

1 MINUTA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

1.1 APRESENTAÇÃO

O Plano de Comunicação e Participação Social subsidiará a elaboração do Plano Diretor de Mobilidade Urbana, criando as bases para um correto entendimento dos objetivos do mesmo, dando ampla divulgação para os diversos públicos envolvidos, tanto nas etapas de concepção como na sua implementação.

1.2 FINALIDADE DO PLANO DE COMUNICAÇÃO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

O Plano de Comunicação e Participação Social deve traçar ações que promovam o conhecimento do processo de elaboração e implementação do Plano Diretor de Mobilidade Urbana, trazendo informações claras para os diversos agentes envolvidos e a sociedade em geral, ressaltando a importância do mesmo para o desenvolvimento do município. Organiza e especifica cada etapa do processo, motivando a participação efetiva da sociedade civil e organizações/instituições do município, dando apoio para o desenvolvimento e divulgação de todas as atividades previstas no Plano de Mobilidade.

Tem-se por objetivo geral manter a população, as instituições ou conselhos representativos devidamente informados sobre o andamento do projeto bem como o compromisso com o repasse de conhecimentos adquiridos sobre a região durante a fase de diagnóstico.

De forma específica, a meta das ações de comunicação e mobilização social é contribuir para a melhor compreensão e o devido esclarecimento sobre as propostas e intervenções planejadas pela administração municipal e a construção de uma boa relação entre as partes envolvidas – técnicos da Prefeitura Municipal, equipe técnica responsável pelos estudos e representantes dos grupos sociais -, com foco na busca de soluções ou alternativas de encaminhamento para os problemas que poderão ser enfrentados.

1.2.1 JUSTIFICATIVA

O Plano de Comunicação e de Participação Social contribui para a criação de uma mensagem sem ruídos, que reforça o posicionamento do discurso estratégico desenvolvido para a implementação do Plano Diretor de Mobilidade Urbana, através da definição adequada de ferramentas e veículos de comunicação para divulgação, além da contribuição democrática e popular na apresentação dos anseios com ampla divulgação do mesmo.

Se justifica pela necessidade de gerar entendimento em torno da campanha, agregando opiniões e a participação efetiva de todos os públicos envolvidos. Trata-se de um fator determinante da qualidade do processo e do resultado final, uma vez que a comunicação é um ponto de ligação entre órgãos públicos envolvidos e a sociedade civil. Leva em consideração, também, a mobilização desses públicos fazendo com o que haja participação e engajamento.

Além disso, estabelece e organiza um calendário de ações que servirá para facilitar o acompanhamento das diversas etapas de concepção e implementação do Plano, permitindo um

melhor controle das atividades e a mensuração dos resultados através dos feedbacks obtidos nas reuniões e oficinas previstas.

1.3 OBJETIVOS DO PLANO DE COMUNICAÇÃO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

Os objetivos do Plano de Comunicação e Participação Social estão baseados na importância de uma ampla divulgação de todo o processo de concepção e implementação do Plano Diretor de Mobilidade. É importante ressaltar que o bom andamento desse processo depende, também, da mobilização e participação efetiva dos públicos de interesse que validam os esforços da Prefeitura.

O principal objetivo do Plano de Comunicação e Participação Social é garantir **publicidade, transparência e participação popular** na elaboração do PlanMob de Natal.

Alguns objetivos específicos concorrem para uma boa divulgação do Plano Diretor de Mobilidade, fortalecendo as ações de marketing e disseminando o discurso estratégico que será utilizado ao longo do projeto:

- Estimular a participação dos diversos públicos através da criação de espaços de diálogo;
- Promover o diálogo permeável às demandas dos públicos de interesse;
- Prover o cronograma de atividades a serem realizadas;
- Apoio técnico às audiências públicas;
- Apoio à comunicação do projeto.

1.4 PÚBLICOS-ALVO DO PLANO – ATORES ENVOLVIDOS

O Plano buscará atingir a população do município como um todo, trabalhando estratégias específicas para abordar os diversos públicos, tanto os diretos como os indiretos.

