

Obras paradas, população revoltada!

Por: Carolina Modesto e Rafael Honorio

Recentemente, foi divulgada uma publicação denominada “Responsabilidade com o Investimento: criar novas leis ou ajustar as existentes?”, realizada pelo Departamento da Indústria da Construção (Deconcic) da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp). O estudo apurou os principais obstáculos que dificultam o andamento e atrasam as obras no Brasil, bem como aponta fragilidades do setor de construção em diversos itens: projetos, desapropriação de áreas, serviços públicos, licenças ambientais, regulação, burocracia, liberação de recursos, mão de obra, e principalmente a falta de comunicação entre os responsáveis pela obra e a população.

Cabe complementar que as obras inacabadas, mais do que todo prejuízo financeiro, deixam um prejuízo moral em diferentes aspectos: perante à população lindeira que fica descrente, pois não suportam os transtornos causados no dia a dia, e junto aos empreendedores, tanto ao órgão de governo responsável quanto à construtora responsável pelas obras, que veem sua reputação despencar junto à opinião pública.

Tendo em vista inúmeras obras inacabadas em todo o país, por exemplo, as iniciadas em 2014 para a Copa do Mundo, e os altos investimentos públicos dispensados, a população tem a necessidade e o direito de vê-las em funcionamento. “O que está acontecendo com as nossas obras?”, questionou Manuel Rossito, diretor adjunto do Deconcic. “Elas simplesmente não acabam, e quando acabam demoram mais que o prazo previsto, custam muito mais e a sociedade demora muito mais tempo para ter o benefício do investimento”, afirma.

Diante dessa realidade, é mais do que justo que a população se revolte e clame por informações sobre a continuidade das obras, quando serão retomadas e eventuais mudanças que irão impactar o cotidiano. Para atender essa expectativa, os empreendedores precisam de um trabalho de comunicação consistente e planejado, estruturado desde o início das obras e com base na confiança e no relacionamento transparente e sólido. Ainda de acordo com Manuel Rossito, “Obra boa é ‘obra rodando’”. Aquela que acaba no prazo, com qualidade, sustentabilidade, custos controlados e com respeito ao meio ambiente e às questões sociais”.

Dessa forma, para evitar maiores prejuízos financeiros, jurídicos e riscos à reputação de governos e empresas, é necessário um bom plano de comunicação que possa manter o relacionamento com a população, de maneira geral, e a comunidade lindeira às obras, disponibilizando as informações corretas, ouvindo as reclamações e encaminhando os apontamentos para as áreas responsáveis. Seja por meio de informativos, comunicados, reuniões, palestras, visitas, releases para a imprensa local, informes pelas redes sociais, mensagens pelo *smartphone*, e outras ferramentas de comunicação.

Dessa forma a população e as comunidades lindeiras serão informadas sobre o que está acontecendo e os ânimos ficaram mais equilibrados. Com uma ação contínua de comunicação a médio e longo prazo, é possível conquistar a confiança, o respeito e a compreensão de todos. Consequentemente, minimiza-se a revolta da população, algo tão em voga entre os brasileiros devido a atual crise político-econômica que assola o nosso país, e preserva-se a imagem e a reputação dos empreendedores, um ativo tão caro quanto os votos dos governantes e as ações financeiras das empresas.

Nesse aspecto, acreditamos que é preciso uma mudança sistêmica na gestão desses empreendimentos, assim como uma mudança de mentalidade e um olhar direcionado ao bem-estar e a aprovação da população. Informar e comunicar a população e as comunidades onde estão sendo implementadas as obras de infraestrutura é essencial para superar problemas primários. Somente assim os empreendedores conseguirão a “licença social” da população para levar a cabo seus empreendimentos, promovendo benefícios sociais à população e contribuindo para o desenvolvimento sustentável no Brasil, trabalhando por verdadeiros legados.

Carolina Modesto e Rafael Honorio são associados da *Communità*.

Sobre a *Communità* Comunicação Socioambiental

A *Communità* Comunicação Socioambiental surgiu em 2005 e é especializada no planejamento e gestão de ações estratégicas de comunicação e relacionamento com comunidades e outros públicos de interesse. A empresa oferece o serviço de diagnóstico socioambiental que atua no levantamento de informações sobre comunidades, lideranças e suas interações a fim de viabilizar - ambientalmente e socialmente - a implantação de novos projetos e empreendimentos. Além disso, realiza um completo planejamento e gestão de ações de comunicação para informar o empreendimento aos diferentes públicos, fortalecendo a opinião pública, promovendo relações de confiança e incorporando valor à imagem e reputação dos seus clientes. A *Communità* atua ainda em processos de licenciamento ambiental e desapropriação, assessorando a população impactada

minimizando conflitos, além de oferecer programas de relacionamento com comunidades por meio de projetos socioeducativos.

Entre os principais clientes estão empresas como EMTU - Empresa Metropolitana de Transportes Urbanos de São Paulo, com o VLT da Baixada Santista, construtoras como Equipav, Estacon, Andrade Gutierrez, CR Almeida, Queiroz Galvão, em obras do Metrô, além de CNEN/IPEN, DERSA e Embrapa. Por meio de um trabalho ético e responsável, a Communità confere através de seus projetos um grande adicional de valor a seus clientes, os quais contam com o trabalho de uma equipe profissional altamente qualificada.

www.communita.com.br / [Facebook](#) / [Linkedin](#)

institucional@communita.com.br / (11) 4262 0607