



PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL – PCPS

MINERAÇÃO ATIBAIA LTDA.

MAIO 2021

SUMÁRIO

1. IDENTIFICAÇÃO E DIAGNÓSTICO DA POPULAÇÃO AFETADA PELO EMPREENDIMENTO	6
1.1 INTRODUÇÃO	6
1.2 METODOLOGIA	6
1.2.1 Questionário aplicado para identificação da população afetada pelo empreendimento	8
1.2.2 Compilação dos Dados.....	9
1.3 RESULTADOS E ANÁLISE DOS DADOS	10
1.3.1 Perfil dos Entrevistados	10
1.3.2 Dados da Pesquisa de Percepção	20
1.4 RELATÓRIO CONCLUSIVO.....	34
1.4.1 Características da população local	34
1.4.2 Implantação e Operação do Empreendimento	36
1.4.3 Ações Propostas.....	38
2. PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL	39
2.1. Apresentação e Justificativa	39
2.2. Objetivos Gerais.....	40
2.3. Metas.....	42
2.4. Público Alvo	43
2.5. Métodos e Descrição do Programa	44
2.6. Ações Previstas.....	46
2.7. Reuniões Com a Comunidade	48
2.8. Pesquisa de Percepção	48
2.9. Indicadores Ambientais.....	49
2.10. Monitoramento e Avaliação	50
2.11. Recursos Materiais e Humanos.....	51
2.11.1. Recursos Materiais	51
2.11.2. Recursos Humanos.....	51
2.11.3. Equipe Técnica.....	51

2.12 Comprovação de Implementação do Programa de Comunicação e Participação Social - PCPS	52
2.12.1 Execução da fase 1 – Diagnóstico Socioambiental	52
3. ANEXOS	53
3.1. Anexo 1 - Matriz Institucional	53
3.2. Anexo 2 – Mapa Georreferenciado	54
3.3. Anexo 3 – Questionário.....	56
3.4. Anexo 4 – Mapa Georreferenciado	57
3.5. Anexo 5 – Currículo – Equipe Técnica	59
3.6. Anexo 6 – Base de Dados.....	60
3.8 Anexo 7 – Questionários Preenchidos em Campo	61

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Distribuição dos entrevistados por faixa etária (%).....	10
Gráfico 2 – Distribuição dos entrevistados por Naturalidade (%).....	11
Gráfico 3 – Distribuição dos entrevistados por Escolaridade (%).....	12
Gráfico 4 – Dados da população aposentada (%).....	13
Gráfico 5 - Perfil da População Local (%).....	14
Gráfico 6 - Tempo de permanência população fixa e flutuante (%).....	15
Gráfico 7 - Infraestrutura do Bairro da Usina (%).....	16
Gráfico 8 - Distribuição de renda no Bairro da Usina (%).....	17
Gráfico 9 - Utilização de Redes Sociais (%).....	18
Gráfico 10 - Utilização da Represa para Lazer (%).....	19
Gráfico 11 – Você está satisfeito com o local onde mora/trabalha? (%).....	20
Gráfico 12 – <i>Você está satisfeito com o meio ambiente?</i> (%)	21
Gráfico 13 – Pertence à Associação de Moradores (%).....	22
Gráfico 14 – Tem conhecimento do Projeto de Mineração/extração de areia (%).....	23
Gráfico 15 – Você é a favor de mineração/extração de areia na represa? (%).....	24
Gráfico 16 – Quanto ao serviço a ser realizado na APA da represa da Usina (%).....	25
Gráfico 17 – Conhecimento sobre os benefícios da mineração/extração de areia (%).....	26
Gráfico 18 – Você acredita que haverá melhorias no lazer e no turismo (%).....	27
Gráfico 19 – Propostas de melhorias para o local da represa (%).....	28
Gráfico 20 – Conhecimento da população sobre os possíveis impactos (%).....	29
Gráfico 21 – Impactos apontados pela população local (%).....	29
Gráfico 22 – Opinião sobre a valorização nos imóveis (%).....	30
Gráfico 23 – Expectativa de aumento das vagas de emprego (%).....	31

INDICE DE FOTOS

Foto 1 – Agente social aplicando questionário da Pesquisa de Diagnóstico Socioambiental e Percepção, Bairro da Usina (Atibaia/SP), 08/04/2021.....	7
Foto 2 – Agente social realizando levantamento da matriz Institucional e Pesquisa de Diagnóstico Socioambiental e Percepção, Condomínio Shambala (Atibaia/SP), 09/04/2021.	7
Foto 3 – Agente social aplicando questionário da Pesquisa de Diagnóstico Socioambiental e Percepção no Bairro da Usina em 17/04/2021.	8

1. IDENTIFICAÇÃO E DIAGNÓSTICO DA POPULAÇÃO AFETADA PELO EMPREENDIMENTO

1.1 INTRODUÇÃO

A Identificação e Diagnóstico Socioambiental da população afetada pelo empreendimento é uma ação da empresa de Mineração Atibaia Ltda. tendo por objetivo geral coletar dados e informações, por meio de Pesquisa, para avaliação do conhecimento da população local, nível de informação, oportunizando conhecer melhor o público diretamente afetado pelo empreendimento, suas percepções, nível de satisfação com o local, expectativas e opiniões para avaliar as ações que serão futuramente desenvolvidas para a extração mineral na Represa da Usina de Atibaia e, com isso, nortear as ações do Plano de Comunicação permanente.

Como objetivos específicos, a Pesquisa avalia:

- Caracterização da população afetada;
- Nível de conhecimento sobre o empreendimento;
- Lideranças envolvidas no Bairro da Usina;
- Meios de Comunicação utilizados pela população na área de interferência direta do empreendimento;
- Percepção da população em relação às condições de vida e meio ambiente da região;
- Percepção da população em relação à implantação e operação do empreendimento para extração de areia e argila.

1.2 METODOLOGIA

A Pesquisa para Identificação e Diagnóstico Socioambiental da população afetada foi realizada por meio de pesquisas em campo, contatos telefônicos e questionários eletrônicos e, também utilizando os contatos mapeados na Matriz Institucional, disponibilizado no **Anexo 1**. Esse formato de pesquisa foi adotado devido às medidas

de distanciamento social decretadas a partir do dia 22 de março de 2020, pelo Governador do Estado de São Paulo, instituindo quarentena por Emergência em Saúde Pública de importância nacional em decorrência da Covid-19, causada pelo vírus Sars-CoV-2.

Durante as entrevistas em campo e por meios digitais foi aplicado questionário estruturado com questões fechadas e abertas com perguntas relativas aos aspectos que apresentem interface com a população, iniciando com perguntas que buscaram a caracterização individual de cada entrevistado, seguidas de questões a respeito da percepção e do conhecimento sobre o futuro empreendimento a ser instalado na Represa da Usina de Atibaia, e do envolvimento do mesmo em assuntos referentes à interação com o empreendimento e com a localidade, incluindo a temática ambiental.



Foto 1 – Agente social aplicando questionário da Pesquisa de Diagnóstico Socioambiental e Percepção, Bairro da Usina (Atibaia/SP), 08/04/2021.



Foto 2 – Agente social realizando levantamento da matriz Institucional e Pesquisa de Diagnóstico Socioambiental e Percepção, Condomínio Shambala I (Atibaia/SP), 09/04/2021.



Foto 3 – Agente social aplicando questionário da Pesquisa de Diagnóstico Socioambiental e Percepção no Bairro da Usina em 17/04/2021.

A aplicação do questionário ocorreu entre os dias 08 e 17/04/2021. Cerca de 16% dos entrevistados se recusaram ou não souberam informar dados pessoais, como e-mail e dados de percepção. Infere-se ainda que há menor interesse no aceite em responder aos questionamentos por telefone, tendo sido necessário a aplicação dos questionários por meio eletrônico e diretamente em campo com os entrevistados no Bairro da Usina (Atibaia).

No **Anexo 2** apresentamos o Mapa contendo as informações de caracterização da ocupação em planta georreferenciada, contendo a delimitação do empreendimento, a rota dos caminhões de transporte dos resíduos sólidos e demais usos e ocupação do solo.

1.2.1 Questionário aplicado para identificação da população afetada pelo empreendimento

O instrumental utilizado na Pesquisa de Percepção - o questionário, é constituído por formulário dividido em Dados Pessoais e que resultam no perfil dos entrevistados e Dados da Pesquisa de Percepção propriamente dita (**Anexo 3**).

Com vistas ao aproveitamento do diagnóstico socioambiental, foram aplicadas questões que caracterizam as percepções da população sobre a localidade, satisfação com o local de trabalho ou moradia, satisfação com o meio ambiente, conhecimento e opinião sobre a implantação do empreendimento, conhecimentos sobre impactos e

outras informações que agregam os benefícios da atividade que serão aplicadas pelo empreendimento durante sua execução. Os dois conjuntos de questionamentos auxiliam nas definições de assuntos a serem abordados nas diferentes formas no Plano de comunicação Permanente, em especial no modo de relacionamento e canal de envio preferencial dessas informações à população.

1.2.2 Compilação dos Dados

As informações obtidas de cada entrevistado foram sistematicamente tratadas, quantificadas e tabuladas em gráficos em números percentuais, de modo a possibilitar a percepção dos dados e opiniões gerados pelo empreendimento na população.

Com base nas informações compiladas em gráficos, foi emitido o presente relatório analítico de cada variável, pontuando e analisando as metodologias aplicadas em seção.

1.3 RESULTADOS E ANÁLISE DOS DADOS

1.3.1 Perfil dos Entrevistados

A pesquisa permitiu definir o perfil dos entrevistados quanto a faixa etária, naturalidade, grau de escolaridade, aposentadoria, proveniência da população local, tempo de permanência, renda, infraestrutura do lugar, preferência por redes sociais e utilização da represa para lazer.

A - Faixa etária

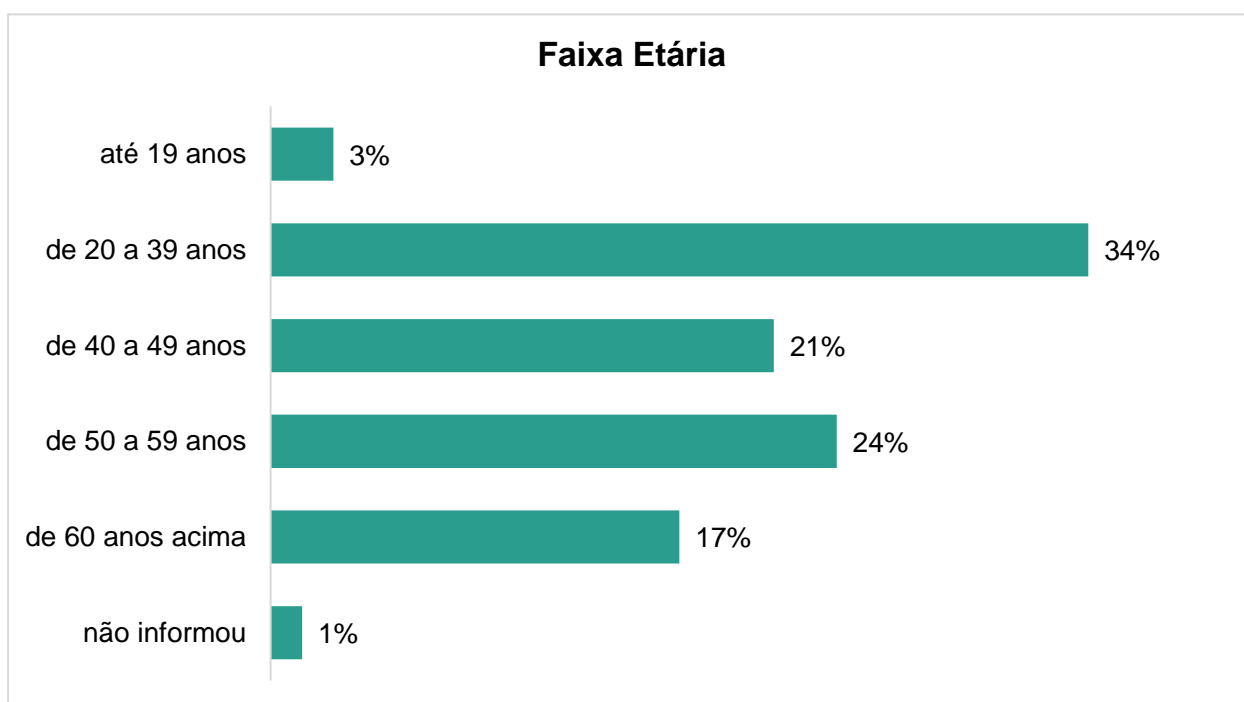


Gráfico 1 – Distribuição dos entrevistados por faixa etária (%).

Entre os entrevistados 3% possui até 19 anos, 34% estão na faixa etária entre 20 a 39 anos, seguidos da faixa entre 40 a 49 anos (21%), 50 e 59 anos (24%), acima dos 60 anos (17%). Os dados encontram-se demonstrados no **Gráfico 1**.