São considerados públicos diretos do Plano de Comunicação e Participação Social os agentes diretamente envolvidos no processo de estabelecimento da concepção e implementação do Plano Diretor de Mobilidade, por se tratarem de organizações cuja participação é fundamental para o sucesso do plano. Dentre esses, destacamos os operadores de transporte, associações de moradores, comercial e industrial, trabalhadores de transporte, conselhos profissionais, ministério público estadual, secretarias municipais de planejamento, transporte e de fazenda¹, procuradoria municipal, Detran e outros órgãos e entidades. Para um melhor dimensionamento e especificação desse público, faz-se necessário um levantamento das organizações acima citadas dentro da área de abrangência do Plano de Mobilidade.

São considerados públicos indiretos do Plano de Comunicação e Participação Social o restante da população que estará em contato com o processo de elaboração do Plano de Mobilidade. É importante salientar que o objetivo do Plano é fazer com que uma parcela cada vez maior da população tenha conhecimento e participe efetivamente das discussões em torno da proposta.

1.5 ATIVIDADES A SEREM DESENVOLVIDAS

Para uma efetiva divulgação, são definidas as ferramentas de comunicação integrada adequadas ao perfil do público, com alto impacto e penetração para que as mensagens alcancem o resultado

1 Componentes retirados da cartilha do Ministério das Cidades.

desejado. Com o objetivo de amplificar a força da comunicação serão utilizados pela prefeitura um *mix* de ferramentas, conforme segue:

I - Propaganda

Divulgação da campanha através de propaganda utilizando-se ferramentas de comunicação visando transmitir a ideia central do Plano Diretor de Mobilidade Urbana.

Objetivo: o objetivo da campanha publicitária é o de difundir o discurso estratégico, informando com clareza e objetividade o que é o Plano Diretor de Mobilidade Urbana, qual a importância, como participar etc.

Público-Alvo: o público da campanha publicitária será toda a população da cidade, uma vez que o objetivo é a difusão do tema.

Estratégia: criação de folders com informações sobre o processo de implantação do Plano Diretor de Mobilidade Urbana. A ideia é expor o material em diversos locais dando visibilidade para o processo.

II - Relações Públicas e Publicidade

Ações de relações públicas e publicidade através da utilização de uma assessoria de imprensa que faça a ponte junto aos meios de comunicação, alimentando-os com informação atualizada para que o projeto possa estar na mídia. Desenvolver ações de relações públicas junto a órgãos públicos e instituições civis para difundir a informação.

Objetivo: o objetivo da campanha de relações públicas e publicidade é gerar uma reputação positiva em relação ao processo de concepção e implementação do Plano Diretor de Mobilidade Urbana, criando um canal para que os diversos públicos possam receber informação qualificada sobre o desenvolvimento do projeto.

Público-Alvo: o público da campanha de relações públicas e publicidade serão, prioritariamente, os meios de comunicação do município, através do envio de *release* regular e atualizado.

Estratégia: a estratégia será baseada na criação de *press-kit* - material a ser entregue nos meios de comunicação da cidade. Trata-se de um material diferenciado, contendo um *release* inicial explicando todo o processo, cronograma de atividades, etc. É necessário fazer o levantamento dos principais meios de comunicação para dimensionamento desse material e posterior envio.

III - Marketing Digital e Mídias Sociais

Criação de canais digitais de divulgação da campanha e das etapas de desenvolvimento do Plano Diretor de Mobilidade Urbana. Trata-se de uma ferramenta estratégica pois permite trabalhar a informação de forma rápida e dinâmica, alcançando um grande público formador de opinião. As mídias digitais têm, cada vez mais, se tornado palco de discussões importantes acerca de diversos temas, envolvendo um grande número de pessoas e difundindo de forma ampla a informação.

