

## **1. Objeto**

Este documento contém planejamento para elaboração do Programa de Comunicação Social, no qual estão incluídos também os programas de Inserção Regional, Educação Ambiental e Responsabilidade Social, parte integrante do Plano de Gerenciamento para o Descomissionamento da Unidade de Tratamento de Minérios – UTM, Caldas – MG.

## **2. Justificativa**

O descomissionamento de uma unidade de mineração e beneficiamento de urânio é iniciativa inédita no Brasil e raras vezes realizada em outras partes do mundo: trata-se de um processo de remediação ambiental de locais contaminados por radiação, que tem como objetivo promover a redução das exposições existentes ou futuras à radiação ionizante.

O conhecimento, a participação e o engajamento do público são fatores essenciais para que o processo de descomissionamento seja bem sucedido. Para isso é necessário desenvolver um programa de comunicação composto por um conjunto de ações, projetos, parcerias e iniciativas destinadas a promover um relacionamento permanente, ativo e transparente entre a empresa e as populações.

Ações de comunicação com estratégias bem definidas incentivam a cooperação e o entendimento entre as diferentes partes interessadas, resultando no envolvimento do público no programa. Linhas de comunicação abertas, claras e mutuamente acordadas entre a empresa e a sociedade contribuem para diminuir reações movidas por temores, expectativas ou ansiedades das populações locais.

### **3. Objetivo geral do Programa de Comunicação Social**

Consolidar um processo contínuo e transparente de informação e interação com a sociedade direta e indiretamente impactada pela Unidade de Tratamento de Minérios – UTM e com os grupos de interesse a ela relacionados, para que o descomissionamento da unidade e seus potenciais impactos sejam conhecidos e administrados de forma colaborativa.

### **4. Objetivos específicos**

- Construir uma relação de confiança que propicie o engajamento dos grupos de interesse nas decisões e no desenvolvimento das ações a serem adotadas pelo PRAD.
- Contribuir para que as populações e especialmente os grupos de interesse desenvolvam capacidades e habilidades para participar e acompanhar as ações de descomissionamento.
- Manter a sociedade informada sobre os objetivos, os benefícios e os possíveis impactos das ações de descomissionamento a serem adotadas nas áreas de intervenção da UTM.
- Ampliar e consolidar ações que possibilitem a inserção das Indústrias Nucleares do Brasil nos contextos econômico, governamental, social e cultural das populações residentes nas áreas de intervenção do empreendimento.
- Difundir conhecimentos capazes de sensibilizar e esclarecer as populações sobre a importância da preservação e recuperação do meio ambiente.
- Atuar junto a governos e entidades não governamentais, buscando participar e/ou articular políticas e ações que auxiliem no desenvolvimento social dos municípios, de modo a minimizar uma

eventual situação de dependência das municipalidades da região em relação ao funcionamento da UTM.

- Promover programas de qualificação profissional dos empregados da empresa para que eles atuem em novas atividades previstas no descomissionamento da UTM ou fora dela.

## 5. Categorias dos grupos de interesse

- Política e econômica – governos estadual, municipal e federal, Instituições do Legislativo, Judiciário e Ministério Público, entidades do setor industrial, comunidade local.
- Ambiental – órgãos reguladores ambientais, comitês gestores, entidades governamentais e da sociedade com atuação nas áreas de meio ambiente e de defesa dos direitos humanos, comunidade local.
- Formadores de opinião – mídia, organizações religiosas, associações profissionais, empresariais, e outras entidades, como Rotary, Maçonaria, Lions, professores, entre outros.
- Social – trabalhadores da empresa, fornecedores da empresa e comunidade local.
- Técnica – órgãos reguladores do setor nuclear, instituições de ensino e pesquisa.

## 6. Público

A distância entre a Unidade de Tratamento de Urânio e os núcleos habitacionais existentes na área de influência da instalação é o parâmetro que define as ações a serem desenvolvidas. O público mais impactado, aquele que mora ou trabalha a até 10 km da UTM é o público prioritário.