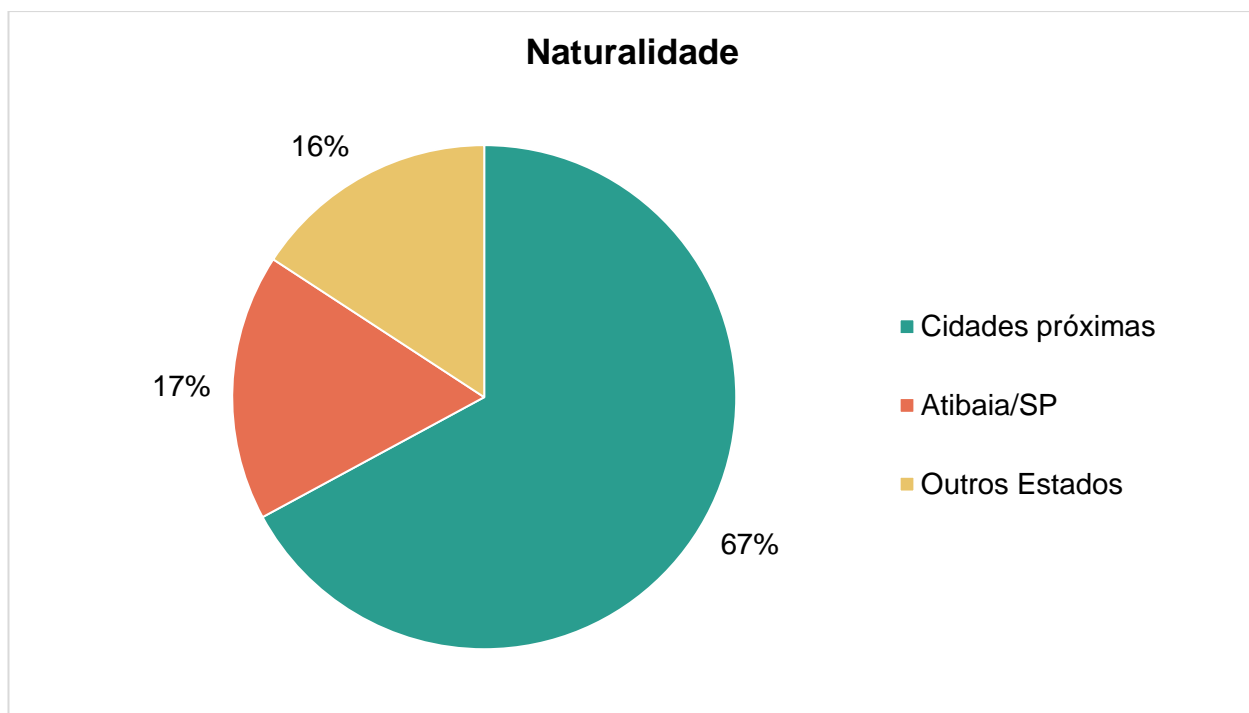
B - Naturalidade

Gráfico 2 – Distribuição dos entrevistados por Naturalidade (%).

Do número total de pesquisados 17% são naturais do município de Atibaia, seguido de 16% que tem proveniência de outros Estados e 67% que declararam ter nascido em cidades próximas (Várzea Paulista, Morungaba, Itatiba, Jundiaí, São Paulo, entre outras). Os dados encontram-se demonstrados no **Gráfico 2**.

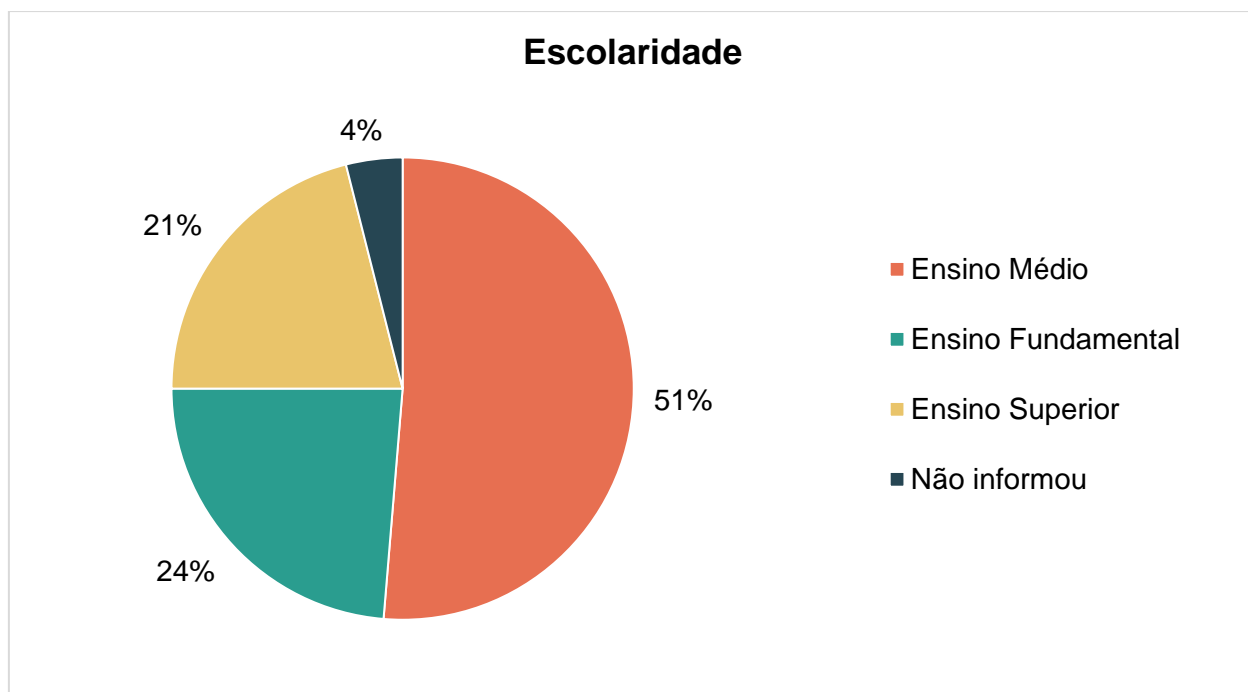
C - Escolaridade

Gráfico 3 – Distribuição dos entrevistados por Escolaridade (%).

Dos entrevistados, é predominante a escolarização no ensino médio (51%), seguido do ensino fundamental (24%) e ensino superior (21%). Os dados são demonstrados no **Gráfico 3**.

D - Aposentadoria

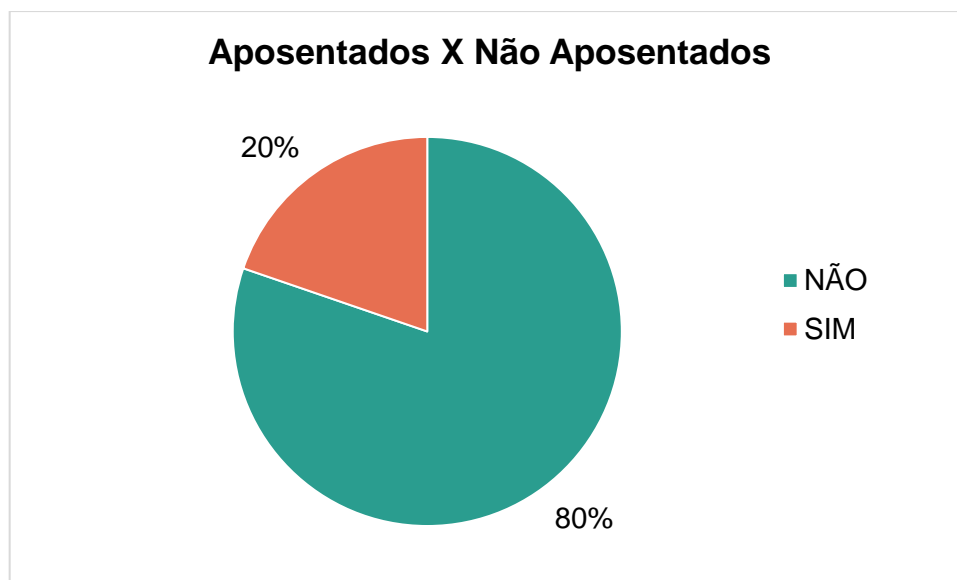


Gráfico 4 – Dados da população aposentada (%).

Dos entrevistados, com perfil de moradores, turistas e veranistas, 20% informam ser aposentados. O **Gráfico 4**, demonstra esta distribuição.

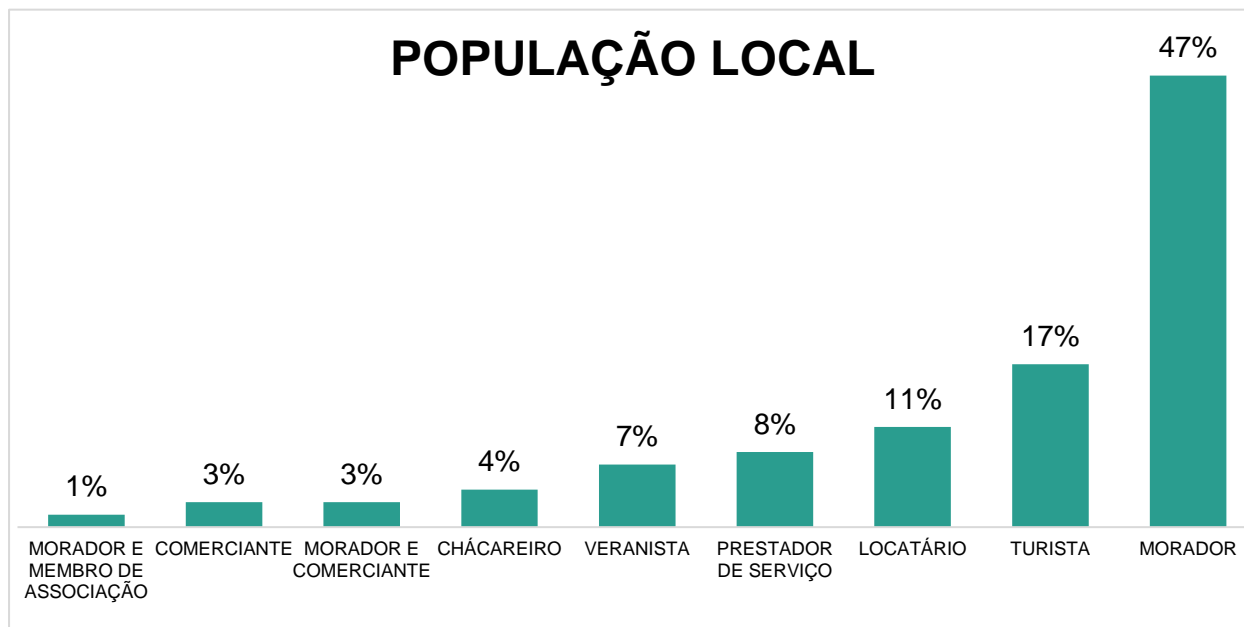
E - População local

Gráfico 5 - Perfil da População Local (%).

Das pessoas entrevistadas, a maioria (62%) refere-se a moradores (proprietários de casas/locatários/chacareiros). O Bairro da Usina é caracterizado por pequenas casas ao longo da represa e por chácaras (moradias e veraneio), com predominância de médio padrão. Do total de questionados, 17% informaram ser turistas e 7% veranistas, seguido de 14% de comércios e serviços. Os dados encontram-se demonstrados no **Gráfico 5**.

