



SAMARCO MINERAÇÃO S.A.

MINAS GERAIS E ESPÍRITO SANTO

**INSTALAÇÃO E OPERAÇÃO DA LINHA 03
DE MINERODUTO**

PLANO BÁSICO AMBIENTAL

***PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO
SOCIAL***

SAMARCO MINERAÇÃO S.A.

MINAS GERAIS E ESPÍRITO SANTO

**INSTALAÇÃO E OPERAÇÃO DA LINHA 03
DE MINERODUTO**

PLANO BÁSICO AMBIENTAL

PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

JULHO DE 2010

ÍNDICE

1 - EMPREENDEDOR E EQUIPE TÉCNICA	1
1.1 - Identificação do Empreendedor	1
1.2 - Identificação da Empresa Consultora	1
1.3 - Equipe Técnica responsável pelo Programa de Comunicação Social.....	2
2 - OBJETIVOS E JUSTIFICATIVA	3
3 - ABRANGÊNCIA	4
4 - PÚBLICO ALVO	5
5 - METODOLOGIA.....	6
6 - ATIVIDADES PREVISTAS	8
7 - METAS E INDICADORES	9
8 - CRONOGRAMA.....	10
9 - RESULTADOS ESPERADOS.....	12
10 - REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	13
ANEXOS	14
ANEXO 1 - CADASTRO TÉCNICO FEDERAL - CTF	15
ANEXO 2 - ANOTAÇÃO DE RESPONSABILIDADE TÉCNICA - ART.....	16

Quadros

QUADRO 8.1 - Cronograma de execução do Programa de Comunicação Social	11
---	----

1 - EMPREENDEDOR E EQUIPE TÉCNICA

1.1 - Identificação do Empreendedor

Nome ou razão social: SAMARCO MINERAÇÃO S/A

CNPJ: 16.628.281/0003-23

Endereço: Mina do Germano s/nº Caixa Postal 22 - CEP: 35.420-000 - Mariana – MG.

Telefone: (31) 3559-5179

Fax: (31) 3559-5207

Representante Legal:

Nome: RODRIGO DUTRA AMARAL

CPF: CPF: 287.270.611-91

Endereço: Mina do Germano, s/n, Caixa postal 22, CEP: 35.420-000, Mariana - MG.

Telefone: (31) 3559-5323

Fax: (31) 3559-5207

E-mail: rodrigoda@samarco.com

Pessoa de contato:

Nome: LEANDRO RODRIGUES DONDA

CPF: CPF: 060.904.086-38

Endereço: Mina do Germano, s/n, Caixa postal 22, CEP: 35.420-000, Mariana - MG.

Telefone: (31) 3559-5323

Fax: (31) 3559-5207

E-mail: leandro.rodrigues@samarco.com

Registro Cadastro Técnico Federal (SAMARCO): 67378

1.2 - Identificação da Empresa Consultora

Nome ou razão social: BRANDT MEIO AMBIENTE INDÚSTRIA, COMÉRCIO E SERVIÇOS LTDA.

CNPJ: 71.061.162/0001-88

Endereço: Alameda da Serra, 322 - 6º and. - Vale do Sereno - CEP: 34.000-000 - Nova Lima - MG

Telefone: (31) 31 3071-7000

Fax: (31) 3071-7002

Representante Legal:**Nome:** WILFRED BRANDT**CPF:** 277.603.836-49**Endereço:** Alameda da Serra, 322 - 6º and. - Vale do Sereno - CEP: 34.000-000 - Nova Lima - MG**Telefone:** (31) 31 3071-7005**Fax:** (31) 3071-7002**Email:** wbrandt@brandt.com.br**Pessoa de contato:****Nome:** ISABEL PIRES MASCARENHAS RIBEIRO DE OLIVEIRA**CPF:** CPF: 042.853.536-44**Endereço:** Alameda do Ingá, 89 - Vale do Sereno - CEP:34.000-000 - Nova Lima - MG**Telefone:** (31) 31 3071-7005**Fax:** (31) 3071-7045**Email:** ipires@brandt.com.br**Registro Cadastro Técnico Federal (BRANDT):** 197484**1.3 - Equipe Técnica responsável pelo Programa de Comunicação Social**