Na elaboração das ações do Programa de Comunicação Social devem ser considerados os seguintes públicos:

- Moradores e trabalhadores na Área de Intervenção: compreende os moradores do município de Caldas e os empregados, terceirizados e estagiários que atuam na UTM.
- População dos municípios de Poços de Caldas e Andradas
- A sociedade brasileira

## 7. Base de conhecimento

O conhecimento sobre o público alvo é fator essencial na elaboração do Programa de Comunicação Social, o que exige a realização de pesquisas que identifiquem os diversos públicos e sirvam de base à definição de estratégias, de formas e meios de comunicação e relacionamento que devem ser utilizados e ações a serem adotadas.

Pesquisas que devem ser realizadas:

- **Dados sociais e econômicos atualizados** dos municípios localizados na área de intervenção e controle da UTM.
- **Identificação dos núcleos habitacionais e empresas** situadas na área de intervenção e controle.
- **Mapeamento dos grupos de interesse** nos municípios de Caldas, Poços de Caldas e Andradas.
- **Pesquisa de opinião** – para medir a aceitação/rejeição da população com relação às atividades da INB na região; aferir a percepção de risco da população em relação às atividades de UTM; identificar os meios de comunicação mais utilizados pelos diversos segmentos da sociedade e outras formas de comunicação e relacionamento usuais entre as populações da região.

- **Diagnóstico socioambiental local participativo** – esta pesquisa é uma exigência do IBAMA para a elaboração do Programa de Educação Ambiental (PEA) e ao Programa de Educação Ambiental ao Trabalhador (PEAT) e tem como objetivo revelar o que pensam e sentem os grupos de interesse em relação a questões ambientais locais.
- **Pesquisa Qualitativa** - metodologia que permite a compreensão em profundidade dos sentimentos e das motivações da população. Seu propósito maior é descobrir o que o seu público-alvo tem em mente. Desvendar os seus 'porquês'. O estudo qualitativo se mostra interessante porque entrega ao cliente perspectivas e insights significantes do seu público-alvo a respeito de determinado assunto, o que permite sejam tomadas decisões mais fundamentadas.

## 8. Estratégia: Transparência, Confiança, Engajamento

A transparência gera confiança que possibilita a participação e o engajamento do público no debate das ideias, decisões e na aceitação do processo de descomissionamento. Por meio da comunicação entre especialistas, tomadores de decisão e membros das comunidades interessadas, asseguram decisões tecnicamente sólidas e socialmente aceitáveis.

## 9. Ações dos programas que fazem parte do PCS

- Programa de Comunicação – compreende as ações de comunicação dirigidas ao público interno (comunicação corporativa) e ao público externo (comunicação institucional). No elenco de ações que são próprias de um programa de comunicação social também devem ser previstos:

- Equipe dedicada
- Formação de porta-vozes
- Implantação de um Centro de Informação na cidade de Caldas
- Programa de Inserção Regional – compreende a participação da empresa em fóruns empresariais, sociais, ambientais, científicas e de entidades governamentais e ONG´s, que tratem de questões ligadas ao desenvolvimento, aos direitos humanos e a preservação do meio ambiente.
- Programa de Educação Ambiental (PEA) – trata-se de condicionante do licenciamento ambiental de implantação e descomissionamento de unidades minero industriais. Compreende ações de sensibilização ambiental e difusão de conhecimento que envolve os riscos inerentes à atividade e as medidas mitigatórias adotadas. O programa tem duas vertentes: Programa de Educação Ambiental dirigido ao público externo e o Programa de Educação Ambiental ao Trabalhador (PEAT) exclusivo para os trabalhadores da unidade.
- Responsabilidade Social – são ações que tem por objetivo contribuir para a qualidade de vida da população e tem como foco principal a educação / capacitação.