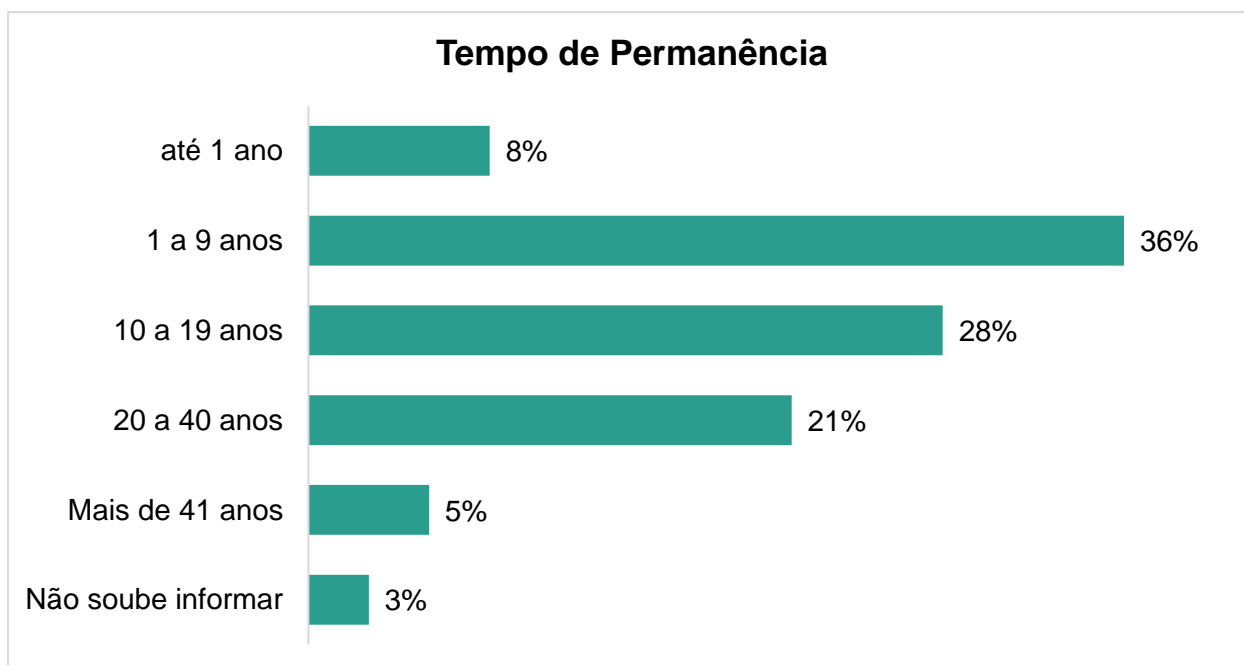
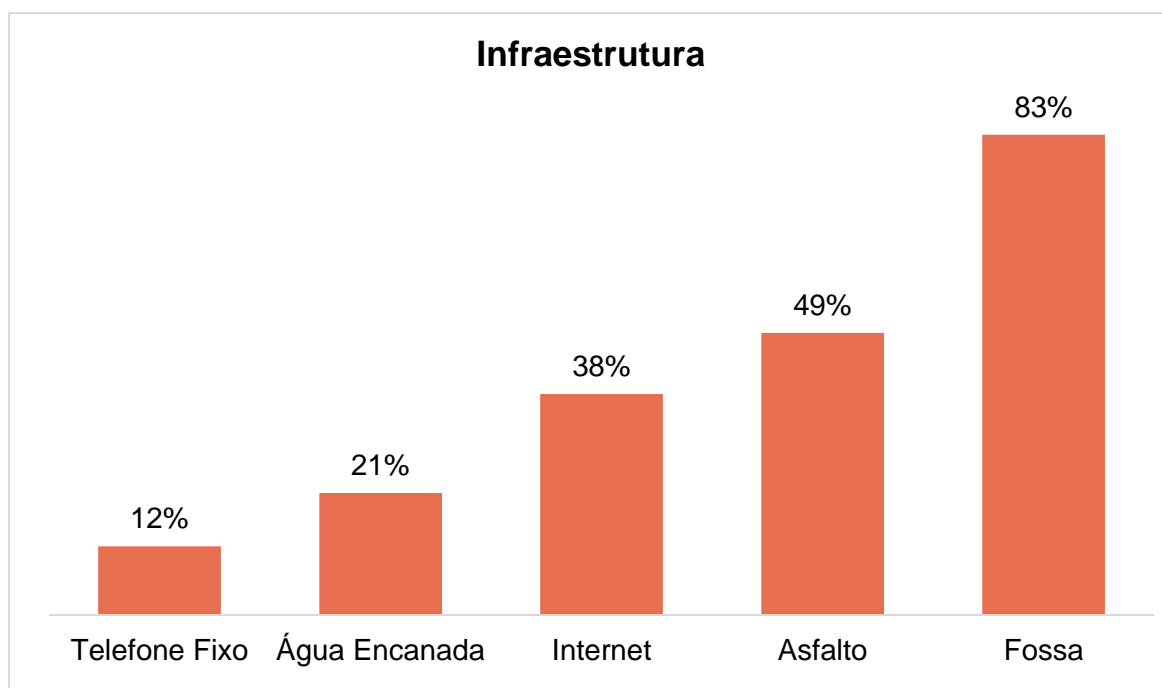
F - Tempo de permanência no local

Gráfico 6 - Tempo de permanência da população fixa e flutuante (%).

A população fixa é formada por proprietários, moradores, comércios e serviços do Bairro da Usina e a população flutuante por turistas e veranistas. Do total de questionados, 8% da população entrevistada reside ou frequenta o local há cerca de 1 ano, 36% da população informa entre 1 e 9 anos, 28% entre 10 e 19 anos, 21% entre 20 e 40 anos e 5% informam frequentar o local há mais de 41 anos. Isso demonstra, segundo os entrevistados, a preferência pela região, tendo a principal característica pautada como a excelente qualidade de vida, beleza e tranquilidade do lugar. Os dados encontram-se demonstrados no **Gráfico 6**.

G - Infraestrutura do Bairro da Usina**Gráfico 7** - Infraestrutura do Bairro da Usina (%).

Da infraestrutura existente no Bairro da Usina, 83% dos entrevistados informam possuir fossa, pois não foi identificada rede de esgoto na localidade. Das pessoas pesquisadas, 21% dizem possuir água encanada, porém 79% das pessoas que estão às margens da represa afirma possuir e utilizar água de poço. Cerca de 49% possuem asfaltamento, 38% têm internet fixa e 12% utilizam telefone fixo. Os dados encontram-se demonstrados no **Gráfico 7**.

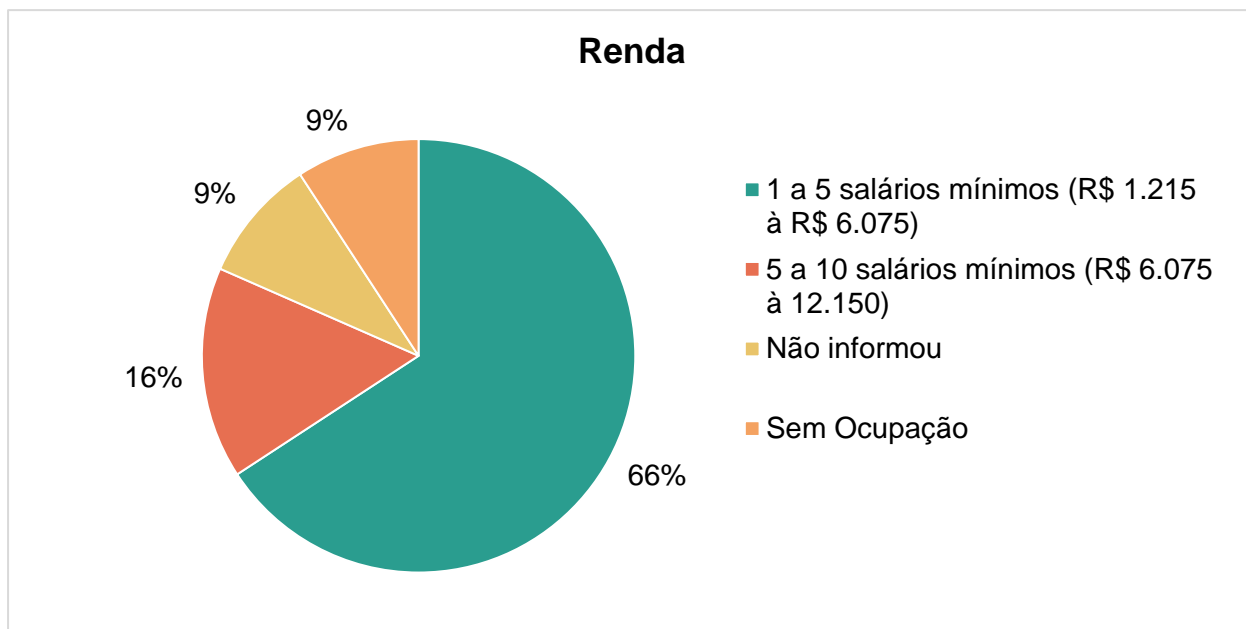
H - Renda

Gráfico 8 - Distribuição de renda no Bairro da Usina (%).

Dos pesquisados, cerca de 66% informaram possuir renda entre 1 e 5 salários-mínimos, 16% entre 5 e 10 salários-mínimos, 9% sem ocupação e o restante (9%) não soube informar. Os dados encontram-se demonstrados no **Gráfico 8**.

I - Utilização de Redes Sociais

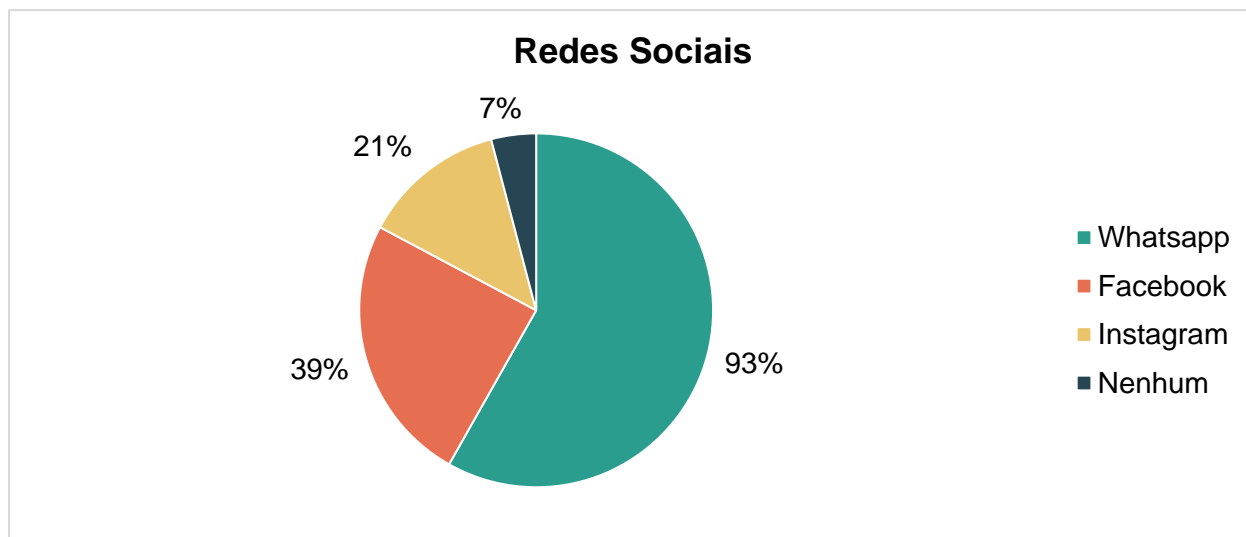


Gráfico 9 - Utilização de Redes Sociais (%).

De acordo com os entrevistados, a forma mais acessível à informação e relacionamento se dá pelo aplicativo de mensagens WhatsApp, em que 93% das pessoas pesquisadas afirmam utilizar. Outras pessoas fazem uso do Facebook (39%) e outros pesquisados utilizam o Instagram (21%). Apenas 7% informam que não utilizam aplicativos ou redes sociais. Os dados encontram-se demonstrados no **Gráfico 9**.

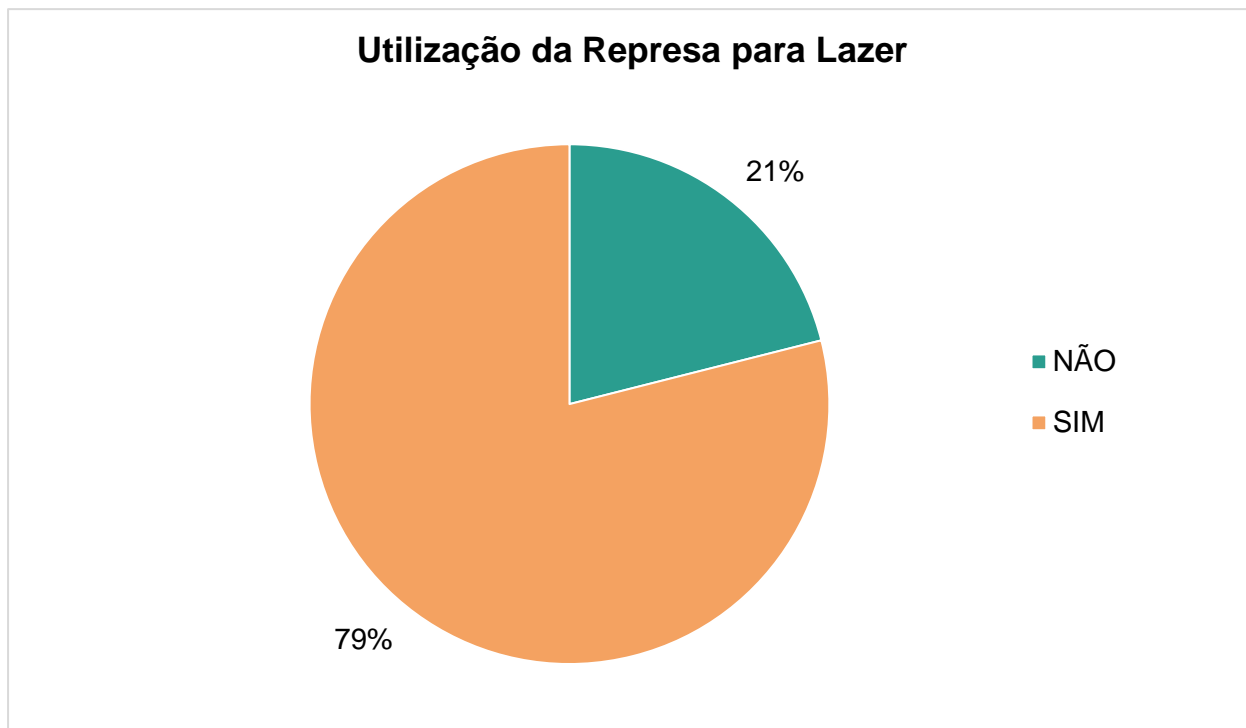
J - Utilização da Represa para Lazer

Gráfico 10 - Utilização da Represa para Lazer (%).

Dos entrevistados, 79% informaram que utilizam a represa para lazer. Foi observado em campo que os moradores utilizam barcos para navegar e comumente praticam a pesca. Outros, turistas, já utilizam barcos, jet sky, stand up paddle e praticam a pesca. São oferecidos também passeios de barco na represa, em pontos turísticos. Os dados encontram-se demonstrados no **Gráfico 10**.

1.3.2 Dados da Pesquisa de Percepção

Pergunta 1: *Você está satisfeito com o local onde mora/trabalha?*

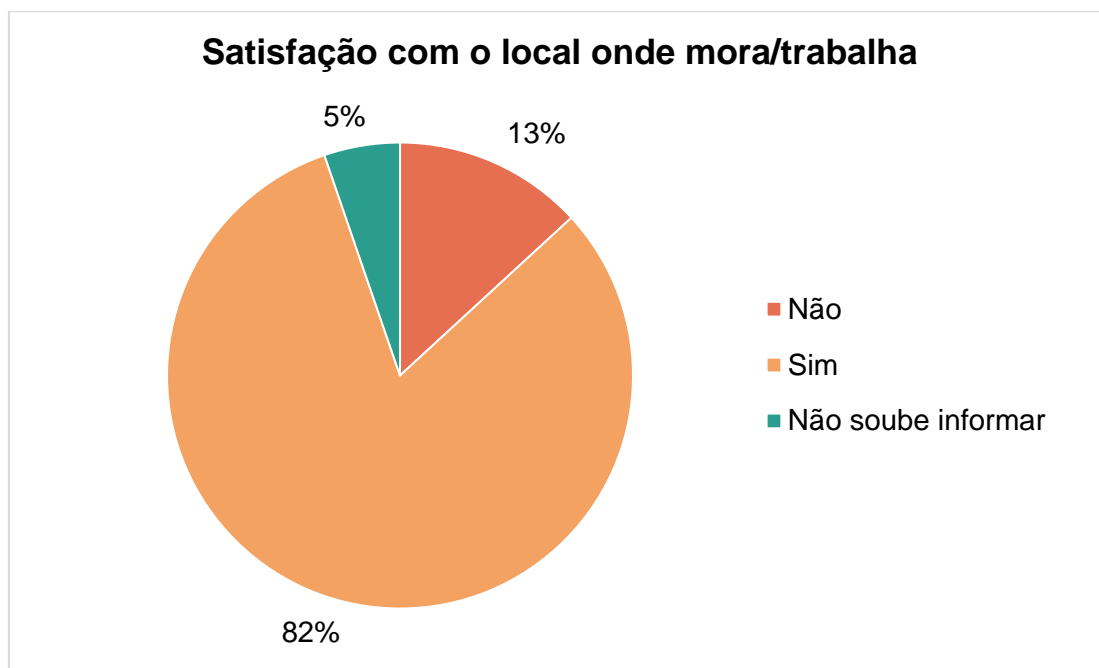


Gráfico 11 – *Você está satisfeito com o local onde mora/trabalha? (%)*.

Do total de entrevistados no Bairro da Usina, 82% disseram estar satisfeitos com o local onde moram ou exercem atividades de trabalho, pois o local é tranquilo, agradável, com ótimas amizades, próximo à natureza e que possui água em abundância. Entende-se que a população acredita ser um ótimo lugar para lazer e para morar, e demonstra apego ao local. Porém, 13% das pessoas entrevistadas não estão satisfeitas, pois alegam que há falta de cuidados com o bairro e com a represa, que não há limpeza e a infraestrutura é precária. Do total, 13% dos entrevistados não quiseram se manifestar ou não souberam responder. Os dados encontram-se demonstrados no **Gráfico 11**.

Pergunta 2: *Você está satisfeito com o meio ambiente?*

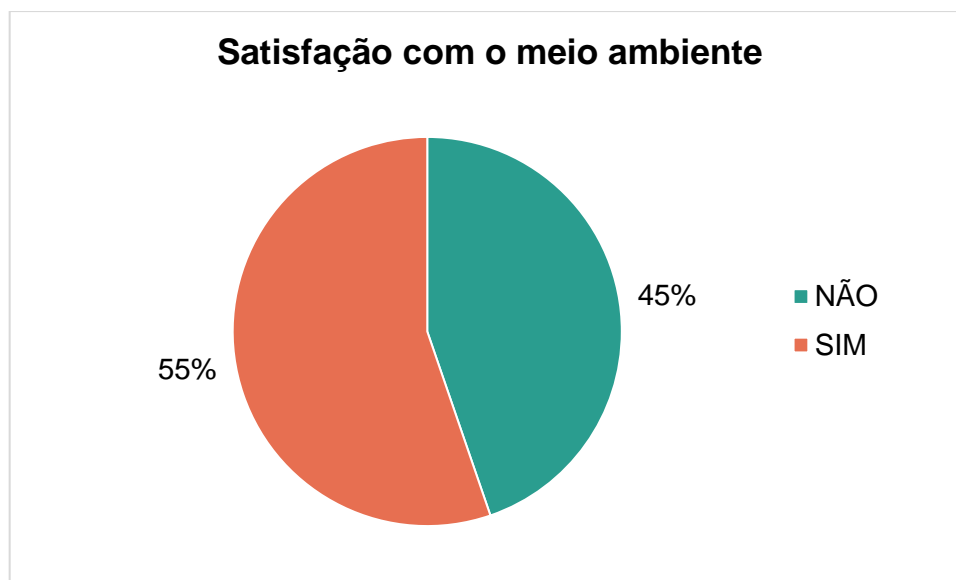
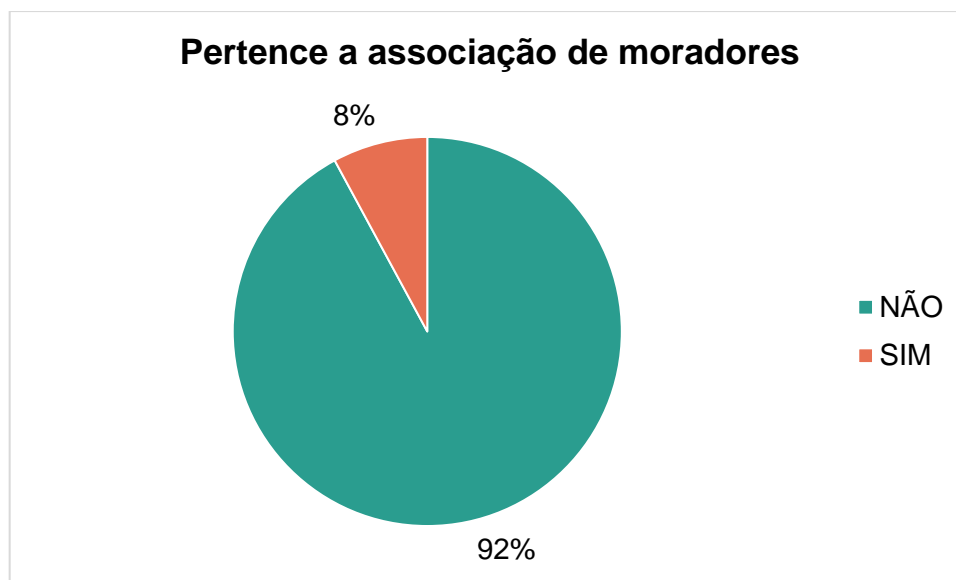


Gráfico 12 – *Você está satisfeito com o meio ambiente? (%)*

Quando se trata da opinião sobre o meio ambiente, as opiniões são divergentes. Das pessoas pesquisadas, 55% estão satisfeitas com as condições ambientais do Bairro da Usina, alegando que o local é muito bonito. Em contrapartida, 45% não estão satisfeitas com o meio ambiente e as opiniões são muito contundentes quanto à falta de manutenção, limpeza, despejo de esgoto, falta de fiscalização e cuidados com a represa. Dizem que está tomada por aguapés, taboas e bancos de areia e que ainda é um local perigoso para a prática do lazer, principalmente para a pesca e para a navegação com pequenos barcos. Os dados encontram-se demonstrados no **Gráfico 12**.

Pergunta 3: *Pertence à Associação de Moradores?***Gráfico 13** – *Pertence à Associação de Moradores (%)*.

Dos entrevistados 92% informaram que não pertencem à associação de moradores. Lideranças locais contaram que havia no Bairro da Usina três associações – Parque Piracema, Recreio São Vicente e Jardim Paraíso, mas que foram desfeitas com o tempo pois conflitavam entre si, e as pessoas deixaram de participar das reuniões. Porém, foram identificadas ainda algumas lideranças informais e que estão ligadas às lideranças políticas recentemente eleitas, em prol das dificuldades do bairro. Quando os entrevistados se referem à participação nas associações (8%), referem-se aos grupos de WhatsApp de moradores existentes nos bairros, que visam a segurança no local. Os dados encontram-se demonstrados no **Gráfico 13**.

Pergunta 4: *Tem conhecimento do Projeto de Mineração/extração de areia?*

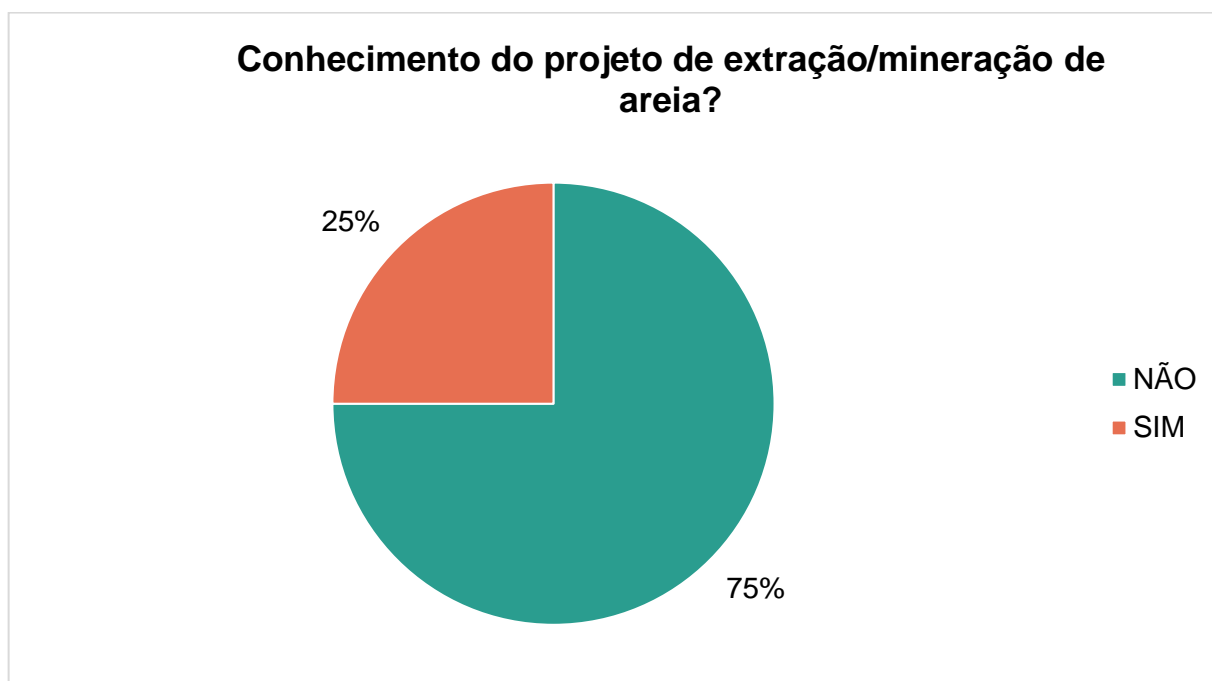


Gráfico 14 – *Tem conhecimento do Projeto de Mineração/extração de areia (%)*.

Sobre o conhecimento com relação ao Projeto de Mineração/extração de areia, das pessoas pesquisadas, 75% informaram que não conhecem o empreendimento. Já 25% disseram conhecer a operação, pois recentemente (em torno de 2 anos) tiveram conhecimento de dragagem de areia às margens da represa, próximo aos restaurantes turísticos. Segundo os moradores, houve acidentes e impactos na comunidade quanto à infraestrutura local (aumento do tráfego de caminhões). Os respondentes acreditam que o serviço era vinculado ao poder público local, e não relacionado ao futuro empreendimento da Mineração Atibaia. Os dados encontram-se demonstrados no **Gráfico 14**.

Pergunta 5: *Você é a favor de mineração/extração de areia na represa?*



Gráfico 15 – *Você é a favor de mineração/extração de areia na represa? (%)*.

Dos entrevistados, 79% afirmaram ser favoráveis à extração de areia pois argumentam que a atividade trará benefícios, como: melhorias na represa, meio ambiente, pesca, lazer e turismo, desassoreamento da represa, limpeza, mais animais e menos aguapés. Porém, 21% declaram-se contrários à extração de areia por considerar que a atividade trará impactos como: barulho, prejuízos aos animais e ao meio ambiente. Não foi observado em campo divergências ou possibilidade de manifestações contrárias à implantação e funcionamento do empreendimento. O **Gráfico 15** demonstra os percentuais do total de entrevistados.