Objetivo: o objetivo da campanha de marketing digital é divulgar e manter o tema em constante debate, ouvindo a sociedade e dando retornos sobre o desenvolvimento do Plano. Criar espaços de discussão e levantamento de alternativas, promovendo a participação e o debate de ideias.

Público-Alvo: a campanha de marketing digital irá trabalhar com os usuários de internet e mídias sociais, população cada vez maior e com grande potencial de engajamento.

Estratégia: será baseada na criação de um espaço (Site PlanMob de Natal²) para informar a respeito do Plano Diretor de Mobilidade Urbana e as etapas de desenvolvimento do mesmo, com o cronograma das atividades e eventos a serem realizados. O gerenciamento das mídias sociais requer uma constante atualização, com conteúdo de interesse da sociedade.

1.5.1 ATIVIDADES DE MOBILIZAÇÃO – PARTICIPAÇÃO SOCIAL

Trata-se de todos os esforços no sentido de se atingir os objetivos específicos de estimular a participação dos diversos atores sociais, colhendo contribuições e apoiando as reuniões e oficinas técnicas e dando suporte à comunicação dessas atividades. As atividades de mobilização compreendem os seguintes aspectos:

1.5.1.1 Oficinas de Trabalho

Atividades a serem realizadas entre a equipe técnica e diversos setores sociais – (i) autoridades designadas pela Prefeitura do município; (ii) representantes sociais e lideranças do município; (iii) sociedade civil e organizações/instituições do município.

Objetivo: os objetivos estabelecidos para as oficinas de trabalho promovem a interseção entre equipe técnica e os diversos setores, sendo definidos a partir do tipo de interlocução que se deseja alcançar:

- I. Discutir estratégias e aprovar as etapas de desenvolvimento do Plano Diretor de Mobilidade Urbana;
- II. Mobilizar as lideranças através de espaços apropriados para discussão das propostas e disseminação da informação;
- III. Estabelecer espaços de diálogo acerca da construção do Plano Diretor de Mobilidade Urbana.

Metodologia: as oficinas de trabalho serão organizadas conforme o grupo de trabalho em questão com o objetivo de orientar o condutor e a equipe envolvida. As oficinas poderão ocorrer durante as audiências públicas, compondo a dinâmica de trabalho para estas, ou poderão configurar eventos de participação específicos.

Os encontros seguirão um procedimento padrão de apresentação da equipe; informar os objetivos e metodologia do Plano Diretor de Mobilidade Urbana; destacar a importância da participação comunitária nas reuniões técnicas e audiências públicas que irão tratar do tema; abertura para a exposição de ideias dos presentes, incentivando a participação do público; organizar e criar um procedimento de registro do conteúdo levantado. Durante as oficinas serão eleitos delegados representativos dos segmentos temáticos.

1.5.1.2 Audiências públicas

Serão realizadas audiências públicas para elaboração do Diagnóstico do Plano de Mobilidade de Natal e para apresentação das Propostas a serem definidas e discutidas junto à população. As audiências serão realizadas pela Prefeitura Municipal, cabendo à Tectran a elaboração da metodologia que será utilizada no evento, bem como a apresentação do Plano, com acompanhamento dos técnicos designados pela Prefeitura Municipal.

² As pessoas que não tiverem acesso à internet poderão contribuir com informações através de um espaço físico disponibilizado na Central do Usuário – STTU.

Objetivo: as audiências públicas são atividades abertas a toda a população, com o objetivo de apresentar os resultados das análises e propostas em andamento bem como validá-los junto à população, além de também ser apresentado o andamento de ações ou estudos específicos planejados no contexto dos trabalhos.

Metodologia: Os encontros seguirão um procedimento padrão de apresentação da equipe; informar os objetivos e metodologia do Plano Diretor de Mobilidade Urbana; destacar a importância da participação comunitária nas reuniões técnicas e audiências públicas que irão tratar do tema; apresentar as prioridades levantadas pelos representantes e líderes comunitários; abertura para a exposição de ideias dos presentes incentivando a participação do público; organizar e criar um procedimento de registro do conteúdo levantado.