As ações deste programa devem prever:

- Assessoria de Imprensa
- Assessoria de Relações Públicas
- Assessoria de profissionais de meio ambiente

## 10. ANEXO I

### Breve Histórico

A UTM Caldas, também conhecida como Complexo Mínero-Industrial do Planalto de Poços de Caldas (CIPC), foi implantada na década de 1970 com o objetivo de produzir concentrado de urânio, sob a forma de diuranato de amônio (DUA). As atividades de produção desta Unidade, em escala industrial, iniciaram-se no segundo semestre de 1981 e cessaram ao final de 1995. As instalações da UTM Caldas foram então utilizadas para o beneficiamento de materiais proveniente de outras regiões em uma série de pequenos projetos.

### Linha do tempo:

**1948** - técnicos do Departamento Nacional de Produção Mineral – DNPM detectam radioatividade em minerais de zircônio no Planalto de Poços de Caldas.

**1970** - descoberta das jazidas de urânio do Campo do Cercado, no município de Caldas, que deram origem ao CIPC.

**1976** - a NUCLEBRÁS contratou a firma francesa Uranium Pechiney Ugine Kuhlman para executar o projeto básico de mina e usina do CIPC, visando a produção de 500t/ano de concentrado de urânio, expresso como U3O8, durante 10 anos.

**1977** - início das etapas de decapagem da mina, com remoção de 5.000.000 m3 de material.

**1979** - em setembro, início das obras civis e montagem eletromecânica das instalações de beneficiamento físico e químico do CIPC.

**1982** - em fevereiro, início da operação comercial do CIPC para a produção de concentrado de urânio.

**1982** - em maio, início da produção de ácido sulfúrico concentrado (98,5%) no CIPC.

**1983** - início do lançamento da fração sólida do tratamento de águas marginais (gesso contendo diuranato de cálcio ou DUCA) da mina na bacia de rejeitos.

**1994** - elevação do vertedouro tulipa da Bacia de Rejeitos em 2 metros para a cota 1.305,8m.

**1995** – em outubro e dezembro, paralisação definitiva das atividades de lavra e beneficiamento do minério de urânio do CIPC.

**1996** – montagem de novos equipamentos e adaptações das unidades industriais do CIPC para o beneficiamento da “torta II” em consórcio com o minério de baixo teor em urânio armazenado no pátio de minérios do CIPC.

**1997** – em fevereiro, início das atividades de beneficiamento conjunto da torta II com minério de baixo teor em urânio no CIPC.

**1998** – final do lançamento de gesso contendo diuranato de cálcio na bacia de rejeitos. Este material foi lançado na bacia de 1983 até maio de 1998, quando então passou a ser lançado na cava da mina.

**1998** – encerramento das atividades da Fábrica de Ácido Sulfúrico.

**1999** – INB solicita ao IBAMA Licença de Operação (LO) objetivando o Tratamento Químico da Monazita – TQM, nas instalações da UTM.

**2001 a 2002** – desmontagem e transferência da Fábrica de Ácido Sulfúrico para a empresa Galvani, localizada no noroeste da Bahia.

**2002** – em dezembro, o IBAMA encaminhou à INB, pelo Ofício nº 610/2002 – DILIQ/CGLIC, o Termo de Compromisso referente à Unidade de Tratamento de Minérios – UTM, em Caldas, que em sua cláusula nona estabelece o compromisso de apresentação AP IBAMA do Plano de Recuperação de Áreas Degradadas – PRAD/UTM, como parte de um plano geral de descomissionamento no prazo de 24 (vinte e quatro) meses contados do termo de Referência.

**2004** – em fevereiro, o IBAMA, pelo Ofício nº 099/2004 – DILIQ, encaminhou à INB o Termo de Referência para a elaboração do PRAD/UTM.

**2004** – a unidade de TQM recebeu autorização de operação do IBAMA e inicia suas operações em junho.

**2005** – em julho, a contratação do Consórcio constituído pelo GEOTECH e pela SRK, através de processo licitatório, rescindido em 2006 por inadimplência do contratado.

**2005** – em novembro, a unidade de TQM encerra suas operações. A INB decide encerrar suas atividades industriais visando o descomissionamento da UTM.

