

## ANEXO I

### ORIENTAÇÕES À CAMPANHA PRÉVIA DO PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

A etapa de planejamento do empreendimento e a elaboração dos estudos necessários à avaliação de sua viabilidade ambiental compreendem a realização de atividades de campo que apresentam potencial de causar impactos socioambientais, especialmente em relação à criação de expectativas e incertezas junto à população que será diretamente afetada.

A execução de serviços preliminares tais como levantamentos topográficos, avaliações fundiárias e coleta de dados primários dos meios físico, biótico e socioeconômico implicam na mobilização de veículos e equipes do empreendedor ou empresas contratadas. Essas atividades ocorrem junto a grupos sociais e comunidades com distintos níveis de vulnerabilidade e instrução.

Neste contexto, justifica-se a necessidade de que a implantação do empreendimento seja precedida e acompanhada de ações que busquem alcançar o principal objetivo do Programa de Comunicação Social – PCS, isto é, promover e assegurar o acesso a informações sobre o processo de licenciamento ambiental, as características do empreendimento e a própria realização dos estudos ambientais, de modo a permitir uma compreensão adequada acerca do empreendimento.

No entanto, considerando que o PCS é proposto somente no âmbito do Estudo de Impacto Ambiental – EIA/RIMA, deve ser realizada uma campanha prévia de comunicação, em período anterior ao protocolo do Estudo, com vistas a esclarecer os diferentes públicos-alvo sobre os impactos associados à etapa de planejamento do empreendimento.

Uma segunda campanha deverá ser realizada após o protocolo do EIA, de acordo com um Plano de Execução, com objetivo de divulgar e preparar a realização de Audiências Públicas, como uma das principais ferramentas de participação social no processo de licenciamento.

As duas campanhas constituem parte do PCS, mas devem ter objetivos específicos, metodologias e atividades focadas na etapa de planejamento e realização de estudos, assim como na divulgação e preparação do público para uma participação qualificada nas Audiências. Nesse sentido, as campanhas devem observar as orientações propostas no presente documento.

1. Campanha Prévia: deve ser executada ao longo da etapa de planejamento, durante a realização das atividades de campo associadas à elaboração dos estudos ambientais. Devem ser apresentadas às comunidades informações preliminares sobre as características do empreendimento, a etapa do processo de licenciamento ambiental, e as interferências decorrentes da realização de estudos e serviços associados à fase de planejamento, no sentido de evitar ou minimizar a criação de incertezas e expectativas desproporcionais junto ao público-alvo. Como produto, deve ser apresentado, no âmbito do EIA, um Relatório de atividades realizadas e resultados alcançados, incluindo informações de registro e propostas de resolução das principais dúvidas do público sobre o empreendimento, o processo de licenciamento, e sobre queixas relativas às e atividades de coleta de dados e demais serviços preliminares. Os objetivos específicos da Campanha Prévia devem ser (a) estabelecer canais de comunicação com o público-alvo, a serem mantidos ao longo de todas as etapas de planejamento, instalação e operação do empreendimento; (b) esclarecer o contexto da proposição do empreendimento, incluindo informações sobre os diferentes atores envolvidos na sua concepção, licenciamento e execução; (c) informar sobre as características do empreendimento, a etapa do processo de licenciamento ambiental, e as interferências decorrentes da realização de estudos, atividades e serviços preliminares associados à fase de planejamento; (d) registrar, de forma sistemática, dúvidas e queixas relacionadas ao empreendimento ou relativas aos serviços e atividades

da etapa de planejamento e realização de estudos e (e) informar sobre a previsão da realização de Audiências Públicas. O Público-alvo dessa Campanha deve ser os moradores e comunidades da ADA, onde serão realizados estudos e serviços preliminares da etapa de planejamento. As atividades podem ter adotadas diferentes metodologias que possibilitem estabelecer comunicação direta e indireta com o público-alvo, no sentido de prover as informações discriminadas nos objetivos específicos.