005.

REFERÊNCIAS WEBGRÁFICAS

ANGELO, Cláudio. Há abuso no uso de “sustentabilidade”, diz criadora do termo. **Folha de São Paulo**. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ambiente/1065497-ha-abuso-no-uso-de-sustentabilidade-diz-criadora-do-termo.shtml>. Acesso em: 22 mar. 2012.

BADER, Pascal. Sustentabilidade - do modelo à implementação. ***Goethe-Institut. Online-Redaktion***. Março de 2008. Disponível em: <http://www.goethe.de/ges/umw/dos/ nac/ den/pt3106180.htm> Acesso em 14 dez. 2013.

BERNA, Vilmar S. D. **O povo, a comunicação e as questões socioambientais**: estudo de caso da REBIA. Publicado em: 16 set. 2010. Disponível em: <http://www.portaldomeioambiente.org.br/noticias/comunicacao/5380-o-povo-a-comunicacao-e-as-questoes-socioambientais-estudo-de-caso-da-rebia?showall=&start=1> Acesso em 12 dez. 2013.

BESSA, Paulo. Questões sociais e questões ambientais. **O Eco.** 07 de Janeiro de 2005. Disponível em: <http://www.oeco.com.br/paulo-bessa/16845-oeco_11133>. Acesso em: 17 mar. de 2012.

BOFF, Leonardo. **Sustentabilidade:** tentativa de definição. 15 jan. 2012. Disponível em <http://leonardoboff.wordpress.com/2012/01/15/sustentabilidade-tentativa-de-definicao/> Acesso em 10 nov. 2013.

BUENO, Wilson da Costa. A transparência na Comunicação Empresarial. 2007a. **Comunicação Empresarial On Line.** Disponível em: <http://www.comunicacaoempresarial.com.br/comunicacaoempresarial/artigos/comunicacao_corporativa/artigo7>. Acesso em: 18 ago. 2011.

_____. Comunicação e sustentabilidade: diálogo de conceitos e práticas. **Portal Imprensa**. Disponível em: <http://www.portalimprensa.uol.com.br/noticias/wilson+da+costa+bueno/44071/comunicacao+e+sustentabilidade+dialogo+de+conceitos+e+praticas>. Acesso em: 18 ago 2011.

CAMARGO, Aspásia. **Desafios e oportunidades do licenciamento ambiental de obras e atividades de significativo impacto.** Workshop promovido e realizado recentemente pela FGV Projetos. Disponível em: <http://www.aspasiacamargo.com.br/v2013/midia/noticias/1386-aspasia-debate-licenciamento-ambiental-na-fgv> Acesso em 12 nov. 2013.

CAVALCANTI, Clóvis. Uma tentativa de caracterização da economia ecológica. **Ambiente & Sociedade**, v. 7, n. 1, p.149-156, jan./jun. 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/asoc/v7n1/23541.pdf>. Acesso 15 maio 2012.

DALY, H. E. Crescimento sustentável? Não, obrigado. **Ambiente & Sociedade**, v. 7, n. 2, p. 197-202, 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/asoc/v7n2/ 24695.pdf>. Acesso em: 12 nov. 2011.

DICIONÁRIO HOUAISS DE LÍNGUA PORTUGUESA. Versão On Line. Disponível em: <http://houaiss.uol.com.br/busca?palavra=audi%25C3%25AAncia> Acesso em: 15 fev. 2012.

DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação Pública**. 2006. Disponível em: <http://www.jforni.jor.br/forni/ files/ComPúblicaJDuartevf.pdf>. Acesso em: 25 mar. 2013.

ECO 92 – **Declaração.** Disponível em: <http://www.onu.org.br/rio20/img/2012/01 /rio92.pdf>. Acesso em: 19 maio 2012.

ESPAÇO PÚBLICO. In: **INFOPÉIA**. Porto: Porto Editora. Disponível em: <http://www.infopedia.pt/espaco-publico>. Acesso em: 8 abr. 2012.

FARIA, Ivan Dutra. **Por que o licenciamento ambiental no Brasil é tão complicado? (Parte III).** Disponível em: <http://www.brasil-economia-governo.org. br/2013/05/06/por-que-olicenciamento-ambiental-no-brasil-e-tao-complicado-parte-iii>. Acesso em: 01 maio 2013.

FARIAS, Talden Queiroz. Licenciamento ambiental e responsabilidade empresarial. **Âmbito Jurídico**, Rio Grande, IX, n. 30, jun 2006. Disponível em: <http://www.ambitojuridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=1171>. Acesso em 16 nov. 2012.

FIORI, Ana Maria. **Licenciamento Ambiental:** um desafio que exige apenas o velho e necessário bom senso. Disponível em: <http://www.ambientelegal.com.br/ licenciamento-ambiental-um-desafio-que-exige-apenas-o-velho-e-necessario-bom-senso>. Acesso em: 14 jun. 2012.

FURRIELA. Rachel Biderman. **Aspectos jurídicos e práticos do estudo de impacto ambiental e relatório de impacto sobre o meio ambiente**. 2011. Disponível em:< http://www.ctec.ufal.br/professor/elca/aspectos_juridicose_praticos_do_estudo_de_impacto_ambiental_e_relatório_de_impacto_sobre_o_meio_ ambiente.pdf.> Acesso em: 10 set 2012.

GRAJEW, Oded. **Qualidade de vida é sustentabilidade**. Entrevista concedida à Envolverde. 22 ago 2012 - 09h45. Disponível em: <http://envolverde.com.br/ sociedade/entrevista-sociedade/qualidade-de-vida-e-sustentabilidade-entrevista-com -oded-grajew/> Acesso em: 14 jul 2013.

LINS RIBEIRO, Gustavo. ***El espacio público virtual.*** Ediciones Simbióticas, abril, 2005. Disponível em: <http://www.edicionessimbioticas.info/IMG/pdf/espacio_ publico_virtual.pdf >. Acesso em: 22 abr. 2011.

MARROQUIM, Rafael; MELLO, Ricardo. **Pensar a comunicação pública**. Ed. 700, 26 jun. 2012. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed700_pensar_a_comunicacao_publica>. Acesso em: 24 abr. 2013.

MELO, Marciano Almeida. O desenvolvimento industrial e o impacto no meio ambiente. **Boletim Jurídico**, Uberaba/MG, a. 5, nº 952. Inserido em 16 jan. 2012. Disponível em: <http://www.boletimjuridico.com.br/doutrina/texto> Acesso em: 2 set. 2013.

MENECHINO, Laila Pacheco. **O princípio da publicidade no licenciamento ambiental: a concretização do ideal democrático na tutela administrativa**. Disponível em:<http://www.femparpr.org.br/artigos/upload_artigos/laila-menechino.pdf>. Acesso em: 6 fev. 2012.

MUNHOZ, Deborah. Qualidade de Vida e Sustentabilidade. Disponível em <http://deborahmunhoz.wordpress.com/artigos/qualivida-sust/ Acesso em: 12 jun. 2013.

RATTNER, Henrique. **Sustentabilidade:** uma visão humanista. 2004. Disponível em: <http://www.lead.org.br/article/articleview/134/1/97/>. Acesso em: 20 ago. 2004.

RIBEIRO, Mauricio Andrés. **O princípio da frugalidade**. 24 jun. 2009. Disponível em: <http://portaldomeioambiente.org.br/blogs/mauricio-andres-ribeiro/697-o-principio-da-frugalidade> Acesso em 17 dez. 2013.

SACHS, I. Entrevista. Ignacy Sachs: desenvolvimento sustentável só é possível com intervenção do Estado no mercado. **Agência Brasil**. Concedida à Vladimir Platonow. 01 jul. 2012 - 20h18. Disponível em: <http://memoria.ebc.com.br/agenciabrasil/noticia/2012-07-01/ignacy-sachs-desenvolvimento-sustentavel-so-e-possivel-com-intervencao-do-estado-no-mercado> Acesso em: 12 ago. 2012.

SHAPIRO, Judith. O desastre ecológico da China. **Revista Exame Especial CEO/ Rumo à Economia Verde.** São Paulo: Abril, 2012. Disponível em: <http://planetasustentavel.abril.com.br/noticia/ambiente/livro-judith-shapiro-desastre-ecologico-crescimento-china-684853.shtml?func=2> Acesso em: 10 jan. 2014.

SILVA, Rodrigo Carvalho da. **Informação e comunicação em ambientes organizacionais:** estratégias para uma gestão eficiente. 2008. Universidade Estadual Paulista – UNESP. Disponível em: <http://legacy.unifacef.com.br/rec/ed08/ed08_art05.pdf> Acesso em: 16 jan. 2014.

SUZUKI, David. In. **Sustentabilidade e o Sagrado**. 2013. Disponível em: <http://gaia.org.pt/node/16514> Acesso em: 15 dez 2013.

VASQUES, Monica Heloisa B.. **Metodologia de pesquisa cientifica**. 27 mar. 2013. Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/3521025/43/Justificativa%C2%A0-Problematizacao> Acesso em: 10 jan. 2014.

VIALLI, Andrea. **A bomba populacional:** somos gente demais? 2009. Disponível em: <http://blogs.estadao.com.br/andrea-vialli/a-bomba-populacional-somos-gente-demais>. Acesso em: 15 dez. 2013.

ZAMPAULO, Jamil Rodrigues. Considerações introdutórias sobre o conceito de metodologia em seu significado acadêmico. **Revista @Lumni.** V.1, n.1, 2011. Disponível em: <http://fgh.escoladenegocios.info/revistaalumni/artigos/Artigo_Jamil.pdf> Acesso em: 22 jan. 2014.

REFERÊNCIAS DA LEGISLAÇÃO

BRASIL. BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL. BNDES. **Informações Gerais**. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/ siteBNDES/bndes/index.html Acesso em 16 fev. 2013.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do** Brasil. Brasília. Senado Federal. 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/ constituicao.htm>. Acesso em: 17 nov. 2012.

_____. **Lei nº 6.938**, de 31 de agosto de 1981. Dispõe sobre a Política Nacional do Meio Ambiente, seus fins e mecanismos da formulação e aplicação, e dá outras providências. Senado Federal. Brasília: Diário Oficial da União, 02 de setembro de, 1981. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L6938.htm>. Acesso em: 17 nov. 2012.

_____. **Lei Complementar nº 140, de 08 de dezembro de 2011.** Fixa normas, nos termos dos incisos III, VI e VII do **caput** e do parágrafo único do art. 23 da Constituição Federal, para a cooperação entre a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios nas ações administrativas decorrentes do exercício da competência comum relativas à proteção das paisagens naturais notáveis, à proteção do meio ambiente, ao combate à poluição em qualquer de suas formas e à preservação das florestas, da fauna e da flora; e altera a Lei nº 6.938, de 31 de agosto de 1981. Brasília, 2011. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_ 03/leis/lcp/Lcp140.htm> Acesso em 15 out. 2012.

_____. **Lei nº 9.605**, de 12 de fevereiro de 1998. Dispõe sobre as sanções penais e administrativas derivadas de condutas e atividades lesivas ao meio ambiente, e dá outras providências. Brasília, 1998. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_ 03/leis/l9605.htm> Acesso em 16 nov. 2012.

BRASIL. MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. **Histórico**. Disponível em: <http://www.mma.gov.br/governanca-ambiental/portal-nacional-de-licenciamento-am biental/licenciamento-ambiental/historico>. Acesso em: 11 jun. 2012.

_____. **Audiência Pública**. Disponível em: <http://www.mma.gov.br/governanca-ambiental/portal-nacional-de-licenciamento-ambiental/licenciamento-ambiental/audi encia-publica>. Acesso em: 02 out. 2012a.

_____. **Programa Nacional de Capacitação de gestores ambientais**: licenciamento ambiental. Brasília: MMA, 2009. 90 p.

_____. **Portal Nacional de Licenciamento Ambiental**. Disponível em: <http://www.mma.gov.br/index.php/governanca-ambiental/portal-nacional-de-licenci amento-ambiental>. Acesso em: 8 abr. 2012b.

BRASIL. MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. CONSELHO NACIONAL DE MEIO AMBIENTE - CONAMA. **Resolução CONAMA nº 01**, de 23 de janeiro de 1986. In: Resoluções do Conama: Resoluções vigentes publicadas entre setembro de 1984 e janeiro de 2012. Brasília: MMA, 2012c. p. 922.

_____. **Resolução CONAMA nº 9**, de 03 de dezembro de 1987. In: Resoluções do Conama: Resoluções vigentes publicadas entre setembro de 1984 e janeiro de 2012. Brasília: MMA, 2012d. p. 930.

_____. **Resolução CONAMA nº 237**, de 19 de dezembro de 1997. In: Resoluções do Conama: Resoluções vigentes publicadas entre setembro de 1984 e janeiro de 2012. Brasília: MMA, 2012e. p. 930.

BRASIL. MINISTÉRIO DOS TRANSPORTES. Departamento Nacional de Infraestrutura de Transportes - DENIT. **Programas de Comunicação Social nos Empreendimentos de Infraestrutura Rodoviária**. Coleção Estrada Verde, v.1. Brasília: 2012.

BRASIL E ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Documento de Contribuição Brasileira à Conferência rio+20.** Comissão Nacional para a Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável. Brasília, nov., 2011.

BRASIL. TRIBUNAL DE CONTAS DA UNIÃO. **Cartilha de Licenciamento ambiental** / TCU; IBAMA. 2ª ed. Brasília: 4ª Secretaria de Controle Externo, 2007. 83 p.

COMISSÃO DE DESENVOLVIMENTO E MEIO AMBIENTE DA AMÉRICA LATINA E DO CARIBE (CDMAALC). **Nossa própria agenda**. BID/PNUD, Brasília: 1990. 240p.

COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO. **Nosso futuro comum**, 2ª ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1991.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. Declaração da Conferência sobre o Meio Ambiente Humano. In: **Anais da Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano**, 6 p. Estocolmo, 5-16 de junho de 1972. Disponível em: <http://www.direitoshumanos.usp.br/index.php/Meio-Ambiente/declaracao-de-estocolmo-sobre-o-meio-ambiente-humano.html>. Acesso em: 14 mar. 2013.

ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL PARA CONSERVAÇÃO DA NATUREZA/PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O MEIO AMBIENTE/World Wildlife Fund. ***Caring for the Earth***: *a strategy for sustainable living*. IUCN, UNEP, WWF, 1991, p. 10.

RIO DE JANEIRO. **Decreto-Lei nº 134**, de 16 de junho de 1975. Dispõe sobre a prevenção e o controle da poluição do meio ambiente no Estado do Rio de Janeiro, e dá outras providências. Disponível em http://alerjln1.alerj.rj.gov.br/decest.nsf/83b1e11a446ce7f7032569ba0082511c/20e029cb4455f7dc03256b6d00638572?OpenDocument Acesso em 10 jul. 2012.

SÃO PAULO (Estado). **Lei nº 997**, de 31 de maio de 1976. Dispõe sobre o controle da poluição do meio ambiente. Legislação do Estado de São Paulo. São Paulo, SP: Assembleia Legislativa.

_____. **Constituição do Estado de São Paulo**, Imprensa Oficial do Estado. São Paulo: 1989.

_____. **Lei nº. 9.509**, de 20 de março de 1997. Dispõe sobre a Política Estadual do Meio Ambiente. São Paulo: Assembleia Legislativa, 1997. Disponível em: <http://www.al.sp.gov.br/norma/?id=9375> Acesso em 15 jul. 2012.

_____. **Lei nº 13.542**, de 08 de maio de 2009. Altera a denominação da CETESB - Companhia de Tecnologia de Saneamento Ambiental e dá nova redação aos artigos 2º e 10 da Lei nº 118, de 29 de junho de 1973. Disponível em < http://governo-sp.jusbrasil.com.br/legislacao/231481/lei-13542-09> Acesso em 10 jun. 2012.

SÃO PAULO. SECRETARIA DO MEIO AMBIENTE. SMA. **Informações Gerais.** Disponível em: <http://www.ambiente.sp.gov.br/consemaIntro.php>. Acesso em: 16 out. 2011.

_____. **25 anos**. São Paulo: SMA, 2011a. 100 p.

_____. Gestão ambiental, **Cadernos de Educação Ambiental**, nº 16. Roberta Buendia Sabbagh. São Paulo: SMA, 2011b. 176 p.

_____. **Resolução SMA nº 42**, de 29 de dezembro de 1994. Dispõe sobre estudo de impacto ambiental, introduz o Relatório Ambiental Preliminar –RAP nos casos de exigibilidade de EIA/RIMA previstos no artigo 2ºda CONAMA nº1/86. Disponível em: < http://www.ambiente.sp.gov.br/legislacao/resolucoes-sma/resolucao-sma-42-1994/ > Acesso em 06 jun. 2012.

_____. **Resolução SMA nº 66**, de 17 de dezembro de 1996. Altera redação da Resolução SMA Nº 09, de 09 de março de 2011, que dispôs sobre a reformulação da Comissão Especial de Avaliação de Desempenho - CEAD, para fins de estágio probatório Disponível em < http://www.ambiente.sp.gov.br/wp-content/uploads/resolucao/2011/66_301111.pdf> Acesso em 10 jun. 2012.

SÃO PAULO. SECRETARIA DO MEIO AMBIENTE. COMPANHIA AMBIENTAL DO ESTADO DE SÃO PAULO. CETESB. **Informações Gerais.** Disponível em: <http://www.cetesb.sp.gov.br/ institucional>. Acesso em: 19 maio 2012.

SÃO PAULO. SECRETARIA DO MEIO AMBIENTE. COMPANHIA AMBIENTAL DO ESTADO DE SÃO PAULO. CETESB. **Relatório da Administração**. 14 de abril de 2010. Diário Oficial Empresarial. São Paulo: 120 (69), p. 19.

SÃO PAULO. SECRETARIA DO MEIO AMBIENTE. CONSELHO ESTADUAL DE MEIO AMBIENTE. CONSEMA. **Informações Gerais.** Disponível em: <http://www.ambiente.sp.gov.br/ consema>. Acesso em: 16 maio 2012.

_____. **Deliberação CONSEMA nº. 50**, de 16 de novembro de 1992. Aprova normas de convocação e condução de Audiências Públicas. Disponível em < http://licenciamento.cetesb.sp.gov.br/legislacao/estadual/deliberacoes/1992_Delib_Consema_50.pdf> Acesso em 20 jun. 2012.