EQUIPE TÉCNICA RESPONSÁVEL PELO PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL					
TÉCNICO	FORMAÇÃO / REGISTRO PROFISSIONAL	REGISTRO NO CADASTRO DO IBAMA	RESPONSABILIDADE NO PROJETO	ASSINATURA	RUBRICA
Isabel Pires Mascarenhas Ribeiro de Oliveira	Geógrafa CREA MG 89145/D	1987903	Coordenação Geral do Plano Básico Ambiental		
Tiago Alves	Cientista Social MsC. Antropologia Social e Arqueologia	1837332	Programa de Comunicação Social		
PRODUÇÃO GRÁFICA		Gustavo Freitas	Auxiliar de produção		
		Fabiano Fernando	Assistente de produção		
		Leonardo Ferreira	Assistente de produção		
		Eli Lemos	Gerenciamento / edição		

2 - OBJETIVOS E JUSTIFICATIVA

O Programa de Comunicação Social em questão possui objetivos centrais e ações próprias adaptadas à realidade do empreendimento e do ambiente onde se encontra inserido, de forma que todos os esforços de comunicação sejam pertinentes e direcionados. O Programa pode ser entendido como o conjunto de iniciativas e procedimentos voltados para a institucionalização de um processo interativo onde a empresa e a comunidade possam, num fluxo contínuo, veicularem informações, dúvidas, sugestões e esclarecimentos acerca do empreendimento e suas repercussões sócio-ambientais.

Este Programa parte do princípio de que as pessoas sob a influência do empreendimento precisam ter segurança e conhecimento sobre as atividades de implantação (obras), da operação do mineroduto, suas conseqüências e repercussões. Outras experiências indicam que, quando devidamente informada e respeitada, a população demonstra uma predisposição para compreender e conviver com a realidade de um modo melhor, não se surpreendendo ou se mostrando relutante.

A Samarco, empresa responsável pela implantação do empreendimento, possui experiência no relacionamento com as comunidades locais, devido à implantação pretérita de outras linhas operacionais. Nesse sentido, a relação dual entre empreendedor e comunidade, permeada pela formação de seus técnicos e colaboradores, tende a contribuir na prevenção e mitigação de alguns impactos, identificados ao longo do Estudo de Impacto Ambiental.

Nessa etapa, identificou-se a incidência de dois impactos, mitigáveis através do programa de comunicação social, relacionados à alteração do cotidiano de populações locais e a geração de expectativas, positivas e negativas, em relação ao empreendimento. O programa se justifica, então, na construção de um panorama socioambiental sustentável, garantindo, à população do entorno e colaboradores do empreendimento, a manutenção ou, quiçá, maximização da qualidade de vida.

Os objetivos, em consonância à justificativa, focam-se no estabelecimento de medidas comunicativas, intercâmbios informativos entre empresa, colaboradores e populações do entorno. De modo geral, o objetivo cardeal do processo é promover mecanismos de conscientização e dispersão de dúvidas, questionamentos e expectativas acerca do empreendimento. Nessa medida, confluem, em torno de um único objetivo, a capacitação dos beneficiados sobre questões pertinentes à cidadania, relacionamento pessoal, doenças e saúde pública, convivência e qualidade de vida, resultando na apreensão sociocultural do novo empreendimento, sem conformação de conflitos e tensões sociais. No limite, trata-se de medida pertinente à manutenção e potencialização da qualidade de vida nas áreas influenciadas pelo empreendimento, integrando comunidades e empreendedor em torno de uma única motivação; a sustentabilidade socioambiental.

3 - ABRANGÊNCIA

A abrangência do programa, ora proposta, engloba todos os agentes sociais, direta e indiretamente, influenciados pelo empreendimento ao longo dos vinte e cinco municípios interceptados pelo traçado do mineroduto.

4 - PÚBLICO ALVO

O público alvo do presente programa de comunicação social é a população dos 25 municípios da faixa de servidão da Samarco, com ênfase nos moradores das comunidades por onde passa o mineroduto. Serão estes os destinatários do programa de comunicação social basicamente por conta das expectativas levantadas, para efeito deste estudo, na área de influência direta do empreendimento.

