



**Comitê para Revitalização das Atividades de
Exploração e Produção de Petróleo e Gás Natural
em Áreas Terrestres
REATE 2020**

**Relatório Subcomitê
Potencial de Petróleo e Gás *Onshore*
Plano de Comunicação sobre Atividades de
Exploração e Produção de Recursos Não
Convencionais - PCRNC**



Relação dos Autores do Relatório

Coordenação	Empresa/Instituição	Associação
Marcos Frederico Farias de Souza	EPE	-
Regina Freitas Fernandes	EPE	-
Marcelo Ferreira Alfradique	EPE	-
Participantes	Empresa/Instituição	Associação
Adriana Queiroz Ramos	EPE	-
Carolina Maria Feijó Braga	EPE	-
Claudia Maria Chagas Bonelli	EPE	-
Gabriel de Figueiredo da Costa	EPE	-
Katia Souza D'Almeida	EPE	-
Nathalia Oliveira de Castro	EPE	-
Pamela Cardoso Vilela	EPE	-
Pericles de Abreu Brumati	EPE	-
Raul Fagundes Leggieri	EPE	-
Roberta de Albuquerque Cardoso	EPE	-
Verônica S. M. Gomes	EPE	-
Carlos Agenor Onofre Cabral	MME	-
Diogo dos Santos Baleeiro	MME	-
Lucas Mota de Lima	MME	-
Edmilson Moutinho dos Santos	Rede GASBRAS	-
Hirdan Katarina de Medeiros Costa	Rede GASBRAS	-
Renato Ribeiro Ciminelli	Rede GASBRAS	-
Eduardo G. Pereira	Rede GASBRAS	-
Fernanda Delgado de Jesus	FGV	-

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	5
2. JUSTIFICATIVAS.....	5
3. OBJETIVOS	6
4. ETAPAS DO PLANO DE COMUNICAÇÃO	6
4.1 Diagnóstico	8
4.2 Análise.....	9
4.3 Identificação de Mensagens-chave	9
4.4 Definição de instrumentos que podem ser adotados no processo de comunicação	10
4.5 Diálogo e Participação Social	11
4.6 Elaboração de Documentos de Referência.....	13
4.7 Melhorias no Quadro Legal.....	13
5. RESULTADOS ESPERADOS.....	13
6. MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO	13
7. ARRANJO INSTITUCIONAL E ATRIBUIÇÕES	14
8. CUSTOS	15
9. CRONOGRAMA	16



REATE 2020

1. INTRODUÇÃO

No âmbito do REATE 2020, o Subcomitê 3 que trata da identificação do potencial de petróleo e gás natural *onshore*, tem como vertente as oportunidades e os desafios da exploração e produção do óleo e gás não convencional e discute-se a execução de um plano de comunicação, de abrangência nacional, que divulgue informações sobre este tipo de recurso a vários segmentos da sociedade, considerando as especificidades das condições geológicas, ambientais, sociais, econômica e de infraestrutura brasileiras.

As ações prioritárias relacionadas às oportunidades e desafios de recursos não convencionais estabelecidas pelo Subcomitê 3 são:

- elaborar um plano de comunicação com abrangência nacional, não descuidando dos aspectos regional e local, visando esclarecer e desmistificar a estimulação em reservatórios de baixa permeabilidade;
- relacionar, em comum acordo com o PPI – Programa de Parcerias de Investimentos, o plano de comunicação à divulgação do Projeto Poço Transparente.

2. JUSTIFICATIVAS

Sabemos que recursos naturais fósseis, em geral, gás natural, em particular, e recursos gasosos não convencionais, de forma ainda mais acentuada, enfrentam problemas crescentes de percepção pública negativa.

Muito da percepção negativa vigente em relação a esses recursos tem a ver com diferentes visões da sociedade sobre quais deverão ser os caminhos mais sustentáveis de transição energética. Crescentemente, ecoam as vozes que clamam pela não presença de combustíveis fósseis nesses ditos novos caminhos de transição sustentável.

