



# 1º RELATÓRIO SEMESTRAL DE ENGAJAMENTO E COMUNICAÇÃO SOCIAL

Junho 2021

# APRESENTAÇÃO

O presente relatório tem por objetivo apresentar as ações de engajamento e de comunicação social realizadas pela GNA no período de 1º de dezembro de 2020 a 31 de maio de 2021, bem como o balanço de atividades, resultados das Pesquisas de Opinião e atendimentos e encaminhamento dos Canais de Comunicação.

O relatório foi elaborado em atendimento à condicionante de nº 12 da licença de operação (LO) IN051787, para Usina Termelétrica UTE GNA I, a gás natural, com capacidade instalada de 1.338,3MW em ciclo combinado e sua infraestrutura auxiliar (utilidades, tratamento de água e unidade de dessalinização, prédios administrativos, oficina, contêineres, sala de estocagem e laboratório) além da realização de captura, transporte, resgate e monitoramento de fauna silvestre, emitido em nome da UTE GNA I GERAÇÃO DE ENERGIA S.A.

## SUMÁRIO

LISTA DE ANEXOS .....	4
1 CAMPANHAS DE COMUNICAÇÃO .....	5
1.1. Objetivos e justificativas .....	5
1.2. Campanhas realizadas.....	5
2 AÇÕES REALIZADAS.....	16
2.1. Objetivos e justificativa .....	16
2.2. Ações, doações e eventos.....	16
3 CANAIS DE COMUNICAÇÃO.....	26
3.1. Objetivos e justificativa .....	26
3.2. Resultados.....	26
4 PESQUISA DE PERCEPÇÃO.....	29
4.1. Objetivos e justificativa .....	29
4.2. Resultados.....	29
Grupo .....	29
Localidade.....	29
Pessoas Residentes* .....	29
Porcentagem da população .....	29
Quantidade de entrevistas.....	29
EQUIPE TÉCNICA.....	37

## **LISTA DE ANEXOS**

ANEXO I – 8º INFORMATIVO TRIMESTRAL GNA

ANEXO II – RELATÓRIO DO II ENCONTRO COMUNITÁRIO GNA

ANEXO III – 9º INFORMATIVO TRIMESTRAL GNA

ANEXO IV – 2ª PESQUISA DE PERCEPÇÃO GNA

## 1 CAMPANHAS DE COMUNICAÇÃO

### 1.1. Objetivos e justificativas

As campanhas de comunicação social da GNA são desenvolvidas junto as contratadas de EPC e são encaminhadas às partes interessadas internas e externas, buscando estabelecer uma relação de diálogo entre empresa, trabalhadores e comunidade, fornecendo informações atualizadas, claras e qualificadas sobre o empreendimento.

Dessa forma, são os objetivos principais das campanhas de comunicação:

- Tempestivamente garantir a veiculação de informações esclarecedoras sobre o empreendimento junto aos trabalhadores e comunidade de modo transparente, ético e responsável;
- Divulgar informações sobre o empreendimento, suas etapas e resultados
- Manter uma agenda de diálogo com trabalhadores e comunidade quando da ocorrência de eventos relevantes ao seu cotidiano

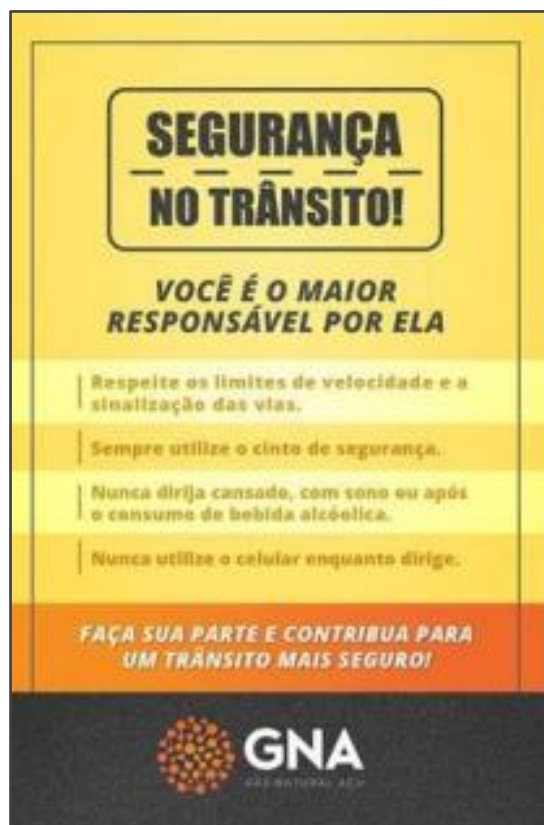
As campanhas realizadas no período deste relatório serão descritas em ordem cronológica a seguir, no item 1.2.

### 1.2. Campanhas realizadas

As campanhas realizadas no período deste relatório serão listadas a seguir por mês de ocorrência:

#### **Dezembro, 2020**

- Campanha de segurança no trânsito



### **Campanha de Segurança no trânsito**

**Data: dezembro, 2020**

**Descrição:** A GNA e suas contratadas realizaram campanha de segurança no trânsito com os seus colaboradores em dezembro de 2020.

A campanha foi realizada nesta época do ano devido ao incremento do fluxo de veículos durante o verão.

Contendo dicas para uma maior segurança no trânsito, a campanha foca na responsabilidade do condutor em deixar o trânsito mais seguro.

O material também chama atenção dos motoristas ao incremento de pedestres e ciclistas durante o verão, conscientizando os motoristas e buscando a redução dos acidentes.

O material foi enviado aos colaboradores por e-mail e WhatsApp.

### **Janeiro, 2021**

- 8º informativo trimestral da GNA
- Campanha da saúde mental – Janeiro Branco
- Comunicado de início de atividades de comissionamento a quente
- Relatório do 2º Encontro Comunitário GNA



## Data: janeiro, 2021

**Descrição:** Em janeiro de 2021, a GNA enviou para suas partes interessadas via WhatsApp a versão digital do 8º informativo trimestral (**ANEXO I**), com informações relativas ao período de outubro a dezembro de 2020.

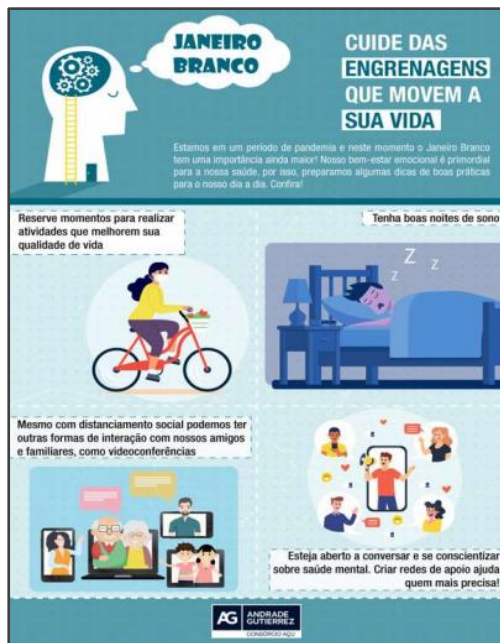
Os principais tópicos abordados no material foram:

- Chegada da primeira carga de GNL ao Porto do Açú;
- Breve resumo do 2º Encontro Comunitário;
- Informações do Projeto Hortas Comunitárias, de geração de renda alternativa;
- Atualização do status das atividades construtivas;
- Emissão da Licença de Operação da UTE GNA I;
- Publicação do estudo de caso da GNA pela IFC, quanto a gestão da violência de gênero;
- Campanhas de doação de brinquedos e cestas de alimento no Natal;

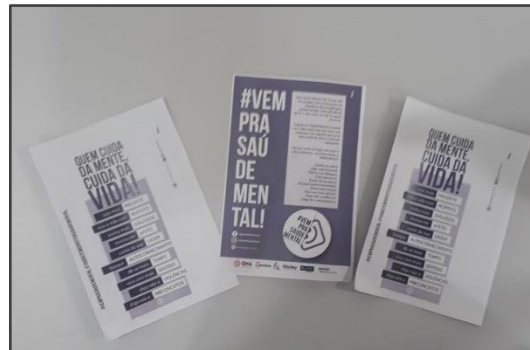
## Data: janeiro, 2021

**Descrição:** Durante o mês de janeiro, a GNA e suas contratadas divulgaram para seus colaboradores a campanha de saúde mental, relativa à campanha Janeiro Branco, em consonância com a agenda ambiental praticada pela empresa.

A campanha é um convite para que os colaboradores reflitam sobre a sua saúde mental, promovendo conscientização sobre a importância da saúde mental e emocional.



## Campanha Janeiro Branco





### Data: janeiro, 2021

**Descrição:** Para manter as partes interessadas da GNA atualizadas sobre o estágio das atividades da empresa, em janeiro, no início da fase de comissionamento à quente, a GNA enviou via WhatsApp, um comunicado sobre este marco.

O comissionamento a quente é uma das etapas mais importantes do projeto, pois tem o objetivo de garantir o funcionamento pleno dos equipamentos antes do início da sua operação.

A GNA aproveitou o comunicado para reforçar o seu canal de comunicação gratuita.



Esta semana, a GNA dará início aos testes de **comissionamento a quente** em uma das três turbinas a gás da UTE GNA I. Esses testes consistem no uso de gás natural para testar esse equipamento, um dos mais importantes da usina termelétrica.

Esse é um grande marco para o nosso projeto, pois tem o objetivo de garantir o funcionamento correto dos equipamentos antes do início da operação, previsto para o primeiro semestre de 2021.

Em caso de dúvidas, entre em contato gratuitamente com a GNA pelo telefone **0800 591 2094**.



### Dat: Abril, 2021

**Descrição:** A GNA realizou em dezembro de 2020, o II encontro comunitário GNA, onde são apresentados os resultados das ações socioambientais realizadas no ano, bem como fornecidas informações atualizadas sobre o empreendimento. No evento, que ocorreu de forma virtual em 2020, havia também uma seção de dúvidas, sendo 100% delas respondidas durante o próprio evento.

Após o evento, em janeiro de 2021, a GNA enviou via WhatsApp às lideranças comunitárias, um relatório consolidado das informações apresentadas no evento, incluindo uma seção com as dúvidas e respostas (**ANEXO II**).


O evento acontece anualmente e o III Encontro Comunitário GNA está previsto para ocorrer novamente em dezembro/2021.



Gás Natural Açú - GNA

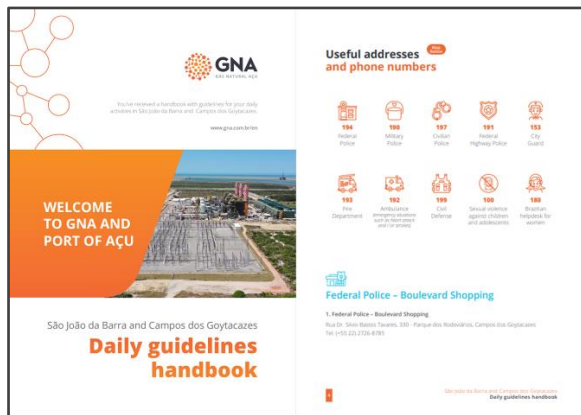
**II ENCONTRO COMUNITÁRIO GNA**

03 de dezembro de 2020  
Através da plataforma  
Zoom Webinar



## Fevereiro, 2021

- Entrega do guia de cultura e dicas de segurança à tripulação da FSRU BW Magna
- Divulgação do Canal de Denúncia da GNA para os colaboradores
- Lançamento do livro “O casamento na restinga”
- Campanha de prevenção contra COVID-19



### Data: fevereiro, 2021

**Descrição:** Para receber melhor a tripulação da FSRU BW Magna, composta em parte por tripulantes de diferentes nacionalidades, a GNA elaborou e distribuiu um guia de boas-vindas com dicas e informações.

O material produzido contém:

- Dicas de segurança diária, como comportamento no trânsito, por exemplo;
- Telefones e endereços úteis, como SAMU, PM, Hospitais e outros;
- Pontos de interesse local, como aeroporto, rodoviária;
- Dicas de turismo na região;
- Principais rotas e distâncias.

### Data: fevereiro, 2021

**Descrição:** A GNA possui 3 canais de comunicação que são divulgados às suas partes interessadas: o Fale com a GNA e o Canal de Denúncia, que são divulgados à todas as partes interessadas, e o Canal de Comunicação com o colaborador, para colaboradores diretos e terceiros.

Em fevereiro, a GNA reforçou a campanha de divulgação do Canal de Denúncia para os seus colaboradores: cartazes foram afixados e flyers foram entregues.





**Data: fevereiro, 2021**

**Descrição:** Em fevereiro, a GNA realizou uma cerimônia simbólica para o lançamento do livro “O Casamento na Restinga”. O livro, escrito e produzido por um dos participantes do PEA da GNA, conta a história do casamento de bichos preguiça e se passa em um ambiente de restinga.

As unidades do livro foram doadas para a secretaria municipal de educação, e em 2021 foi escolhido como inspiração no concurso artístico realizado na semana do meio ambiente, produzida pela Secretaria de Meio Ambiente de São João da Barra.

**Data: fevereiro, 2021**

**Descrição:** Em fevereiro de 2021, a GNA divulgou nova campanha de proteção contra a COVID-19.

A campanha foi veiculada por e-mail e WhatsApp aos colaboradores. As contratadas da GNA também realizaram a campanha de reforço dos cuidados com a COVID-19 em fevereiro.



**Cuidados com a covid-19**

UM ANO DE PANDEMIA NO BRASIL

Este mês, os primeiros casos confirmados de covid-19 completam um ano. Desde então, já passamos por diversas fases da pandemia e, no momento, estamos com um número alto de casos em todo o país e com o agravante de novas variantes circulando pelo Brasil.

A GNA conta com o apoio da consultoria do Hospital Albert Einstein para aprimorar as medidas de prevenção e combate à pandemia adotadas em suas obras e em seus escritórios. Os especialistas do Einstein reforçam que as medidas protetivas de prevenção e combate à doença devem ser reforçadas, principalmente:

- DISTANCIAMENTO SOCIAL**
- HIGIENIZAÇÃO DAS MÃOS**
- USO CORRETO DAS MÁSCARAS DE PROTEÇÃO FACIAL**

No momento atual da pandemia, o uso correto de máscaras pode fazer diferença! Sejam elas de pano, cirúrgicas ou respiradores do tipo N95. **O importante é que elas cubram o nariz e a boca e sejam trocadas sempre que estiverem úmidas, sujas e/ou após 3 horas de uso. Lembrando que as máscaras não devem ser compartilhadas com**

Caso você opte por máscaras de pano ou cirúrgicas, a orientação da Anvisa e OMS é que elas tenham pelo menos 3 camadas para uma melhor filtração do ar.

Enquanto não há vacina para todos, siga as orientações dos órgãos de saúde e dos especialistas do Einstein.

Lembramos que a orientação é seguir o trabalho presencial somente para as equipes mobilizadas. Os demais colaboradores devem permanecer em home office. O comitê de crise da covid-19 continua monitorando os indicadores de casos, internações e letos disponíveis no Rio de Janeiro, Campos e São João da Barra.

**Seja consciente, faça sua parte. A pandemia ainda não acabou!**



**Março, 2021**

- Campanha do Dia Internacional das Mulheres
- Campanha do Dia Mundial da Água

**JUNHO, 2021**



## Campanha do Dia Internacional da Mulher


**Data: Março, 2021**

**Descrição:** a GNA e suas contratadas promoveram uma série de ações e comunicações para celebrar o dia internacional das Mulheres. Foram enviados via WhatsApp para todas as partes interessadas, um vídeo com informações sobre mulheres que foram historicamente importantes para a história do país.

Também foram feitas ações com os colaboradores, como um café da manhã para as colaboradoras do consórcio do açu; divulgação via e-mail aos colaboradores contendo informações sobre o combate à violência de gênero na GNA; cartazes afixados; e roda de conversa com colaboradores.

## Campanha do Dia Internacional da Mulher





**Campanha do Dia Mundial da Água**  
**Data: Março, 2021**

**Descrição:** A GNA divulgou para todas as suas partes interessadas, via cards de WhatsApp e e-mail, informações relevantes para a redução do desperdício dos recursos hídricos.

O material também reforça a importância do recurso para a sobrevivência humana e de animais nas terras, além de essencial à indústria, agricultura e afins.

## Abril, 2021

- Campanha de segurança na navegação
- 9º Informativo trimestral GNA
- Convite audiência pública – UPGN/GASINF

## Campanha de segurança na navegação

**Data: Abril, 2021**

**Descrição:** A GNA divulgou em rádios locais um comunicado voltado para a segurança da navegação nas áreas próximas ao Porto do Açú e ao Terminal de Regaseificação GNL.

A campanha também traz informações quanto aos canais de emergência que devem ser utilizados quando necessário.

## 9º Informativo trimestral GNA

Data: Abril, 2021

**Descrição:** A GNA enviou por WhatsApp à todas as partes interessadas, a 9ª edição do informativo trimestral da GNA (**ANEXO III**), que aborda os seguintes tópicos:

- Mão de obra feminina na GNA
- Campanha do Dia Internacional da Mulher
- Programa de combate ao assédio
- Participação da SPIC como acionista da GNA
- Atualizações sobre o comissionamento
- Lançamento do livro “Casamento na restinga”
- Medidas de proteção conta a covid-19
- Divulgação do Fale com a GNA e do Canal de Denúncia



## Convite para a audiência pública do UPGN/GASINF

Data: Abril, 2021

**Descrição:** A GNA enviou por e-mail e WhatsApp os convites para a audiência pública de um de seus empreendimentos, a Unidade de Processamento de Gás Natural (UPGN) e o Gasoduto Norte Fluminense (GASINF).

A audiência pública ocorreu de forma virtual no dia 28 de abril de 2021, mas também contou com uma tenda de apoio, que transmitiu a audiência ao vivo em uma tela de projeção, para facilitar o acesso à comunidade quilombola na área de influência do empreendimento, além de ter feito o empréstimo de tablets e a instalação de pontos de acesso ao sinal de internet.

## Maio, 2021

- Campanha de conscientização no trânsito – Maio Amarelo

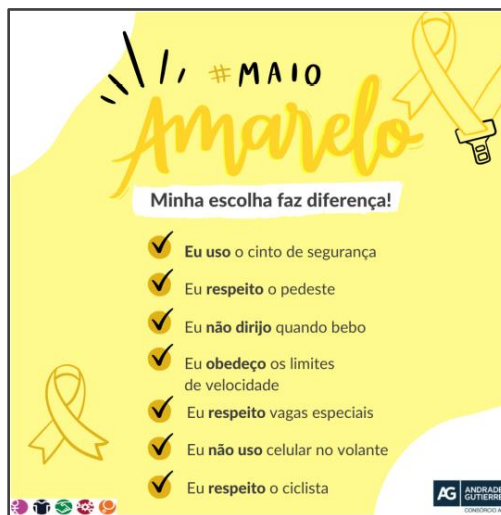
### Campanha de segurança no trânsito

#### Maio amarelo

**Data:** Maio, 2021

**Descrição:** Em aderência a agenda ambiental da empresa, a GNA e suas contratadas divulgaram em maio a campanha de segurança no trânsito – Maio Amarelo.

A campanha, realizada com os colaboradores da GNA e suas contratadas, contou com material enviado via WhatsApp e por e-mail, além de serem abordados nos diálogos de segurança, com ocorrência regular.



### Campanha de segurança no trânsito



## 2 AÇÕES REALIZADAS

### 2.1. Objetivos e justificativa

Para manter o engajamento com as partes interessadas de forma a constituir relações sólidas, construtivas e receptivas com os públicos interno e externo, além das campanhas de comunicação citadas no item 1 deste relatório, a GNA também executa ações de interação, doações e eventos com as partes internas e externas.

### 2.2. Ações, doações e eventos

As ações, doações e eventos ocorridos no período deste relatório serão listadas e descritas a seguir, em ordem de ocorrência.

#### Dezembro, 2020

- II Encontro Comunitário GNA
- Doação de brinquedos e cestas básicas – campanha de Natal

#### II Encontro Comunitário GNA

**Data:** dezembro, 2020

**Descrição:** Anualmente a GNA realiza o Encontro Comunitário GNA, evento no qual apresenta à comunidade, o andamento das atividades construtivas e socioambientais da empresa.

Após essa apresentação, há uma seção de dúvidas e respostas com o público do evento.

Em 2020, todas as dúvidas foram respondidas durante o evento. Em janeiro de 2021, a GNA enviou o relatório consolidado do evento às lideranças comunitárias.





### **Campanha de Natal**

**Data: dezembro, 2020**

**Descrição:** Trabalhadores da GNA e suas contratadas doaram mais de 1200 brinquedos à creche de Barra do Açu e aos CRAS de Sabonete, Barcelos e Barra do Açu.

Para complementar a ação, a GNA doou 200 cestas básicas, que tiveram o reforço de mais de 400 kg de alimentos que foram doados de forma voluntária pelos trabalhadores do Consórcio do Açu.

A doação de alimentos foi destinada as famílias em situação de vulnerabilidade de São João da Barra e foi feita em parceria com a Associação de Amigos e Moradores do Açu.



### **Janeiro, 2021**

- Oficinas de desenvolvimento de capacidades produtiva com os participantes do projeto Hortas Comunitárias

## Oficinas de desenvolvimento de capacidade produtiva - Hortas Comunitárias

Data: janeiro, 2021

**Descrição:** Em janeiro, dando continuidade a um dos projetos de investimento social da GNA, foram realizadas oficinas de desenvolvimento de capacidade produtiva com os participantes do projeto Hortas Comunitárias.

Ainda em janeiro, foram realizadas atividades de capacitação para produção de sementes e mudas, bem como o conhecimento do trabalho no campo, com a colheita da safra de milho.

O projeto é realizado junto à Escola Técnica Agrícola Antônio Sarlo (ETAAS).



## Oficinas de desenvolvimento de capacidade produtiva - Hortas Comunitárias



### Oficinas de desenvolvimento de capacidade produtiva – Hortas Comunitárias



### Fevereiro, 2021

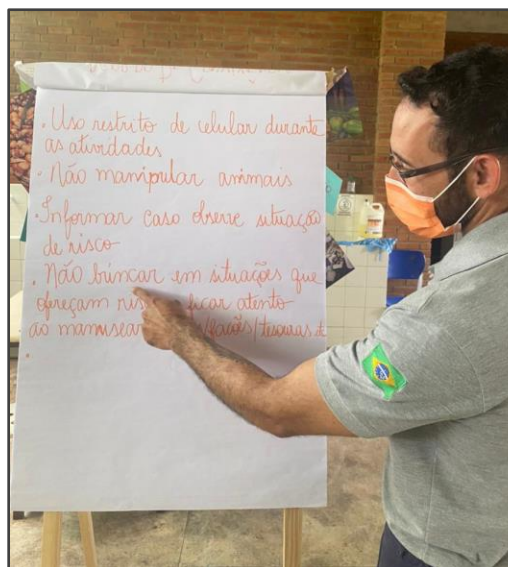
- Palestra de segurança com participantes do projeto Horta Comunitária

### Treinamento de segurança – Hortas Comunitárias

**Data:** fevereiro, 2021

**Descrição:** O time de HSE da GNA realizou uma palestra sobre condições seguras e análise de risco da atividade com os participantes do projeto Horta Comunitária.

Foram apresentados os principais pontos de atenção e informações gerais quanto ao correto uso dos EPIs e ferramentas na execução das atividades.



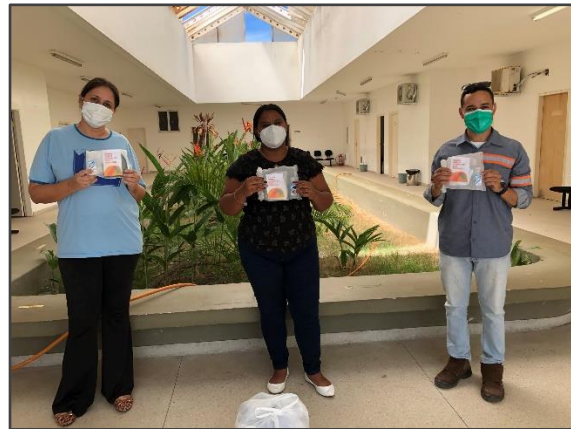
## Março, 2021

- Entrega de kits com máscara e álcool gel 70%
- Prévias da Audiência Pública – UPGN/GASINF
- Participação no *IFC Gender workshop*

### Entrega de kits com máscara e álcool gel 70%

**Data:** março, 2021

**Descrição:** A GNA realizou a doação de 200 kits contendo máscara e álcool gel 70% para a Unidade de Estratégia da Família da Barra do Açu. Os kits foram entregues para as mulheres da região, em celebração ao Dia Internacional da Mulher na unidade.

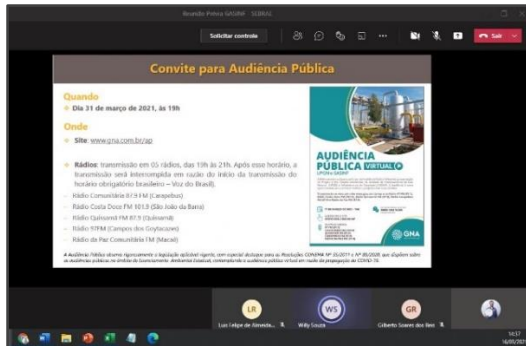


## Prévias da Audiência Pública UPGN/GASINF

**Data:** março, 2021

**Descrição:** Durante o mês de março, a GNA realizou diversas reuniões com partes interessadas para apresentar o seu projeto do UPGN/GASINF, explicando o processo de Audiência Pública que viria a ocorrer em abril de 2021. Entre os públicos que a GNA se relacionou nesta ação estão:

- Escola Técnica Agrícola Antonio Sarlo
- Comunidade Quilombola de Lagoa Fea
- Associação dos produtores rurais de Campos dos Goytacazes
- SEBRAE
- Associação de Amigos e Moradores do Açú (AMA)
- EMATER
- Ecoanzol
- Sindicatos Rurais
- Entre outros



## IFC Gender Workshop

**Data:** março, 2021

**Descrição:** A GNA participou do workshop realizado pela International Finance Corporation (IFC) sobre gestão de violência baseada em gênero.

No evento, a GNA apresentou as ferramentas que a levaram a virar estudo de caso da IFC, sendo reconhecida como referência sobre como gerir e tratar a violência de gênero no ambiente de trabalho.