Pergunta 6: Quanto ao serviço a ser realizado na APA da represa da Usina, considera:

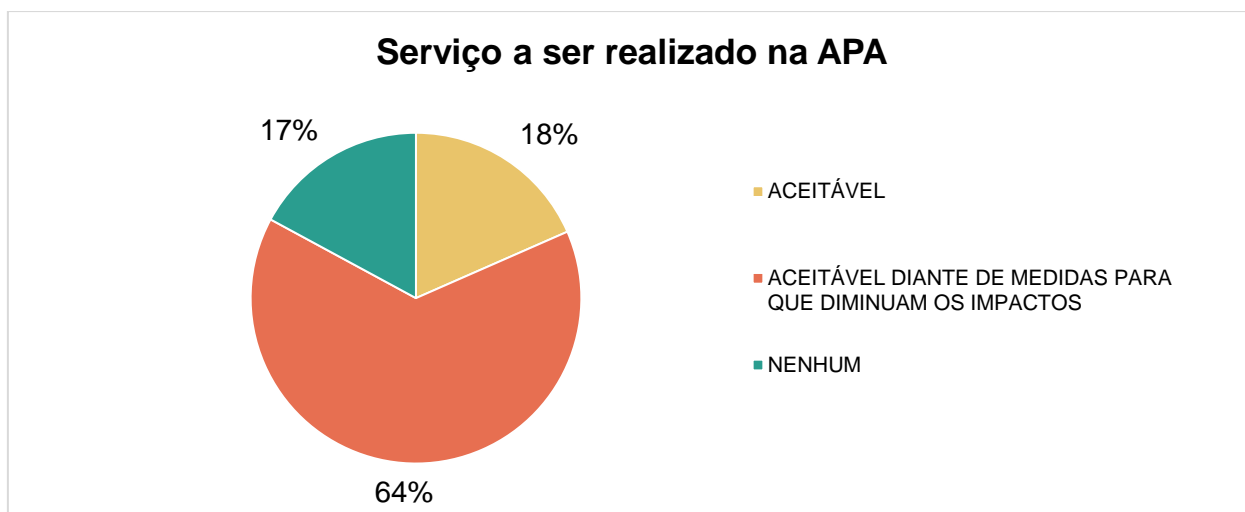


Gráfico 16 – Quanto ao serviço a ser realizado na APA da represa da Usina (%).

Considerando a totalidade dos entrevistados, 64% se mostraram favoráveis ao empreendimento diante de medidas que diminuam os impactos ao meio ambiente e à localidade. Outros 18% consideram a obra aceitável e outros 17% não souberam opinar. Os dados que demonstram esta percepção da comunidade lindeira encontram-se no **Gráfico 16**.

Pergunta 7: *Conhece os benefícios da mineração/extração de areia?*

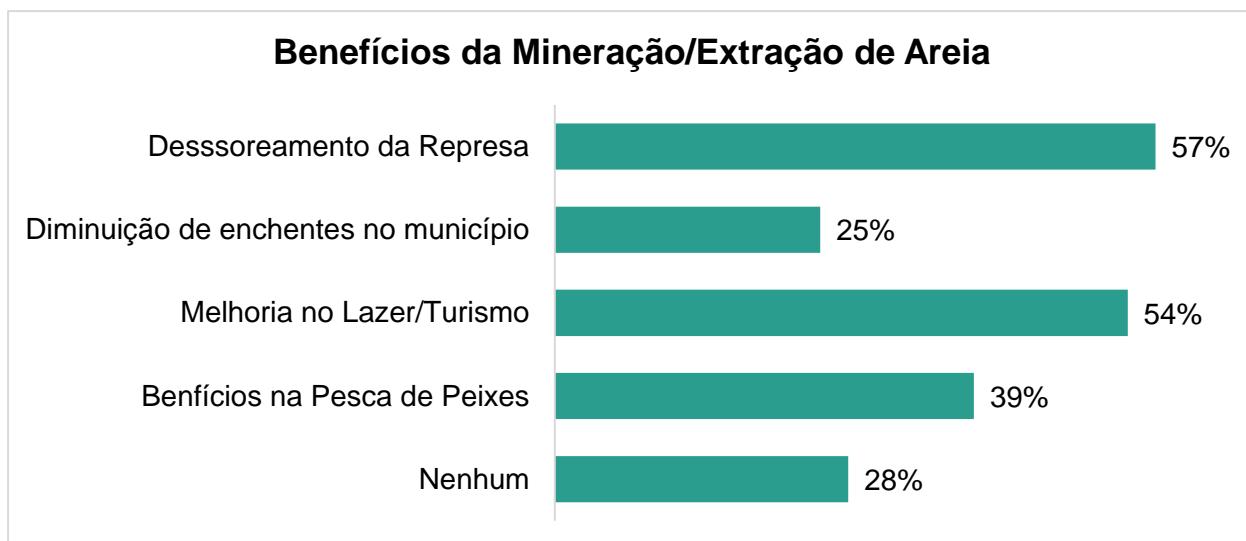


Gráfico 17 – Conhecimento sobre os benefícios da mineração/extração de areia (%).

O **Gráfico 17** mostra os percentuais das respostas positivas em relação às atividades da extração de areia, segundo a percepção dos entrevistados.

Considerando a totalidade dos entrevistados, 57% reconhecem que o maior benefício será o desassoreamento da represa. Cerca de 25% disseram que a ação beneficiará a diminuição das enchentes no município. Já 54% acreditam que haverá melhorias nas condições de lazer e aumento do turismo. Quanto às ações que beneficiam a melhoria das condições da pesca de peixes, 39% se mostram favoráveis. Outros 28% não souberam opinar.

Pergunta 8: *Você acredita que haverá melhorias no lazer e no turismo?*

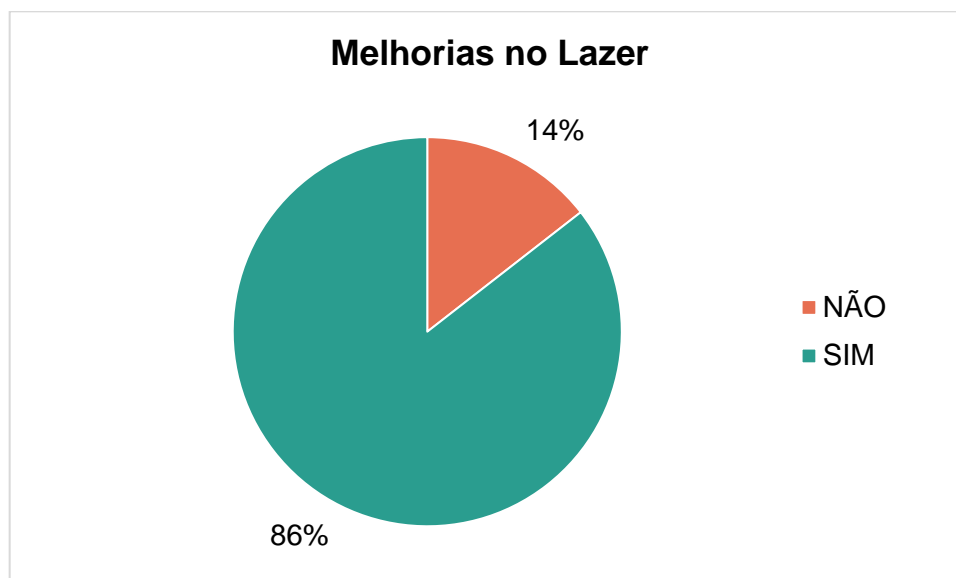


Gráfico 18 – *Você acredita que haverá melhorias no lazer e no turismo (%)*.

Do número total de entrevistados, 86% acreditam que haverá melhorias no lazer e no turismo e comentam que a represa será mais conservada, havendo manutenção regular e consequente limpeza ao seu redor. Falam também sobre a melhoria do lazer em função da diminuição dos bancos de areia e sobre o aumento no fluxo de pessoas (turistas e veranistas), movimentando a economia local. Dos pesquisados, 14% não acreditam que haverá incremento no lazer ou no turismo. O **Gráfico 17** demonstra os números da percepção da comunidade lindeira.

Pergunta 9: *Tem propostas de melhorias para o local?*

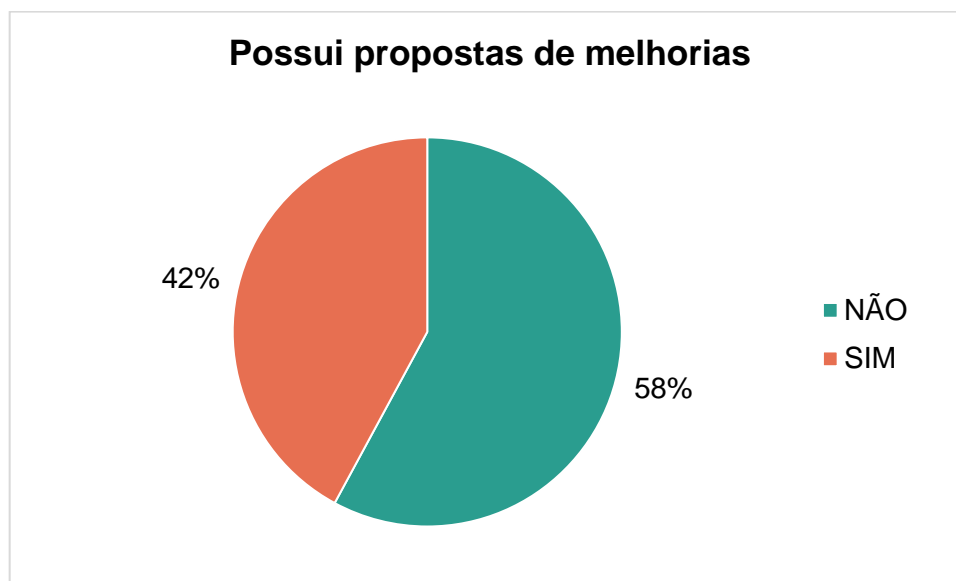


Gráfico 19 – *Propostas de melhorias para o local da represa (%)*.

Dos 80 entrevistados, pouco mais de 58% informaram não ter sugestões de melhorias para o entorno da represa. Mas, 42% sugeriram: fiscalização e mais envolvimento do poder público local na manutenção da represa, utilização da área do centro de informações turísticas da prefeitura municipal para aumento de áreas de lazer, retirada do esgoto clandestino que é despejado irregularmente, remoção do lixo e das árvores que impedem que a água desça para o rio e principalmente a limpeza da represa.

Perguntas 10 e 11: *Você acredita que haverá impactos? Quais?*

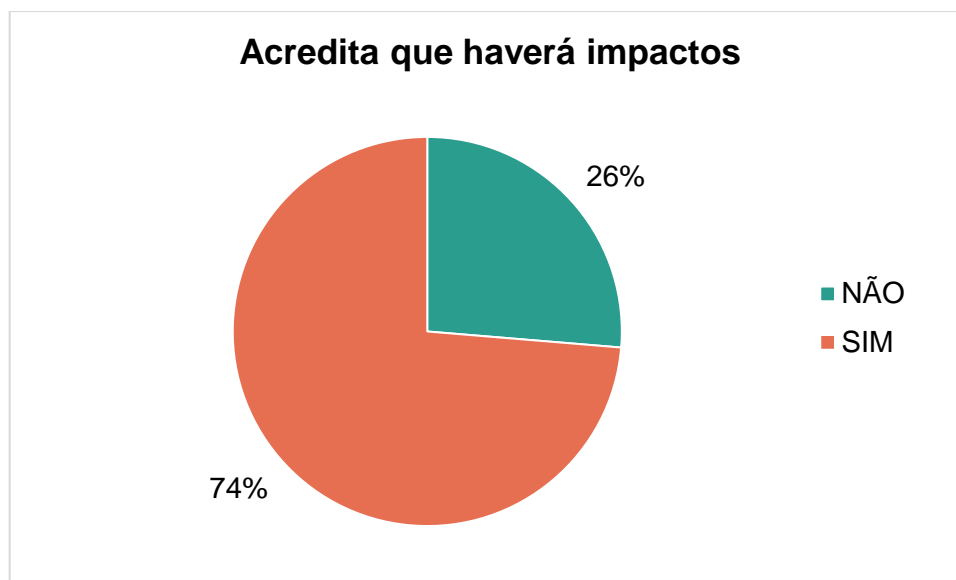


Gráfico 20 – *Conhecimento da população sobre os possíveis impactos (%)*.

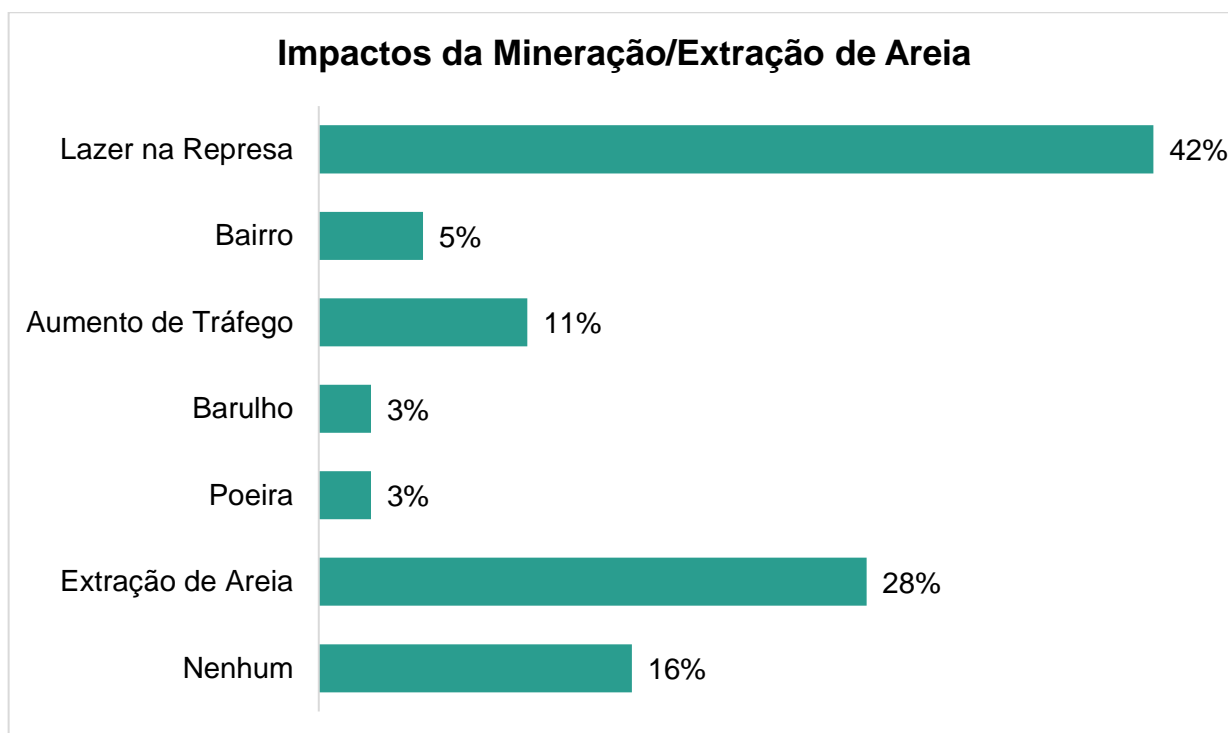


Gráfico 21 – *Impactos apontados pela população local (%)*.

Dos questionados quanto aos possíveis impactos, 42% apontam que o lazer sofrerá algum tipo de interferência, seja interrupção ou alguma intervenção na represa. Cerca de 28% acreditam que haverá a atividade da extração da areia, ocorrendo barulho (3%), poeira (3%) e aumento no volume do tráfego de veículos pesados (11%). Cerca de 16% não manifestaram nenhuma opinião. Os **Gráficos 20 e 21** demonstram os percentuais do total de entrevistados, bem como distribui os percentuais em cada opção.

Pergunta 12: *Acredita que haverá valorização nos imóveis?*

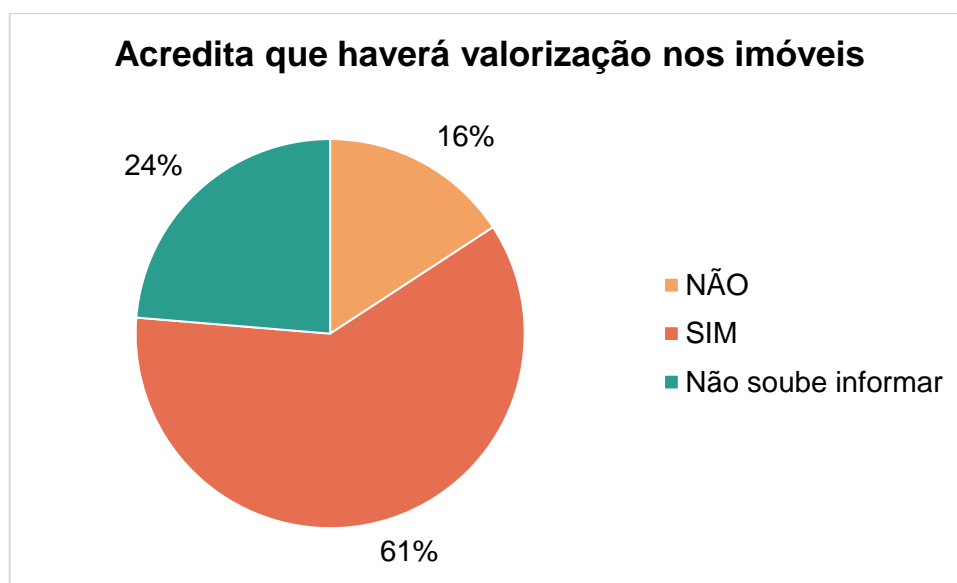


Gráfico 22 – Opinião sobre a valorização nos imóveis (%).

Em relação à valorização dos imóveis no Bairro da Usina, a pesquisa mostrou que entre dos entrevistados: 16% acreditam que haverá valorização dos imóveis em detrimento do aumento do turismo; 31% dizem não acreditar e; 24% não souberam opinar.

O **Gráfico 22** apresenta a distribuição dos dados de percepção dos pesquisados.

Pergunta 13: *Acredita que haverá aumento nas vagas de emprego?*

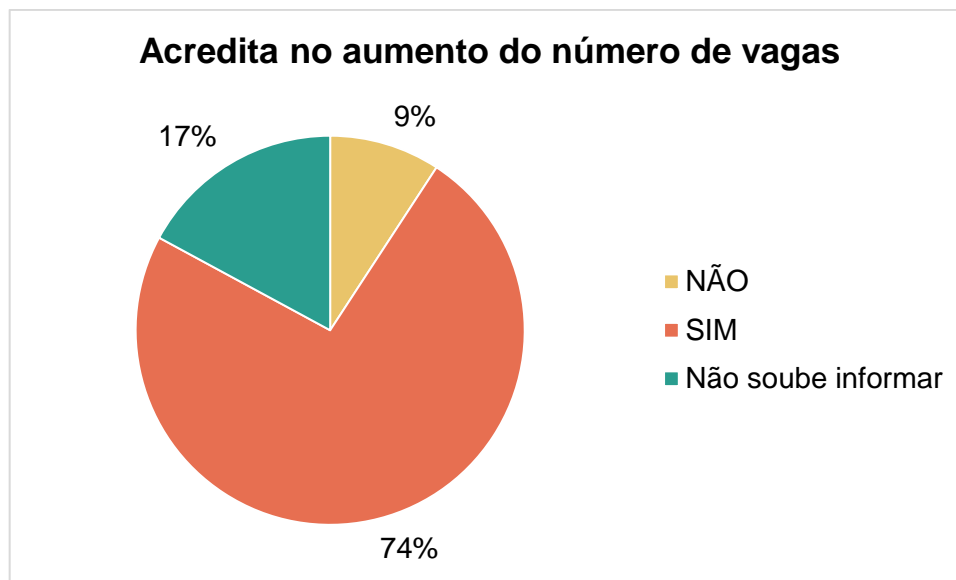


Gráfico 23 – Expectativa de aumento das vagas de emprego (%).

Em sua maioria (74%), os entrevistados declararam que acreditam no aumento das vagas de emprego e, principalmente, novas oportunidades no comércio e serviços (restaurantes, mercados, postos de combustíveis, lojas, novos comércios, pousadas, entre outros), com o incremento das atividades de lazer e o aumento do número de turistas, além de abertura de vagas na própria mineração. Já 9% não acreditam no aumento dos postos de trabalho. Outros 17%, não souberam opinar, conforme demonstra o **Gráfico 23**.

Pergunta 14: *Deixe sua opinião sobre o serviço de mineração.*

Na percepção dos entrevistados, as opiniões positivas se apresentam como:

- “Será uma ação excelente. Um benefício à região”;
- “Espero que melhore a atual situação do lago”;
- “Queremos muito que seja feito o quanto antes”;

- *“Tudo o que é bem cuidado, sempre tem bons resultados. Não tem como não dar certo desassorear a represa e não ter turismo e conseqüentemente não gerar receita para o município”;*
- *“Tenho esperança de melhoria”.*

Outras pessoas entrevistadas mencionaram as seguintes expectativas:

- *“Retirada do esgoto na represa”;*
- *“Não respondeu pois não conhece a proposta”;*
- *“Ainda não recebeu nada sobre o assunto”;*
- *“Ainda não tem opinião formada sem conhecer o trabalho”;*
- *“Solicita limpeza ao redor da represa”;*
- *“A Taboa e os aguapés estão tomando conta das águas”;*
- *“Não trazem lazer, nem turismo, por falta de educação dos turistas que destroem e deixam lixo”;*
- *“Muita sujeira. Muitas algas. Sugiro manutenção e limpeza”;*
- *“Ficam no aguardo de que essa ação de mineração não cause grandes impactos”.*

Pergunta 16: Testemunhos

Da totalidade dos entrevistados, alguns contribuíram com testemunhos e histórias do lugar que vivem ou frequentam:

- *“Fui nascido e criado aqui no Bairro da Usina. Tenho muito orgulho de pertencer a este lugar”;*
- *“Há 5 anos, durante um mês inteiro, trabalhei com meu barco a motor auxiliando a defesa civil na retirada de vegetação que obstruía parte do Rio Atibaia”;*
- *“Moro no local desde que nasci. Minha casa fica na beira da represa e luto pelos problemas do bairro”;*
- *“Cebola, como é conhecido no Bairro da Usina e proprietário do comercio de materiais de construção do bairro. Conta que havia três associações de moradores: Parque Piracema, Recreio São Vicente e Jardim Paraíso. Mas como havia muita briga entre elas, as pessoas foram desistindo de continuar e se reunir.*

Ainda há um morador que é liderança do bairro, Sr. Dema, que intercede pela localidade junto à liderança política local, o Vereador Julio Mendes”;

- *“Uso a represa para pescar. É a minha distração”;*
- *“Há poucos anos os moradores se mobilizavam e contratavam uma pessoa para tirar os aguapés que ficam na represa, mas essa pessoa não faz mais o serviço”;*
- *“Moradores já idosos do bairro contam que na represa tinha muitos peixes, aves, animais, mas que foi ficando suja, largada, e que as pessoas não mais usavam para brincar, se banhar na represa. Com tudo cuidado e limpo, vamos ter muitas histórias para contar no futuro”;*
- *“Tem que tomar muito cuidado na hora de colocar o barco na água, porque a areia é como um atoleiro”;*
- *“Dema, como é conhecido no Bairro da Usina, é antigo presidente da associação de moradores do Bairro. Porém, a associação não existe mais há alguns anos, decorrente de atritos com outras lideranças do lugar”.*

No **Anexo 4**, apresentamos o Mapa georreferenciado com uma síntese dos dados levantados nos itens acima, indicando os pontos sinalizados das entrevistas e/ou abordagens realizadas no levantamento de campo e síntese dos principais aspectos e percepções da população lindeira.

1.4 RELATÓRIO CONCLUSIVO

1.4.1 Características da população local

Os resultados da Identificação e Diagnóstico Socioambiental da População Afetada pelo empreendimento, juntamente com a pesquisa de Percepção, foi realizada com cerca de 80 membros na localidade, por meio dos contatos telefônicos, questionários eletrônicos e entrevistas pessoais, e foi possível estabelecer um diálogo proveitoso com a comunidade lindeira, estabelecendo um primeiro canal de comunicação entre o agente social contratado pelo projeto de mineração e o entrevistado. A base de dados levantados nesta fase encontra-se no **Anexo 5**.

A população local é formada por 84% de moradores, incluindo comerciantes e prestadores de serviço, 17% de turistas e 7% de população flutuante de veranistas que frequentam suas propriedades nos finais de semana para lazer. Cabe ressaltar que foram identificadas diversas casas de veraneio desocupadas por ocasião da pandemia de Covid-19, fato também confirmado pelos moradores locais.

Na área de influência direta do empreendimento, ao redor da represa, foi possível identificar a predominância de casas e pequenas chácaras, caracterizadas como residências e locais de veraneio.

O Comércio e Serviços apresentam estrutura que atende adequadamente o lugar, segundo os moradores. Foram identificadas duas escolas (municipal e estadual), uma igreja católica, dois templos evangélicos e um posto de saúde do município. Foram mapeados – padarias, pequenos mercados, floricultura, depósito de materiais de construção, bares, restaurantes, ONG Ambientalista e um Centro de informações turísticas pertencente à Prefeitura Municipal de Atibaia (**Anexo 1**).

A população local, estimada em torno de 600 habitantes pela Fundação SEADE (2020), foi bastante receptiva e informou dados secundários que poderão ser usados futuramente nas comunicações sugeridas pelo Programa de Comunicação e Participação Social.