**2006/2007** – empresa Golder Associates Brasil vence novo processo licitatório. Devido a atrasos nos trâmites legais para contratação deste porte levaram a Golder a desistir da efetivação do contrato.

**2007** – em dezembro, entendimentos entre o CDTN/CNEN visando a contratação direta do mesmo resultaram infrutíferos.

**2009** – em setembro, assinatura do contrato entre a INB e a Golder para elaboração do PRAD.

**2011** – conclusão dos trabalhos de elaboração do PRAD.

**2012** – apresentação do PRAD para os órgãos licenciadores.

## 11. ANEXO II

### Panorama dos Municípios nas Áreas do Empreendimento

#### Área de Intervenção (AI)

##### Caldas

O município de Caldas localiza-se na porção sudoeste do estado de Minas Gerais e possui uma área de 711,414 km<sup>2</sup>. Situa-se a 1131 metros de altitude.

Sua economia é baseada no setor terciário, seguido pela agropecuária, no qual se destaca o cultivo da uva e do café, além da criação de bovinos para pecuária de corte e leiteira.

É importante destacar a presença de lavoura temporária com o cultivo de gêneros alimentícios básicos: arroz, feijão, batata inglesa, mandioca e milho. O setor econômico que possui menor destaque é a indústria.

- População urbana: 14.396 habitantes em 2015
- Produto Interno Bruto per capita a preços correntes - 2013: 12.994,58 reais
- Valor do rendimento nominal mediano mensal per capita rural: 400,00 reais
- Valor do rendimento nominal mediano mensal per capita urbana: 510,00 reais
- Índice de Desenvolvimento Humano Municipal: 0,687 em 2010
- População residente alfabetizada: 11.782

## Áreas de Controle (AC)

### . Poços de Caldas

O município de Poços de Caldas localiza-se na porção sudoeste do estado de Minas Gerais e possui 547,059 km<sup>2</sup>.

Sua economia é baseada no setor terciário, entretanto, a participação da produção industrial no PIB é expressiva. Ainda nos anos 70, a Laticínios Poços de Caldas iniciou sua produção de iogurtes com a tecnologia da Francesa Danone, a qual posteriormente ampliou exponencialmente suas instalações e então transferiu toda sua produção de São Paulo para a fábrica local.

O parque industrial instalado no município conta ainda com as indústrias Ferrero do Brasil, Companhia Brasileira de Alumínio (CBA), Mitsui Fertilizantes, Mineração Curimbaba, Togni S/A Materiais Refratários, Lorenzetti/Sanitex, Thyssenkrupp, Nutrire, NeoNutri, Newbread, Bolivar Produtos Plásticos, Pradolux, Arfarol, dentre outros.

- População urbana: 163.677 em 2015
- Produto Interno Bruto per capita a preços correntes - 2013: 36.263,93 reais
- Valor do rendimento nominal mediano mensal per capita rural: 466,67 reais
- Valor do rendimento nominal mediano mensal per capita urbana: 650,00 reais
- Índice de Desenvolvimento Humano: 0,779 em 2010
- População residente alfabetizada: 137.011

## . Andradas

A cidade de Andradas em Minas Gerais está situada na região Sul e Sudoeste de Minas. Ocupa uma área de 469,370 km<sup>2</sup> estando distante da capital Belo Horizonte 498 km.

A economia de Andradas em Minas Gerais possui como principais setores econômicos o Serviço e a Indústria.

Sua economia é baseada no setor terciário, seguido pela indústria. A agropecuária é o menor setor.

- População urbana: 40.092 em 2015
- Índice de Desenvolvimento Humano: 0,734 em 2010
- Produto Interno Bruto per capita a preços correntes - 2013: 17.414,82 reais
- Valor do rendimento nominal mediano mensal per capita rural: 503,33 reais
- Valor do rendimento nominal mediano mensal per capita urbana: 580,00 reais
- Índice de Desenvolvimento Humano: 0,734
- População residente alfabetizada: 32.193

Fonte: IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística