08/08/2013 - Comunicação socioambiental: uma aliada da engenharia civil

Por Rafael Honorio

Quando se fala na comunicação dentro da engenharia, logo se pensa na assessoria de imprensa e principalmente em comunicados nos momentos de crise. É claro que essas são ações e trabalhos extremamente importantes, porém a comunicação pode fazer muito mais pela engenharia.

Com certeza poucos alunos do curso de engenharia civil sabem, mas em projetos que necessitam de licenciamento ambiental, por exemplo, é obrigatória a execução de um plano de comunicação. Aliás, até mesmo os profissionais da área de comunicação desconhecem esse nicho de mercado: a comunicação socioambiental.

Segundo Wilson da Costa Bueno, jornalista e professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo, “a comunicação para a sustentabilidade não é apenas mais uma utopia, mas uma necessidade imperiosa para indivíduos, organizações ou governos. A sua práxis garante a nossa condição de seres humanos, providos de inteligência e cordialidade, e com certeza instaura idealmente a qualidade de vida para todos os que habitam o nosso planeta”.

Apesar de não existir um modelo básico de plano de comunicação elaborado pelos órgãos ambientais fiscalizadores, é preciso fazer muito mais do que só o necessário. Mas, como ter o apoio de uma comunidade se ela não é informada sobre o andamento da obra? Se os inconvenientes causados pela obra não são tratados com rapidez?

Legalmente, o envio de comunicados para a vizinhança lindeira já basta para algumas licenças. Porém, moralmente e efetivamente, esse tipo de comunicação não é suficiente. Como propõe a norma AA1000, o engajamento das partes interessadas aos negócios ou empreendimentos de uma organização é uma estratégia responsável com aqueles que são impactados, direta ou indiretamente, e permite que participem na identificação de problemas e contribuam para as soluções. É requerido que a empresa estimule o envolvimento das partes interessadas no desenvolvimento e efetivação de sua resposta estratégica e responsável em relação à sustentabilidade.

Projetos que geram transtornos em grandes áreas têm particularidades sobre quem é diretamente afetado, pois além do morador da região, os motoristas que vem de outros bairros, até mesmo outros municípios, precisam de informações. E como fazer essa comunicação? No município de São Paulo está muito mais difícil. Com a Lei Cidade Limpa, por exemplo, a comunicação de massa ficou resumida às mídias eletrônicas, jornais e revistas - e os custos são muito mais altos.

Como resolver o dilema? Existem empresas especializadas na comunicação socioambiental e desenvolvem o trabalho de acordo com as exigências e também de forma personalizada para cada empreendimento e cada empreendedor. A Communità Comunicação Socioambiental é uma dessas empresas.

Atuando na implantação de empreendimentos como os Corredores Metropolitanos de Ônibus da EMTU (Oeste-Itapevi-Jandira, Tucuruvi-Guarulhos, VLT da Baixada Santista, dentre outros), na implantação de empreendimentos para o Metrô, como o Monotrilho da Linha 17-Ouro e a construção das Estações da Linha 4-Amarela, bem como as ações com a comunidade para a

Recuperação Ambiental da Cava de Carapicuíba para o DAEE. Os planos de comunicação desses empreendimentos focam a divulgação de informações e estabelecimento de relacionamento com a comunidade, de forma a atender as reais demandas da população. Muitas vezes os boatos superam as informações oficiais, e o trabalho da Communità é deixar disponível a linha de comunicação com os empreendedores.

Nem todo engenheiro vai transmitir as informações de uma forma mais coloquial. O linguajar técnico pode assustar um morador lindeiro ao projeto. Por isso, estabelecer um relacionamento deve ser algo elaborado e realizado por profissionais da área de comunicação.

Ainda segundo o professor Wilson Bueno, “os jornalistas, os relações públicas, os publicitários e os profissionais de marketing, numa comunicação voltada para a sustentabilidade, rejeitam processos de manipulação que induzam os indivíduos ao erro em favor de interesses comerciais, agem responsavelmente comprometidos com a ética e a transparência, aprofundam relacionamentos e parcerias que promovem uma interação saudável entre as organizações e os seus stakeholders”.

Entender a real necessidade de informação, conhecer as particularidades de cada região afetada, mapear os públicos certos para a comunicação, realizar apresentações lúdicas em escolas informando às crianças que ocupam o papel de formadores de opinião, são trabalhos realizados nos planos de comunicação.

Assim como existe o remédio certo para cada doença, existem empresas especializadas para auxiliar em áreas específicas. Por isso, não trate a comunicação como custo. Passe a enxergá-la como investimento na marca da sua empresa e do seu empreendimento.

Rafael Honorio é publicitário e associado da Communità Comunicação Socioambiental. É coordenador da Central de Relacionamento com a Comunidade do projeto de construção do Monotrilho, Linha 17-Ouro do Metrô.

Sobre a Communità Comunicação Socioambiental: www.communita.com.br