A metodologia aplicada prevê conduzir os participantes a refletirem sobre as informações repassadas e fazerem ponderações sobre o trabalho exposto. Os presentes serão convidados, com o tempo pré-estabelecido a ser definido, a expor suas contribuições que deverão ser registradas pelos apoiadores. Este tempo dependerá do número de participantes e da dinâmica da audiência. A ideia é distribuir o tempo de forma igualitária oferecendo a todos a oportunidade de se manifestar.

1.5.1.3 Reuniões Periódicas

Reuniões de acompanhamento a serem realizadas entre a equipe técnica e diversos setores da Prefeitura Municipal após a consolidação de cada etapa de trabalho (diagnóstico e tendências, propostas e minuta do projeto de lei).

Objetivo: os objetivos estabelecidos para as reuniões de trabalho promovem a interseção entre equipe técnica da contratada e da Prefeitura:

- I. Discutir o andamento dos trabalhos, avaliar resultados parciais, alinhamento das informações. Submeter o plano a uma avaliação constante.
- II. Elaborar diagnóstico e tendências, propostas do plano e minuta do projeto de lei.

Metodologia: as reuniões serão organizadas conforme o grupo de trabalho em questão, com o objetivo de orientar o condutor e a equipe envolvida. As reuniões técnicas seguirão um procedimento padrão de apresentação da equipe; explanação sobre as etapas do desenvolvimento do Plano Diretor de Mobilidade Urbana; apresentação dos resultados parciais; abertura para as críticas, sugestões e questionamentos; discussões estratégicas e próximos passos. Criação de Comissão de Acompanhamento

Representantes dos parceiros (órgãos externos, legislativo) e grupos sociais tem o papel de acompanhamento dos produtos junto aos técnicos da STTU.

Objetivo: Acompanhar o desenvolvimento do Plano de Mobilidade com atendimento e conciliação de visões e interesses dos diferentes grupos sociais.

Metodologia: A Comissão de Acompanhamento será formada por 3 membros do Conselho Municipal de Transporte e Mobilidade Urbana - CMTMU e por mais 2 membros escolhidos na Oficina de discussão e validação do Plano de Comunicação e de Participação Social.

1.6 CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

A seguir são apresentadas as sugestões das datas das atividades e divulgação dos produtos elaborados no Plano Diretor de Mobilidade de Natal:

- Divulgação do Planejamento Executivo e Minuta do Plano de Comunicação e Participação Social no Site do PlanMob de Natal: **07/12/2015**
- Prazo limite para recebimento de críticas e sugestões pelo site: **15/12/2015**
- Oficina de discussão e validação do Plano de Comunicação e de Participação Social, com esclarecimentos à população: **17/12/2015**
- Divulgação dos Materiais Utilizados para Realização do Diagnóstico no Site do PlanMob Natal: **17/12/2015**
- Divulgação dos locais e horários das Audiência Públicas de Diagnóstico: **05/01/2016**
- Oficina e Audiência Pública para Levantamento de Informações junto à População: de **25 a 29/01/2016**
- Disponibilização do Relatório Diagnóstico e Tendências no site: **19/02/2016**
- Disponibilização do Plano de Gestão da Demanda no site: **29/03/2016**
- Disponibilização do Plano da Melhoria da Oferta no site: **09/05/2016**
- Disponibilização do Plano de Circulação Viária no site: **12/06/2016**
- Disponibilização do Plano de Implantação, Gestão e Monitoramento no site: **12/07/2016**
- Divulgação dos locais e horários das Oficinas e Audiências Públicas de Proposta: **22/07/2016**
- Oficina e Audiência Pública para apresentação e validação das propostas junto à população: de **08 a 12/08/2016**
- Encaminhamento da Minuta de Lei do Plano de Mobilidade de Natal para Procuradoria: **26/09/2016**
- Disponibilização dos Produtos Consolidados no site: **21/10/2016**