Em uma segunda dimensão de resistência, surgem aqueles que apontam os potenciais conflitos que possam existir entre a exploração e produção de petróleo e gás, e a preservação de outros recursos naturais. Esse tipo de resistência sempre esteve presente, particularmente em atividades *onshore*, as quais costumam gerar impactos socioambientais mais visíveis e mais próximos das pessoas. Aqui estamos falando de problemas relacionados a uso da terra e da água, poluição do ar ou percepções de riscos e acidentes. No que se refere a esta dimensão de resistência social, os recursos não convencionais encontram-se particularmente vulneráveis, por utilizarem técnicas de produção consideradas polêmicas, “misteriosas” e de “elevado impacto”, notadamente o fraturamento hidráulico das rochas (*hydro fracking*)

Por fim, há também de se considerar que a indústria dos hidrocarbonetos pode aprimorar seus procedimentos de comunicação social, em particular em relação aos

verdadeiros riscos que podem estar associados a suas tecnologias. Nesse sentido, parte-se da hipótese de trabalho de que a indústria pode aprimorar suas relações com *stakeholders* e desenvolver uma maior aceitação social.

3. OBJETIVOS

Geral: estabelecimento de estratégias de diálogo e de comunicação social sobre atividades de exploração e produção de recursos não convencionais.

Específicos:

- identificação e análise de expectativas e entendimentos de diferentes grupos sociais sobre os recursos não convencionais;
- sistematização de dados e impactos positivos e negativos decorrentes das atividades de RNC;
- conhecimento de experiências internacionais de diálogo e comunicação social no campo dos RNC;
- implementação de estratégias de disseminação das informações relacionadas aos RNC;
- construção de canais de diálogo e participação social;
- interação com instituições científicas e de pesquisa para fortalecimento das estratégias de diálogo e comunicação;
- articulação institucional com órgãos governamentais e não-governamentais;
- adequação dos projetos RNC aos ODS (Objetivos de Desenvolvimento Sustentável);
- adequação dos marcos de referência legais e normativas.

4. ETAPAS DO PLANO DE COMUNICAÇÃO

A sequência das etapas de execução do plano de comunicação é apresentada no esquema da **Figura 1**. As atividades relacionadas a cada etapa estão sumarizadas na Tabela 1 e descritas nos itens a seguir.

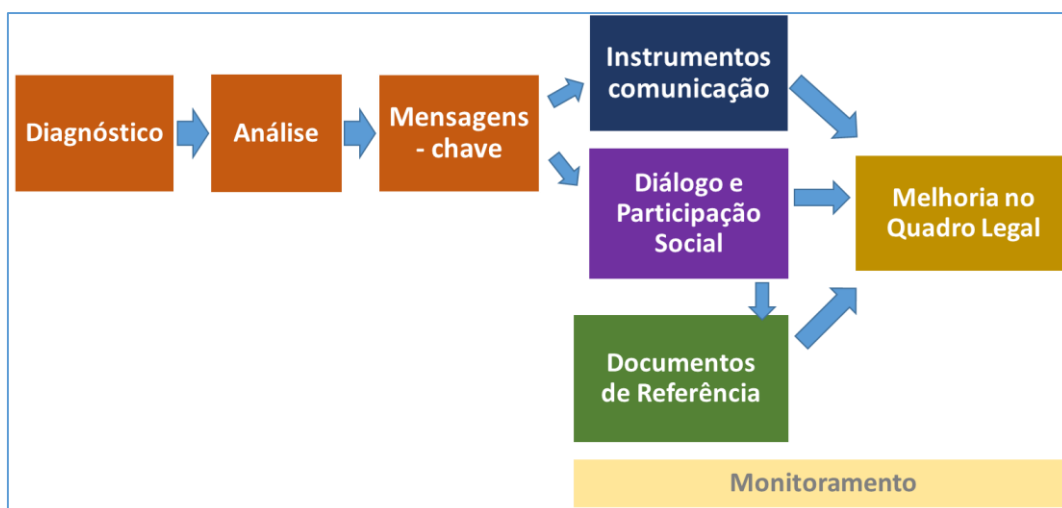


Figura 1. Etapas do Plano de Comunicação.