A maior parcela das pessoas entrevistadas tem sua origem em outras cidades: 17% são pessoas naturais do município de Atibaia, 67% vindas de cidades próximas e 16% de outros Estados. Porém, a população fixa e flutuante possui tempo razoável de residência no lugar: 36% entre 1 e 9 anos, 28% entre 10 e 19 anos, 21% entre 20 e 40 anos e 5% mais de 40 anos. Informaram durante as entrevistas que já foi 'muito bom' residir no bairro da represa e que por isso estabeleceram suas residências no local por escolha e busca de melhor qualidade de vida.

A idade predominante dos entrevistados é de pessoas entre 40 e 59 anos (45%), dentre eles, 20% aposentados. Apresentam também como caracterização de escolaridade a predominância do ensino médio com 51% de efetividade, seguido do ensino fundamental (24%). As pessoas com ensino superior somam 21% dos questionados.

Foi identificado junto aos pesquisados a predominância da renda variável entre 1 e 5 salários-mínimos (66%) e apenas 9% sem ocupação fixa.

Dentre os moradores e outros, há um número expressivo que frequenta a represa para a prática de lazer (79%), principalmente proprietários de pequenas embarcações, jet sky, pessoas que praticam a pesca de tilápia e a prática do stand up paddle - também conhecido como SUP - esporte praticado em água doce ou no mar, onde a pessoa fica de pé em cima de uma prancha e utiliza remos para se locomover.

Os turistas (17% dos entrevistados) fazem uso da infraestrutura do lugar nos finais de semana. Foram identificados dois restaurantes com grande capacidade de atendimento de clientes e que também oferecem serviços de lazer, como aluguel de embarcações e passeios na represa.

Foi verificado na pesquisa que 79% das residências de população fixa e flutuante fazem uso de água de poço e que 83% utilizam a fossa séptica como meio de descarte de esgoto doméstico. Não foi identificado rede de esgoto local. Dos entrevistados, 49% informam possuir asfaltamento, 38% possuem internet fixa nas residências e 12% têm linha telefônica fixa.

Foram apontadas pela comunidade, três associações de moradores no Bairro da Usina (Parque Piracema, Recreio São Vicente e Jardim Paraíso), porém todas estão inativas. O desentendimento entre seus participantes foi o motivo da finalização das atividades. Porém, foi mencionado durante as entrevistas o Sr. Edegar Suave, antigo Presidente da Associação de moradores do Bairro da Usina e apontado como liderança comunitária. O Sr. Dema, como é conhecido, ainda luta por conquistas como a pavimentação das ruas do bairro e tem como aliado o Vereador Julio Mendes (PL), representante do Bairro da Usina na Câmara de Vereadores. Foi apontado apenas uma comerciante, proprietária do restaurante Costelão Fogo de Chão de Atibaia, como resistente a ações que envolvam ou afetem a represa.

Quando questionado aos entrevistados qual o meio mais eficiente para comunicação, 93% indicam a utilização do aplicativo de mensagens WhatsApp. Os entrevistados também fazem uso do Facebook (39%) e outros do Instagram (21%). As mídias sociais locais encontram-se elencadas na Matriz Institucional do empreendimento **(Anexo 1)**.

Como já mencionado, identificamos população fixa e flutuante com idade predominante entre 40 e 59 anos. Nessa população predomina o apego ao lugar. Utilizando-se o conceito da topofilia, que designa “o elo afetivo entre a pessoa e o lugar ou ambiente físico”, podemos afirmar, como testemunhado pela comunidade, o pertencimento e os laços de amizade, que é característica particular de cidades e lugares com reduzida população.

1.4.2 Implantação e Operação do Empreendimento

Quando questionados sobre o meio ambiente, 45% dos pesquisados não estão satisfeitos com as condições ambientais do entorno da represa. Alegam que há muito lixo, proveniente da falta de educação ambiental dos turistas e dos próprios moradores, que fazem descarte irregular de resíduos ao longo da estrada municipal e em outros lugares no entorno da represa. E, também pela falta de manutenção e limpeza pelo órgão público municipal. A represa possui grande população de taboas e aguapés visíveis em suas margens.

Outra reclamação da comunidade lindeira é a falta de condições de navegação devido aos diversos bancos de areia que se formaram ao longo do tempo, o que torna a atividade perigosa para quem não tem conhecimento do local.

Outro apontamento dos entrevistados é a descarga de esgoto doméstico na represa, sugerido também como fruto de ligações irregulares.

Em contraponto, 82% dos pesquisados afirma estar satisfeito com o local onde moram, pois é muito bonito e agradável para residências, veraneio e passeios.

Em relação à Implantação e Operação do empreendimento, a Pesquisa de Percepção realizada em abril de 2021 apresenta dados favoráveis que demonstram que o empreendimento é visto de forma positiva por 79% da comunidade local e população flutuante do Bairro da Usina, incluindo suas lideranças formais e informais. Não havendo traços de rejeição e manifestação contrária sobre a implantação/operação do projeto de mineração.

Dos entrevistados, 25% dizem conhecer e 75% desconhecem a instalação do futuro equipamento para extração mineral.

As informações iniciais sobre a implantação deste projeto de extração mineral foram transmitidas à comunidade lindeira, explicando impactos e ressaltando seus benefícios:

- Localização do empreendimento na represa;
- Preocupação com a não interferência da atividade na infraestrutura do bairro (aumento do tráfego, geração de resíduos, ruídos e poeira) e no lazer da represa, priorizando a segurança dos usuários;
- Atuação de futuros profissionais de comunicação e áreas técnicas correlatas na área de interferência direta do empreendimento;
- Benefícios do projeto, como: consequente desassoreamento da represa, diminuição de enchentes no município, aumento da reserva hídrica e utilização da represa como piscinão, benefícios para o lazer, turismo e a pesca, com benefícios diretos à fauna local.

Na percepção dos agentes sociais que realizaram a pesquisa, ficou evidente que após o compartilhamento de informações e esclarecimentos houve maior tranquilidade entre os entrevistados em relação ao empreendimento.

Dos entrevistados, com referência aos possíveis impactos, 28% acreditam que haverá a atividade da extração da areia e 42% citam como sendo mais significativo, o impacto que será causado na interferência do lazer da represa, seguido de 22% que acreditam em interferência na infraestrutura do bairro.

Questionados quanto aos benefícios para a população, 86% acreditam no aumento do turismo e na melhoria do lazer, 74% acreditam no aumento do número de empregos e 61% acreditam na valorização dos imóveis.

Cerca de 64% dos entrevistados julgam que a atividade é aceitável mediante a medidas compensatórias ou mitigatórias que diminuam os impactos apontados nesta pesquisa de percepção junto à comunidade lindeira.

1.4.3 Ações Propostas

Torna-se evidente a necessidade de um Programa de Comunicação e Participação Social com a comunidade local envolvendo as ações voltadas à divulgação dos aspectos gerais e positivos do projeto de extração mineral, além de suas interferências, no município de Atibaia, especialmente no Bairro da Usina. O objetivo é que a comunicação seja clara, transparente e que consequentemente fortaleça a confiança e aceitação do empreendimento para a geração de futura reserva hídrica, melhoria na qualidade de vida da população, melhoria no turismo e lazer da região.

2. PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

2.1. Apresentação e Justificativa

O Programa de Comunicação e Participação Social – PCPS se faz necessário para o desenvolvimento das ações de Comunicação Social e Relacionamento com a população local, veranistas e turistas que frequentam o Bairro da Usina – Atibaia/SP.

No âmbito do licenciamento ambiental, o Programa de Comunicação e Participação Social – PCPS apresenta como um de seus princípios a criação de um canal de comunicação entre o empreendimento e os públicos de interesse, visando garantir a difusão de informações básicas, imprimindo clareza e transparência sobre o andamento da implantação do empreendimento e as ações realizadas pelo empreendedor para mitigar e monitorar os impactos identificados

Além disso, é imprescindível que as ações de comunicação social acompanhem as etapas de implantação do empreendimento, iniciando-se desde a fase de planejamento, passando pela etapa de implantação e estendendo-se até a operação, também para estabelecer a diretriz de posicionamento institucional frente aos grupos de interesse, adotando uma postura proativa, atuando com antecipação suficiente para esclarecer adequadamente aos públicos e fomentar uma participação democrática nesse processo.

Durante o Diagnóstico (FASE 1) que compõe este plano, foram identificados pontos positivos e negativos que devem incluir ações de comunicação social como mitigação. Listam-se alguns deles abaixo:

- Geração de Expectativas na População;
- Modificação das Relações Socioambientais;
- Pressão sobre a Infraestrutura;
- Modificação das Condições atuais quanto à Extração Mineral;
- Questões Ambientais;
- Interferência em áreas de lazer e turismo.

2.2. Objetivos Gerais

O Programa de Comunicação e Participação Social – PCPS tem como objetivos principais a elaboração de um Plano Estratégico de Comunicação, contemplando a criação de canais de comunicação entre o empreendedor e os afetados, desenvolvendo estratégias e ferramentas que assegurem a disseminação das informações sobre o andamento do empreendimento, esclarecendo dúvidas e recebendo opiniões, que garantam uma relação de confiança entre os diversos públicos envolvidos.

Cabe ao Programa divulgar informações sobre o empreendimento, tais como: o início da instalação dos equipamentos e sua operação, as principais intervenções que afetem a comunidade lindeira e a população interessada, além do tempo necessário, principais benefícios e as características do projeto de extração de areia na Represa da Usina de Atibaia, bem como sobre as ações ambientais a serem implantadas. Desta forma, busca-se diminuir a ocorrência de boatos e especulações, decorrentes de desinformação ou da circulação de informações contraditórias.

São objetivos específicos deste Programa:

- Realizar e manter um relacionamento positivo com os atores já identificados na matriz institucional e na primeira ação de comunicação com a comunidade lindeira, assim como os momentos de articulação para implementação do Programa de Comunicação e Participação Social;
- Promover a disseminação de informações a respeito do empreendimento e que devem ser executadas em consonância com o cronograma de implantação e operação;
- Garantir total clareza das informações sobre o empreendimento, os impactos ambientais, as medidas mitigadoras e compensatórias e Ações Ambientais, por meio de mecanismos ágeis de comunicação para os diferentes públicos-alvo;
- Divulgar os benefícios, a importância estratégica e econômica do empreendimento para o desenvolvimento local e regional;

- Contribuir para mitigar diversos impactos socioambientais, continuamente, por meio da divulgação de informações, do estabelecimento de canais para comunicação disponíveis e transparentes com a população interessada, lideranças formais e informais, Poder Público local e representantes da sociedade civil organizada, de maneira a permitir também que o empreendedor continue informado sobre as expectativas e demandas da população decorrentes do processo de implantação do projeto;
- Contribuir para a minimização das interferências da extração mineral na rotina das comunidades e do turismo, orientando-as sobre procedimentos e medidas adotadas durante as fases de implantação e operação, bem como facilitar a convivência com o contingente de mão de obra a ser agregada ao projeto, por meio de um serviço de comunicação social;
- Identificar e realizar a mediação de possíveis conflitos e situações controversas com a comunidade afetada, e indicar soluções baseadas no diálogo, por meio do serviço de comunicação social.

2.3. Metas

- Documentar os posicionamentos do empreendedor sobre questões críticas, permitindo maior transparência e evitando ruídos de comunicação;
- Distribuir periodicamente boletim informativo contendo informações atualizadas sobre as obras para a comunidade lindeira e todos os públicos mapeados na matriz institucional, abordando também aspectos de Educação Ambiental para moradores e turistas;
- Realizar reuniões informativas pontuais com a população interessada para divulgar e informar as principais demandas relacionadas ao empreendimento;
- Visitar regularmente todas as comunidades diretamente afetadas, já mapeadas na matriz institucional, visando um processo participativo e transparente;
- Antecipar informações claras à comunidade interessada sobre impactos, riscos esperados e medidas adotadas, os casos de maior interferência como instalação dos equipamentos e infraestrutura, qualidade das águas, entre outros.

2.4. Público Alvo

As atividades deste Plano de Comunicação Social Permanente são direcionadas aos públicos de interesse, que por definição são a parcela da população atingida, direta ou indiretamente, pelas ações do empreendimento em todas as fases do processo. O mapeamento correto desses públicos implicará na mensagem adequada para se estabelecer compreensão mútua e construir uma articulação positiva entre esses públicos e o empreendedor, garantindo diálogo e engajamento, ao longo do processo de implantação e operação do Projeto, em torno das necessidades e propostas.

Como público-alvo da Área de Influência Direta, apontou-se os públicos indicados abaixo.

- I. **Grupo 1** - Representantes do poder público regional e local: prefeitos, secretários, lideranças políticas representativas.
- II. **Grupo 2** - Representantes das sociedades locais: entidades e instituições organizadas, instituições governamentais, ONGs ambientais e entidades comunitárias, Ministérios Públicos, setores da mídia regional e local, lideranças formais e informais, todos com representatividade junto aos afetados direta ou indiretamente (AID e ADA).
- III. **Grupo 3** - Famílias residentes e agentes com atividades econômicas de qualquer espécie, em atividade nas áreas afetadas diretamente pelos Projetos, população flutuante e pessoas praticantes de lazer e turismo local.

2.5. Métodos e Descrição do Programa

O Programa de Comunicação e Participação Social – PCPS, em continuidade à primeira ação de comunicação desenvolvida na fase de diagnóstico, deverá ser executado pelo serviço de comunicação socioambiental durante as fases de implantação e operação do empreendimento.

Durante as fases de implantação e execução da extração mineral, o empreendedor deverá contratar um serviço especializado composto ao menos de um profissional da área de comunicação social.

O PCPS deve manter a população interessada informada e atualizada sobre a necessidade da implantação do empreendimento, garantindo a tranquilidade necessária para que o empreendedor dê andamento às atividades de extração mineral. Propiciar a formação do conhecimento a respeito do empreendimento (etapas de implantação e operação), incômodos esperados, aspectos diretamente ligados à comunidade local e ações ambientais, prazos de execução e cronograma, os responsáveis pela atividade, os empregos gerados, benefícios do empreendimento e respectivos cuidados com lazer e turismo; orientar a população lindeira para que atendam às regras definidas e necessárias para um convívio adequado com o projeto.

Deverá ser elaborado um Planejamento Estratégico de Comunicação que contemple a implantação e divulgação de canais e ferramentas que garantam a participação dos diferentes públicos envolvidos. Farão parte do sistema os seguintes instrumentos: linha telefônica móvel com aplicativo de mensagem WhatsApp - indicado no Diagnóstico, correio eletrônico, página com informações da atividade no site do empreendimento, serviço de contato disponível no site para recebimento de reclamações a respeito da atividade e quaisquer fatos relacionados à sua implantação e operação, monitoramento a percepção da população por meio de ações de relacionamento; acesso à internet – para manuseio em mídias sociais e aplicativos de interesse.

Para abranger a população local serão produzidos boletins informativos elaborados especificamente para responder às principais dúvidas e queixas da população. Serão utilizadas mídias sociais da região com publicações pontuais sobre as possíveis ofertas de emprego, as regras de segurança, ruídos, interferências no lazer, entre outras e as eventuais mudanças e impactos que o empreendimento acarretará sob qualquer ponto de vista.

A linguagem abordada com a população deve ser adequada aos públicos mapeados na pesquisa, para que possa chegar a todos os níveis de conhecimento.

Será de grande valia a realização de visitas regulares à comunidade lindeira e a entrega prévia de Comunicados para informar ações previstas.

As estratégias e a descrição das atividades serão apresentadas ao longo deste documento.

Temas como educação ambiental, limpeza e manutenção do entorno - direcionados a moradores, veranistas e turistas, segurança, esclarecimentos dos incômodos esperados, impactos na infraestrutura local, atividades de lazer e tempo necessário da operação da extração mineral e concretização dos benefícios devem estar em prioridade sobre os assuntos tratados neste Programa de Comunicação e Participação Social.

2.6. Ações Previstas

As ações previstas no âmbito do Programa de Comunicação e Participação Social (PCPS) contemplam as solicitações constantes na Exigência Técnica do item 09 da LP N. 60001913 de 31/12/2020, que trata especificamente do PCPS.

- I. Contratação da equipe de trabalho;
- II. **Plano de Trabalho** – Após a contratação da equipe de trabalho, sugere-se que seja feita uma visita inicial às localidades da área de abrangência do Programa e uma reunião de briefing inicial com os responsáveis pelo empreendimento. Para, então, ser delineado um **Plano de Trabalho** com o detalhamento das ações e cronograma a serem executadas;
- III. **Elaboração da Matriz Institucional** – O objetivo da Matriz Institucional é mapear e atualizar continuamente os principais públicos de interesse relacionados ao empreendimento. Esta ferramenta, já iniciada, identificou atores envolvidos com o projeto e sua capacidade de participação na comunidade. Este é um trabalho que deve ser feito ao longo de todo o Programa, pois, pode haver alterações na dinâmica social, como a entrada de novos articuladores e mudanças de posicionamento;
- IV. **Articulação Institucional** – Realização de contatos prévios com as principais lideranças (prefeitos, vereadores, representantes de associações civis, instituições governamentais, formais, informais, políticas, população local, entre outras) para agendar um cronograma de reuniões e visitas na localidade;

- VI. Canais de Comunicação** – Para o estreitamento da relação entre o público-alvo e o empreendedor, o projeto de extração mineral deverá dispor de telefone móvel e aplicativo de mensagens (WhatsApp), endereço eletrônico específico do empreendimento, página no Facebook, página específica da atividade, contato/fale conosco no site da instituição, ficha padronizada para o registro de sugestões e/ou reclamações. Serão anotadas nessa ficha e em planilha eletrônica as providências tomadas em todas as instâncias envolvidas. Quando solicitado, o canal de comunicação preservará a identidade dos envolvidos.

O serviço de comunicação acompanhará o encaminhamento das sugestões e/ou reclamações, junto às áreas responsáveis, até a sua resolução final e, no decorrer do processo, manterão o reclamante informado sobre o andamento do caso. Para a credibilidade do sistema é fundamental que todas as solicitações de informação sejam respondidas e que seja estabelecida uma meta para o tempo de resposta, neste caso recomenda-se 72 horas úteis. Podendo ser revista após a implantação do serviço, de acordo com a realidade local de locomoção e comunicação;

- V. Materiais de divulgação/informação** – Preparação de identidade visual, áudio/visual de comunicação contendo informações necessárias, de modo a promover, em quaisquer circunstâncias de apresentação, um entendimento rápido e fácil por parte dos públicos-alvo. O material de comunicação poderá ser constituído por folder institucional, folhetos, máscara para comunicados, boletins informativos, banners impressos ou digitais, cartilhas, cartazes ou cartazetes, vídeos, filmes, de acordo com a definição do Plano de Trabalho.

Considerando a diversidade de materiais utilizados e a diversidade de temas e questões que serão abordadas, sugere-se:

- A preferência por textos curtos e pontuais ou mesmo por meio de ilustrações, de fácil compreensão e memorização;

- A utilização de imagens e linguagem regional conhecidas do público que se deseja atingir;
- O cuidado em responder claramente as expectativas e questionamentos existentes, esclarecendo dúvidas de modo a evitar a propagação de boatos;
- Divulgação dos canais de comunicação e redes sociais;
- Os benefícios a serem trazidos pelo empreendimento, em níveis local e regional.

2.7. Reuniões Com a Comunidade

Deverão ser realizadas reuniões pontuais com segmentos específicos do público de interesse (instituições de ensino, clubes de serviço, lideranças formais e informais, sociedade civil organizada, entre outros), para que sejam disseminadas informações relevantes, cronograma de obras, questionamentos colocados pela própria comunidade e os benefícios do projeto, sempre que oportuno. É indispensável a utilização de material audiovisual, folder institucional, folhetos de campanhas ambientais ou outros, e registros do encontro por meio de fotografias, listas de presença e vídeos. Por tratar-se de reuniões de pequeno porte, a escolha do local poderá ser tratada com o próprio público escolhido. É primordial o acompanhamento de um integrante do corpo técnico do empreendimento.

2.8. Pesquisa de Percepção

Anualmente, serão realizadas pesquisas de percepção junto ao público externo, visando avaliar o (i) nível de conhecimento sobre o empreendimento e sobre o empreendedor; (ii) nível de conhecimento sobre as ações socioambientais desenvolvidos em função do empreendimento; (iii) Nível de satisfação da população local com o empreendimento

Essa pesquisa deverá ser realizada por meio de entrevistas diretas com a população, com a aplicação de questionário padrão, elaborado a partir de definição de perguntas de interesse. Os resultados dessa pesquisa deverão ser consolidados em relatórios.

2.9. Indicadores Ambientais

O processo de comunicação deve se basear no diálogo, transparência e confiança entre as partes, e, por se tratar de um mecanismo dinâmico, esses três pilares devem ser respeitados para a sustentabilidade das ações.

Serão indicadores desse Programa:

- Apresentação do material gráfico produzido, especificando a quantidade, frequência e destinação;
- Número de lideranças formais e informais, locais e regionais, com participação em articulações institucionais, visitas e reuniões com a comunidade realizados e grau de conhecimento dos mesmos sobre o empreendimento;
- Grau de efetividade da utilização dos canais de comunicação, incluindo contabilização de ligações, análise das queixas e dúvidas, setorizando as conforme o assunto e reclamante, resolução e possíveis causas;
- Relatórios mensais: os relatórios mensais deverão conter as atividades desenvolvidas no período; a equipe técnica responsável; os resultados obtidos nos canais de comunicação; a avaliação de desempenho do programa; o cronograma de atividades para o próximo período; registros fotográficos das atividades e eventuais reuniões com a comunidade, relatórios de articulações e visitas com registro fotográfico, listas de presença, atas, notas de mídia impressa e mídias sociais e materiais de apoio utilizados, como: folhetos e comunicados.

2.10. Monitoramento e Avaliação

A avaliação do desempenho do Programa de Comunicação e Participação Social - PCPS será feita através da análise dos indicadores ambientais obtidos em correspondência às metas pretendidas elencadas neste documento. O acompanhamento e avaliação dos resultados ao longo de todas as atividades permitirão corrigir, adequar ou modificar, em tempo hábil, as estratégias e ações propostas.

O processo de acompanhamento deve incluir o registro dos processos de comunicação com evidências como fotos, filmagens e documentos.

Será realizada ao longo de todo o PCPS uma Avaliação Processual do início ao término das atividades. De forma a possibilitar ações corretivas ao longo do programa tais como: desenvolver novos meios, adequação de linguagem, aumentar ou reduzir a frequência ou intensidade das ações.

Para realizar este tipo de avaliação a equipe técnica do programa deverá levantar informações quantitativas (quantidade de materiais distribuídos, número de reuniões realizadas e número de participantes; audiência dos eventos; número de líderes contatados; solicitações de materiais, por parte de pessoas ou organizações; número de registros de ouvidoria).

No âmbito da avaliação processual será acompanhado o registro das ocorrências e reclamações nos canais de comunicação, bem como as soluções adotadas.

Também deverá ser realizada Avaliação de Resultados, através de informações de natureza quantitativa e qualitativa. Será utilizada para avaliação da efetividade do Programa: o grau de satisfação dos diversos grupos sociais e a qualidade e a transparência das informações veiculadas.

Para tanto, poderão ser utilizadas diferentes técnicas e instrumentos de avaliação (questionários, entrevistas em profundidade, análise de relatórios, registros estatísticos, etc.), serão levantados dados para verificação dos resultados efetivos do Programa de Comunicação e Participação Social.

2.11. Recursos Materiais e Humanos

2.11.1. Recursos Materiais

- Local fixo para desenvolvimento do trabalho e mobiliário;
- Recursos de audiovisual (aparelho de celular, computador, etc.);
- Local para realização dos Eventos/ Reuniões (parceiros);
- Material de divulgação (cartazes, boletins, comunicados, folders, folhetos, entre outros);
- Despesas de Locomoção da Equipe fixa/contratada (transporte e alimentação);
- Linha telefônica móvel, internet.

2.11.2. Recursos Humanos

Para a execução do Programa de Comunicação recomenda-se a estruturação de uma equipe fixa ou contratada.

2.11.3. Equipe Técnica

Equipe técnica contratada: Sra. Lilian Aparecida Reis, Profissional de Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas e com experiência comprovada em ações de Sustentabilidade e Comunicação Socioambiental **(Anexo 5)**.

2.12 Comprovação de Implementação do Programa de Comunicação e Participação Social - PCPS

2.12.1 Execução da fase 1 – Diagnóstico Socioambiental

Como forma do cumprimento da primeira fase de Comunicação com a Comunidade, foi realizado Diagnóstico Socioambiental, conforme apresentado na Etapa Inicial.

O Diagnóstico foi aplicado no mês de abril de 2021, no Bairro da Usina – Atibaia/SP, perpassando o raio de 1km do empreendimento, a fim de apresentar um panorama da comunidade onde será instalado o equipamento para extração de areia, pois a região é caracterizada por propriedades de população fixa e flutuante, predominando as residências de veraneio e caracterização turística.

A amostra foi composta por 76% de residentes e 24% de população flutuante, composta por veranistas e turistas.

Não houve registro ou percepção de contrariedade à implementação do empreendimento nesta fase, indicando uma aprovação de 79% dos entrevistados, remetendo a diversos benefícios para a população, desde a diminuição das enchentes no município, aumento da reserva hídrica, facilitação das atividades de lazer: náuticas e de pesca, melhorias na fauna local e o consequente desassoreamento da represa da Usina.

Com a instalação do empreendimento distante da infraestrutura do bairro, reduz-se muito a geração de impactos à comunidade local.

No **Anexo 6** é apresentado a base de dados dos entrevistados com a identificação de todos que participaram da pesquisa, realizada por meio de questionário eletrônico, telefone e entrevistas pessoais. Os questionários preenchidos de forma presencial encontram-se no **Anexo 7**.

3. ANEXOS

3.1. Anexo 1 - Matriz Institucional

3.2. Anexo 2 – Mapa Georreferenciado

3.3. Anexo 3 – Questionário

3.4. Anexo 4 – Mapa Georreferenciado

3.5. Anexo 5 – Currículo – Equipe Técnica

3.6. Anexo 6 – Base de Dados

3.8 Anexo 7 – Questionários Preenchidos em Campo