A complementação de um bom cenário conectivo entre empreendedor e comunidade depende, fundamentalmente, das relações estabelecidas por colaboradores e funcionários, entendidos, socialmente, como uma das faces da empresa. Nesse sentido, denota-se a implementação de ações voltadas ao chamado público interno – corpo funcional da empresa ao longo da implantação e operação do empreendimento. Em suma, as categorias de beneficiados pelo Programa de Comunicação Social são:

- Funcionários e colaboradores do empreendedor, presentes, junto às comunidades diretamente afetadas, ao longo das etapas de implantação ou operação;
- Comunidades, rurais ou urbanas, inscritas nas regiões adjacentes ao empreendimento, especialmente aquelas cuja inserção se manifeste em termos de visada ou potencial submissão a incômodos.
- Proprietários rurais das propriedades interceptadas pelo traçado do mineroduto
- Lideranças políticas e sociais dos municípios diretamente afetados pelo empreendimento
- População, em geral, dos municípios diretamente afetados pelo empreendimento

5 - METODOLOGIA

O foco prioritário do programa de comunicação social é a propagação do conceito de sustentabilidade e mobilização social. Esses pressupostos norteiam a ação metodológica, orientada, também, ao contato, salutar, com as comunidades inscritas nas adjacências do empreendimento.

Assim, para ambos os públicos-alvos, proceder-se-á a identificação ou caracterização dos agentes agregadores, indivíduos capazes de movimentar outros indivíduos em torno da adesão ou rejeição a determinado fato social. Desta feita, a metodologia do programa de comunicação social orienta-se pela atuação junto a tais indivíduos.

A princípio, os multiplicadores, ou reeditores, são agentes sociais de suma importância na construção de mobilizações sociais e, ademais, de imaginários perceptivos, com amplitude coletiva. Nessa medida, o primeiro nível metodológico assenta-se sobre a constituição desses imaginários, de acordo com os formatos a serem apreendidos, capacitando, primordialmente, multiplicadores. Em seguida, visando a correta propagação das ideologias e imaginários pertinentes aos objetivos anteriormente propostos, será realizada uma clara delimitação do campo de ação dos multiplicadores. Espera-se, assim, que diversas parcelas do público-alvo sejam beneficiadas, direta e indiretamente, pela ação desses indivíduos, de acordo com as formas peculiares a sua incorporação no processo comunicativo. Trata-se, em suma, de adequar interesses e funcionalidades sociais peculiares a cada ação proposta. Em terceiro lugar, buscar-se-á a efetiva coletivização dessa ação, ainda que tal processo não remeta, necessariamente, ao contato direto entre indivíduos. Trata-se de ação orientada e correlata à transmissão de uma carga conceitual, construída pela comunicação, e representativa dos objetivos desejados.

Além desse princípio, de sobremodo importante pela sua capacidade de dispersão social do conhecimento adquirido, torna-se ainda mais poderoso quando associado a outras orientações metodológicas. Assim, objetivando-se a fluidez e transmissão da carga comunicativa, serão realizadas reuniões temáticas com lideranças comunitárias e demais interessados. A mídia, importante aliada nesse processo, será informada das ações através de comunicados, convites para as reuniões, divulgação de material impresso e publicação de jornal impresso.

Todos os métodos descritos, até o momento, englobam os públicos-alvos. Contudo, tendo em vista a maximização do relacionamento comunitário, será disponibilizado um canal de comunicação, através de telefone gratuito. Esse veículo de retroalimentação do sistema comunicativo e operacional da SAMARCO situa-se como importante mecanismo responsivo.

Por fim, a metodologia se encerra sobre a apresentação das principais linhas de discussão dentro do programa de comunicação. Esses tópicos são consonantes aos impactos identificados no EIA/RIMA, remetendo as peculiaridades locais. Em síntese, apresentam-se as temáticas abordadas:

- Impactos Positivos e negativos do Projeto e medidas mitigadoras
- Objetivos e cronograma do empreendimento

- Geração de emprego e qualificação profissional
- Gestão Ambiental
- Investimento Social
- Saúde e Segurança
- Política de Relacionamento da Samarco
- Informações sobre doenças transmissíveis, especialmente DST's e SIDA.
- Cidadania e convivência social

6 - ATIVIDADES PREVISTAS

O conjunto de ações comunicativas pode ser resumido nas principais ações propostas, a serem executadas de acordo com o cronograma específico. Desta feita, serão executadas reuniões temáticas com lideranças comunitárias e público interessado, além de eventos reunindo os colaboradores do período de obras e implantação do empreendimento. Ademais, ocorrerão campanhas de distribuição do material informativo impresso, veiculação de informações em rádios e jornais, abertura de canais comunicativos (linha telefônica gratuita), visitas e eventos voltados ao relacionamento com a comunidade.

Os veículos de informação impressos e sonoros serão elaborados de acordo com a metodologia previamente estabelecida nesse programa, buscando produzir a maior conectividade possível entre colaboradores, população e Samarco.

Em sua estrutura global, as ações descritas destinam-se a todos os grupos de beneficiados. Contudo, é possível que determinados eventos sejam realizados com foco em agentes específicos, sem prejuízos do conjunto informativo geral.

7 - METAS E INDICADORES

As metas do Programa de Comunicação Social são variadas e perfazem uma vasta gama de elementos socialmente apreensíveis, sob a luz dos desenrolares cotidianos, percepções, sensações, expectativas e ensejos. Com efeito, espera-se a constituição de uma sólida relação entre empresa e comunidade, baseada nos princípios, mutuamente aceitos, de sustentabilidades socioambiental, respeito às culturas e ao desenvolvimento humano.

Desta feita, os indicadores para a avaliação das metas englobam o cumprimento do planejamento das ações propostas, evidente comprovação de desígnios e interesses. Supõe-se, portanto, que o cumprimento das ações comunicativas e inter-relacionadas tendem, desde que orientada pelos pressupostos descritos, a corroborar seus objetivos. Assim, configura-se, enquanto indicador, a comprovação efetiva da implantação desse programa de acordo com as orientações previamente planejadas.

Um segundo indicador, igualmente relevante, remete ao índice de atendimento das reclamações, recebidas através da linha telefônica gratuita. Entende-se, aqui, a máxima importância da relação entre empreendedor e comunidade no engendramento do programa proposto.

Esses dois indicadores confluem, em uma análise integrada, as considerações pertinentes ao desenvolvimento de relacionamentos e sustentabilidade, por isso, circunscrevem opiniões de seus colaboradores, manifestas através do canal de comunicação interno.

A eficácia da análise de indicadores depende, então, da compreensão associada desses variados elementos constituintes da realidade local dos vinte e cinco municípios diretamente afetados pelo empreendimento e, obviamente, de suas populações.

8 - CRONOGRAMA

O cronograma de execução do plano de comunicação social abarca a realização de atividades cíclicas ao longo de doze semanas, orientadas pelas diretrizes teórico-metodológicas expostas alhures. Desta feita, apresenta-se quadro-síntese temporal das ações desse programa:

QUADRO 8.1 - Cronograma de execução do Programa de Comunicação Social

Ações	Previsão (semanas)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Programa de Comunicação e Relacionamento com Comunidades	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Boletim informativo - Lado a Lado	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Comitê de Relacionamento com Comunidades	X				X				X			
Reuniões informativas	X				X				X			
Plano de mídia	X				X				X			

9 - RESULTADOS ESPERADOS

Os resultados esperados desse programa são, primariamente, a mitigação dos impactos socioambientais negativos, identificados na etapa de elaboração dos estudos ambientais. Assim, tem-se em vista a redução de incômodos e expectativas através de um eficaz aporte informacional. Ademais, como resultados subseqüentes, entende-se a possibilidade de incremento das relações entre empreendedor e comunidade, maximizando a qualidade de vida das populações diretamente beneficiadas.

Em perspectiva, a abertura de canais comunicativos, norteados pela estrutura dual de empreendimentos dessa magnitude, conduzirá a materialização das relações e, além, das possibilidades contestatórias, buscando a mitigação prévia de conflitos através da esfera pública requisitória e coesiva. Há, portanto, interesse elevado na constituição de vínculos amistosos, na constituição perene da sustentabilidade socioambiental.

10 - REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRANDT Meio Ambiente Ltda., **Estudo de Impacto Ambiental – EIA / Instalação e Operação da Linha 03 de Mineroduto da SAMARCO MINERAÇÃO S.A.**, Março/2009.

BRANDT Meio Ambiente Ltda., **Plano Básico Ambiental e Atendimento às Condições Ambientais da LP Nº 209/2005 - Instalação e Operação da Linha 02 de Mineroduto da SAMARCO MINERAÇÃO S.A.**, Dezembro/2005.

SAMARCO Mineração S/A. **Programa de Comunicação Social e Relacionamento com Comunidades.** Mariana. Março/2010

ANEXOS

ANEXO 1 - CADASTRO TÉCNICO FEDERAL - CTF

ANEXO 2 - ANOTAÇÃO DE RESPONSABILIDADE TÉCNICA - ART