Tabela 1. Objetivos específicos, etapas e atividades do Plano de Comunicação.

	Objetivo específico	Etapas /	Formas de execução / atividades
1	Identificação e análise de expectativas e entendimentos	Diagnóstico	- levantamentos - estudos - entrevistas - reuniões
2	Sistematização de dados e impactos positivos e negativos decorrentes das atividades de RNC	Diagnóstico Análise Documentos de Referência	- levantamentos - estudos - elaboração de documentos
3	Conhecimento de experiências internacionais	Diagnóstico	- levantamentos - estudos - entrevistas - reuniões
4	Implementação de estratégias de disseminação das informações	Definição de mensagens-chave e instrumentos de comunicação Utilização de Mídias	- galeria Ciência-Arte digital - conteúdos para vários canais de divulgação - <i>games</i> - técnicas de <i>storytelling</i> - plataformas para divulgação e de interação - <i>media training</i> - assessoria de imprensa - mídias sociais e <i>influencers</i>
5	Construção de canais de diálogo e participação social	Diálogo e participação social	- articulação institucional - <i>webinars</i>

6	Interação com instituições científicas e de pesquisa	Diálogo e participação social	- articulação institucional - webinars
7	Articulação institucional	Articulação institucional (poder público e sociedade civil)	- reuniões
8	Adequação dos projetos RNC aos ODS	Articulação institucional	- reuniões - elaboração de documento de boas práticas
9	Adequação dos marcos de referência legais e normativas.	Articulação institucional Melhoria no Quadro Legal	- reuniões - propostas de legislação e normas

4.1 Diagnóstico

Visa caracterizar os problemas de percepção pública e comunicações relacionados ao gás natural e, em particular, aos recursos não convencionais no Brasil, através da visualização de casos internacionais como exemplos e levantamento de referencial sobre o assunto por meio de mapeamento.

Qualquer plano de comunicação deve iniciar buscando um melhor entendimento e formas mais adequadas de gerenciamento de expectativas e entendimentos relacionados a aspectos culturais de diferentes grupos sociais que influenciam as percepções sociais, atitudes e resistência às questões e às tecnologias em discussão.

Para se desenvolver planos de comunicação mais adequados temos de conhecer os principais elementos que contribuem negativamente na percepção pública desses recursos. Esta primeira etapa do trabalho propõe-se a coletar dados, ou referenciar pesquisas populacionais já realizadas, principalmente em regiões potencialmente propensas para abrigar atividades de E&P *onshore* em recursos não convencionais. Deseja-se explorar empiricamente questões associadas à percepção pública da indústria de gás natural e dos recursos não convencionais e estudar com modelos quantitativos e qualitativos as percepções pessoais e coletivas acerca das novas tecnologias, para se entender eventuais barreiras de aceitação e potenciais forças de difusão.

Algumas perguntas críticas podem ser formuladas:

- Essas percepções negativas são homogêneas e valem para todo o território nacional? Ou sofrem importantes variações regionais?

- Essas variações são suficientemente relevantes para justificar planos específicos?

- Há suporte para se supor que indivíduos residentes em locais com diversos níveis de desenvolvimento de atividades relacionadas à produção de energia exibem percepções diferentes sobre esse mesmo setor de energia?

- Será que questões relacionadas à propriedade dos direitos minerais e de acesso às rendas minerais associadas aos recursos são fatores relativamente fortes e consistentes associados à percepção pública sobre a indústria do gás natural?

- Quanto que o desconhecimento sobre os procedimentos e práticas adotadas pela indústria influencia as percepções públicas negativas?

Theodori (2008), (2012), (2013) e (2018) desenvolveu estudos científicos com abordagens que podem ser replicadas para várias regiões potenciais para recursos gasosos não convencionais no Brasil.

4.2 Análise

Identificação de elementos fortes e fracos que influenciam os fundamentos para a definição de um plano de comunicação

Com o exercício anterior podemos estabelecer os fundamentos que definirão as estratégias do Plano de Comunicação de Recursos Não Convencionais. Entre os vários fundamentos, haverá de se enfatizar fatores que podem ser considerados positivos, por exemplo, aspectos econômicos e energéticos associados ao setor de gás natural: (i) empregos e oportunidades no longo prazo e que podem beneficiar as regiões com elevado potencial de recursos não convencionais; ou (ii) a indústria de gás natural é importante para a região; (iii) rendas apropriadas pelos locais afetados e pelos proprietários etc.

Mas aspectos negativos também tendem a aparecer e influenciar as percepções públicas, tais como: (i) a crença de que os operadores de gás natural podem adotar e usar práticas de perfuração mais ecológicas; (ii) que essas empresas podem ser pró-ativas e adotar práticas que ultrapassem o exigido por lei; (iii) disponibilização suficiente de informações ao público; (iv) crença de que os operadores estão perfurando e produzindo muito perto de casas e empresas, bem como adotando práticas pouco amigáveis para o meio ambiente.

4.3 Identificação de Mensagens-chave

Ainda que muitas preocupações e fundamentos sejam similares, planos efetivos de comunicações sobre recursos gasosos não convencionais necessitam identificar e especificar diferentes públicos-alvo, para cada qual as mensagens a serem endereçadas e os instrumentos de divulgação a serem utilizados devem ser adaptados.

Nossa explicação para essas diferenças em abordagem fundamenta-se na ideia de que o desenvolvimento de gás não convencional é um processo técnico complexo e que muitos *stakeholders* encontram-se limitados e não podem facilmente alcançar a racionalidade do conhecimento científico necessário para entender todas as particularidades dos processos envolvidos.

Porém, esses mesmos indivíduos podem confiar em heurísticas simplificadas, que lhes guiem em decisões simples. Muitas vezes, essas averiguações podem ser moldadas pela maneira como as questões são enquadradas pela mídia ou outras partes interessadas. Evidentemente que esses caminhos indiretos para divulgar as informações desejadas podem restringir o discurso e reduzir o contato direto com o público.

Além disso, nunca se deve minimizar os riscos de se cair em algumas das possíveis armadilhas que surgem quando se trata de contar com pesquisas para avaliar as opiniões do público em relação a questões ambientais e tecnológicas complexas. Há de se considerar ações específicas para diferentes cenários, por exemplo: (i) manutenção de um processo de comunicação sistemático quando as percepções e as políticas ainda são desfavoráveis, e os canais de acesso às pessoas encontram-se bloqueados; e (ii) situações normalizadas (ainda que parcialmente).

Nesse sentido, serão elaboradas mensagens-chave gerais e específicas para cada público-alvo integrante das estratégias do PCRNC.

4.4 Definição de instrumentos que podem ser adotados no processo de comunicação

Instrumentos que podem ser adotados nos processos de comunicação devem mirar na maior compreensão e na melhor gestão das informações que influenciarão os aspectos culturais e psíquicos associados às percepções, atitudes e resistências sociais à exploração e produção de recursos não convencionais. Destacam-se os seguintes instrumentos específicos que poderão ser desenvolvidos e adotados:

- Galeria Ciência-Arte digital - para comunicar a ciência através da arte, demonstrações e experiências imersivas. Principalmente em regiões com potencial de produção, preparar programas de ciência cidadã e/ou cientista/artista-em-residência, para engajar o público nos projetos, principalmente válido para projetos pilotos de poços transparentes;
- *Releases, vídeos, podcast, infográficos, boletins, etc* - Conteúdo que possa ser distribuído em vários canais de divulgação, incluindo imprensa nacional, imprensa regional, conteúdo a ser incluído em disciplinas, em vários níveis de educação. Identificar mensagens mais relevantes e propor abordagens e narrativas contemplando os diversos públicos;
- *Games* e/ou utilização de técnica de *storytelling* - para comunicar projetos e programas. Há de se produzir material convincente sobre os benefícios de investir em recursos não convencionais, salientando custos (suas mitigações) e benefícios, que possam auxiliar na campanha de divulgação e no entendimento dos projetos. Eventualmente aplicativos de fácil acesso, para utilização via celular etc.

Pode ser necessário trabalhar na criação de outras plataformas para divulgação e de interação, inclusive para acompanhar o progresso dos projetos e a tradução desse progresso para diferentes *stakeholders*, como a seguir:

- realizar capacitação *media training* para executores do Plano de Comunicação de RNC;
- usar mídias sociais e *influencers* do universo científico para auxiliar na divulgação;
- assessoria de imprensa;
- identificar e capacitar agentes de mudança.

4.5 Diálogo e Participação Social

a) Articulação institucional

- **com órgãos governamentais**, para esclarecer *policy makers* sobre as atividades requeridas pelo setor, eventuais riscos e mitigações possíveis nas formas de atuação, e as particularidades dos recursos não convencionais. Aqui comunicação confunde-se também com formas de Assessoramento Jurídico e Científico, que possam indicar caminhos através dos quais governos possam implementar as soluções sugeridas.

- **com sociedade civil organizada**, pode-se tratar dos papéis da academia no apoio a *stakeholders* em assuntos de governança conjunta.

b) Série e WEBINARS

Serão realizados eventos regionalizados e temáticos, tendo em vista os públicos alvo. Os eventos são, em princípio, destinados aos estados de São Paulo, Bahia, Maranhão e Minas Gerais (eventualmente pode-se agregar eventos adicionais focados em outros estados). As apresentações devem abranger as especificidades do tema para cada estado.

Cada evento contará com uma lista de convidados especiais, representantes de instituições governamentais e não governamentais da área de meio ambiente, que participarão do Webinar no momento perguntas e respostas. As entidades serão visitadas/consultadas (por reunião) anteriormente.

A divulgação será com base em eventos realizados via Webinar, sendo considerada toda infraestrutura necessária para esta tecnologia.

Será adotada metodologia de acompanhamento e de promoção de maior interação do público nos Webinars, incentivando maior participação e formatação de documentos iniciais de reflexões e de problemas a serem contemplados para utilizações posteriores, inclusive no Plano de Comunicações.

Com o intuito de promover o diálogo e participação social, serão realizados webinars com a participação de representantes relevantes para a implantação do Plano

de comunicação sobre atividades de exploração e produção de recursos não convencionais - PCRNC.

Abrangência: nacional e estadual, totalizando 1 webinar nacional e 3 webinars em 4 estados: São Paulo, Bahia, Maranhão e Minas Gerais.

Público-alvo: representantes da sociedade civil organizada, poder público (especialmente órgãos ambientais) e terceiro setor.

Participantes: equipe do PCRNC e convidados.

Infraestrutura: plataforma webinar.

Recursos humanos: equipe técnica do PCRNC, facilitador, relator.

Divulgação: mailing list, ofícios.

Pautas:

- Apresentação
- Informes sobre a dinâmica do webinar (duração, gravação, usos de fotos, mecanismos de encaminhamento de perguntas, debates, relatoria (informativo) agenda de webinars, canais de acesso à informação e esclarecimento de dúvidas).
- Exposição do tema: 35 minutos.
- Respostas a perguntas: 20 minutos.
- Encerramento: 5 minutos.

Programação – Agenda de webinars

Webinar 1. Panorama de experiências bem-sucedidas para levantar moratórias das atividades de E&P de RNC no mundo (nacional)

Webinar 2. Ações realizadas no país quanto às atividades de E&P de RNC (regional)

Webinar 3. Contexto – Potencial RNC no Brasil e possível atendimento a demandas setoriais da região (regional)

Webinar 4. Resumos e debates (regional)

Será produzido um informativo a cada webinar com o objetivo de sistematização das expectativas, dúvidas e entendimentos dos participantes. Os informativos servirão de subsídios para a atualização do diagnóstico do PCRNC.

4.6 Elaboração de Documentos de Referência

- a) **Documento Referencial de pesquisadores-chave**, na forma de **Relatório Especial**, para servir como posição oficial em órgãos públicos e internacionais - uma posição oficial da ciência. Além disso, esses documentos permitem promover a Gestão do Conhecimento sobre as temáticas desejadas (eventualmente aproveitando as plataformas a serem criadas ou identificadas (que já possam existir e se encontrar em utilização). Há de se acumular legados que possam ser de fácil acesso.
- b) **Informes pós Webinar** - Divulgação de um informe após cada Webinar, compreendendo as expectativas, dissensos e consensos encontrados.

4.7 Melhorias no Quadro Legal

Atuar na construção da legitimidade das normas/regulações/standards diante de instituições formais e informais.

5. RESULTADOS ESPERADOS

Como resultados espera-se o nivelamento das informações embasadas tecnicamente sobre óleo e gás natural não convencional, com alcance especial aos órgãos de governo, entidades e agentes da área de meio ambiente e socioambiental.

6. MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO

Investigar formas de acompanhamento da evolução do imaginário das pessoas, principalmente frente à evolução das atividades técnicas e comerciais, e as necessidades de mudança cultural na sociedade que podem ser requeridas. Nesse sentido, há de se criar um Comitê de Comunicação, com pesquisadores das diversas áreas, envolvendo agentes locais, para se levantar, a cada momento, quais temas são relevantes e prioritários, entender essas relevâncias e o timing do que deve ser divulgado (para que tudo seja o mais propositivo).

Para avaliação do andamento do plano o Comitê de Comunicação será responsável pelo monitoramento e avaliação de indicadores listados na Tabela 2. Caso seja necessário, deverão ser adotadas estratégias de adequação para o alcance dos resultados esperados.

Tabela 2. Indicadores para monitoramento e avaliação do Plano de Comunicação.

Objetivo específico		Indicadores
1	identificação e análise de expectativas e entendimentos	- sistematização de dados e entrevistas - relatório - entrevistas transcritas
2	sistematização de dados e impactos positivos e negativos decorrentes das atividades de RNC	- sistematização de dados e entrevistas - relatório
3	conhecimento experiências internacionais	- sistematização de dados e entrevistas - relatório
4	implementação de estratégias de disseminação das informações	- nº de acessos - nº de perguntas respondidas - eventos - entrevistas concedidas - <i>releases</i> publicados - vídeos - <i>podcasts</i>
5	construção de canais de diálogo e participação social	- informativos - atas
6	interação com instituições científicas e de pesquisa	- informativos - atas
7	articulação institucional	atas
8	adequação dos projetos RNC aos ODS	atas
9	adequação dos marcos de referência legais e normativas.	- atas - legislação e normas elaboradas

7. ARRANJO INSTITUCIONAL E ATRIBUIÇÕES

Idealizadores apoiadores: instituições integrantes do Subcomitê 3 do REATE (MME, EPE, ANP), FGV e Rede Gasbras;

Implementadores: FGV e Rede Gasbras

Instituição	Atribuições
EPE	Webinars sobre potencial de RNC, elaboração de documentos de referência
MME	Articulação institucional
FGV	Elaboração de documentos de referência e organização de webinars
Rede Gasbras	Participação no caderno FGV, organização de webinars em MG, BA, SP, MA e articulação com academia

8. CUSTOS

As ações realizadas contarão com os recursos das instituições integrantes do PCRNC.



REATE 2020

PROGRAMA DE REVITALIZAÇÃO DA ATIVIDADE DE EXPLORAÇÃO E
PRODUÇÃO DE PETRÓLEO E GÁS NATURAL EM ÁREAS TERRESTRES