**Abril, 2021**

**JUNHO, 2021**

- Entrega de tablets e disponibilização de sinal de internet à comunidade quilombola de Lagoa Fea
- Audiência Pública UPGN/GASINF
- Doação de insumos e EPIs para o combate à pandemia de COVID-19

### **Entrega de Tablets e disponibilização de sinal de internet à comunidade quilombola de Lagoa Fea**

**Data:** abril, 2021

**Descrição:** Visando a ampla participação do público na área de influência da UPGN/GASINF durante a audiência pública, a GNA emprestou tablets e disponibilizou acesso de internet àqueles que se manifestaram com interesse em receber o equipamento para assistir ao evento.

Além disso, a GNA também forneceu uma estrutura de apoio à comunidade, uma tenda com a transmissão do evento ao vivo em um telão, seguindo todos os protocolos sanitários relacionados à prevenção à Covid19.



### **Audiência Pública UPGN/GASINF**

**Data:** abril, 2021

**Descrição:** A GNA realizou em abril a Audiência pública da Unidade de Processamento de Gás Natural e do Gasoduto de Integração Norte Fluminense (UPGN/GASINF). A audiência foi realizada em formato virtual e foi transmitida ao vivo no site da empresa e no Youtube, além de permanecer disponível no Youtube após a sua realização. Conforme descrito no item anterior, a comunidade tradicional na área de influência do empreendimento também pode assistir ao evento na tenda de apoio oferecida pela empresa.

## Doação de insumos para o combate à pandemia de COVID-19

**Data:** abril, 2021

**Descrição:** O Comitê de Ações Humanitárias do Porto do Açú, o qual a GNA participa junto com as empresas Porto do Açú, Ferroport e Açú Petróleo, doou insumos à Secretaria de Saúde de São João da Barra.

Entre os itens doados estão:

- 75.000 pares de luvas cirúrgicas estéreis
- 18.000 aventais
- 12.000 máscaras cirúrgicas de camada tripla
- 500L de Álcool 92,8%
- 1000L de Álcool 70%
- 400 unidades de protetor solar fator 60



## Maio, 2021

- Doação de Alimentos
- Doação de insumos e EPIs para o combate à pandemia de COVID-19

JUNHO, 2021

## Doação de alimentos

**Data: maio, 2021**

**Descrição:** Durante o período de pandemia de COVID-19, os produtores rurais da região que tinham suas produções compradas para fornecer merenda às escolas da região, tiveram essa renda interrompida.

Visando manter a renda dos produtores rurais e contribuir com a segurança alimentar de pessoas em situação de vulnerabilidade socioeconômica na região, o Comitê de Ações Humanitárias do Porto do Açú resolveu adquirir essa produção e doá-la às instituições sociais da região.

Desde o início da pandemia, aproximadamente 10 toneladas de alimentos já foram doadas. Em maio, o comitê doou mais 2679kg de verduras e legumes.

Entre as instituições beneficiadas estão:

- Mosteiro da Santa Face
- Associação Bem faz Bem
- Abrigo João Viana
- APAPE
- Monsenhor Severino
- Retiro São João Batista (SJB)
- Apae (SJB)
- Abrigo Raio de Luz (SJB)
- Secretaria de saúde SJB
- Wild Flower
- Nação Basquete de Rua (NBR)
- Educandário São José do Operário
- Obreiro de Luz







## Movimento Unidos pela Vacina

Data: maio, 2021

**Descrição:** O Comitê de Ações Humanitárias do Porto do Açu, o qual a GNA participa, doou insumos às Secretarias de Saúde de São João da Barra e de Campos dos Goytacazes.

Os itens foram uma solicitação das prefeituras para ampliar as campanhas de vacinação dos municípios, e ocorreram no âmbito do Movimento Unidos pela Vacina. A GNA, junto com as empresas que compõem o Comitê, aderiu ao Movimento.

Entre os itens doados estão:

- 2 Vans
- 1 Gerador 55KVA
- 15 Caixas Térmicas 8,5L com Termômetro
- 1 Caixa Térmica 45L com Termômetro
- 15 Bolsas de Transporte para Caixas Térmica 8,5L
- 120 Curativos Blood Stop
- 90 Gelos Reutilizáveis 400ml
- 50 Pilhas para termômetro
- 3 Caixas Organizadoras 60L
- 2 Refrigeradores portáteis para vacina 15L
- 1 Freezer para refrigeração do GELOX
- 10 Caixas Térmicas com Termômetro Digital 26L
- 10 Caixas Térmicas com Termômetro Digital 15L

### 3 CANAIS DE COMUNICAÇÃO

#### 3.1. Objetivos e justificativa

Com o intuito de manter um diálogo com as partes interessadas da GNA, respondendo dúvidas e questionamentos e tratando as reclamações, a GNA tem disponível os seguintes canais de comunicação:

- Número de telefone gratuito – 0800 591 2094.
- Site – [www.canalconfidencial.com.br/gna](http://www.canalconfidencial.com.br/gna).
- E-mail – [gna@canalconfidencial.com.br](mailto:gna@canalconfidencial.com.br).
- Caixas de sugestões externas – 05 caixas nas comunidades.
- Espaço de Diálogo GNA – localizado na comunidade de Cajueiro / SJB

Além dos canais próprios da GNA, existem caixas de sugestões instaladas no canteiro de obras do empreendimento, que são geridas pelo Consórcio do Açú, com supervisão da GNA.

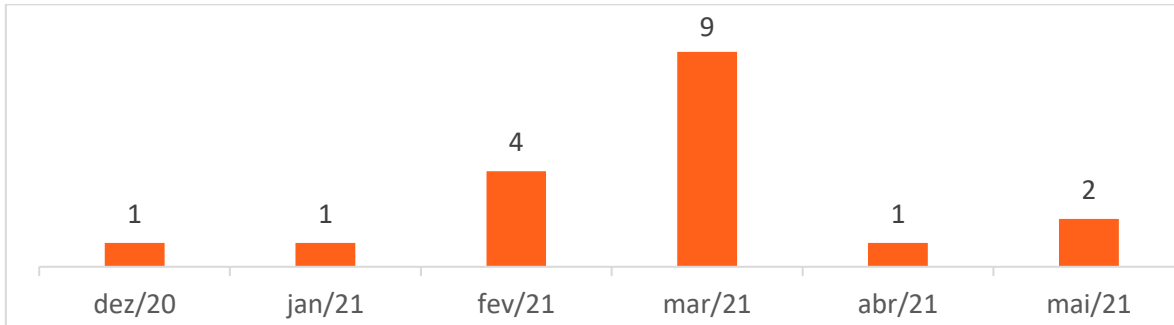
#### 3.2. Resultados

Quanto à utilização dos canais da GNA, durante o período, foram recebidas 18 manifestações, entre elogios, dúvidas e reivindicações, com temas voltados para empregabilidade e desenvolvimento de São João da Barra, contendo três reclamações.

Desde o início da implantação dos canais, foram recebidas e devidamente respondidas 188 manifestações.

O gráfico 3.2.1 apresenta a evolução das manifestações recebidas ao longo do período deste relatório. O mês de março é o que apresenta o maior número de manifestações, trazendo reflexo direto da alteração dos locais de funcionamento das caixas de sugestão em fevereiro, e das campanhas de divulgação em rádios locais e com materiais digitais sobre o Fale com a GNA.

### Gráfico 3.2.1: Evolução das manifestações recebidas entre dezembro de 2020 e abril de 2021

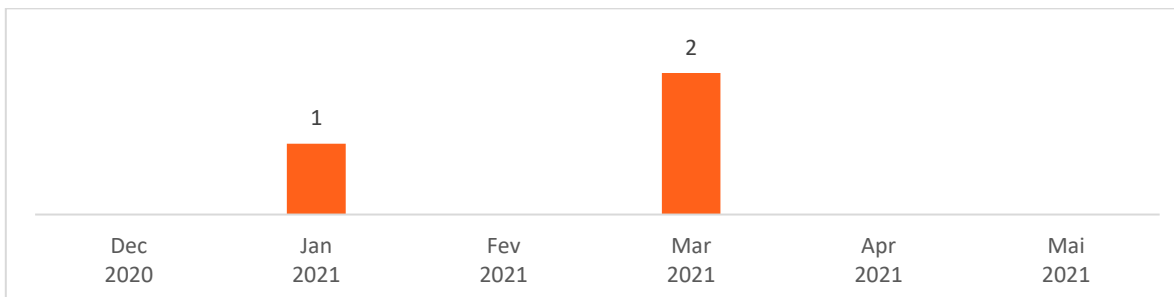


Fonte: GNA, 2021

Das 18 manifestações recebidas no período, 3 foram registradas como reclamação, sendo uma (1) de janeiro de 2021 e duas (2) em março de 2021.

O gráfico 3.2.2 apresenta a evolução das reclamações recebidas no período deste relatório.

### Gráfico 3.2.2: Evolução das manifestações recebidas entre dezembro de 2020 e abril de 2021



Fonte: GNA, 2021

Todos os canais garantem sigilo absoluto. Isso gera maior conforto e liberdade para o colaborador ou membro da comunidade que deseja registrar sua denúncia e/ou sugestão. Toda manifestação é respondida em até 10 dias úteis a partir do seu registro no sistema da GNA. Em casos em que a resposta final não for possível nesse período, será pedido mais um prazo para apuração que pode levar de 30 a 60 dias, dependendo do grau da denúncia.

É importante informar que desde o início da pandemia de COVID-19, em março de 2020, o atendimento presencial no Espaço de Diálogo foi suspenso em razão das medidas de distanciamento social. Todos os demais canais estão em pleno funcionamento.

## 4 PESQUISA DE PERCEPÇÃO

### 4.1. Objetivos e justificativa

Anualmente a GNA realiza uma pesquisa de percepção com a população localizada nas comunidades da área de influência direta da GNA, visando os seguintes aspectos:

- i. Nível de conhecimento sobre o empreendimento e sobre o empreendedor;
- ii. Nível de conhecimento sobre os programas socioambientais desenvolvidos em função do empreendimento;
- iii. Nível de participação em atividades realizadas por outros programas socioambientais.

### 4.2. Resultados

Ao todo, foram aplicadas 270 entrevistas, cuja distribuição foi realizada de acordo com a quantidade de população residente nas localidades da área de influência do empreendimento.

A distribuição dos entrevistados pode ser vista na Tabela 1.

**Tabela 1 - População nas Localidades incluídas na Pesquisa de Percepção**

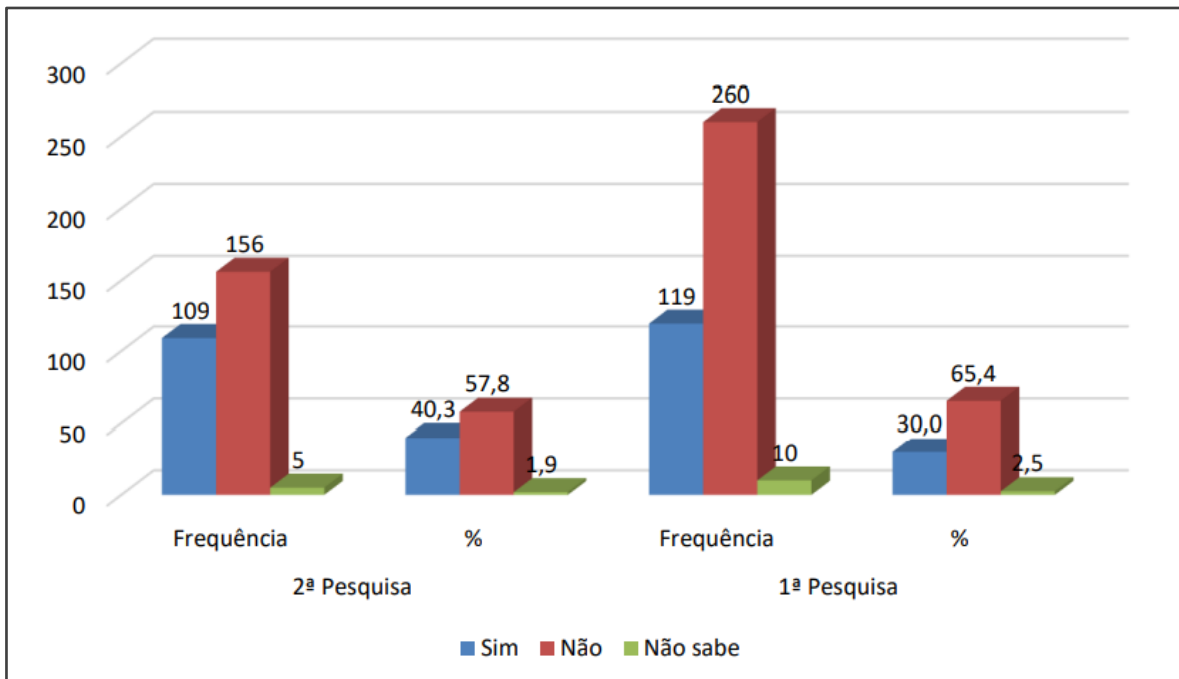
Grupo	Localidade	Pessoas Residentes*	Porcentagem da população	Quantidade de entrevistas
1	Barra do Açu	1.952	6,2%	17
	<b>Total</b>	<b>1.952</b>	<b>6,2%</b>	<b>17</b>
2	Mato Escuro	1.499	4,7%	13
	Água Preta			
	<b>Total</b>	<b>1.499</b>	<b>4,7%</b>	<b>13</b>
3	Pipeiras	1.688	5,4%	15

**Tabela 1 - População nas Localidades incluídas na Pesquisa de Percepção**

Grupo	Localidade	Pessoas Residentes*	Porcentagem da população	Quantidade de entrevistas
	Vila da Terra	380	1,2%	3
	Sabonete/Cazumbá	1.818	5,8%	16
	<b>Total</b>	<b>3.886</b>	<b>12,4%</b>	<b>33</b>
4	Cajueiro	1.401	4,5%	12
	Barcelos	3.187	10,1%	27
	<b>Total</b>	<b>4.588</b>	<b>14,6%</b>	<b>39</b>
5	Grussaí	6.143	19,5%	53
	Sede de São João da Barra	8.356	26,5%	72
	Atafona	5.074	16,1%	43
	<b>Total</b>	<b>19.573</b>	<b>62,1%</b>	<b>168</b>
<b>Total Geral</b>		<b>46.329</b>	<b>100,0%</b>	<b>270</b>

Fonte: IBGE. Censo demográfico 2010: agregados por Setores Censitários dos resultados do universo.

Em relação a pesquisa realizada em 2019, a pesquisa de 2020 mostrou que um percentual maior da população já ouviu falar da GNA, saltando de 30% em 2019 para 40,3% em 2020. A comparação do resultado desta pergunta (já ouviu falar da GNA?) pode ser vista no gráfico a seguir:



Em relação aos materiais informativos divulgados pela GNA, os entrevistados afirmaram na campanha de 2020, que a melhor forma de receber informações é através das mídias sociais, entre elas, o WhatsApp, ferramenta atualmente adotada pela GNA. Em seguida são citados Internet e rádio. Dessa forma, a GNA passou a atualizar de forma mais constante o seu site, e adotou o rádio como forma de comunicação para campanhas amplas.

A Tabela 2 apresenta o resultado da pergunta “Melhor forma de receber informações”.

**Tabela 2 – Resultado da pergunta “Melhor forma da comunidade receber informações”**

Alternativas	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Redes sociais (Facebook, Instagram, WhatsApp)	142	52,6	117	29,5
Internet	114	42,2	156	39,3
Rádio	104	38,5	124	31,2
TV	98	36,3	136	34,3
Reuniões públicas	59	21,9	88	22,2
Cartazes	54	20,0	51	12,8
Folhetos	28	10,4	39	9,8
Jornais informativos	25	9,3	46	11,6
Jornal local	11	4,1	34	8,6
Outro	3	1,1	14	3,5
Não sabe	2	0,7	10	2,5

Em relação a empregabilidade, pouco mais de 25% dos entrevistados afirmaram conhecer alguém empregado pela GNA ou suas contratadas.

**Tabela 3 – Resultado da pergunta “Já conhece alguém que trabalha na GNA ou em uma empresa que presta serviço”**

Alternativa	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Sim	58	21,5	64	16,1
Sim, em ambas	11	4,1	3	0,8
Não	112	41,5	256	64,5
Não sei	75	27,8	70	17,6
Não respondeu	14	5,2	4	1,0
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100</b>	<b>397</b>	<b>100,0</b>

Os entrevistados também responderam ao questionamento “Você considera que a vinda da empresa GNA para o Porto do Açú aumentou as oportunidades de emprego para os moradores da região”, e a maioria dos que opinou respondeu positivamente, com 128 respostas afirmativas contra 24 negativas.

O resultado dessa pergunta pode ser visto na tabela 4.



**Tabela 4 – Resultado da pergunta “Você considera que a vinda da empresa GNA para o Porto do Açú aumentou as oportunidades de emprego para os moradores da região”**

Alternativa	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Sim	128	47,4	175	44,1
Não	24	8,9	96	24,2
Não sabe	79	29,3	118	29,7
Não respondeu	39	14,4	8	2,1
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100,0</b>	<b>397</b>	<b>100,0</b>

Ao fim do questionário, os entrevistados eram solicitados a dar uma nota para a atuação da GNA. Entre os candidatos que conhecem a GNA e opinaram na pesquisa, a GNA obteve uma nota média de 7,8. O resultado dessa pergunta pode ser visto na tabela 5.

**Tabela 4 – Resultado da pergunta “que nota você atribuiria à atuação da GNA?”**

Notas atribuídas	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Nota Três	1	0,9	0	0,0
Nota Cinco	6	5,4	4	3,3
Nota Seis	4	3,7	0	0,0
Nota Sete	12	11,0	10	8,4
Nota Oito	22	20,2	14	11,8
Nota Nove	5	4,6	2	1,7
Nota Dez	15	13,8	28	23,5
Não quis dar nota porque não conhece a empresa muito bem/Não sabe avaliar	10	9,2	10	8,4
Não respondeu	12	31,2	8	42,9
<b>Total que conhece a GNA</b>	<b>109</b>	<b>(40,3) -100,0</b>	<b>119</b>	<b>(30,0) – 100,0</b>
Não conhece a GNA	156	57,8	260	65,5
Não sabe/não respondeu	5	1,9	18	4,5
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100</b>	<b>397</b>	<b>100,0</b>

A 2ª Pesquisa de Percepção realizada pela GNA pode ser vista na íntegra no **ANEXO IV**.

## 5 REUNIÕES SETORIAIS

### 5.1. Objetivos e justificativa

A GNA realiza reuniões de alinhamento de atividades com suas contratadas, de forma que as campanhas realizadas em conjunto possam atingir um potencial maior e para garantir a correta aderência às práticas e programas socioeconômicos da GNA em seus empreendimentos.

As reuniões são realizadas com frequência mínima mensal, podendo ocorrer quinzenalmente.

Participam das reuniões do Comitê de Desenvolvimento Local, as áreas de Responsabilidade Social, Comunicação e Recursos Humanos da GNA, e os respectivos pontos focais de suas contratadas.

### 5.2. Reuniões realizadas

Durante o período deste relatório, ocorreram 8 reuniões do comitê de desenvolvimento local. Os principais temas abordados, bem como a data e os participantes de cada reunião, serão apresentados a seguir.

**Data: 2 de dezembro, 2020**

**Empresas participantes:**

**GNA, COA, Acciona, BW e KN**

Reunião com pauta sobre: Ações de RS no site, atualização sobre as ações de enfrentamento ao COVID-19, Plano de Desmobilização, Ação de Natal/Próximas Campanhas.

Reunião com pauta sobre: Ações de RS no site, atualização sobre as ações de enfrentamento ao COVID-19, Plano de Desmobilização.

**Data: 13 de janeiro, 2021**

**Empresas participantes:**

**GNA, COA, Acciona e BW**

**Data: 27 de janeiro, 2021**

**Empresas participantes:**

**GNA, COA, Acciona, BW e KN**

Reunião com pauta sobre: Ações de RS no site, atualização sobre as ações de enfrentamento ao COVID-19, Plano de Desmobilização.

**Data: 10 de fevereiro, 2021**

**Empresas participantes:**

**GNA, COA, Acciona, BW e KN**

Reunião com pauta sobre: Ações de RS no site, atualização sobre as ações de enfrentamento ao COVID-19, Plano de Desmobilização.

Reunião com pauta sobre: Ações de RS no site, atualização sobre as ações de enfrentamento ao COVID-19, Plano de Desmobilização, agenda ambiental

**Data: 10 de março, 2021**

**Empresas participantes:**

**GNA, COA, Acciona e BW**

**Data: 24 de março, 2021**

**Empresas participantes:**

**GNA, COA, Acciona, BW e KN**

Reunião com pauta sobre: Ações de RS no site, atualização sobre as ações de enfrentamento ao COVID-19, Plano de Desmobilização, Dia Mundial da Água.

Reunião com pauta sobre: Ações de RS no site, atualização sobre as ações de enfrentamento ao COVID-19, Plano de Desmobilização, planejamento campanha maio amarelo -de segurança no trânsito.

**Data: 21 de abril, 2021**

**Empresas participantes:**

**GNA, COA, Acciona, BW e KN**

**Data: 19 de maio, 2021**

**Empresas participantes:**

**GNA, COA, Acciona, BW e KN**

Reunião com pauta sobre: Ações de RS no site, atualização sobre as ações de enfrentamento ao COVID-19, Plano de Desmobilização, execução campanha maio amarelo -de segurança no trânsito.

As atas das reuniões do comitê de desenvolvimento local estão disponíveis no **ANEXO V**.

## EQUIPE TÉCNICA

Nome	Função	Formação
Herman Lima Neto	Analista de Responsabilidade Social	Engenharia Ambiental



## GNA RECEBE PRIMEIRA CARGA DE GNL PARA A UTE GNA I

1ª Carga de gás

### Atualmente em fase de testes, a termelétrica tem previsão de entrar em operação comercial no primeiro semestre de 2021

A GNA concluiu com sucesso, no dia 27/12, o recebimento da primeira carga de gás natural liquefeito (GNL), em seu Terminal de Regaseificação, no Porto do Açú. O combustível foi fornecido pelo navio gaseiro Kmarin Emerald, da bp, sócia da GNA.

Na operação, conhecida como ship-to-ship (navio para navio), foram transferidos cerca de 140 mil m<sup>3</sup> de GNL, para a FSRU BW Magna, parte integrante do Terminal de regaseificação da GNA. A embarcação, com capacidade de gaseificar de modo contínuo até 21 milhões de m<sup>3</sup> de gás/dia, foi adaptada e atenderá exclusivamente o projeto da GNA.

Essa primeira carga de gás será utilizada para realização dos testes (comissionamento) do Terminal e da UTE GNA I. Com 1.338 MW de capacidade instalada, o equivalente ao suprimento de mais de 6 milhões de residências, a usina

entrará em operação comercial no primeiro semestre de 2021, contribuindo para a segurança energética do país. A operação de transferência do GNL durou cerca de cinco dias e contou com um rigoroso procedimento de segurança, visando a garantir a integridade dos envolvidos na operação e do meio ambiente. A função da FSRU é receber, armazenar gás natural liquefeito (GNL) e transformá-lo à forma gasosa para gerar energia na usina térmica.

Bernardo Perseke, diretor-presidente da GNA, destacou a importância do marco. "Concluímos mais uma etapa importante do nosso projeto com muita eficiência. O processo contou com uma equipe altamente capacitada e empenhada em garantir total segurança e sucesso na operação. Estamos cada vez mais próximos da operação comercial da nossa primeira usina e cada etapa vencida dessa reta final nos aproxima ainda mais desse marco".

### COMUNIDADE

GNA promove encontro virtual com moradores de São João da Barra

### GIRO PELAS OBRAS

Com obras praticamente concluídas, Terminal de GNL recebe primeira carga de gás

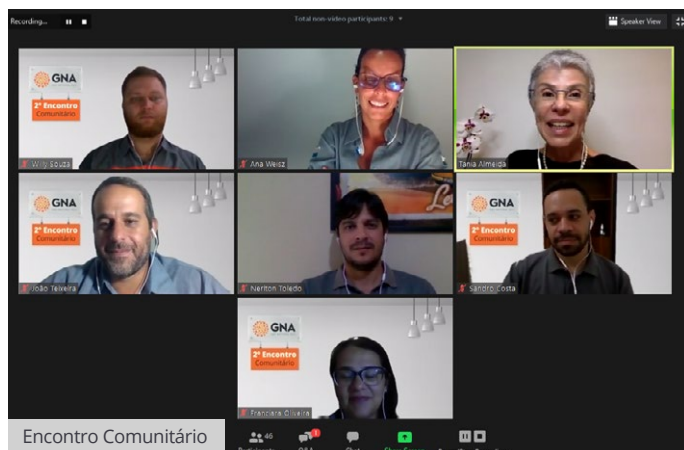
### RECONHECIMENTO

Programa de combate à violência de gênero é referência internacional

## MORADORES DE SÃO JOÃO DA BARRA PARTICIPAM DE ENCONTRO COMUNITÁRIO COM A GNA

**A segunda edição do encontro anual aconteceu virtualmente devido à pandemia**

A GNA realizou, no mês de dezembro, o 2º Encontro Comunitário com moradores de São João da Barra. Este ano, por conta da pandemia da COVID-19, a GNA optou por um evento virtual visando à segurança dos moradores e de seus colaboradores. Mais de 50 pessoas participaram do encontro.



As comunidades do entorno do empreendimento, instituições parceiras e representantes do poder público municipal foram convidados para conhecer as ações realizadas pela GNA ao longo de 2020, tanto na área social quanto na área ambiental. Os participantes também receberam informações sobre o andamento das obras da empresa. Entre as ações apresentadas pela GNA este ano, foram destacados os investimentos sociais e as medidas adotadas pela companhia para mitigar os impactos da COVID-19 na região.

Desde o início da pandemia, a empresa doou mais de R\$ 4 milhões, em ações próprias ou em parceria com as empresas localizadas no Porto do Açú, em apoio à população de São João da Barra e Campos. Desse montante total, cerca de R\$ 1,4 milhão foi destinado ao convênio com a Santa Casa de Misericórdia de São João da Barra. A iniciativa garantiu recursos para o atendimento de pacientes da COVID-19.

A GNA realizou, também, outras importantes iniciativas sociais em 2020 em apoio à geração de trabalho, renda e capacitação técnica: com o Programa de Educação Ambiental, a GNA formou 50 agentes ambientais e apoiou a execução de projetos-piloto de Preservação e Recuperação da Restinga, Saneamento e Agroecologia. Além disso, iniciou as ações do projeto voltado à práticas educativas inovadoras, que prevê o desenvolvimento de um sistema de gestão de aulas para compartilhamento entre os professores e a formação de cerca de 120 professores, contribuindo para a educação do segundo segmento do ensino fundamental de São João da Barra. Entre outras ações realizadas pela empresa nos últimos doze meses estão: curso de pescador profissional (POP) para 90 pescadores da região; Rodada de Negócios para conhecer e apoiar fornecedores locais; palestra com SEBRAE, voltada ao desenvolvimento de micro e pequenas empresas, além da 2ª formatura dos alunos do Programa de Qualificação Profissional da GNA, que qualificou moradores da região para o mercado de trabalho.

## GNA FINANCIANDO PROJETO DE HORTAS COMUNITÁRIAS PARA A GERAÇÃO DE RENDA ALTERNATIVA

A GNA prioriza iniciativas que promovam o cuidado com o meio-ambiente, o bem-estar e o desenvolvimento das comunidades que se relaciona. Com isso, iniciamos uma parceria com a Escola Técnica Agrícola Antônio Sarlo, em Campos dos Goytacazes, para geração de renda alternativa por meio do desenvolvimento de hortas comunitárias.

O projeto tem o objetivo de aproveitar o potencial de uso do solo da escola e incentivar a integração entre a comunidade e a Escola Agrícola, por meio do cultivo de frutas e hortaliças orgânicas. Pelo programa, 15 famílias residentes do entorno

da escola terão acesso gratuito à produção e consumo dos alimentos, contribuindo para a segurança alimentar delas. O excedente poderá ser comercializado, gerando renda às famílias participantes. Todo o plantio e cuidado da horta serão orientados pelos professores da escola, que agora são bolsistas do projeto, que é financiado pela GNA. O projeto teve início no mês de novembro e terá duração de um ano.

Esta ação reafirma o nosso compromisso com a sustentabilidade e o nosso respeito ao meio ambiente e à sociedade, valores essenciais para nós da GNA.



Reunião na Escola Agrícola

## GIRO PELAS OBRAS

Chegamos ao fim de 2020 com as nossas obras praticamente concluídas. O Terminal de GNL está praticamente pronto. Recebemos no final do ano a primeira carga de gás, que foi transferida com sucesso para a nossa FSRU BW Magna. Estamos dando continuidade à fase de testes, juntamente com a UTE GNA I, cujas obras estão praticamente concluídas. Esses

testes, também conhecidos como comissionamento, são essenciais para que todos os sistemas estejam funcionando perfeitamente, antes do início da operação comercial, prevista para acontecer no primeiro semestre de 2021. Quando em operação, a LT 345kV vai escoar a energia produzida pela UTE GNA I para o Sistema Interligado Nacional (SIN).



Imagem aérea do projeto

## UTE GNA I RECEBE LICENÇA DE OPERAÇÃO DO INEA

A GNA recebeu do Instituto Estadual do Ambiente (INEA) a Licença de Operação para a UTE GNA I, primeira termelétrica do Porto do Açu. A usina termelétrica a gás natural tem capacidade instalada de 1.338 MW e está em fase de testes. Ela vai começar a operar comercialmente no primeiro semestre de 2021, contribuindo para a segurança energética do país. A UTE GNA I faz parte do Parque Termelétrico que a GNA está construindo no Porto do Açu. A Licença de Operação atesta que a térmica está apta a operar.

“Estamos muito felizes com a obtenção da licença de operação do nosso primeiro projeto. Por conta da pandemia, as obras foram suspensas quando tínhamos mais de 5 mil trabalhadores e conseguimos retomar com muita responsabilidade, segurança e sem acidentes - o que é um marco para o setor. Agradecemos todo o apoio do Governo, que entende a importância do nosso empreendimento para o desenvolvimento econômico do nosso Estado”, destaca Guilherme Penteado, diretor regulatório da GNA.



Cerimônia de entrega da Licença de Operação



# PROGRAMA DA GNA DE COMBATE À VIOLÊNCIA DE GÊNERO É ESCOLHIDO COMO REFERÊNCIA PELA IFC, MEMBRO DO GRUPO BANCO MUNDIAL

**Reconhecimento da instituição atesta as ações desenvolvidas desde 2018 pela empresa para promover um ambiente diverso e de equidade de gênero**

A IFC (International Finance Corporation), membro do Grupo Banco Mundial, escolheu o Programa da GNA como referência no combate à violência de gênero. A IFC é uma das financiadoras da UTE GNA I.

De acordo com a instituição, três elementos-chave adotados pela GNA foram essenciais para o reconhecimento: a criação de um Código de Conduta, que não tolera qualquer tipo de ato de violência, ameaça, discriminação de gênero ou assédio, seja no ambiente de trabalho ou fora dele; um robusto mecanismo de reclamações anônimo e seguro para os trabalhadores; e a estruturação de um sistema de gestão contra violência e assédio, em parceria com empresas contratadas, por meio de ações de conscientização, treinamento e de suporte irrestrito para os casos relatados.

Hoje, com 45% do quadro direto de colaboradores formado por mulheres, a GNA tem trabalhado para aumentar a diversidade na indústria, onde a representatividade de mulheres é muito baixa. Entre as inúmeras ações desenvolvidas está o Programa de

Qualificação Profissional, lançado no final de 2018. Das 520 vagas oferecidas, mais de 20% das inscrições foram femininas. Como resultado de todos os esforços, mais de 300 mulheres foram contratadas para trabalhar nas obras da GNA. Além das ações para a promoção de equidade de gênero, outros pilares estão sendo trabalhados na GNA. Em junho, foi realizada uma campanha de Orgulho LGBTQI+ e, em novembro, a campanha sobre a Consciência Negra, que aborda temas relacionados ao racismo em nossa sociedade.



Roda de Conversa com o tema mulheres, violência e mercado de trabalho - out/2019

## GNA E EMPRESAS PARCEIRAS REALIZAM NATAL SOLIDÁRIO EM SÃO JOÃO DA BARRA

O Natal de muitas famílias de São João da Barra contou com a solidariedade dos colaboradores da GNA e de suas empresas parceiras Acciona, Andrade Gutierrez, KN e Worley, que se uniram para levar um pouco de alegria para as famílias mais necessitadas. Graças ao apoio dos colaboradores, mais de 1.200 brinquedos foram doados aos Centros de Referência de Assistência Social (CRAS) de Sabonete, Barcelos e Barra do Açú. A Creche Municipal de Barra do Açú também foi contemplada e recebeu brinquedos para todos os seus alunos. Por motivos de saúde e segurança, as instituições ficaram responsáveis pela distribuição dos brinquedos para as famílias assistidas, de forma organizada, evitando aglomerações.

Para complementar a ação, a GNA também doou 200 cestas básicas e a Andrade Gutierrez, por meio de seus colaboradores, arrecadou mais de 400kg de alimentos, que foram destinados às famílias de Barra do Açú com o apoio da Associação de Moradores e Amigos do Açú – AMA, que fez toda a logística de distribuição. A ação reforça o compromisso da GNA e seus parceiros com as comunidades que se relaciona.



Doação de Brinquedos no CRAS de Barcelos

### Fale com a GNA

Nossos canais de comunicação continuam ativos para ouvir você!

*Apenas o Espaço de Diálogo está temporariamente indisponível, por medidas de saúde e segurança*

☎ 0800 591 2094

*Ligação gratuita.*

🌐 [canalconfidencial.com.br/dialogocomacomunidade](https://canalconfidencial.com.br/dialogocomacomunidade)

### Caixas de sugestões nas localidades:

- Amparo: Padaria do Amparo
- Barcelos: Peixaria do Davi
- Barra do Açú: Padaria do Renan
- Cajueiro: Padaria Pão Nosso
- Mato Escuro: Restaurante e Mercearia Lumar
- Espaço de Diálogo: está temporariamente indisponível por questões de saúde e segurança

### Canal de Denúncia

☎ 0800 721 5965

*Ligação gratuita.*

🌐 [www.canaldedenuncia.com.br/gna](https://www.canaldedenuncia.com.br/gna)

✉ [gna@canaldedenuncia.com.br](mailto:gna@canaldedenuncia.com.br)



## EXPEDIENTE

Informativo trimestral da GNA – Gás Natural Açú  
Distribuição gratuita

Responsáveis técnicos: Carla Assemany, Neriton Toledo e Thais Ximenes

Projeto gráfico e diagramação: Briefing Marketing

Tiragem: 2 mil exemplares

Gás Natural Açú - GNA

## II ENCONTRO COMUNITÁRIO GNA

**03 de dezembro de 2020**  
**Através da plataforma**  
**Zoom Webinar**



**GNA**  
GÁS NATURAL AÇÚ

# 1 APRESENTAÇÃO

O Complexo Termoelétrico Gás Natural Açú – GNA consiste na construção, operação e manutenção de uma Usina Termoelétrica (UTE) alimentada a gás e um Terminal de Regaseificação de Gás Natural Líquido (GNL), incluindo uma Unidade Flutuante de Armazenamento e Regaseificação (FSRU). Para escoar a energia produzida, foi finalizada a Linha de Transmissão (LT) preexistente, de 345 kV e 52 km de extensão, que parte da UTE e segue até o município de Campos dos Goytacazes.

O projeto está localizado no Complexo do Porto do Açú, em São João da Barra, no Estado do Rio de Janeiro, a aproximadamente 30 km da sede do município. Sua construção conta com recursos obtidos junto a instituições financeiras, dentre as quais está a Corporação Financeira Internacional (IFC), que estabelece Padrões de Desempenho socioambientais específicos para atendimento da empresa, durante a instalação e operação do Complexo Termoelétrico. Dentre as medidas que a GNA deve adotar para estar alinhada a estes Padrões de Desempenho estão:

- O engajamento das Partes Interessadas;
- A Comunicação Externa com a população por meio dos seus Mecanismos de Comunicação;
- O Reporte Contínuo das suas atividades para a comunidade e outras partes interessadas localizadas no entorno do projeto.

Devido ao contexto de pandemia da COVID-19, cujas medidas preventivas recomendam, dentre outras coisas, o distanciamento social, a segunda edição do Encontro Comunitário GNA foi realizado em formato virtual, através da plataforma Zoom Webinar.

Neste contexto, este relatório tem a finalidade de apresentar as informações referentes ao evento 'II Encontro Comunitário GNA', realizado no dia 03 de dezembro de 2020, trazendo as informações apresentadas pela empresa e os indicadores do evento.

# 2 SOBRE O EVENTO

O **II Encontro Comunitário GNA** foi realizado no dia 03 de dezembro de 2020, através da plataforma Zoom Webinar, com a participação de lideranças e comunidade local, representantes públicos, participantes das atividades do "Programa de Educação Ambiental – Formação de Agentes Multiplicadores" e projeto "Ela Pode", agentes de saúde, representantes de escolas e representantes do Centro de Referência de Assistência Social (CRAS).

Participaram do evento 29 pessoas da comunidade, representando as localidades Barra do Açú, Sabonete, Água Preta, Alto do Cordeiro, Barcelos e Quixaba, além de moradores das sedes de São João da Barra e Campos dos Goytacazes.



Dentre os objetivos do Encontro Comunitário GNA estão:

- Informar a população a respeito do andamento do projeto e atividades futuras;
- Informar a população em relação às atividades desempenhadas pela empresa no contexto do licenciamento ambiental e do financiamento no que diz respeito aos aspectos ambientais e sociais do projeto;
- Informar a população sobre projetos futuros e parcerias estabelecidas com o objetivo de desenvolver ações com a comunidade;
- Promover o engajamento da comunidade do entorno em relação à instalação do projeto;
- Abrir um espaço para diálogo e esclarecimento de dúvidas entre empresa e comunidade;
- Aproximar empresa e comunidade por meio da presença ou contato direto com os seus representantes.



Para a divulgação do “II Encontro Comunitário GNA” foram enviados vídeos-convites via WhatsApp para lideranças locais, representantes públicos, participantes das atividades do “Programa de Educação Ambiental” e “Ela Pode”, agentes de saúde, representantes de escolas, representantes do CRAS, dentre outros.

Assim como no I Encontro GNA, estes grupos sociais foram priorizados por possuírem maior contato com o projeto, seja pela proximidade com o Porto do Açú, pela atuação na região do 5º Distrito de São João da Barra, pela participação em atividades desenvolvidas pela GNA ou por representar de alguma forma a população local.

## 3 ETAPAS DO EVENTO

### BOAS-VINDAS E APRESENTAÇÃO

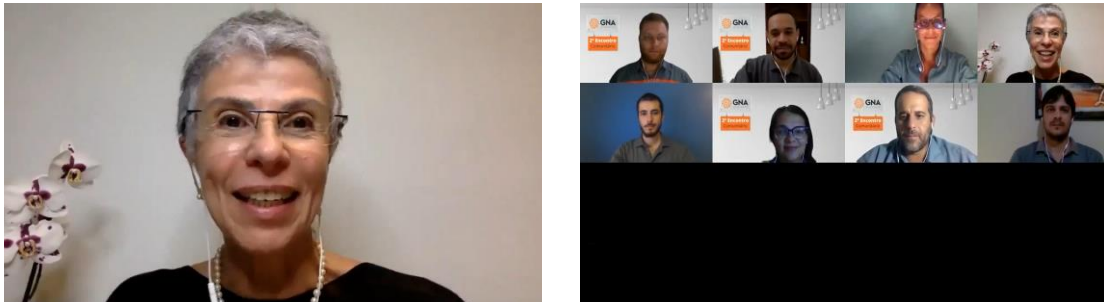
O Encontro foi iniciado com as boas-vindas aos participantes e orientações sobre as formas de participação no evento, que incluiu o recurso de Perguntas e Respostas (Q&A) da plataforma Zoom Webinar e o canal via WhatsApp, indicado nos convites.

Também foi informado que seriam realizadas enquetes para interação dos participantes; um sorteio de kits contendo sacola, bloquinho e artesanatos locais; e que, ao final do evento todos seriam direcionados a uma Pesquisa de Satisfação, cuja participação era de muita importância para identificação de oportunidades de melhorar a interação com a comunidade.

Em seguida, foi apresentada a agenda do evento, que incluiu as seguintes etapas:

1. Boas-vindas e Apresentação
2. Andamento das obras da UTE GNA I e início das obras da UTE GNA II
3. Ações Socioambientais e de Investimento Social
4. Abertura para Perguntas e Respostas
5. Encerramento

Assim como no I Encontro GNA, o II Encontro Comunitário foi conduzido pela facilitadora profissional Tânia Almeida da Silva, da empresa Mediare, cuja função envolveu a transição de falas, interação com convidados, intermediação de perguntas e respostas, dentre outras formas de mediação, de forma que o processo seguisse o roteiro planejado. A presença de uma facilitadora não relacionada à GNA também teve como objetivo a manutenção da transparência na condução do evento.



A facilitadora Tânia apresentou a equipe de Responsabilidade Social da GNA, composta por Ana Weisz, Franciara Oliveira, Willy Souza, Sandro Costa e Herman Neto, além de Neriton Toledo, da área de Comunicação. Também foi informado que essa seria a equipe responsável por responder às perguntas dos participantes.

Na sequência, a facilitadora introduziu a fala do Gerente Geral de Sustentabilidade da GNA, João Teixeira, cuja apresentação seria focada no andamento das obras da UTE GNA I e início das obras da UTE GNA II.

## ANDAMENTO DAS OBRAS DA UTE GNA I E INÍCIO DAS OBRAS DA UTE GNA II

A fala do João Teixeira foi iniciada com uma apresentação pessoal, na qual ele informou que trabalha na GNA desde 2017, tendo trabalhado anteriormente no Porto do Açú desde 2015, pela empresa Prumo.



Na sequência, o Gerente Geral de Sustentabilidade da GNA explicou que o foco da conversa com os participantes seria apresentar algumas fotos e informações referentes aos 2 anos (1000 dias) de obras da UTE GNA I, que foram iniciadas em março de 2018; além das expectativas para a UTE GNA II, próximo projeto que será iniciado em 2021.



João informou que a GNA é uma sociedade entre 03 empresas: Prumo, empresa que controla a Porto do Açú, que por sua vez cuida do Porto; BP, empresa de óleo e gás da Inglaterra, com atuação no mundo todo, e que fornece o gás natural; e a Siemens, que é uma empresa multinacional, de origem alemã, que fabrica as turbinas das usinas termelétricas.

Em seguida, foi informado que a GNA tem um Complexo de Gás e Energia, ou Hub de Gás do Porto do Açú, conjunto de 05 grupos de projetos compostos por:

- **Terminal GNL**, que traz o combustível para abastecer as usinas de geração de energia;
- **Termelétricas a Gás**, uma próxima da conclusão e uma com início das obras programado para 2021;
- **Unidade de Processamento de Gás Natural**, em fase de estudo ambiental, com o objetivo de tratar o gás natural bruto que vem dos campos da Bacia de Campos, sendo transformado em diversos tipos de matérias-primas;
- **Gasodutos**, que farão a conexão dos projetos da GNA à rede de gasodutos do país, alimentando as indústrias nacionais; e
- **Linhas de Transmissão**, que conectarão as termelétricas ao Sistema Interligado Nacional, abastecendo o país inteiro, conforme decisões da ANEEL e do Operador Nacional do Sistema Elétrico.

Foi informado que, até o momento, foram gerados mais de 5.500 empregos diretos, ao mesmo tempo, na construção da UTE GNA I, do Terminal GNL e da Linha de Transmissão que conecta a usina à Subestação de Campos, localizada a 52 km de distância. Também foi exposto que o montante de aproximadamente R\$ 70 milhões foi investido em compensação ambiental para o Sistema Nacional de Unidades de Conservação, referente aos impactos do projeto no meio ambiente. O valor foi pago ao INEA e será investido na conservação do meio ambiente.



Foi apresentada uma ilustração com a disposição dos componentes do projeto da GNA, atuais e futuros, e foi realizada uma explicação do fluxo do gás dentro do Hub de Gás, além do status dos componentes em relação ao seu licenciamento. Na sequência, foram apresentadas algumas fotos recentes dos 03 componentes do projeto da GNA I (UTE GNA I, Terminal GNL e LT 345kV). O João Teixeira também explicou como cada um desses componentes se conecta ao sistema e que o status das obras está muito próximo do fim.



Em seguida, foi apresentado o status do projeto UTE GNA II. O projeto possui capacidade (potência) maior que a da UTE GNA I, com 1.672 MW, embora sejam bastante parecidas. O projeto será instalado ao lado da primeira usina, possuindo licença ambiental de instalação, emitida pelo INEA, e financiamento pelo BNDES.

Sua construção está planejada para o início de 2021 e a expectativa é que sejam gerados mais de 4.000 empregos diretos, em 3 anos de obras, incluindo também a construção da Linha de Transmissão que ligará a usina ao município de Campos.



Na sequência, foram mostradas fotos aéreas dos componentes do projeto, com explicações sobre as diversas estruturas, suas funções e status construtivo.

Em seguida, o João concluiu sua fala com a apresentação de informações sobre os compromissos socioambientais da GNA, cujos indicadores representam um orgulho para a empresa. Dentre esses indicadores estão aqueles relacionados ao Programa de Qualificação Profissional, uma parceria da GNA com a Prefeitura de São João da Barra e a Firjan, por meio do SENAI. Além disso, foram realizadas atividades de formação para processo seletivo, incluindo treinamentos para entrevistas e preparação de currículo, realizadas pelo time de Recursos Humanos da GNA.

Além da qualificação e preparação para inserção no mercado de trabalho, a GNA apoiou a prefeitura e empreiteiras na conexão com os candidatos, por meio de uma Sistema Automatizado da Gestão da Empregabilidade (SAGE), um banco de dados de currículos. O sistema foi desenvolvido pelos alunos do IFF de São João da Barra, por meio de uma parceria com a instituição.



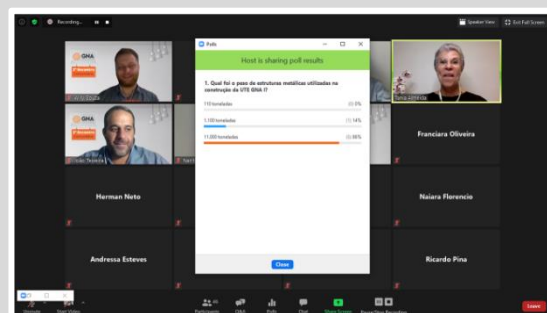
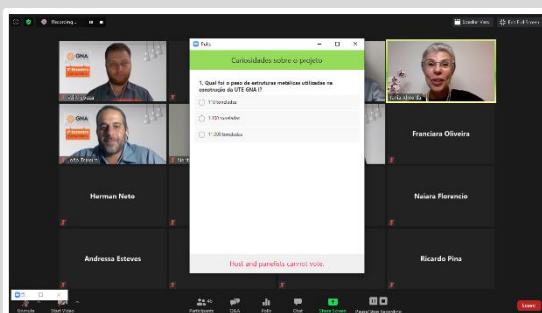
Na sequência, foram passadas informações sobre os compromissos assumidos pela GNA e incorporados ao seu Sistema de Gestão Integrada (SGI), incluindo Políticas, Planos, Procedimentos e outros documentos de apoio, que são a base de projetos em andamento e futuros. Foram apresentados também os indicadores de Segurança do Trabalho, com o destaque para mais de 20,7 milhões de horas de exposição a risco sem acidentes com afastamento em mais de 2 anos e 7 meses de obras. A fala foi concluída com a veiculação de um vídeo trazendo imagens aéreas do projeto

### Momento Enquete

Ao final da apresentação do João Teixeira, a facilitadora fez os agradecimentos e convidou os participantes a votarem em uma enquete sobre a obra. A questão dizia respeito ao peso de estruturas metálicas utilizado na construção da UTE GNA I. As opções de resposta eram:

- a) 110 toneladas
- b) 1.100 toneladas
- c) 11.000 toneladas

Sete dos participantes responderam à enquete, 06 deles votando na opção c) e 01 deles na opção b). A opção correta era a letra **b) 1.100 toneladas**.



Em seguida, a facilitadora agradeceu a participação de todos e introduziu a fala da Gerente de Responsabilidade da GNA, Ana Weisz, responsável por apresentar as Ações Socioambientais e de Investimento Social realizadas pela GNA.

## AÇÕES SOCIOAMBIENTAIS E DE INVESTIMENTO SOCIAL

A Gerente de Responsabilidade Social da GNA, Ana Weisz, inicia a sua fala agradecendo a participação de todos no Encontro em formato virtual, destacando o desejo da empresa em repetir a experiência do ano anterior, que foi em formato presencial, mas dentro do contexto atual, fazendo o possível para que o evento fosse leve e conseguisse passar informações e fazer o diálogo com as Partes Interessadas. Destacou-se também que o trabalho realizado pela empresa é feito por várias mãos, incluindo a comunidade e outros parceiros, que participam ativamente das ações desenvolvidas.



Ana Weisz iniciou sua fala sobre as Ações Socioambientais a partir das atividades de Comunicação Social, destacando a elaboração de Boletins Informativos Trimestrais, com informações sobre o projeto, cuja distribuição passou a ser em formato virtual e cujo alcance tem sido bastante abrangente; e a disponibilização de Canais de Comunicação, incluindo Caixas de Sugestões distribuídas em 05 comunidades (Amparo, Barcelos, Barra do Açu, Cajueiro e Mato Escuro), além de telefone gratuito, e-mail e website.

Foi informado que, devido à pandemia, as idas da equipe de Responsabilidade Social a campo foram reduzidas, houve entrada de pessoas novas, como o Willy Souza, cujo contato com a comunidade foi pouco, devido às medidas de distanciamento social. Neste contexto, os canais de ouvidoria foram reforçados, para manutenção da comunicação com a comunidade. Outro canal de contato com a comunidade é o Espaço de Diálogo, inaugurado em outubro de 2019. O espaço foi bastante utilizado no tempo em que esteve aberto, entretanto, desde o início da pandemia, foi mantido fechado.

O Programa de Visitas Comunitárias foi apresentado como uma oportunidade para a comunidade conhecer o projeto de perto, incluindo as áreas portuárias, uma vez que é realizado em parceria com a Porto do Açu. No início de 2020, membros da comunidade de Cajueiro e professores do SENAI tiveram a oportunidade de visitar o projeto, entretanto, devido à pandemia da COVID-19, as visitas foram suspensas.

Na sequência, foi comentada a realização da 2ª Pesquisa de Percepção nas comunidades do 5º Distrito e com as Colônias de Pescadores Z-01, Z-02 e Z-19, com o objetivo de entender a percepção da comunidade em relação às atividades realizadas pela empresa.



Em seguida, foram apresentadas as Campanhas Socioambientais realizadas pela empresa no último ano. Estas incluíram a Campanha Verão Seguro, voltada à segurança no trânsito durante o verão e realizada junto às demais empresas do Porto, como Porto do Açu, Ferroport e Açu Petróleo, e escolas do 5º Distrito; Campanha da Semana do Meio Ambiente, voltada à conscientização sobre a preservação do meio ambiente; Campanha Agosto Lilás, voltada à prevenção da violência contra a mulher; Campanha



Setembro Amarelo, voltada à prevenção do suicídio; Campanha do Dia da Árvore, voltada à conscientização sobre a importância da preservação das árvores; e Campanha Abraço, com a doação de brinquedos para crianças cujas famílias são assistidas por instituições sociais.



Em relação aos cursos e capacitações que tiveram apoio ou foram realizadas pela GNA estão as iniciativas Pé no IFF, envolvendo palestras e apresentações sobre inserção no mercado de trabalho para alunos do 8º e 9º anos do ensino fundamental; a Formatura do Curso POP, uma formação de aquaviários voltada para 90 pescadores das Colônias Z-01, Z-02 e Z-19 realizada entre novembro e dezembro de 2019, cuja cerimônia ocorreu em Janeiro de 2020; Rodada de Negócios, voltada ao desenvolvimento de fornecedores da região, uma iniciativa da área de Suprimentos da GNA em parceria com SEBRAE; e participação no SEBRAE Talk, uma ocasião para a empresa apresentar oportunidades para fornecedores no projeto da GNA e para esclarecimento de dúvidas.



Em relação ao Programa de Educação Ambiental (PEA), foram apresentadas as atividades de conscientização realizadas junto aos trabalhadores da obra, em decorrência da pandemia da COVID-19. Nesta ação, foram distribuídos kits contendo máscaras de proteção e manual para o seu uso correto, álcool em gel e cartilha de prevenção à COVID-19. A ação foi realizada em parceria com o Consórcio do Açú e teve o objetivo também reforçar a responsabilidade social dos trabalhadores em relação às comunidades locais.

As ações do PEA voltadas à comunidade incluíram a continuidade das ações iniciadas em 2019, com a formação de mais de 50 Agentes Multiplicadores Ambientais, moradores do 5º Distrito de São João da Barra. Como desdobramento dessa formação, foram elaborados pelos agentes 03 projetos-pilotos, cuja execução foi realizada com o apoio da empresa. Os projetos desenvolvidos foram:

- **Projeto de Preservação e Recuperação da Restinga**, que envolveu o plantio de mudas nativas da restinga em escolas e espaços públicos da região, além da utilização de madeira reaproveitada das obras da GNA;
- **Projeto Saneamento em Foco**, que implantou pontos de coleta de resíduos recicláveis em escolas do 5º Distrito, além da coleta de resíduos orgânicos em parceria com empresas e catadores da região; e
- **Projeto Eco Roça**, voltado para a aplicação de técnicas produtivas voltadas principalmente à prática da agroecologia e da compostagem.

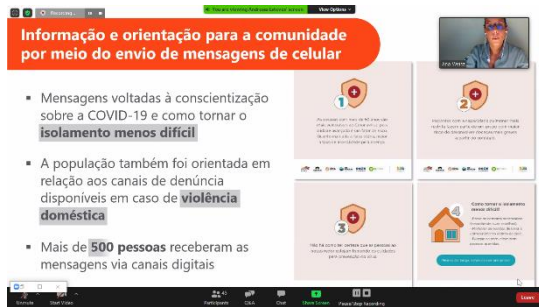


Ao final da apresentação das Ações Socioambientais, a Ana Weisz convidou os participantes a assistirem a um vídeo contendo depoimentos da comunidade, parceiros e outras partes interessadas sobre a participação no Programa de Educação Ambiental. Contribuíram com seu depoimento: Luís César, Rosângela Silva e Paulo Vinícius, da Barra do Açu; Daniel Rodrigues, de Águia Preta e Eliane Nunes, de Cazumbá; Angélica Freitas, de Capela de São Pedro; Willian Freitas, de Quixaba; André Pinto, do Espaço da Ciência; e Daniela Branco, da VPR Compostagem e Orgânica.

Na sequência dos depoimentos, foram apresentadas as Iniciativas de Investimento Social realizadas pela GNA no período. O destaque foram as ações realizadas no contexto do Comitê de Ações Humanitárias para combate e prevenção à COVID-19, parceria entre 04 empresas do Porto do Açu (GNA, Porto do Açu, Ferroport e Açu Petróleo). As ações tiveram 05 frentes de atuação, incluindo:

- Comunicação e conscientização
- Apoio aos profissionais de saúde
- Equipamentos essenciais
- Tecnologia e testagem
- Apoio às comunidades

Na linha de Comunicação e Conscientização, foram utilizados diversos meios de divulgação de informações, entre eles a utilização de moto de som, cuja abrangência é maior em áreas onde o acesso à internet é limitado; também foram usadas pílulas de WhatsApp, que são mensagens de celular, envolvendo vários temas de campanhas, incluindo formas de tornar o isolamento menos difícil, prevenção de violência contra a mulher, equilíbrio mental, cuidados com o álcool em gel, uso correto da máscara, dentre outros.



**Informação e orientação para a comunidade por meio do envio de mensagens de celular**

- Mensagens voltadas à conscientização sobre a COVID-19 e como tornar o **isolamento menos difícil**
- A população também foi orientada em relação aos canais de denúncia disponíveis em caso de **violência doméstica**
- Mais de **500 pessoas** receberam as mensagens via canais digitais

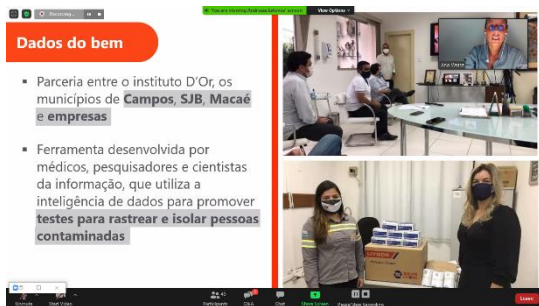


**Mensagens sobre o uso de álcool em gel**

- Envio de mensagens orientando sobre o uso seguro do **álcool em gel**
- Mais de **500 pessoas** receberam a informação via canais digitais

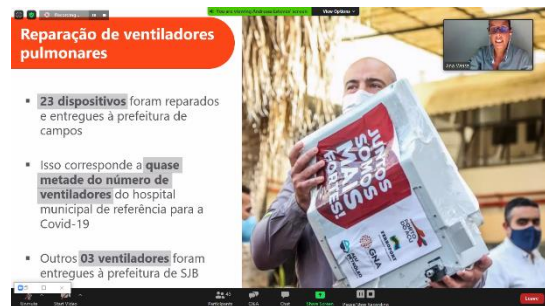
Na linha de tecnologia e testagem, o destaque é o Programa Dados do Bem, uma parceria entre as empresas do Comitê, o Instituto D’Or, e as prefeituras de Campos, São João da Barra e Macaé. Através de um aplicativo desenvolvido por pesquisadores e profissionais da saúde é possível mapear quem e isolar pacientes que estejam infectados. Ainda nessa linha, o Comitê doou cerca de 25 mil testes para as prefeituras de São João da Barra e Campos. Foram realizadas ainda doações de cerca de 100 mil EPIS para essas prefeituras, incluindo luvas, máscaras, aventais e insumos para produção de *face shields*.

Outra linha de ação foi a reparação de ventiladores pulmonares, em parceria com a prefeitura de Campos, e retorno desses equipamentos para utilização no tratamento de pacientes com COVID-19. Foram reparados 23 equipamentos, que correspondem a quase metade dos ventiladores disponíveis no hospital de referência para tratamento da doença. O mesmo foi feito com 03 equipamentos para a prefeitura de São João da Barra.



**Dados do bem**

- Parceria entre o instituto D’Or, os municípios de **Campos, SJB, Macaé e empresas**
- Ferramenta desenvolvida por médicos, pesquisadores e cientistas da informação, que utiliza a inteligência de dados para promover **testes para rastrear e isolar pessoas contaminadas**



**Reparação de ventiladores pulmonares**

- 23 dispositivos** foram reparados e entregues à prefeitura de campos
- Isso corresponde a **quase metade do número de ventiladores** do hospital municipal de referência para a Covid-19
- Outros **03 ventiladores** foram entregues à prefeitura de SJB

Dentro da linha de suporte às comunidades, o Comitê realizou a doação de alimentos. Mais de 7 toneladas foram adquiridas de produtores locais, cuja venda foi comprometida pela pandemia, e doados a instituições sociais. A aquisição dos alimentos foi feita em parceria com a Secretaria de Agricultura de São João da Barra.

Foram doadas máscaras no 5º Distrito de SJB e para as Colônias de Pescadores Z-01, Z-02 e Z-19. Cerca de 10.000 máscaras foram doadas, e sua produção foi realizada pela COSTURARTE e confecção de Campos.

O Comitê participou ainda do Financiamento Coletivo “Salvando Vidas” do BNDES, no qual a quantia doada seria dobrada pelo banco. As empresas do Comitê doaram 400 mil reais, e as empresas parceiras da GNA, Siemens e a BW, doaram mais 300 mil reais



**Doação de Alimentos**

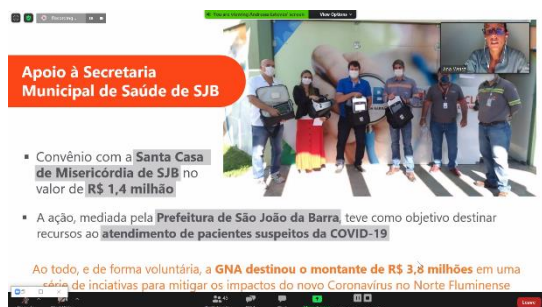
- Parceria com a secretaria de agricultura de SJB, o projeto visa **doar alimentos para instituições de caridade e abrigos**
- Os alimentos são produzidos por **pequenos agricultores locais** que, com escolas e comércios fechados, não têm como comercializar a produção
- Mais de **7 toneladas** de alimentos foram doados às instituições



**Financiamento coletivo “salvando vidas”**

- O Comitê de Ações Humanitárias doou **400 mil reais** para a iniciativa (100 mil cada empresa)
- O recurso foi **destinado à Santa Casa de Misericórdia** de São João da Barra para aquisição de equipamentos hospitalares

Em relação às ações realizadas exclusivamente pela GNA no combate à COVID-19, foram doados 14 respiradores e 1.000 testes para o município de São João da Barra, e foram recuperados 08 equipamentos hospitalares fundamentais no tratamento da doença. A empresa também fez um convênio com a Santa Casa de Misericórdia de São João da Barra no valor de R\$ 1,4 milhão, com o objetivo de destinar recursos para atendimento a pacientes de COVID-19. No total, de forma voluntária, a empresa destinou R\$ 3,8 milhões para o combate do Coronavírus no Norte Fluminense.

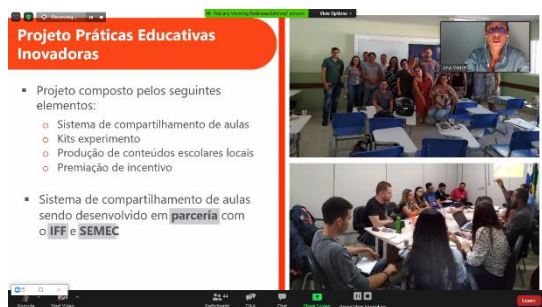


Em relação a outros Investimentos Sociais voluntários, a empresa tem orgulho em apresentar o Projeto Práticas Educativas Inovadoras, Composto por 04 elementos:

1. Sistema de Compartilhamento de Aulas
2. Kits Experimento
3. Produção de Conteúdos Escolares Locais
4. Premiação de Incentivo

O Sistema é voltado aos professores e está sendo desenvolvido em parceria com o IFF. Os kits experimento são uma parceria com a Siemens para incentivo da ciência com os alunos. A iniciativa está um pouco atrasada devido às medidas de distanciamento social. Está previsto ainda o treinamento de professores para uso dessas ferramentas, planejado para ocorrer no próximo trimestre. Ana Weisz destacou a parceria com a Secretaria de Educação de São João da Barra, sem a qual seria impossível ter o alcance proposto pelo projeto.

Outro projeto é o da Horta Comunitária, uma parceria com a UENF e com a Escola Agrotécnica Antônio Sarlo, que tem como objetivo a produção de alimentos por famílias vinculadas à escola, constituindo uma fonte de renda para essas famílias e contribuindo para a sua segurança alimentar. O projeto foi idealizado para abranger inicialmente 15 famílias.



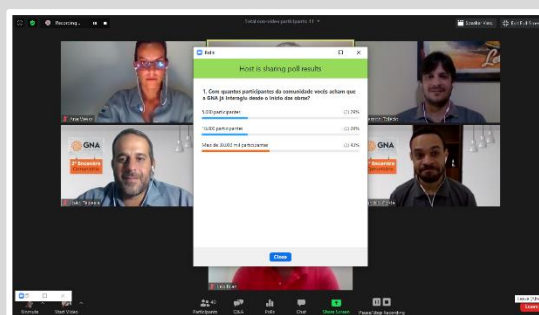
Ao final da apresentação das Iniciativas de Investimento Social, Ana Weisz convidou os participantes a assistirem a um outro vídeo contendo depoimentos de parceiros e outras partes interessadas sobre os benefícios trazidos pelas iniciativas de investimento social da empresa. Contribuíram com seu depoimento: Victória Carogio, da Escola Agrotécnica Antônio Sarlo; Érica Almeida, do CRAS de Sabonete e Luciana Guedes, do CRAS do Açú.

## Momento Enquete

Ao final da apresentação da Ana Weisz, a facilitadora fez os agradecimentos e convidou os participantes a votarem em uma enquete sobre o número de Partes Interessadas com as quais a empresa interajui desde o início de suas atividades construtivas. As opções de resposta eram:

- a) 5.000 participantes
- b) Mais de 30.000 mil participantes
- c) 10.000 participantes

Sete dos participantes responderam à enquete, 02 deles votando na opção a), 02 na opção b) e 03 deles na opção c). A opção correta era a letra **b) Mais de 30.000 participantes**, considerando diversas atividades, incluindo aquelas por meio virtual, e considerando a participação das pessoas em diferentes atividades.



## CONVIDADOS REPRESENTANTES DA SOCIEDADE CIVIL E ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

Neste momento, a facilitadora passou a palavra a convidados representantes da Comunidade e do Poder Público, cujo engajamento vem sendo realizado no contexto do desenvolvimento de atividades e projetos, além das ações de comunicação que fazem parte da rotina da equipe de Responsabilidade Social da empresa.

Como convidado da Comunidade, o evento contou com a participação do vice-presidente da Associação de Moradores e Amigos do Açú – AMA, Léo Dias Braz, e como convidado do Poder Público, o evento contou com a participação do Ex-Secretário de Educação de São João da Barra e membro da equipe pedagógica da Secretaria Municipal de Educação e Cultura – SEMEC, Daniel Damasceno.

### Associação de Moradores e Amigos do Açú (AMA)

Léo Dias iniciou sua fala ressaltando o momento atípico em que nos encontramos, de pandemia, e como é importante o esforço da GNA para viabilizar o Encontro de forma remota. Ele prosseguiu agradecendo à GNA em nome da Associação de Moradores e Amigos do Açú (AMA), ressaltando as diversas ações socioambientais que foram aplicadas, não só no Açú, mas também em outros distritos, conforme a apresentação da Ana Weisz. Léo reforçou a importância da parceria da GNA com a associação e fez votos para que seja fortalecida nos próximos anos.



### Secretaria Municipal de Educação e Cultura (SEMEC)

Daniel Damasceno iniciou sua fala agradecendo à GNA, à comunidade e aos presentes. Prosseguiu com uma breve apresentação, com destaque para a sua formação e atividades exercidas. Desde 2017 está envolvido na gestão da atual prefeitura de São João da Barra, onde compõe a equipe pedagógica do município. Ressaltou as parcerias entre a educação pública municipal e a GNA, contidas na apresentação da Ana, destacando a presença do IFF, que segundo o próprio: “Mostra que a parceria da GNA com a educação municipal não é só com a rede municipal, mas no território municipal (...)”.



Daniel Damasceno declarou ainda que as atividades que a GNA vem realizando no campo educacional e socioambiental estão alinhadas com o que a gestão pública pensa sobre o que é a “Educação do Futuro”, que foi definida como “a possibilidade de o aluno escolher os projetos dos quais ele quer participar, construir efetivamente estes projetos e entender que são interdisciplinares e transversais, não interessando apenas aos professores, mas que ultrapassando os muros da escola (...)”. O ex-secretário citou ainda que a parceria entre a GNA e a educação municipal tem sido uma experiência muito positiva e finaliza agradecendo a empresa.

## 4 PERGUNTAS E RESPOSTAS

Após os depoimentos dos convidados Léo Dias Braz, da AMA e Daniel Damasceno, da SEMEC, foi aberto o espaço para perguntas por parte dos participantes. As perguntas puderam ser feitas através do recurso de Perguntas e Respostas (Q&A) da plataforma Zoom Webinar, ou por meio do WhatsApp, sendo reservado um período de 15 minutos para esta etapa.



No início do evento e antes da abertura para questões, os participantes foram orientados pela facilitadora, Tânia, que aproveitasse o período das apresentações para realizar as perguntas através do Q&A ou WhatsApp.

Ao total, foram recebidas 05 perguntas sendo 04 (quatro) delas feitas pelo recurso de Q&A da plataforma Zoom Webinar e 01 realizada pelo canal via WhatsApp.

Os representantes da GNA forneceram respostas para as perguntas realizadas, as quais são apresentadas a seguir. Todas as perguntas foram respondidas durante o evento.

**O Programa de Qualificação Profissional foi um sucesso! O Programa beneficiou muitos jovens e chefes de família, que automaticamente conseguiram uma vaga de trabalho no Porto do Açú. A GNA tem interesse em dar continuidade nesse projeto, que foi muito importante para os sanjoanenses?**

A GNA agradeceu o reconhecimento em relação ao programa já realizado e informou que há sim a intenção de fazer um segundo programa de qualificação profissional para o projeto da GNA II, entretanto, esse programa ainda está em fase de desenvolvimento.

A GNA complementa que é uma preocupação da empresa continuar capacitando as pessoas, assim como prepará-las para o mercado de trabalho, pois a empresa entende que o caminho para o sucesso é a promoção da empregabilidade. A GNA vai procurar, sempre que possível, incentivar suas empreiteiras a contratar localmente, visando ao desenvolvimento das comunidades do entorno.

**Quantos estagiários poderão ser contratados e quais serão os cursos de maior oferta de estágio?**

A GNA desenvolve programas de estágio cíclicos, assim, em cada ciclo há um número de vagas específico. Podemos informar que no último ciclo (ainda em execução) ofertamos 6 vagas de estágios. Novos ciclos serão planejados de acordo com a necessidade, embora ainda não haja previsão para sua realização, e serão divulgados pelos canais oficiais. O último ciclo abrangeu estagiários de diversos cursos como: Engenharia Elétrica, Engenharia Mecânica, Serviço social e Ciências contábeis.

**Boa noite. Gostaria de saber se esse gás que será produzido por essas usinas fará algum mal à população.**

O projeto da GNA trabalha com tecnologia de ponta e tem como operadores empresas como a Siemens, que é referência mundial no setor, então o projeto usa o que há de mais moderno no mundo para reduzir emissões atmosféricas. Todo o projeto é feito para que a dispersão do gás seja feita de forma segura. A área onde a GNA está instalada está a uma distância segura da comunidade, além de ser uma região onde venta muito, não havendo risco para a população.

**Caríssimos, além do gás, a GNA no futuro pretende trabalhar com energia eólica ou Solar?**

Pretende e precisa. Além de ser um desejo, é um compromisso da GNA devido à legislação do Estado do Rio de Janeiro. Os projetos de energia solar e eólica foram apresentados no licenciamento da GNA II, e a empresa entende que é um compromisso bom para a sociedade e também para os projetos da GNA.

**Boa noite, sou Rosângela Silva, integrante da Associação AMA da Praia do Açú. No 1º Encontro GNA em 12/12/2019 perguntei se a GNA poderia inserir em seus Boletins Informativos os valores pagos em Compensação Ambiental para o Governo de Estado/RJ, os chamados TCCA's. A GNA me respondeu dias depois que iria inserir esta informação em seus Boletins. Neste ano de 2020 poderia me ser informado em qual número de Boletim Informativo foi mostrada esta informação?**

A GNA conta com a ajuda das comunidades próximas ao projeto para fazer com que os recursos de compensação ambiental sejam destinados, sempre que possível, às Unidades de Conservação existentes na localidade. Essa decisão não cabe à GNA e sim ao Estado, mas o apoio da comunidade é fundamental para que esse processo seja possível. Em referência aos TCCA's (Termo de Compromisso de Compensação Ambiental) já firmados para os empreendimentos em construção, a GNA já efetuou pagamentos de mais de 30 milhões de reais ao Estado do Rio de Janeiro. Para a segunda Usina Termelétrica, está prevista compensação ambiental de mais 34 milhões de reais. A GNA complementa ainda que durante a quarentena, o Boletim Informativo teve um papel de conscientização da comunidade, e que o Relatório do I Encontro GNA e a Audiência Pública da Linha de Transmissão 500kV foram veículos para apresentação de informações referentes às compensações ambientais feitas pela empresa.

## ENCERRAMENTO

Após a finalização da etapa de Perguntas e Respostas, foi realizado o sorteio de 03 kits da GNA, contendo sacola, boné e bloco, além de artesanatos locais. Os três sorteados foram Felipe, do SEBRAE; Frederico, participante do Programa de Educação Ambiental; e Érica, coordenadora do CRAS de Sabonete. Os kits foram entregues aos sorteados na semana seguinte à realização do II Encontro Comunitário GNA.



Após a realização do sorteio, a facilitadora Tânia informou que um relatório sobre o evento seria disponibilizado para as lideranças após a sua realização, e que assim que o evento fosse encerrado, todos seriam direcionados para uma Pesquisa de Satisfação, cuja participação seria e muita importância para a GNA na busca por oportunidades de melhoria na sua comunicação com a comunidade. A facilitadora e o time de Sustentabilidade da GNA agradeceram a participação de todos e se despediram dos ouvintes.



## 5 AVALIAÇÃO DO ENCONTRO

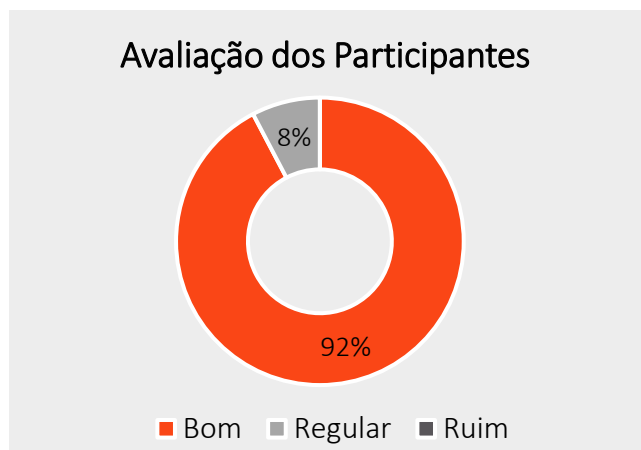
Conforme descrito anteriormente, ao final do evento os participantes foram direcionados para uma pesquisa de satisfação sobre o II Encontro GNA. Visto que o evento foi virtual, e a resposta à pesquisa foi solicitada após a sua finalização, utilizando os recursos da plataforma Zoom Webinar, as perguntas foram simplificadas em relação ao questionário aplicado no I Encontro GNA.

Foi solicitado aos participantes que dessem sua avaliação a respeito de 03 aspectos do Encontro, sendo eles:

1. O que você achou do Encontro Comunitário Virtual GNA?
2. O que você mais gostou no Encontro Virtual?
3. O que você acha que poderia melhorar?

Para a primeira pergunta, o participante tinha que responder obrigatoriamente a uma das opções: **Bom**, **Regular** ou **Ruim**. Para as demais perguntas, o espaço era aberto para que os participantes pudessem dar sua opinião a respeito do evento.

Dos 29 participantes do evento, 13 preencheram o questionário. Os resultados mostram que a avaliação do evento foi majoritariamente positiva, com satisfação de 100% dos respondentes, com 12 deles considerando-o "Bom" e 01 deles considerando-o "Regular". O participante que avaliou o evento como "Regular" não deixou sua opinião sobre o que poderia melhorar. Todas as respostas foram anônimas.



Em relação às questões abertas, o que os participantes gostaram mais foi de conhecer tudo o que ocorreu no último ano, destacando o andamento das obras, os indicadores de segurança do trabalho e projetos socioambientais e de investimento social desenvolvidos, além da abertura de espaço para perguntas. Abaixo, alguns trechos dessas manifestações:

*"(...) saber que a GNA é uma empresa que se preocupa em com o meio ambiente, com a população, e responde às perguntas de forma simples e objetiva."*

*"Foi falada muita coisa importante passando pra população informações que mesmo com a pandemia os trabalhos não pararam, foi feito com cuidado e prevenção não colocando a vida de nenhum funcionário em risco. Sempre admirei esse cuidado que a empresa tem com seus funcionários."*

*"Conhecer a estrutura e tantos Projetos Maravilhosos desenvolvidos pela Empresa junto aos parceiros! Me encantou perceber o engajamento e a satisfação de todos!"*

De forma geral, o “**II Encontro GNA**” continuou com a sua função de levar à comunidade de São João da Barra informações referentes ao que tem sido realizado pela GNA na região e quais as perspectivas de futuro dentro do que a empresa se propões a fazer, respeitando suas estratégias e limites de atuação.



## FALE COM A GNA

A GNA possui canais de comunicação gratuitos para falar com as comunidades. Em caso de dúvidas, sugestões, elogios ou reclamações, entre em contato por meio dos canais abaixo:

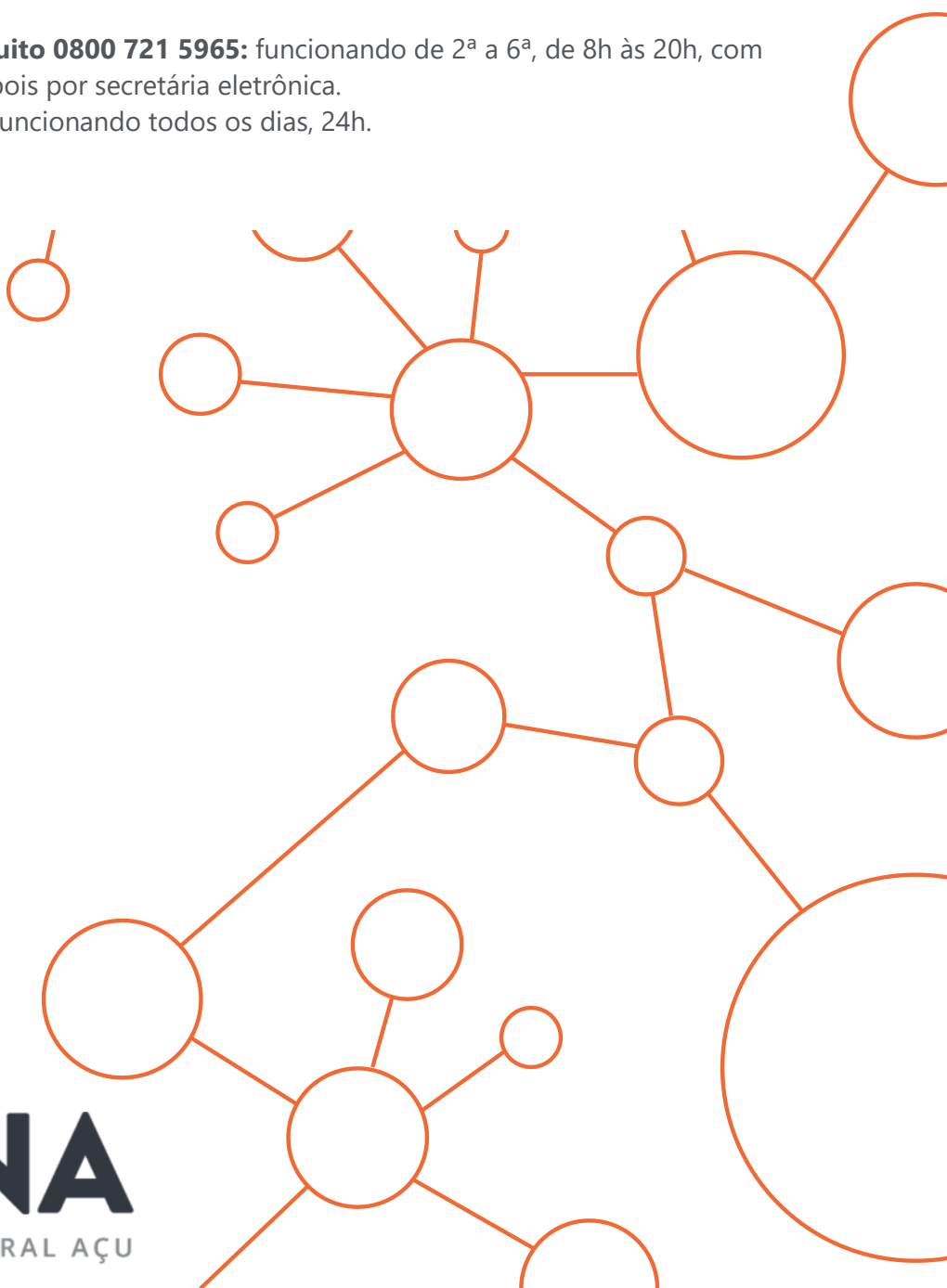
- **Telefone Gratuito 0800 591 2094:** funcionando de 2ª a 6ª, de 8h às 20h, com atendente. Depois por secretária eletrônica.
- **E-mail:** [gna@canalconfidencial.com.br](mailto:gna@canalconfidencial.com.br)
- **Site:** [canalconfidencial.com.br/gna](http://canalconfidencial.com.br/gna)
- **Caixas de Sugestão em 05 comunidades** (Barcelos, Barra do Açu, Cajueiro, Amparo e Mato Escuro): fichas recolhidas semanalmente e respondidas em até 10 dias úteis

**Canal de Denúncia** (suspeitas ou violações ao Código de Conduta da GNA, Regulamentos e Leis)

- **Telefone Gratuito 0800 721 5965:** funcionando de 2ª a 6ª, de 8h às 20h, com atendente. Depois por secretária eletrônica.
- **E-mail e site:** funcionando todos os dias, 24h.



**GNA**  
GÁS NATURAL AÇU





## FORÇA FEMININA ESTÁ CADA VEZ MAIS PRESENTE NA GNA



COLABORADORAS DA GNA

### MULHERES SÃO 48% DO QUADRO FUNCIONAL DA GÁS NATURAL AÇU, QUE DESENVOLVE DIVERSAS AÇÕES DE VALORIZAÇÃO E INCLUSÃO

Em um mundo ainda marcado pelas desigualdades, a GNA assumiu o compromisso com a diversidade de gênero e a inclusão da força de trabalho feminina em seus projetos. Elas representam 48% do quadro total de funcionários próprios, sendo que 28% ocupam cargos de liderança. Já pela construção do empreendimento, passaram mais de 400 mulheres, cerca de 10% do efetivo contratado.

“Embora a diferença entre homens e mulheres ainda seja grande no mercado de trabalho, nós buscamos constantemente a igualdade e equidade de gênero, não só dentro da empresa, mas também no entorno do nosso projeto”, destaca Angela Serpa, head de RH da GNA.

Desde o início da sua construção, a empresa desenvolve diversas ações voltadas às mulheres. Durante os cursos do Programa de Qualificação Profissional, a GNA criou uma turma exclusiva de solda para o público feminino e contratou todas as alunas que se formaram. Também foram realizadas Oficinas de Empregabilidade exclusivas para mulheres; Roda de Conversa sobre Violência de Gênero, além do lançamento da websérie “Mulheres na Indústria” no Youtube.

### VÍDEO HOMENAGEIA MULHERES QUE MARCARAM A HISTÓRIA

Em comemoração pelo Dia Internacional da Mulher, celebrado no dia 8 de março, a GNA produziu um vídeo homenageando mulheres que marcaram a história do Brasil por sua luta contra a violência e em favor da igualdade e equidade de gênero.

Uma das homenageadas é a poetisa, escritora e jornalista sanjoanense Narcisa Amália de Campos. Nascida em 1852, ela foi a primeira mulher a trabalhar profissionalmente como jornalista e ficou conhecida por combater a opressão contra o público feminino e o regime escravista.

O vídeo, que destaca também personalidades como Chiquinha Gonzaga, Maria Quitéria, Enedina Marques e Maria da Penha, foi compartilhado com diversos públicos de Campos dos Goytacazes e São João da Barra.

O material também destaca serviços importantes que são oferecidos à população, como o telefone da Central de Atendimento à Mulher, para denúncias de qualquer tipo de violência, por meio do número 180.

### PROGRAMA DE COMBATE AO ASSÉDIO

Na busca por ações de combate à discriminação e à violência de gênero, a GNA também criou um Programa interno de combate ao assédio que foi reconhecido pela IFC (International Finance Corporation), membro do Grupo Banco Mundial.

De acordo com a instituição, a criação de um Código de Conduta que não tolera qualquer tipo de ato de violência e a estruturação de um sistema de gestão contra violência e assédio estão entre as ações de destaques realizadas pela GNA. A IFC é uma das financiadoras da primeira usina termelétrica de 1,3 GW da GNA, que entrará em operação comercial nos próximos meses.



Vista aérea da UTE GNA I

## MULTINACIONAL SPIC BRASIL É A NOVA ACIONISTA DA GNA

A GNA tem uma nova acionista: a SPIC Brasil. Pelo acordo oficializado no dia 01/02, a empresa se une à Prumo, bp e Siemens, adquirindo 33% das térmicas GNA I e GNA II, além do interesse na participação de projetos de expansão do parque termelétrico, que é o maior da América Latina, com 3 GW de capacidade instalada.

Subsidiária da State Power Investment Corporation (SPIC), umas das cinco maiores geradoras de energia do mundo, a SPIC Brasil traz toda a sua experiência em estratégia de operação e gestão de projetos no Brasil.

Atualmente, a empresa possui ativos de geração de energia eólica e hídrica no estado da Paraíba e na divisa entre os estados de Minas Gerais e Goiás, que somam 1.768 MW. Ao adquirir participação nas UTEs GNA I e GNA II, seu potencial de geração de energia mais que duplica.

O acordo firmado entre as empresas fortalece a posição da GNA como destaque no crescente mercado de gás natural e energia brasileiro e um catalisador para a transição energética global.

### A SPIC BRASIL...

- É uma das maiores geradoras de energia do mundo.
- Entrou no Brasil, em definitivo, no ano de 2017.
- Está presente em 45 países.
- É um dos cinco principais grupos de energia na China, com capacidade total instalada de mais de 150 GW ao redor do mundo.
- Detém ativos de geração de energia eólica e hídrica na Paraíba e na divisa de Goiás com Minas Gerais.
- É formada quase em sua totalidade por brasileiros, com cerca de 200 funcionários.
- Tem uma mulher na presidência: Adriana Waltrick.
- Investe em cerca de 50 projetos sociais nas áreas onde atua.



# GNA SEGUE EM TESTES OPERACIONAIS DE SUA PRIMEIRA USINA TERMELÉTRICA

As obras da UTE GNA I estão prontas e as quatro turbinas passam pelos últimos testes antes do início da operação comercial, previsto para os próximos meses. Esta etapa é conhecida como comissionamento.

De janeiro a março, foram realizados com sucesso os testes de acendimento das três turbinas a gás. Conhecida como *first fire*, a operação contou com um rigoroso procedimento de segurança para garantir a integridade da equipe envolvida e a proteção ao meio ambiente.

“Alcançamos marcos importantíssimos para a GNA e, sem sombra de dúvidas, só foram possíveis graças ao trabalho de toda equipe envolvida no projeto. Só tenho a agradecer o empenho e o profissionalismo de cada uma das pessoas que passaram pelo nosso empreendimento em quase três anos de obras”, afirma Carlos Baldi, diretor de Implantação e Operação da GNA.

A UTE GNA I é composta por três turbinas a gás e uma turbina a vapor, que também está passando por testes. Em conjunto, elas irão operar em ciclo combinado e terão capacidade instalada de 1.338 MW, energia capaz de suprir 6 milhões de residências brasileiras.



UTE GNA I

## PROGRAMA AMBIENTAL DA GNA INSPIRA CRIAÇÃO DO LIVRO “O CASAMENTO NA RESTINGA”

Há muitas maneiras de se contar a história da RPPN Caruara. André Pinto escolheu a literatura. Com apoio da GNA, ele lançou o livro “O Casamento na Restinga”, que faz uma abordagem lúdica sobre a flora e a fauna da maior reserva de conservação do ecossistema de restinga do Brasil.

A obra foi inspirada no Projeto Preservação e Recuperação da Restinga, que é fruto do Programa de Educação Ambiental (PEA), desenvolvido desde 2018 pela GNA, com apoio da Prefeitura de São João da Barra. Entre 2019 e 2020, foi desenvolvido o curso de formação de Agentes Multiplicadores Ambientais, dando origem a três projetos pilotos que foram sendo colocados em prática pelas comunidades: Preservação e Recuperação da Restinga; Eco Roça; e Saneamento em Foco.

Além de apoiar o livro - cujo lançamento simbólico ocorreu no dia 11/02, no Espaço de Diálogo da GNA, em Cajueiro - a GNA patrocinou a impressão de 250 exemplares, que foram distribuídos entre os participantes dos projetos e para todas as escolas municipais sanjoanenses. A diagramação foi doada pela JGP, empresa de consultoria contratada pela GNA para execução do PEA.



LANÇAMENTO SIMBÓLICO DO LIVRO “O CASAMENTO NA RESTINGA” NO ESPAÇO DE DIÁLOGO

## O AUTOR

André Pinto é bacharel em Administração, técnico em turismo, pós-graduado em Museografia e Patrimônio Cultural, cofundador da ONG Ambiental COCIDAMA, membro da Academia Pedralva Letras e Artes, contador de histórias, escritor, poeta, contista e pesquisador de história local. Atua no Espaço da Ciência Maria de Lourdes Coelho Anunciação, em Atafona, como monitor e guia de turismo. Publicou, participou e colaborou com diversas obras literárias e esquetes locais. Também é voluntário, certificado pelo Canadian Wildlife Service no Programa Mundial USGS (Science for a Changing World). Tem artigos específicos sobre turismo, geologia e educação ambiental publicados em Seminários e Congressos brasileiros.

# TODOS CONTRA A COVID-19: PREVENÇÃO AINDA É O MELHOR REMÉDIO

A vacina contra a Covid-19 chegou e em breve estará acessível a todos os brasileiros. No entanto, ainda é preciso manter todos os cuidados para evitar a contaminação pelo novo coronavírus. Com atitudes simples no dia a dia, que são amplamente divulgadas há pelo menos um ano pelos veículos de comunicação, você pode se prevenir e proteger as pessoas que ama. Mais do que nunca precisamos estar todos no mesmo time: o da responsabilidade, em favor da vida.



**LAVE AS MÃOS COM FREQUÊNCIA.** Use água e sabão ou higienize com álcool em gel 70% por cerca de 30seg. Aumente a frequência quando você estiver no local de trabalho, ambiente público ou transporte coletivo.



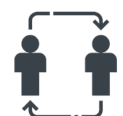
**CUBRA O NARIZ E A BOCA AO TOSSIR. OU ESPIRRAR.** Se não tiver um lenço, use a parte interna do cotovelo.



**PROTEJA OLHOS, NARIZ E BOCA** - Só toque nessas partes do rosto depois de higienizar as mãos.



**USE MÁSCARA** - em todos os ambientes. As máscaras funcionam como uma barreira física, protegendo você contra a saída de gotículas de saliva de outras pessoas que possam estar contaminadas.



**MANTENHA DISTÂNCIA** - Nos locais públicos, mantenha distância de 1,5 metro de outras pessoas. Evite abraços, beijos e apertos de mão. Pode sorrir à vontade!



**HIGIENIZE O CELULAR** - com frequência, usando álcool em gel 70%. Isso vale para os brinquedos das crianças e outros objetos usados com frequência.



**NÃO COMPARTILHE OBJETOS** de uso pessoal, como toalhas, pratos, copos e talheres.

**SE ESTIVER DOENTE, EVITE CONTATO** próximo com outras pessoas, principalmente se forem idosos e doentes crônicos. Informe-se por telefone ou pelos canais de saúde on-line sobre o que fazer e que unidade procurar.

**Cuide-se!**



## Fale com a GNA

Nossos canais de comunicação continuam ativos para ouvir você!

*Apenas o Espaço de Diálogo está temporariamente indisponível, por medidas de saúde e segurança*

 **0800 591 2094**

*Ligação gratuita.*

 [canalconfidencial.com.br/dialogocomacomunidade](https://canalconfidencial.com.br/dialogocomacomunidade)

## Caixas de sugestões nas localidades:

- Amparo: Padaria do Amparo
- Barcelos: Stilo supermercado
- Barra do Açú: Mini Mercado Hortifruti Tucano
- Cajueiro: Machado Mercaria
- Mato Escuro: Supermercado Carreirinha

## Canal de Denúncia

 **0800 721 5965**

*Ligação gratuita.*

 [www.canaldedenuncia.com.br/gna](https://www.canaldedenuncia.com.br/gna)

 [gna@canaldedenuncia.com.br](mailto:gna@canaldedenuncia.com.br)

## EXPEDIENTE

Informativo trimestral da GNA – Gás Natural Açú  
Distribuição gratuita

Responsáveis técnicos: Carla Assemany, Neriton Toledo, Thais Ximenes e Bianca Oliveira.

Projeto gráfico e diagramação: DTP PUBLICIDADE

Tiragem: 2 mil exemplares

---

Gás Natural Açú-  
GNA

---

# RELATÓRIO DA 2ª PESQUISA AMOSTRAL DE PERCEPÇÃO

## RELATÓRIO FINAL

Janeiro de 2021- Revisão 01

---



JGP Consultoria e  
Participações Ltda.

Rua Américo Brasiliense, 615  
CEP 04715-003-São Paulo- SP  
[www.jgpconsultoria.com.br](http://www.jgpconsultoria.com.br)



## SUMÁRIO

<b>1   Apresentação</b>	<b>7</b>
<b>2 Objetivo</b>	<b>8</b>
2.1 Objetivos Específicos	8
<b>3   Metodologia da Pesquisa</b>	<b>8</b>
3.1 Pesquisa Amostral Aleatória	10
3.2 Pesquisa Qualitativa por Grupos Focais	16
<b>4   Aplicação da Pesquisa</b>	<b>18</b>
4.1 Preparação	18
<b>5   Cronograma</b>	<b>18</b>
<b>6   Análise Quantitativa e Qualitativa dos Dados</b>	<b>19</b>
6.1 Resultados Gerais da Pesquisa	19
6.2 Resultados da pesquisa por grupos de interesse	77
6.3 Resultados da pesquisa qualitativa	106
<b>7   Considerações</b>	<b>127</b>
<b>8   Equipe Técnica</b>	<b>130</b>
<b>Anexos</b>	<b>131</b>
Anexo 1 – Plano de Trabalho Pesquisa de Percepção	132
Anexo 2 – Questionários Preenchidos da Colônia Z19	133
Anexo 3 – Questionários Preenchidos da Colônia Z1	134
Anexo 4 – Questionários Preenchidos da Colônia Z2	135
Anexo 5 – Questionário Pesquisa por Amostragem Aleatória	136
Anexo 2 – Questionário Pesquisa por Grupos Focais	144
Anexo 3 – Protocolo COVID-19	150

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - População nas Localidades incluídas na Pesquisa de Percepção.....	12
Tabela 2 - Cronograma de aplicação da Pesquisa de Percepção .....	18
Tabela 3 - Local de moradia dos entrevistados .....	21
Tabela 4 - Local de nascimento dos entrevistados .....	22
Tabela 5 - Tempo que reside no local.....	23
Tabela 6 - Quantidade de pessoas residentes no imóvel .....	24
Tabela 7 - Quantidade de pessoas residentes / quantidade que trabalha atualmente (tabulação cruzada) – 2ª pesquisa de percepção.....	25
Tabela 8 – Quantidade de pessoas residentes / quantidade que trabalhava na época (tabulação cruzada) - 1ª pesquisa de percepção.....	25
Tabela 9 – Quantidade de pessoas que trabalha atualmente / quantidade que possui trabalho fixo (tabulação cruzada) – 2ª pesquisa de percepção.....	26
Tabela 10 - Quantidade de pessoas que trabalhava / quantidade que possuía trabalho fixo (tabulação cruzada) - 1ª pesquisa de percepção.....	26
Tabela 11 - Quantidade de pessoas entrevistadas segundo gênero .....	27
Tabela 12 - Quantidade de pessoas entrevistadas segundo faixa etária.....	27
Tabela 13 - Escolaridade das pessoas entrevistadas .....	28
Tabela 14 - Faixa de renda média mensal da família dos entrevistados.....	30
Tabela 15 - Ocupação atual dos entrevistados.....	31
Tabela 16 - Atuação em alguma organização social .....	33
Tabela 17 - Principal veículo utilizado para se atualizar de notícias da região .....	33
Tabela 18 - Com qual equipamento você acessa à internet / Você possui acesso próprio à internet (tabulação cruzada) .	35
Tabela 17 - Já ouviram falar da GNA.....	36
Tabela 18 - Como tomou conhecimento da empresa (múltipla escolha) .....	37
Tabela 21 - Sabe dizer o que a GNA produz .....	39
Tabela 22 - Caso saiba o que a GNA produz, indicar qual opção .....	40
Tabela 23 - Saberá dizer quais desses projetos são da GNA	42
Tabela 24 – Sabe em que fase o projeto da GNA se encontra .....	42
Tabela 25 - Costuma ler ou dar atenção aos materiais de divulgação ou propaganda que recebe na rua ou em casa ..	43
Tabela 26 – Motivo pelo qual deram atenção aos materiais	44

Tabela 27 - Entre os materiais que leu, algum chamou sua atenção.....	45
Tabela 28 - Teve acesso a algum tipo de material impresso da GNA ou de alguma empresa prestadora de serviços (Andrade Gutierrez, Acciona, Alubar) .....	49
Tabela 29 - Dentre os canais usualmente disponibilizados para comunicação com as empresas, qual você consideraria o mais eficiente?.....	50
Tabela 30 - Em quais ocasiões poderia utilizar esses canais	51
Tabela 31 - Você sabe que a empresa GNA possui algumas formas de você entrar em contato com ela? .....	52
Tabela 32 - Formas de entrar em contato com a GNA.....	53
Tabela 33 - Como você tomou conhecimento da existência desses canais de comunicação da GNA? .....	55
Tabela 34 - Você já usou algum dos canais de comunicação da GNA? .....	55
Tabela 35 - Teve conhecimento de alguma atividade feita por uma empresa do porto.....	56
Tabela 36 - Você teve conhecimento de alguma atividade realizada pela GNA? .....	57
Tabela 37 - Como você ficou sabendo da realização destas atividades? .....	58
Tabela 38 - Opinião sobre a divulgação das atividades realizadas.....	59
Tabela 39 - Você já participou de alguma atividade realizada pela GNA?.....	60
Tabela 40 - Teve conhecimento de ações realizadas pela GNA para preservação do meio ambiente.....	61
Tabela 41 - Acha a GNA uma empresa responsável .....	61
Tabela 42 - Conhece alguém que trabalha no porto .....	63
Tabela 43 - Viu a divulgação de vagas de emprego no Porto em algum local .....	64
Tabela 44 – Local em que a divulgação de vagas de emprego no Porto foi visualizada .....	65
Tabela 45 – Já conhece alguém que trabalha na GNA ou em uma empresa que presta serviço .....	66
Tabela 46 - Quais desses canais são oficiais para se candidatar a vagas na GNA ou subcontratadas (Andrade Gutierrez, Acciona, Alubar) .....	67
Tabela 47 - Você considera que a vinda da empresa GNA para o Porto do Açú aumentou as oportunidades de emprego para os moradores da região.....	68
Tabela 48 - Conhece o Comitê de Ações Humanitárias da Porto do Açú.....	71
Tabela 49 - Sabe quais empresas integram o Comitê de Ações Humanitárias da Porto do Açú .....	71

Tabela 50 - Quais empresas integram o Comitê de Ações Humanitárias da Porto do Açú .....	71
Tabela 51 - Conhece alguma destas ações desenvolvidas pela GNA .....	72
Tabela 52 – De 0 a 10, que nota daria para a GNA.....	76
Tabela 53 - População nas Localidades incluídas na Pesquisa de Percepção – Grupo 1 .....	77
Tabela 54 - População nas Localidades incluídas na Pesquisa de Percepção – Grupo 2 .....	83
Tabela 55 - População nas Localidades incluídas na Pesquisa de Percepção – Grupo 3 .....	87
Tabela 56 – População nas Localidades incluídas na Pesquisa de Percepção – Grupo 4 .....	93
Tabela 57 – População nas Localidades incluídas na Pesquisa de Percepção – Grupo 5 .....	99

### LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Localidades a integrarem a amostra da Pesquisa Amostral Aleatória.....	10
Quadro 2 - Localidades a integrarem a amostra da Pesquisa Qualitativa por Grupos Amostrais .....	16
Quadro 3 - Assuntos que estavam nos materiais que chamou a atenção dos entrevistados – 2ª Pesquisa .....	46
Quadro 4 - Assuntos que estavam nos materiais que chamou a atenção dos entrevistados – 1ª Pesquisa .....	46

### LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Grupos de localidades segundo critérios de distância e engajamento.....	8
Figura 2 – Comunidades de interesse da 2ª Pesquisa de Percepção.....	9
Figura 3 – Mapa Geral de Aplicação da 2ª Pesquisa de Percepção.....	20
Figura 4 – Local de moradia dos entrevistados .....	21
Figura 5 - Local de nascimento dos entrevistados.....	23
Figura 6 – Tempo que reside no local.....	24
Figura 7 – Pessoas entrevistadas segundo gênero .....	27
Figura 8 – Pessoas entrevistadas segundo faixa etária.....	28
Figura 9 – Escolaridade das pessoas entrevistadas .....	29
Figura 10 – Faixa de renda média da família dos entrevistados .....	31
Figura 11 – Ocupação atual dos entrevistados.....	32
Figura 12 – Principal veículo utilizado para se atualizar de notícias da região .....	34
Figura 13 – Já ouviram falar da GNA .....	36

Figura 14 – Como tomou conhecimento sobre a empresa ..	38
Figura 15 – Sabe dizer o que a GNA produz .....	40
Figura 16 –Indicação sobre o que a GNA produz .....	41
Figura 17 – Costuma ler ou dar atenção aos materiais de divulgação ou propaganda .....	44
Figura 18 – Motivo pelo qual deram atenção aos materiais	45
Figura 19 – Melhor forma da comunidade receber informações.....	48
Figura 20 – Teve acesso a algum tipo de material impresso da GNA .....	49
Figura 21 – Canais de comunicação com as empresas que consideram mais eficientes .....	51
Figura 22 – Sabem que a empresa GNA possui algumas formas de entrar em contato .....	53
Figura 23 – Formas de entrar em contato com a GNA indicadas .....	54
Figura 24 – Teve conhecimento de alguma atividade feita por uma empresa do porto.....	56
Figura 25 – Teve conhecimento de alguma atividade realizada pela GNA.....	58
Figura 26 – Opinião sobre a divulgação das atividades realizadas.....	60
Figura 27 – Conhece alguém que trabalha no porto .....	63
Figura 28 – Viu a divulgação de vagas de emprego no Porto em algum local .....	64
Figura 29 – Local em que a divulgação de vagas de emprego no Porto foi visualizada .....	65
Figura 30 – Conhece alguém que trabalha na GNA ou em uma de suas empresas prestadoras de serviços .....	66
Figura 31 – Canais oficiais que conhecem para se candidatar a vagas na GNA ou subcontratadas.....	68
Figura 32 – Consideram que a vinda da empresa GNA para o Porto do Açu aumentou as oportunidades de emprego para os moradores da região .....	69
Figura 33 – Conhecem alguma destas ações desenvolvidas pela GNA.....	73
Figura 34 –Notas atribuídas à GNA.....	77
Figura 35 - Aplicação da Pesquisa – Grupo 1 – Barra do Açu	78
Figura 36 - Registro Fotográfico da aplicação da pesquisa...	82
Figura 37 - Aplicação da Pesquisa – Grupo 2 - Mato Escuro e Água Preta .....	83
Figura 38 - Registro Fotográfico da aplicação da pesquisa...	87
Figura 39 - Aplicação da Pesquisa – Grupo 3 - Pipeiras, Vila da Terra e Sabonete/Cazumbá .....	88
Figura 40 - Registro Fotográfico da aplicação da pesquisa...	92
Figura 41 - Aplicação da Pesquisa – Grupo 4 – Cajueiro e Barcelos .....	94

Figura 42 - Registro Fotográfico de aplicação da pesquisa...	99
Figura 43 - Aplicação da Pesquisa – Grupo 5 – Grussaí, Sede de São João da Barra e Atafona.....	100
Figura 44 - Registro Fotográfico da aplicação da pesquisa.	105
Figura 45 – Farol de São Tomé/Campos de Goytacazes – Local da pesquisa com pescadores da Colônia de Pesca Z19 .....	108
Figura 46 - Registro Fotográfico da aplicação da pesquisa.	113
Figura 47 – Gargaú/São Francisco de Itabapoana-RJ – Local da pesquisa com pescadores da Colônia de Pesca Z1 .....	114
Figura 48 - Registro Fotográfico da aplicação da pesquisa.	120
Figura 49 – Gargaú/São Francisco de Itabapoana-RJ – Local da pesquisa com pescadores da Colônia de Pesca Z2 .....	121
Figura 50 - Registro Fotográfico da aplicação da pesquisa.	126

## 1 | APRESENTAÇÃO

Desde março de 2018, a GNA assumiu os esforços de engajamento direto e fortaleceu seu relacionamento com as principais partes interessadas do Complexo Termoelétrico Gás Natural Açú de maneira estratégica. O foco principal tem sido o diálogo transparente com moradores e representantes das comunidades localizadas no quinto distrito do município de São João da Barra, a área de influência direta do projeto.

A GNA elaborou o Plano de Engajamento de Partes Interessadas (*Stakeholders Engagement Plan – SEP*) que tem como objetivo geral garantir relacionamentos frutíferos e mutuamente benéficos com os principais grupos de interesse locais, estabelecendo e mantendo um envolvimento harmonioso que forma a base da Licença Social de Operação do Projeto (SLO).

Esse plano determina os mecanismos necessários para obter uma associação efetiva com os principais grupos de interesse da GNA, identificados e atualizados periodicamente na Matriz de Partes Interessadas. Dessa forma, deve ser incentivada a divulgação de informações relevantes e a verificação do retorno que essa divulgação suscitou nas partes interessadas, a fim de reduzir os riscos sociais que possam surgir de mal-entendidos ou desconfiança.

Essencialmente, as ações de engajamento objetivam evitar expectativas fora da realidade ou percepções negativas e aumentar a percepção social positiva em relação ao Projeto GNA. Assim, é importante avaliar o nível de informação que os membros da comunidade percebem estar disponível sobre o Projeto, com base em pesquisas anuais de percepção conduzidas de forma independente e aplicadas a uma parcela estatisticamente significativa da população selecionada aleatoriamente na Área de Influência Direta.

No final de 2019, no mês de outubro, foi realizada a 1ª Pesquisa de Percepção com a população residente na área de influência do Complexo Termoelétrico Gás Natural Açú e, em outubro de 2020, foi realizada a 2ª Pesquisa de Percepção, conforme plano de trabalho aprovado e apresentado no **Anexo 1**.

Este relatório apresenta os resultados desta segunda pesquisa de percepção que tem a finalidade de mensurar a percepção das partes interessadas sobre o empreendimento e as informações divulgadas, a fim de verificar o grau de absorção dessas informações prestadas para a comunidade, atendendo ao que está especificado no indicador de desempenho específico do Plano de Engajamento de Partes Interessadas (*Stakeholders Engagement Plan – SEP*).

## 2 | OBJETIVO

Avaliar a percepção que a população localizada nas comunidades da área de influência direta do Complexo Termoelétrico Gás Natural Açú, no município de São João da Barra, tem a seu respeito, visando os seguintes aspectos:

1. Nível de conhecimento sobre o empreendimento e sobre o empreendedor;
2. Nível de conhecimento sobre os programas socioambientais desenvolvidos em função do empreendimento;
3. Nível de participação em atividades realizadas por outros programas socioambientais.

### 2.1 Objetivos Específicos

Os objetivos específicos da Pesquisa de Percepção incluem:

1. Obter o nível de conhecimento do público de interesse sobre a GNA e o projeto do Complexo Termoelétrico Gás Natural Açú;
2. Obter informações sobre a percepção que o público de interesse tem sobre a empresa;
3. Levantar informações sobre o público de interesse;
4. Mapear a percepção da comunidade em relação aos impactos das atividades desenvolvidas pela GNA;
5. Identificar características dos públicos não alcançados pelas ações já desenvolvidas pela empresa;
6. Identificar quais lacunas informativas o público de interesse possui sobre o empreendimento;
7. Fornecer dados para subsidiar ações fundamentadas em outros compromissos assumidos pela empresa, seja no contexto de Licenciamento Ambiental ou financiamento do projeto.

## 3 | METODOLOGIA DA PESQUISA

A 1ª Pesquisa de Percepção foi realizada em outubro de 2019, envolvendo **14 localidades** divididas em **6 grupos**, seguindo um critério de distanciamento em relação ao projeto e adoção de estratégias similares de engajamento.

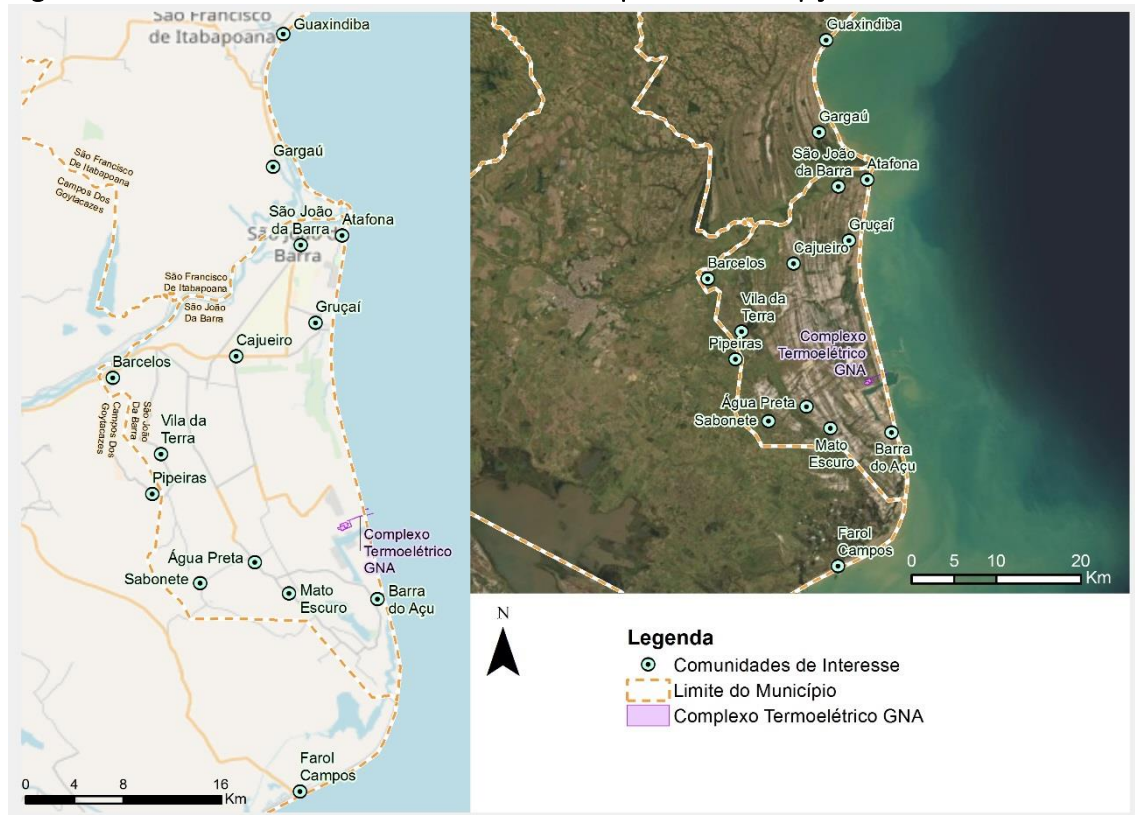
**Figura 1 - Grupos de localidades segundo critérios de distância e engajamento**

Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4	Grupo 5	Grupo 6
- Barra do Açú	- Mato Escuro - Água Preta	- Pipeiras - Vila da Terra - Sabonete / Cazumbá	- Cajueiro - Barcelos	- Grussaí - Sede de São João da Barra - Atafona	- Farol de São Tomé - Guargaú - Guaxindiba



Abaixo, na **Figura 1**, é possível visualizar as comunidades público-alvo da 2ª pesquisa.

**Figura 2 – Comunidades de interesse da 2ª Pesquisa de Percepção**



Ao todo, foram aplicadas **397 entrevistas**, das quais **71,5%** estiveram concentradas nos **Grupos 5 e 6**, que representam as localidades mais distantes em relação ao projeto, porém mais populosas.

A partir da realização da 1ª Pesquisa de Percepção, foi possível fazer uma análise crítica em relação à metodologia adotada, o que possibilitou a identificação de oportunidades de melhoria. Dentre elas está a adoção de uma metodologia alternativa para avaliar a percepção do **Grupo 6**.

O **Grupo 6** é composto pelas localidades de Farol de São Tomé, em Campos dos Goytacazes; e Gargaú e Guaxindiba, em São Francisco do Itabapoana. Tais localidades foram abrangidas pela Pesquisa de Percepção pelo fato de abrigarem um público-alvo específico do projeto, os **pescadores**.

A atuação junto aos pescadores ocorre no contexto do licenciamento ambiental do Terminal GNL e dos compromissos assumidos junto às instituições financiadoras do projeto (*Fisher Management Plan*), não havendo realização / previsão de engajamento com outro público-alvo nessas localidades.

Tomando como base as seguintes considerações:

- As atividades de engajamento voltadas às localidades do Grupo 6 estão restritas ao público-alvo composto por pescadores
- A área de influência composta por essas localidades não será abrangida por nenhum dos componentes previstos para serem instalados no contexto do Complexo Termoelétrico GNA
- Não haverá prejuízo da comparabilidade entre a 1ª e 2ª Pesquisas de Percepção;

Feitas essas considerações, foi proposta a remoção do Grupo 6 da pesquisa com amostragem aleatória e a realização de uma pesquisa qualitativa junto a grupos focais compostos por pescadores.

Ressalta-se que o público da pesca também está presente na localidade de Atafona, que será abrangida pela metodologia da Pesquisa Amostral Aleatória por fazer parte da área de influência do projeto, estando localizada no município de São João da Barra. Visto que as duas metodologias são complementares, porém independentes, ficou subentendido que não haveria qualquer tipo de comprometimento dos resultados na adoção desta abordagem.

No que diz respeito à comparabilidade entre a 1ª e 2ª Pesquisas de Percepção, as duas amostras foram independentes e, para a realização de interpretações adequadas sobre elas, foram utilizados seus respectivos testes de significância (ou teste de hipóteses), de acordo com o tipo de variável a ser analisada.

Por sua vez, a Pesquisa Qualitativa por Grupos Focais teve o objetivo de permitir a compreensão, de forma mais aprofundada, das impressões e opiniões dos pescadores acerca do empreendimento e ações realizadas.

## 3.1 Pesquisa Amostral Aleatória

### 3.1.1 Definição da Amostra

A amostra foi definida para o universo da população da área de influência dos empreendimentos da GNA, que inclui o município de São João da Barra, abrangendo as seguintes localidades:

**Quadro 1 - Localidades a integrarem a amostra da Pesquisa Amostral Aleatória**

Município	Localidade
São João da Barra	Barra do Açú
	Mato Escuro
	Água Preta
	Pipeiras
	Vila da Terra
	Cajueiro
	Atafona

**Quadro 1 - Localidades a integrarem a amostra da Pesquisa Amostral Aleatória**

Município	Localidade
	Grussaí
	Barcelos
	Sede de São João da Barra
	Sabonete/Cazumbá SJB

De acordo com informações obtidas por meio de Setores Censitários do IBGE (Censo Demográfico de 2010), foi possível estimar a população de cada uma das localidades objeto da Pesquisa de Percepção, cuja totalidade corresponde a aproximadamente 31.500 habitantes.

Para este Universo, superior a 10.000 habitantes, adotou-se a seguinte equação para a definição da amostra, segundo procedimento padrão de pesquisa de opinião:

$$n = \frac{p \times q \times z^2}{e^2}$$

Onde:

**n** = tamanho da amostra

**p** = probabilidade da ocorrência de respostas favoráveis a uma alternativa

**q** = probabilidade de ocorrência de respostas desfavoráveis a uma alternativa (1 – p)

**e** = erro admitido

**z** = grau de confiança da Amostra

#### Definição do p

Para fins de definição da variável **p**, considerou-se o cenário mais conservador, no qual não se tem informações a respeito do grau conhecimento dos entrevistados no que diz respeito ao projeto da GNA. Neste contexto, foi adotado o valor p de 0,5, ou seja, de 50% e, conseqüentemente, q = 0,5.

#### Definição do z

Visto que a amostra foi reduzida à área de influência do projeto (em comparação à amostra da 1ª Pesquisa de Percepção), o valor de **z** foi ajustado para 1,645, relativo a um Grau de Confiança de 90%.

#### Definição do e

Dada a estrutura das perguntas e a forma de aplicação da pesquisa em setores homogêneos, foi adotado para o Erro Admitido **e** o valor de 0,05, ou seja 5%.

Portanto, a amostra será composta de:

$$n = \frac{0,5 \times 0,5 \times (1,645)^2}{0,05^2} = \frac{0,9604}{0,0025} = 270,60 \text{ pessoas}$$

Desta forma, por aproximação, foi adotada a amostra de 270 pessoas, cuja distribuição foi realizada de acordo com a quantidade de população residente nas localidades da área de influência do empreendimento, conforme está descrito a seguir.

### 3.1.2 Distribuição da Amostra

A distribuição da amostra foi feita seguindo como critério para estratificação a proporcionalidade da população das localidades em relação à população total.

Tais localidades foram agrupadas em 5 Grupos, ao invés de 6, como justificado anteriormente, de acordo com características semelhantes como distância em relação ao projeto, impactos e características socioeconômicas, sendo Barra do Açu a localidade mais próxima e Atafona a localidade mais distante. O agrupamento das localidades a partir desses critérios permite um melhor entendimento da percepção da comunidade na etapa posterior de análise.

A **Tabela 1** apresenta o resultado da distribuição de entrevistas entre as localidades oriundo dos critérios anteriormente descritos.

**Tabela 1 - População nas Localidades incluídas na Pesquisa de Percepção**

Grupo	Localidade	Pessoas Residentes*	Porcentagem da população	Quantidade de entrevistas
1	Barra do Açu	1.952	6,2%	17
	<b>Total</b>	<b>1.952</b>	<b>6,2%</b>	<b>17</b>
2	Mato Escuro	1.499	4,7%	13
	Água Preta			
	<b>Total</b>	<b>1.499</b>	<b>4,7%</b>	<b>13</b>
3	Pipeiras	1.688	5,4%	15
	Vila da Terra	380	1,2%	3
	Sabonete/Cazumbá	1.818	5,8%	16
	<b>Total</b>	<b>3.886</b>	<b>12,4%</b>	<b>33</b>
4	Cajueiro	1.401	4,5%	12
	Barcelos	3.187	10,1%	27
	<b>Total</b>	<b>4.588</b>	<b>14,6%</b>	<b>39</b>
5	Grussaí	6.143	19,5%	53
	Sede de São João da Barra	8.356	26,5%	72
	Atafona	5.074	16,1%	43
	<b>Total</b>	<b>19.573</b>	<b>62,1%</b>	<b>168</b>
	<b>Total Geral</b>	<b>46.329</b>	<b>100,0%</b>	<b>270</b>

(\*) Fonte: IBGE. Censo demográfico 2010: agregados por Setores Censitários dos resultados do universo.

O sorteio dos entrevistados foi realizado de forma que houvesse uma distribuição homogênea em relação à área geográfica anteriormente definida, a fim de que as opiniões emitidas fossem proporcionais ao total da população de cada localidade pesquisada.

Além disso, a distribuição de renda foi considerada relativamente homogênea para as faixas de renda até 5 salários mínimos, levando-se em conta as características sociais da população dos bairros e, por isso, não foi adotada para definição da distribuição da amostra.

Cada quota dos segmentos foi dividida em grupos etários predefinidos, distribuídos em 50% de pessoas do sexo masculino e 50% de pessoas do sexo feminino.

### 3.1.3 Critério para Seleção dos Entrevistados

A escolha das pessoas a serem entrevistadas foi feita em duas fases. A primeira compreendeu a definição da quantidade de residências / construções existentes em cada localidade, a qual foi feita a partir de contagem em imagem de satélite. As áreas trabalhadas foram selecionadas considerando os limites aproximados das localidades, estes definidos pela delimitação dos setores censitários.

Uma vez definida a quantidade de construções em cada localidade, este valor foi dividido pelo número de entrevistas a serem realizadas no local, conforme **Tabela 1**. Esta razão foi utilizada como intervalo de residências no momento das entrevistas (Exemplo: se a razão entre número de residências e entrevistas for de 25, será realizada 1 entrevista a cada 25 casas). Assim, o sorteio dos domicílios para realização das entrevistas foi obtido por meio da contagem das edificações, partindo do centro ou de uma das pontas da localidade.

Todos os domicílios visitados foram arrolados, mesmo que não qualificados para a entrevista, contendo informações referentes ao contato: localização por GPS, código da entrevista e a caracterização da entrevista por meio de uma questão que indaga se a pessoa aceita responder à pesquisa. No caso de aceitação, a entrevista foi realizada; no caso de recusa, esta foi registrada, assim como a ausência do entrevistado qualificado, e ausência de qualquer outra pessoa no domicílio no momento.

Nos casos de ausência do entrevistado qualificado, de não haver pessoa alguma na casa, de recusa ou interrupção da entrevista, o domicílio foi substituído pela unidade seguinte.

Nas casas selecionadas, o questionário pôde ser respondido por qualquer membro da família residente no local, desde que maior de 18 anos.

Cada pesquisador levou consigo a quantidade de quotas definidas para cada localidade, um quadro demonstrativo do número de alternativas para cada um dos estratos de definição da amostra – sexo e idade – a fim de extrapolar as quantidades nela contidas - e uma folha de arrolamento, onde foram especificadas as diferentes situações que foram encontradas no campo, como por exemplo: não encontrar pessoas no domicílio, o prédio estar sendo utilizado por comércio ou outra atividade, ou a pessoa residente recusar-se a ser entrevistada.

### 3.1.4 Características das Perguntas

O roteiro do questionário foi formulado com perguntas curtas, de linguagem simples e de fácil entendimento, para assim abranger os distintos perfis que seriam entrevistados. Outro cuidado adotado durante a elaboração foi com o número de perguntas e o tempo de aplicação do roteiro, a fim de evitar que houvesse desistência antes de sua finalização.

Para esta pesquisa não foi necessária a realização de pré-teste, pois a pesquisa anterior forneceu informações importantes sobre as perguntas que forneceram dados consistentes, indicando aquelas que poderiam ser eliminadas e/ou reformuladas sem que isto causasse prejuízo aos resultados. Com base em uma análise criteriosa, o questionário foi ordenado em 51 perguntas, em sua maioria de estrutura fechada, subdivididas em nove blocos temáticos. Foram formuladas algumas perguntas abertas a fim de explorar de forma mais sensível e subjetiva as respostas que seriam prestadas, com foco em uma análise mais ampla.

Em alguns casos em que se fez necessário aprofundar o nível de informação prestada pelo entrevistado, “perguntas filtro” foram adotadas para impedir a aplicação de questionamentos sobre assuntos que o entrevistado não tivesse conhecimento e para não prejudicar a análise posterior.

As informações que se objetivou adquirir com a aplicação do questionário foram as seguintes:

- Perfil do entrevistado (15 perguntas): local de nascimento, local de moradia, há quanto tempo reside na região, quantas pessoas residem no imóvel, quantas pessoas trabalham, quantas possuem trabalho fixo, gênero, idade em faixa etária, nível de escolaridade, faixa de renda, ocupação, se atua em alguma organização social, principal veículo de comunicação local que utiliza, se possui acesso à internet e equipamento utilizado para este acesso;
- Empresa e Projeto (7 perguntas): se já ouviu falar sobre a GNA, como tomou conhecimento (em caso afirmativo), se sabe o que é produzido pela GNA, se sabe indicar quais produtos elencados são produzidos pela GNA, se sabe dizer quais dos projetos elencados são da GNA, se sabe em que fase do projeto está, de 0 a 10 que nota daria para a GNA;
- Materiais Informativos (4 perguntas): questiona se costuma ler materiais de divulgação, o que chama atenção (em caso afirmativo), qual a melhor forma de receber informações, se recebeu algum material impresso da GNA, qual material (em caso afirmativo);
- Canais de Comunicação (7 perguntas): questiona quais canais de comunicação disponibilizados pelas empresas considera o mais eficiente (com lista de canais de comunicação), em quais ocasiões poderia utilizar esses canais, se sabe que a GNA possui algumas formas de entrarem em contato com ela, se conhece algumas das formas elencadas para entrar em contato com a GNA, como tomou conhecimento (em caso afirmativo), se já utilizou algum dos canais de comunicação da GNA, qual dos fatores mencionados baseou a resposta;

- Realização de Atividades (5 perguntas): se teve conhecimento de alguma atividade realizada pelo Porto, se teve conhecimento de alguma atividade realizada pela GNA, como tomou conhecimento da atividade, opinião sobre a forma de divulgação da atividade, se já participou de alguma atividade realizada pela GNA;
- Ações Preventivas (2 perguntas): se teve conhecimento sobre ações da GNA no que diz respeito à preservação do meio ambiente e percepção quanto à responsabilidade ambiental da empresa;
- Empregabilidade (6 perguntas): se conhece alguém que trabalha no Porto, de teve conhecimento sobre a divulgação de vagas, se conhece alguém que trabalha na GNA ou demais empresas, grau de parentesco com a pessoas, conhecimento sobre canais oficiais para candidatura a vagas, se considera que a vinda da empresa para o Porto do Açú aumentou as oportunidades de emprego;
- Ações COVID-19 (3 perguntas): se ouviu falar sobre o Comitê de Ações Comunitárias da Porto do Açú, se sabe quais empresas fazem parte, conhecimento sobre as ações realizadas no contexto da prevenção e mitigação da COVID-19 realizadas pela GNA;
- Expectativa de futuro (2 perguntas): perguntas abertas a respeito do que o entrevistado espera com a instalação da empresa no Porto do Açú e se tem algo a comentar a respeito da GNA.

### 3.1.5 Tabulação e Análise de Dados

A coleta dos dados foi realizada por meio de uma ferramenta que propicia o preenchimento do formulário em um aplicativo (Coletum) compatível com computadores, celulares ou *tablets*. O uso desta ferramenta facilita a obtenção, validação e extração dos dados coletados, de modo a reduzir o tempo entre a coleta dos dados e a sua disponibilidade para geração de informações.

As informações coletadas em campo foram sincronizadas com a plataforma, mediante acesso à internet, onde os dados ficaram disponíveis para edição e/ou complementação. Após a conferência dos questionários, o banco de dados foi transportado para uma base no programa Excel do pacote Office da Microsoft, para tratamento (higienização, padronização, unificação e validação) dos dados obtidos em campo.

Por fim, um programa estatístico foi utilizado para a análise dos dados obtidos, com extração de frequências, porcentagens e demais análises estatísticas que se fizeram necessárias. A comparação entre os resultados da 1ª e 2ª Pesquisas de Percepção foi realizada por meio de testes de significância, ou testes de hipóteses.

## 3.2 Pesquisa Qualitativa por Grupos Focais

### 3.2.1 Definição do Grupo Focal

Os grupos focais para a realização da pesquisa qualitativa foram compostos por pescadores de cada uma das três colônias com as quais a GNA possui ações de engajamento: Z-01, Z-02 e Z-19.

**Quadro 2 - Localidades a integrarem a amostra da Pesquisa Qualitativa por Grupos Amostrais**

Município	Localidade	Colônia
São João da Barra	Atafona	Z-02
Campos dos Goytacazes	Farol de São Tomé	Z-19
São Francisco de Itabapoana	Gargaú	Z-01
	Guaxindiba	

Uma vez que não há informações oficiais disponíveis a respeito do número de membros associados a cada uma das colônias, sendo estes estimados em cerca de 900, adotou-se uma amostra referente a 5% da população, o que totaliza 45 pescadores, os quais foram divididos em 15 respondentes para cada colônia.

Para esta divisão, considerou-se que a proporção de pescadores participantes das atividades citadas é significativamente inferior àqueles não participantes. Entretanto, os pescadores não participantes são público-alvo de campanhas específicas relacionadas às fases de instalação do Terminal GNL, cuja percepção deve ser avaliada na pesquisa.

### 3.2.2 Características das Perguntas

As perguntas direcionadas aos grupos focais de pescadores estão relacionadas às atividades realizadas pela GNA com foco nesse público. Assim, os grupos de perguntas foram, praticamente, os mesmos abordados na pesquisa amostral aleatória, com exceção do grupo de “Empregabilidade”, porém com questões abertas e mais focadas. O questionário aplicado aos pescadores continha 31 perguntas, conforme pode ser constado no **Anexo 1** – Plano de Trabalho que contém esse instrumento em seu conteúdo.

As informações que se pretendeu obter com a aplicação do questionário foram as seguintes:

- Perfil do entrevistado (10 perguntas): Local de nascimento, local de moradia, gênero, faixa etária, nível de escolaridade, se a pesca é a principal fonte de renda, há quanto tempo exerce a profissão, se atua na colônia de pescadores ou outra organização, se tem acesso a internet e qual equipamento de acesso;



- Empresa e Projeto (3 perguntas): se já ouviu falar sobre a GNA, como tomou conhecimento (em caso afirmativo), se sabe dizer quais dos projetos elencados são da GNA;
- Materiais Informativos (2 perguntas): qual a melhor forma de receber informações, se recebeu algum material impresso da GNA, qual material (em caso afirmativo) e qual o conteúdo;
- Canais de Comunicação (4 perguntas): questiona se os canais de comunicação disponibilizados pelas empresas funcionam, se a comunidade utiliza e se acha que as empresas respondem, se conhece algumas das formas elencadas para entrar em contato com a GNA, como foi o atendimento (em caso afirmativo);
- Realização de Atividades (3 perguntas): se já participou de alguma atividade realizada pela GNA; em caso afirmativo, o que achou da atividade, se já ouviu falar no Fórum da Pesca, se sabe alguma coisa sobre ele, se sabe quais empresas fazem parte;
- Ações Preventivas (3 perguntas): se teve conhecimento sobre ações da GNA no que diz respeito à preservação do meio ambiente e percepção quanto à responsabilidade ambiental da empresa, se considera as empresas do Porto responsáveis;
- Ações COVID-19 (3 perguntas): se ouviu falar sobre o Comitê de Ações Comunitárias da Porto do Açú, se sabe quais empresas fazem parte, conhecimento sobre as ações realizadas no contexto da prevenção e mitigação da COVID-19 realizadas pela GNA;
- Expectativa de futuro (3 perguntas): perguntas abertas a respeito do que o entrevistado espera que a GNA, como empresa instalada no Porto do Açú, possa contribuir com a comunidade, se tem algo a comentar a respeito da GNA e, de 0 a 10, que nota daria para a GNA.

### 3.2.3 Tabulação e Análise de Dados

Dado que o questionário aplicado com os pescadores teve um caráter mais qualitativo, com perguntas abertas, a coleta dos dados foi realizada por meio do preenchimento manual das informações.

Os dados quantitativos foram tabulados por contagem e os qualitativos por meio dos temas principais e descrição dos comentários que se destacaram. Os questionários preenchidos podem ser consultados no **Anexo 2 – Colônia Z19**, **Anexo 3 – Colônia Z1** e **Anexo 4 – Colônia Z2**.

## 4 | APLICAÇÃO DA PESQUISA

### 4.1 Preparação

O trabalho de aplicação do questionário envolveu três especialistas da área social, que estavam munidos de celulares, carta de apresentação, crachá e mapas da região.

Um treinamento prévio à execução do trabalho foi realizado para fins de alinhamento do discurso e orientações de como conduzir as entrevistas. Para esta 2ª Pesquisa de Percepção, os pesquisadores também foram treinados em relação aos procedimentos de segurança relacionados à prevenção da COVID-19 (**Anexo 5**).

Antes de abordar as questões, o pesquisador iniciou a entrevista com sua apresentação e uma explicação objetiva do trabalho. Também orientou o entrevistado em relação ao uso da máscara e à manutenção do distanciamento durante a realização da pesquisa.

No geral, o questionário da pesquisa por amostragem aleatória foi elaborado com perguntas fechadas, o que facilita o esclarecimento da forma de perguntar as questões sem enviesar o assunto ou induzir a resposta do entrevistado.

Sobre as perguntas abertas, um maior cuidado foi tomado pelos pesquisadores para que o entrevistado não se desviasse do assunto de interesse, ao mesmo tempo que todas as manifestações referentes ao questionamento foram coletadas, com registro dos comentários e menções de maneira fidedigna ao que foi externalizado pelo entrevistado.

## 5 | CRONOGRAMA

A aplicação da 2ª Pesquisa de Percepção foi planejada para ocorrer entre os dias 19 e 30 de outubro de 2020, conforme cronograma apresentado na **Tabela 2**.

**Tabela 2 - Cronograma de aplicação da Pesquisa de Percepção**

Atividades	Setembro/20	Outubro/20	Novembro/20
Ajuste da metodologia e do questionário de aplicação			
Mobilização dos pesquisadores de campo			
Treinamento dos pesquisadores de campo			
Realização dos testes para COVID-19			
Aplicação dos questionários			
Adequação e análise de consistência das informações			
Tabulação dos dados			
Elaboração de relatório com os resultados obtidos			

## 6 | ANÁLISE QUANTITATIVA E QUALITATIVA DOS DADOS

A aplicação da pesquisa de percepção foi realizada em doze dias, no intervalo de 19 a 30 de outubro de 2020, por cinco pesquisadores, sendo que a tabulação e análise dos dados foi realizada por uma equipe de três pesquisadores especialistas sociais. A elaboração do relatório com os resultados foi conduzida por duas pesquisadoras especializadas em pesquisa social.

A análise dos resultados foi estruturada em um resumo executivo, que apresenta um apanhado geral do cenário, seguido pela divisão dos dados em seis grupos, compostos por localidades com características socioeconômicas similares, assim como a distância e os impactos que a elas são inferidos pelo empreendimento. Em seguida foram descritos os resultados gerais da pesquisa. A tabela abaixo sintetiza a disposição dos grupos e a distribuição final da amostra.

### 6.1 Resultados Gerais da Pesquisa

---

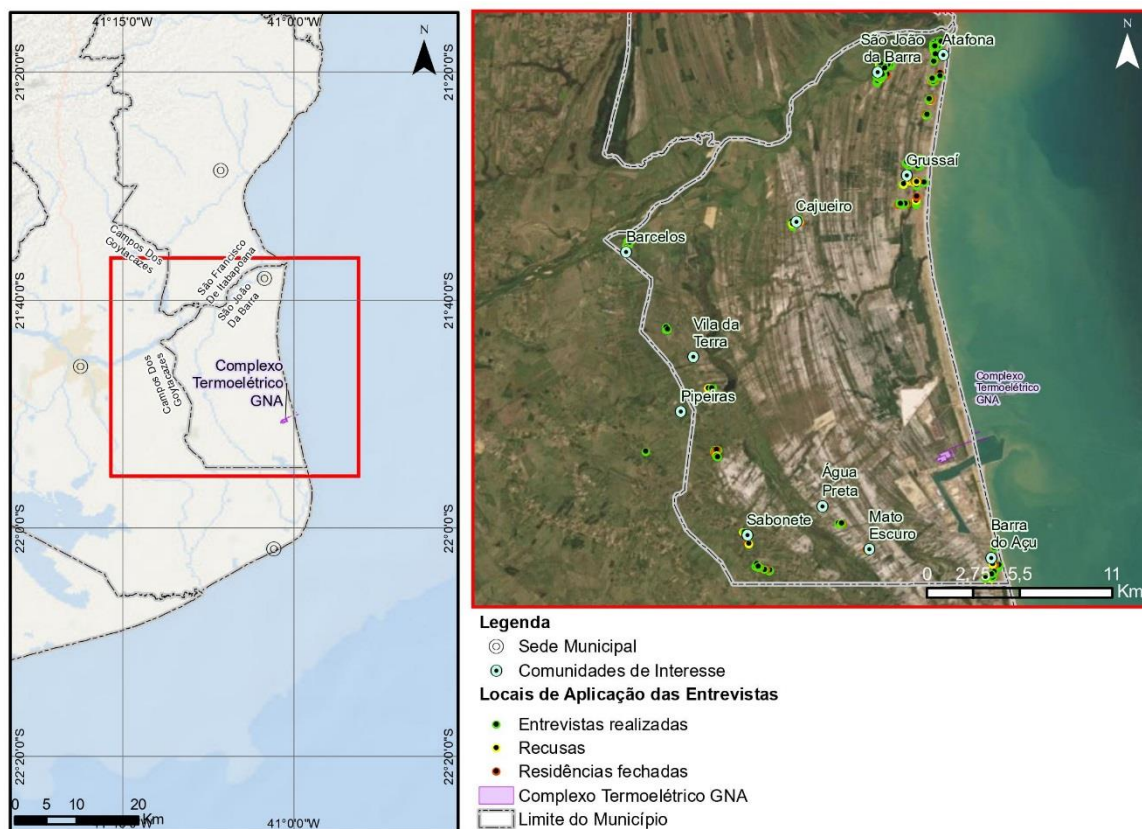
A realização dessa segunda pesquisa de percepção somou 390 questionários, entre estes 270 preenchidos (69,2% das visitas realizadas), 57 recusas (14,6%) e 63 moradores ausentes (16,2%) ou residências que se encontravam vazias.

Conforme já observado na pesquisa anterior, o cenário de residências vazias ou de moradores ausentes possui valoração relevante no contexto local. Boa parte das localidades onde a pesquisa foi desenvolvida é ocupada por ‘veranistas’, conforme a denominação da população local, que são pessoas que residem em outras localidades e possuem um segundo imóvel para lazer e utilização em determinadas épocas do ano. A região, banhada pelo mar, causa um maior afluxo no verão e em períodos de férias.

Nesse sentido, por causa da quantidade significativa de residências vazias e por causa da quantidade de entrevistas estimadas pelo tamanho da amostra, os bairros que compunham a pesquisa foram percorridos de tal forma que esse objetivo fosse atingido. Por este motivo, na primeira pesquisa foram realizados 856 registros de residências visitadas. Nessa segunda pesquisa, esse total de residências foi bem inferior, sendo necessário visitar 390 unidades residenciais para atingir a amostra pretendida. O fato de ter havido mais facilidade de encontrar moradores em suas residências nas localidades pesquisadas se deveu, em grande parte, ou mesmo totalmente, à situação de pandemia existente no país, que exigiu o isolamento social e confinamento da população em suas residências. Isso contribuiu positivamente para a realização dessa 2ª pesquisa de percepção.

A **Figura 3** ilustra a execução do trabalho e a distribuição da amostra.

Figura 3 – Mapa Geral de Aplicação da 2ª Pesquisa de Percepção



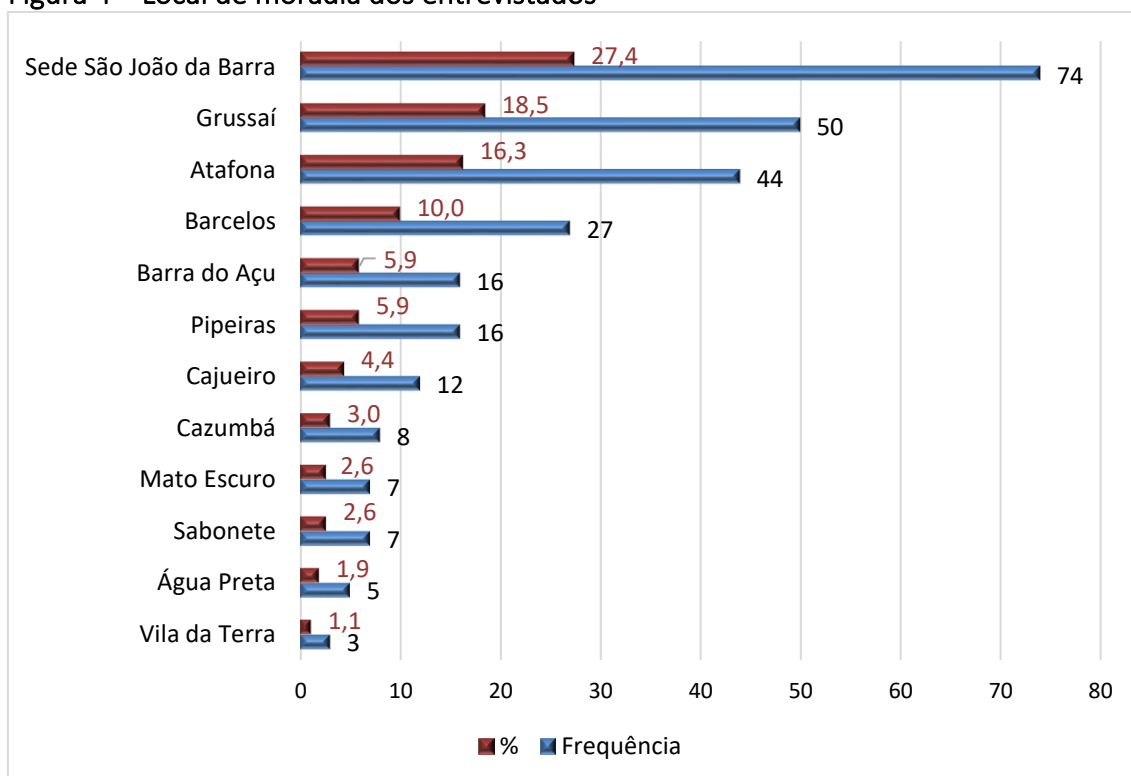
### 6.1.1 Perfil dos Entrevistados

A **Tabela 3**, abaixo, demonstra a distribuição da amostra no universo da pesquisa de percepção e a separação por grupos, que serão analisados nos itens seguintes, conforme seu local de moradia.

Tabela 3 - Local de moradia dos entrevistados

Grupo	Localidades	Amostra prevista	Entrevistas realizadas	Porcentagem
1	Barra do Açú	17	16	5,9
2	Mato Escuro	13	7	2,6
	Água Preta		5	1,9
	<b>Total</b>		<b>12</b>	<b>4,5</b>
3	Pipeiras	33	16	5,9
	Vila da Terra		3	1,1
	Sabonete		7	2,6
	Cazumbá		8	3,0
	<b>Total</b>		<b>34</b>	<b>12,6</b>
4	Cajueiro	39	12	4,4
	Barcelos		27	10,0
	<b>Total</b>		<b>39</b>	<b>14,4</b>
5	Grussaí	168	50	18,5
	Sede São João da Barra		74	27,4
	Atafona		44	16,3
	Barra do Jacaré		1	0,4
	<b>Total</b>		<b>169</b>	<b>62,6</b>
<b>Total geral</b>		<b>270</b>	<b>270</b>	<b>100,0</b>

Figura 4 – Local de moradia dos entrevistados



Após a confirmação do interesse em participar da pesquisa, o questionário iniciava com uma pergunta sobre o local de nascimento do entrevistado, em que 39,3% das vezes, possuía como local de origem o município de São João da Barra, seguido por Campos dos Goytacazes, com 38,5%. Na primeira pesquisa de percepção foram 42,1% que possuíam como local de origem o município de Campos dos Goytacazes e 24,4% de São João da Barra.

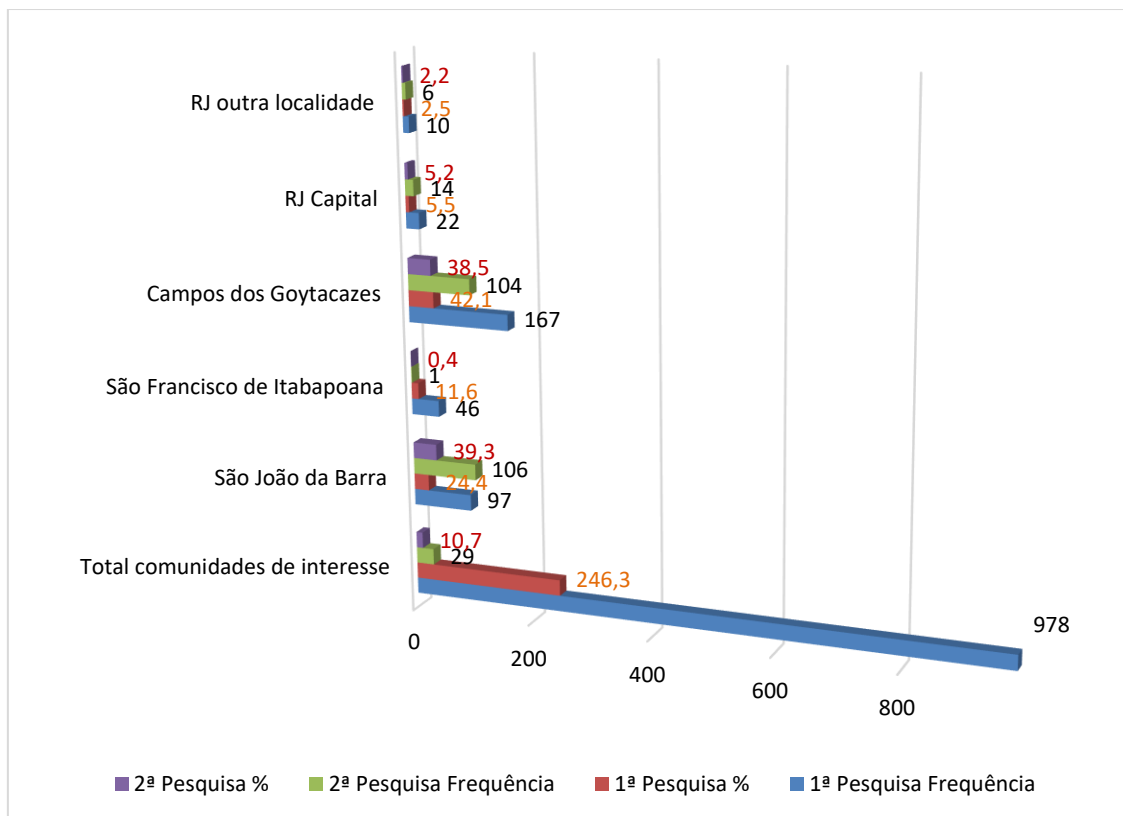
**Tabela 4 - Local de nascimento dos entrevistados**

Localidades	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Água Preta	1	0,4	2	0,5
Atafona	4	1,5	4	1,0
Barcelos	4	1,5	6	1,5
Barra do Açu	7	2,6	9	2,3
Cajueiro	1	0,4	2	0,5
Cazumbá /Sabonete	5	1,9	3	0,8
Grussaí	3	1,1	2	0,5
Mato Escuro	2	0,7	4	1,0
Pipeiras	2	0,7	3	0,8
<b>Total comunidades de interesse</b>	<b>29</b>	<b>10,7</b>	<b>35</b>	<b>8,8</b>
São João da Barra	106	39,3	97	24,4
São Francisco de Itabapoana	1	0,4	46	11,6
Campos dos Goytacazes	104	38,5	167	42,1
RJ Capital	14	5,2	22	5,5
RJ outra localidade	6	2,2	10	2,5
Fora do estado do RJ	10	3,7	19	5,0
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100,0</b>	<b>397</b>	<b>100,0</b>

Além dessas duas localidades principais, 5,2% eram originários da capital do Estado, outras 10 foram mencionadas e algumas localizadas fora do estado do Rio de Janeiro (3,7%), totalizando 18,5%. Entre as comunidades de interesse, que representaram 10,7% nessa amostra, houve pequeno destaque para a comunidade de Sabonete (1,9%) e Barra do Açu (2,6%).

Na primeira pesquisa, além de Campos dos Goytacazes e São João da Barra, houve maior participação de pessoas naturais de São Francisco de Itabapoana porque as comunidades daquele município fizeram parte da amostra, o que já foi mencionado e explicado na metodologia desta segunda pesquisa. A capital do estado do Rio de Janeiro teve similar participação dos naturais daquela localidade (5,5%).

Figura 5 - Local de nascimento dos entrevistados

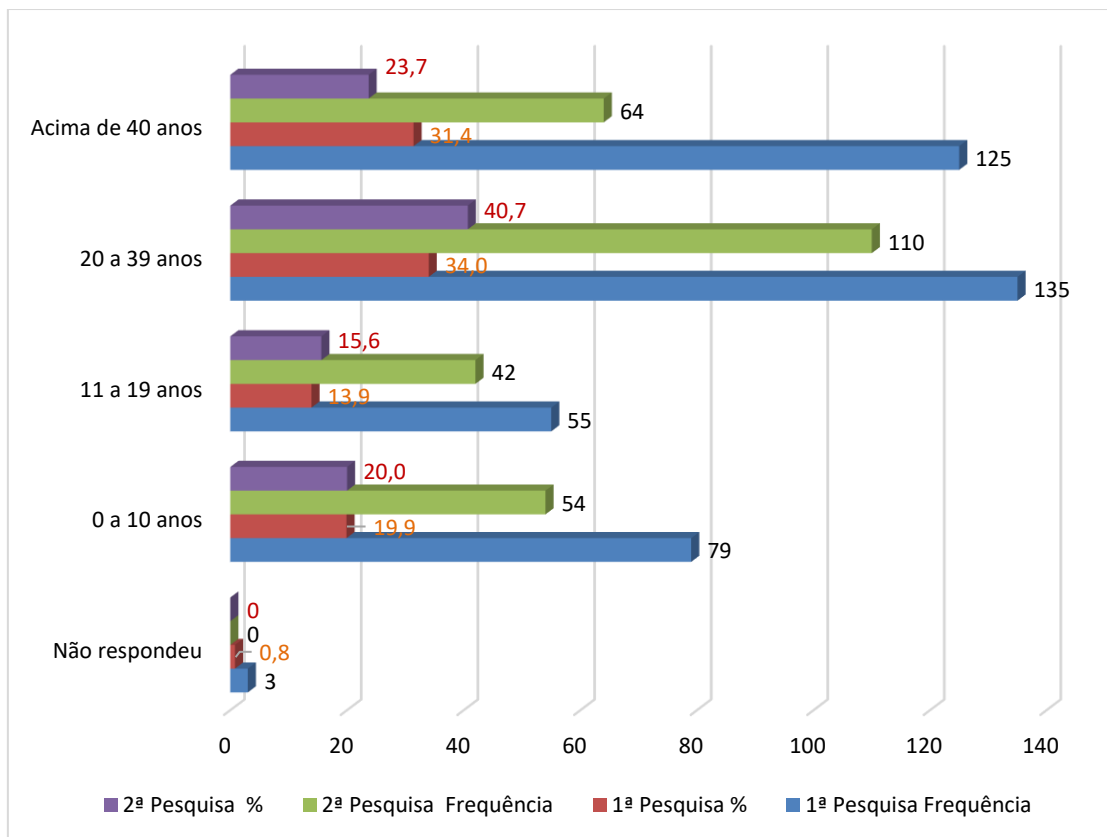


Quando questionados sobre o tempo de residência na localidade, a maior frequência ocorreu na alternativa acima de 20 anos, com 64,4% das respostas. Na primeira pesquisa foram 65,5% dos entrevistados que residiam há mais de 20 anos. Como se percebe, as diferenças são insignificantes, e o dado se apresenta em consonância com os dados sobre o local de nascimento, demonstrando que a região pouco sofre com fluxos migratórios.

Tabela 5 - Tempo que reside no local

Tempo de residência	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
0 a 10 anos	54	20,0	79	19,9
11 a 19 anos	42	15,6	55	13,9
20 a 39 anos	110	40,7	135	34,0
Acima de 40 anos	64	23,7	125	31,4
Não respondeu	0	0	3	0,8
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100,0</b>	<b>397</b>	<b>100,0</b>

Figura 6 – Tempo que reside no local



No mapeamento sobre a estrutura familiar dos entrevistados, 168 (62,2%) possuíam até três membros que residiam juntos, o que implica em um único núcleo familiar instalado no imóvel. O dado da pesquisa anterior era de 58,9%. Os núcleos com 4 a 6 pessoas residentes somaram 94 (34,8%) e na pesquisa anterior eram 36,5% de casos. Com mais de 6 pessoas no domicílio foram 8 residências (3,0%), com 12 residências na pesquisa anterior, correspondendo também a 3,0% da amostra.

Tabela 6 - Quantidade de pessoas residentes no imóvel

Quantidade de residentes	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Até 3 pessoas	168	62,2	234	58,9
De 4 a 6 pessoas	94	34,8	145	36,5
Acima de 6 pessoas	8	3,0	12	3,0
Não respondeu	0	0	6	1,6
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100,0</b>	<b>397</b>	<b>100,0</b>

As perguntas subsequentes investigaram trabalho, com suas condições, e renda, como apresentado nas tabelas abaixo. Conforme pode ser visto na **Tabela 7**, nesta segunda pesquisa os núcleos familiares mais presentes eram de dois e três integrantes com uma



pessoa trabalhando, em sua maioria. O aumento de residentes no núcleo familiar não implica no aumento do número de pessoas que trabalham.

Além disso, na maioria dos núcleos de residentes predominava a ocorrência de uma pessoa trabalhando. A única situação em que havia duas pessoas trabalhando com maior frequência aconteceu nos núcleos em que residiam 4 pessoas, nos de 5 pessoas e nos de sete pessoas, embora este último tivesse pouca representatividade no total da amostra. Nos demais imóveis, predominou apenas uma pessoa trabalhando e, no total de entrevistados, eram 113 imóveis com uma pessoa trabalhando (41,8%) e 80 com duas pessoas trabalhando (29,6%), representando a maior parte da amostra.

**Tabela 7 - Quantidade de pessoas residentes / quantidade que trabalha atualmente (tabulação cruzada) – 2ª pesquisa de percepção**

Número de pessoas que trabalham	Número de pessoas residentes no imóvel									Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	10	
0	9	23	8	9	1	1	0	1	0	52
1	14	31	38	18	5	5	1	1	0	113
2	0	18	20	28	9	2	2	1	0	80
3	0	0	7	6	3	1	0	1	0	18
4	0	0	0	3	1	0	0	0	1	5
5	0	0	0	0	1	1	0	0	0	2
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>72</b>	<b>73</b>	<b>64</b>	<b>20</b>	<b>10</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>270</b>

Conforme pode ser visto na **Tabela 8**, na pesquisa anterior, os núcleos familiares mais recorrentes, que eram de três integrantes, possuíam, em sua maioria, apenas um membro trabalhando na data de realização da pesquisa. Nos núcleos compostos por cinco membros, 64% da amostra possuíam de 1 a 2 membros trabalhando, no caso de seis membros, as maiores frequências estavam em dois trabalhando, com 30%. Nos demais imóveis, predominou uma pessoa trabalhando e, no total de entrevistados, eram 185 imóveis com uma pessoa trabalhando (46,6%) e 117 com duas pessoas trabalhando (29,5%).

**Tabela 8 – Quantidade de pessoas residentes / quantidade que trabalhava na época (tabulação cruzada) - 1ª pesquisa de percepção**

Número de pessoas que trabalham	NR*	Número de pessoas residentes no imóvel									Total
		1	2	3	4	5	6	7	8	12	
0	0	11	22	5	2	3	2	0	1	0	46
1	4	25	48	63	25	17	3	0	0	0	185
2	0	0	18	34	36	17	5	2	4	1	117
3	0	0	0	5	6	6	3	1	1	0	22
4	0	0	0	0	4	3	3	0	0	0	10
5	0	0	0	0	0	7	1	0	0	1	9
6	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	2
Não respondeu	2	0	2	1	1	0	0	0	0	0	6

Tabela 8 – Quantidade de pessoas residentes / quantidade que trabalhava na época (tabulação cruzada) - 1ª pesquisa de percepção

Número de pessoas que trabalham	Número de pessoas residentes no imóvel										
	NR*	1	2	3	4	5	6	7	8	12	Total
Total	6	36	90	108	74	53	18	4	6	2	397

O cruzamento entre o número de pessoas que trabalham com a quantidade que possui trabalho fixo, exposto na Tabela 9, abaixo, demonstra que a maioria dos núcleos familiares (101) possuía um membro trabalhando (37,4%) e 126 núcleos (46,6%) com pessoas que não possuíam emprego fixo.

Tabela 9 – Quantidade de pessoas que trabalha atualmente / quantidade que possui trabalho fixo (tabulação cruzada) – 2ª pesquisa de percepção

Possuem trabalho fixo	Quantas destas pessoas trabalham atualmente?						Total
	0	1	2	3	4	5	
0	51	44	25	5	1	0	126
1	0	69	28	3	0	1	101
2	1	0	27	7	4	0	39
3	0	0	0	3	0	1	4
Total	52	113	80	18	5	2	270

Na primeira pesquisa, eram 195 núcleos familiares que possuíam apenas um membro com trabalho fixo e 103 residências / núcleos familiares que não possuíam pessoas com trabalho fixo.

Tabela 10 - Quantidade de pessoas que trabalhava / quantidade que possuía trabalho fixo (tabulação cruzada) - 1ª pesquisa de percepção

Dentre estas, quantas possuem trabalho fixo	Quantas pessoas trabalham atualmente								Total
	NR	0	1	2	3	4	5	6	
0	0	46	33	22	0	0	2	0	103
1	4	0	146	36	8	0	1	0	195
2	0	0	1	56	7	1	0	0	65
3	0	0	0	0	6	3	0	0	9
4	0	0	1	0	0	4	1	1	7
5	0	0	0	0	0	0	5	0	5
6	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Não respondeu	2	0	4	3	1	2	0	0	12
Total	6	46	185	117	22	10	9	2	397

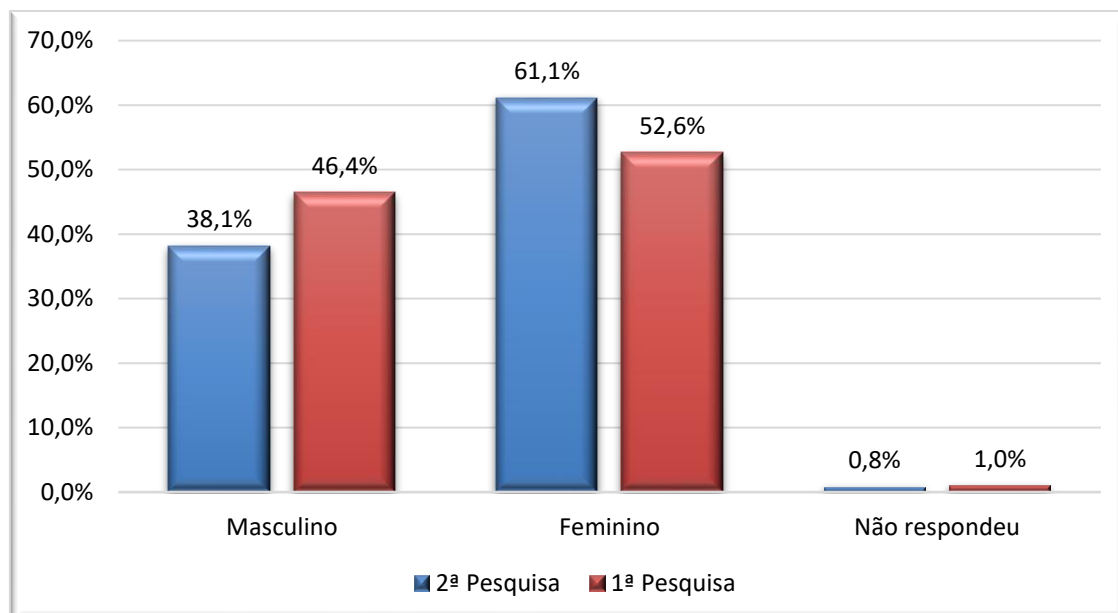
Em relação ao gênero, nesta segunda pesquisa, predominou o sexo feminino, com 61,1% para 38,1% de pessoas do sexo masculino. Na primeira pesquisa, a distribuição dos

entrevistados por condição de gênero foi balanceada, com 52,6% do sexo feminino e 46,4% do sexo masculino.

**Tabela 11 - Quantidade de pessoas entrevistadas segundo gênero**

Gênero	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Masculino	103	38,1	184	46,4
Feminino	165	61,1	209	52,6
Não respondeu	2	0,8	4	1,0
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100,0</b>	<b>397</b>	<b>100,0</b>

**Figura 7 – Pessoas entrevistadas segundo gênero**

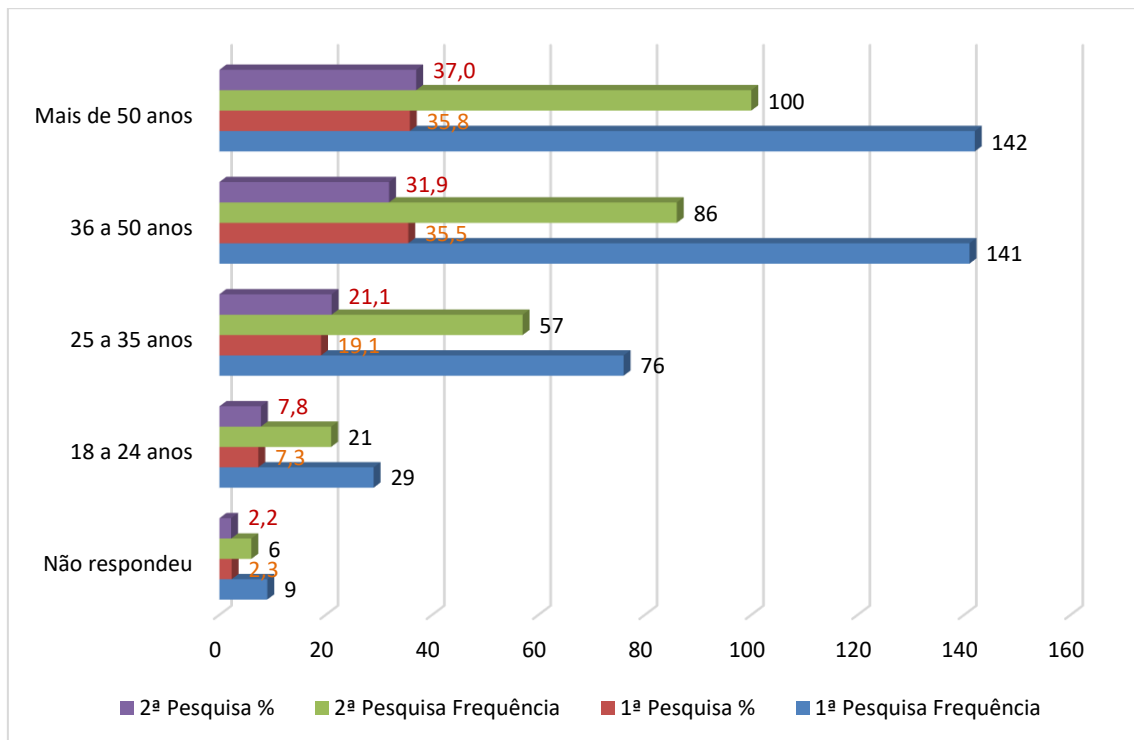


Em relação à distribuição por faixas de idade, esta segunda pesquisa se demonstrou bastante similar à anterior, em que a maioria possuía entre 36 anos a 50 anos (31,9% na segunda pesquisa contra 35,5% na primeira) e mais de 50 anos (37% na segunda pesquisa contra 35,8% na anterior).

**Tabela 12 - Quantidade de pessoas entrevistadas segundo faixa etária**

Faixa etária	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
18 a 24 anos	21	7,8	29	7,3
25 a 35 anos	57	21,1	76	19,1
36 a 50 anos	86	31,9	141	35,5
Mais de 50 anos	100	37,0	142	35,8
Não respondeu	6	2,2	9	2,3
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100,0</b>	<b>397</b>	<b>100,0</b>

Figura 8 – Pessoas entrevistadas segundo faixa etária



Sobre a escolaridade, nesta segunda pesquisa, as duas maiores frequências entre os entrevistados concentraram-se nas duas pontas do ciclo básico de ensino, com 93 pessoas (34,4%) com ensino médio completo e 54 (20%) com Ensino Fundamental (1º ao 5º ano) incompleto, totalizando 54,4% da amostra.

Na primeira pesquisa, esse fato se repetiu, pois as duas maiores frequências entre os entrevistados concentraram-se nas mesmas categorias do ciclo básico de ensino, com 30,7% (122 casos) de ensino médio completo e 27,2% (108 casos) com Ensino Fundamental (1º ao 5º ano) incompleto.

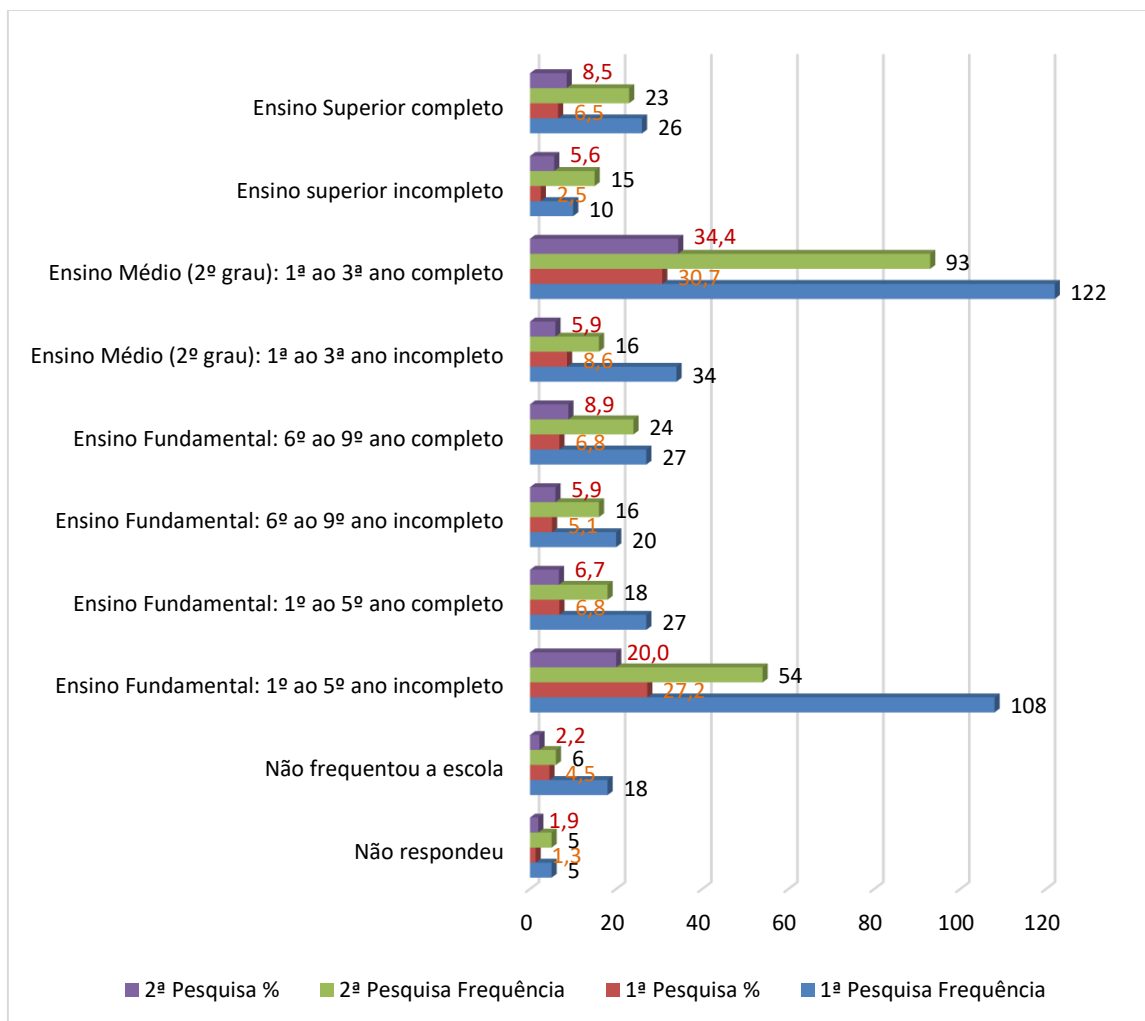
Tabela 13 - Escolaridade das pessoas entrevistadas

Grau de escolaridade	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Não frequentou a escola	6	2,2	18	4,5
Ensino Fundamental: 1º ao 5º ano incompleto	54	20,0	108	27,2
Ensino Fundamental: 1º ao 5º ano completo	18	6,7	27	6,8
Ensino Fundamental: 6º ao 9º ano incompleto	16	5,9	20	5,1
Ensino Fundamental: 6º ao 9º ano completo	24	8,9	27	6,8

Tabela 13 - Escolaridade das pessoas entrevistadas

Grau de escolaridade	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Ensino Médio (2º grau): 1ª ao 3ª ano incompleto	16	5,9	34	8,6
Ensino Médio (2º grau): 1ª ao 3ª ano completo	93	34,4	122	30,7
Ensino superior incompleto	15	5,6	10	2,5
Ensino Superior completo	23	8,5	26	6,5
Não respondeu	5	1,9	5	1,3
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100,0</b>	<b>397</b>	<b>100,0</b>

Figura 9 – Escolaridade das pessoas entrevistadas



Para a caracterização da distribuição de renda dos entrevistados, utilizou-se a mesma adotada pelo IBGE no censo demográfico. Os resultados demonstraram que a faixa de renda dos moradores dos domicílios pesquisados concentrou-se entre 1 a 2 salários mínimos (renda mensal dos moradores), com 56,3% do total de casos (152 incidências), sendo que na primeira pesquisa esse índice foi de 40,8%. A outra faixa de renda mais

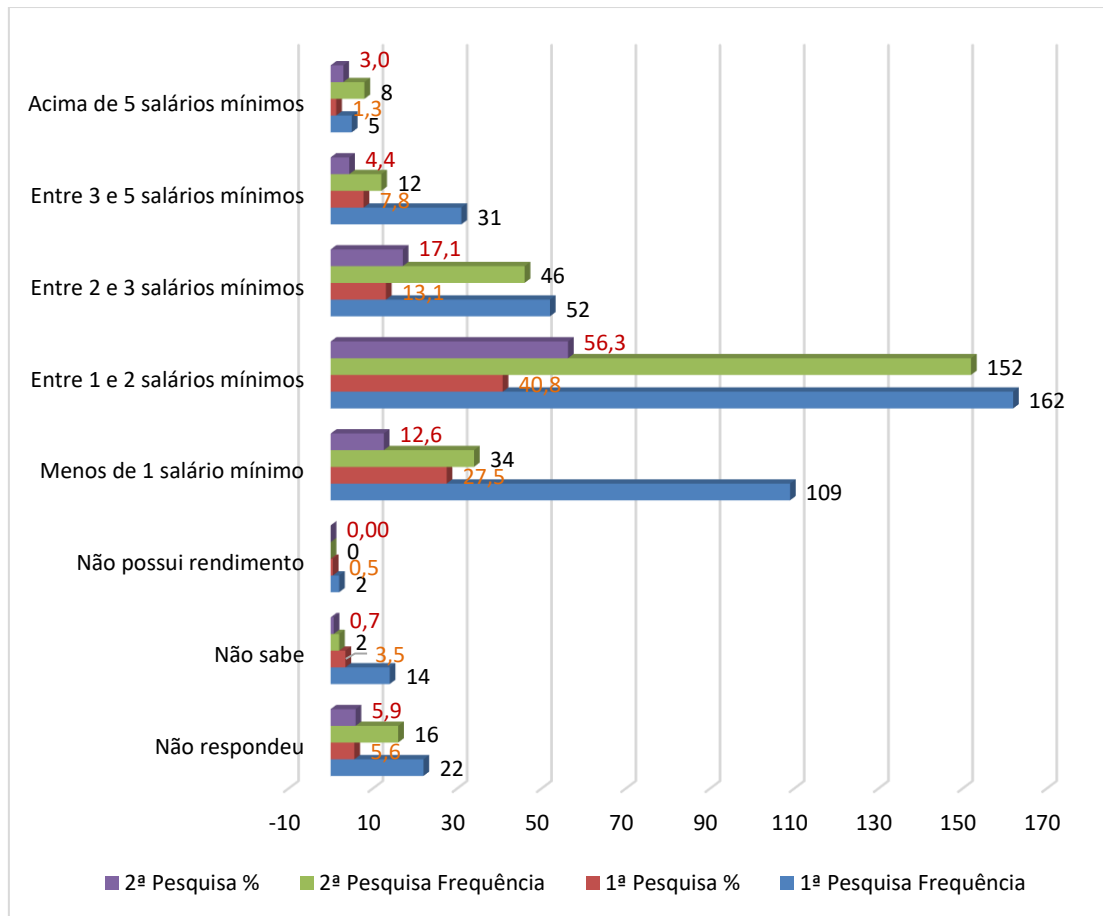
frequente foi entre 2 a 3 salários mínimos, com 17% dos domicílios pesquisados e, a seguir, foi a de menos de 1 salário mínimo, com 12,6% dos casos. A soma das duas primeiras faixas de renda totalizou 68,9%, o que na pesquisa anterior resultou em 68,3%, muito similar a esta amostra.

Tendo em vista que o salário mínimo em 2020 é de R\$ 1.045,00, a maioria possui renda entre 1 a 2 salários mínimos (152 entrevistados na 2ª pesquisa e 162 na 1ª pesquisa) e a maioria das residências possui três pessoas, totalizando 456 pessoas na 2ª pesquisa e 486 pessoas na 1ª pesquisa). Fazendo um cálculo por aproximação, a renda per capita média mensal deste segmento estaria entre R\$ 348,33 e R\$ 696,66, enquanto na primeira pesquisa estaria entre R\$ 332,66 e R\$ 665,33 (valor do salário mínimo em 2019 de R\$ 998,00).

**Tabela 14 - Faixa de renda média mensal da família dos entrevistados**

Faixa de renda da família	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Menos de 1 salário mínimo	34	12,6	109	27,5
Entre 1 e 2 salários mínimos	152	56,3	162	40,8
Entre 2 e 3 salários mínimos	46	17,1	52	13,1
Entre 3 e 5 salários mínimos	12	4,4	31	7,8
Acima de 5 salários mínimos	8	3,0	5	1,3
Não possui rendimento	0	0	2	0,5
Não sabe	2	0,7	14	3,5
Não respondeu	16	5,9	22	5,6
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100,0</b>	<b>397</b>	<b>100,0</b>

Figura 10 – Faixa de renda média da família dos entrevistados



As ocupações dos entrevistados apresentaram pequena variação, distribuídas entre quatro categorias similares de trabalhadores formais e informais, funcionários públicos, aposentados, donas de casa, estudantes e desempregados. Entre essas ocupações, a que apresentou maior quantidade de pessoas foi a alternativa de trabalhador autônomo, com 25,6% e trabalhador assalariado formal com 15,2%. Na primeira pesquisa dos dados foram similares: 29,5% de trabalhador autônomo e 15,6% de trabalhador assalariado formal. No item “Outro”, houve apenas duas menções a ocupações diferentes que foram “Dono de comércio local” e “Empresário”.

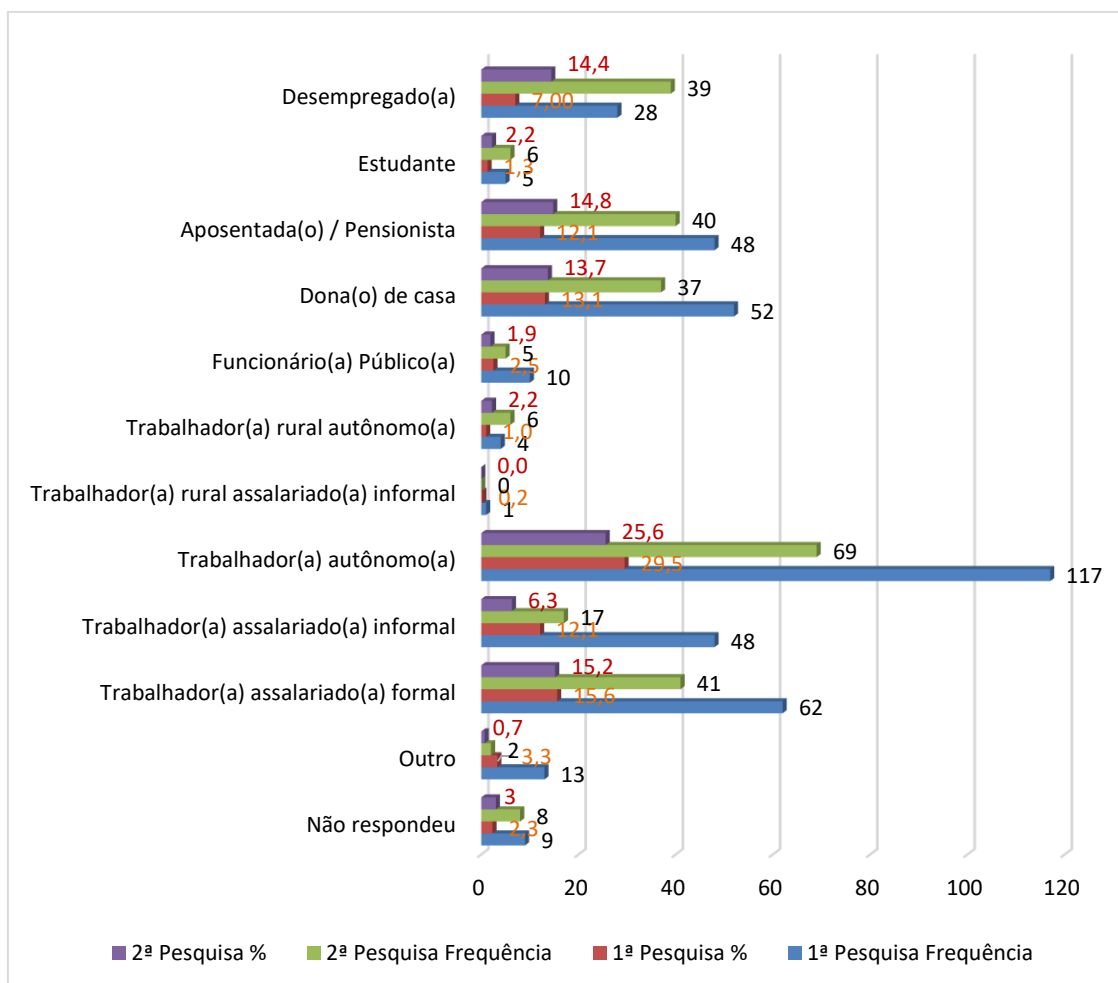
Tabela 15 - Ocupação atual dos entrevistados

Tipo de ocupação	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Trabalhador(a) assalariado(a) formal	41	15,2	62	15,6
Trabalhador(a) assalariado(a) informal	17	6,3	48	12,1
Trabalhador(a) autônomo(a)	69	25,6	117	29,5
Trabalhador(a) rural assalariado(a) informal	0	0	1	0,2
Trabalhador(a) rural autônomo(a)	6	2,2	4	1,0
Funcionário(a) Público(a)	5	1,9	10	2,5

Tabela 15 - Ocupação atual dos entrevistados

Tipo de ocupação	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Dona(o) de casa	37	13,7	52	13,1
Aposentada(o) / Pensionista	40	14,8	48	12,1
Estudante	6	2,2	5	1,3
Desempregado(a)	39	14,4	28	7,0
Outro	2	0,7	13	3,3
Não respondeu	8	3	9	2,3
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100,0</b>	<b>397</b>	<b>100,0</b>

Figura 11 – Ocupação atual dos entrevistados



Foi feita uma pergunta de opção múltipla escolha sobre a atuação em organizações sociais constituídas para verificação sobre a participação em instituições ou sobre o grau de organização das comunidades da área de influência do projeto.



Tabela 16 - Atuação em alguma organização social

Alternativas	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Associação	10	3,7	7	1,8
ONG	1	0,4	0	0
Sindicato	1	0,4	0	0
Igreja	38	14,1	13	3,2
Outro	3	1,1	0	0
<b>Total que atua em organização</b>	<b>53</b>	<b>19,6</b>	<b>20</b>	<b>5,1</b>
Não atua/participa	204	75,6	367	92,4
Não respondeu	13	4,8	10	2,5
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100,0</b>	<b>397</b>	<b>100,0</b>

As respostas indicaram que 75,6% dos entrevistados não participavam de qualquer organização social nesta segunda pesquisa. Na primeira pesquisa esse grupo representava 92,4% dos entrevistados, indicando que as pessoas não possuíam esse hábito entre suas atividades usuais.

Entre os 19,6% de pessoas que participavam de alguma atividade, 14,1% responderam que participavam de atividades da Igreja e 3,7% responderam que participavam de Associação. A atuação em Igreja, nesta pesquisa, foi bem maior do que na primeira, em que apenas 3,2% indicaram essa alternativa e a atuação em Associação era menor do que nesta segunda pesquisa.

Atuação em ONG e Sindicato representou 0,8% da amostra, com uma indicação para cada alternativa. Houve três menções à categoria outro, sendo representados por um centro de capoeira, trabalho social espírita e atuação em uma banda.

Na primeira pesquisa houve mais menções a atividades diferenciadas como: Associação de balé em Guargáú, Colônia de pescadores, Conselho Municipal de Direito da Criança e Adolescente, Grupo de escoteiros e Maçonaria.

Tabela 17 - Principal veículo utilizado para se atualizar de notícias da região

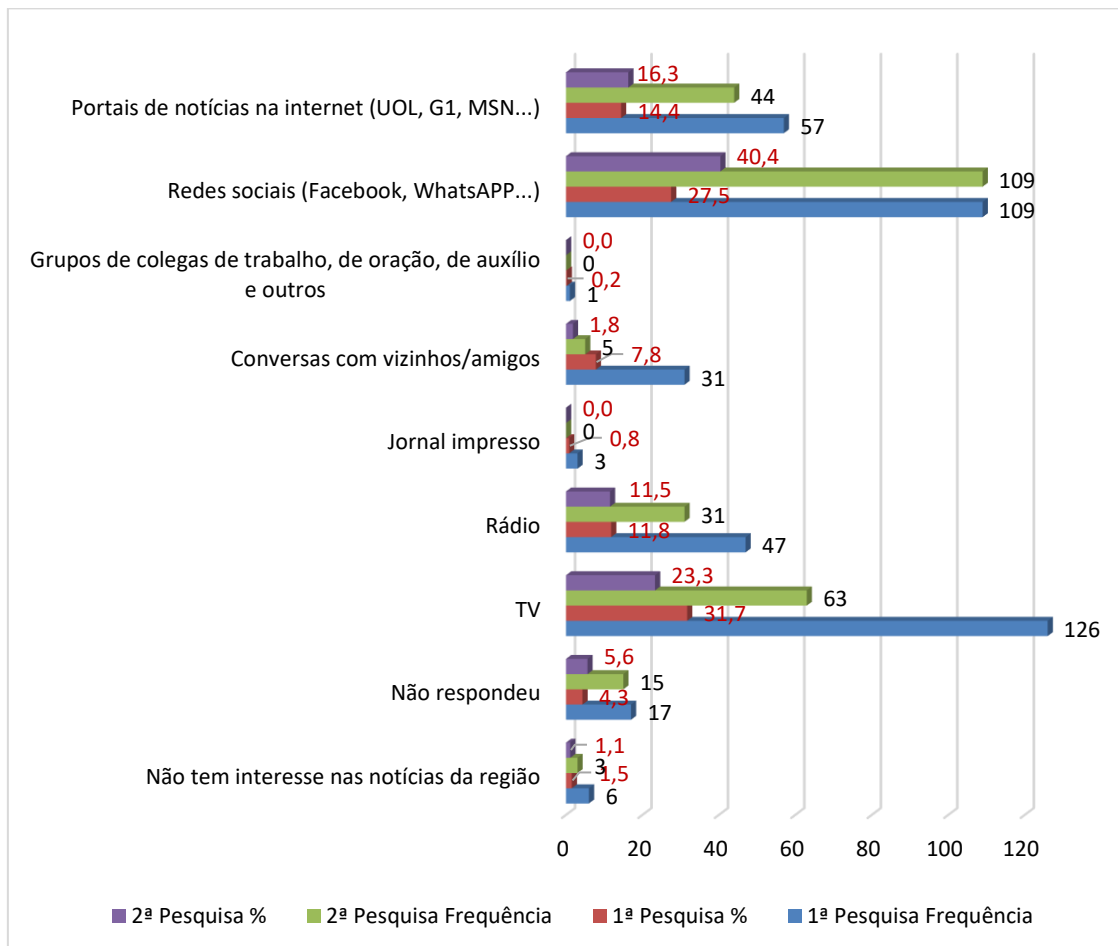
Veículo de notícias	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
TV	63	23,3	126	31,7
Rádio	31	11,5	47	11,8
Jornal impresso	0	0	3	0,8
Conversas com vizinhos/amigos	5	1,9	31	7,8
Grupos de colegas de trabalho, de oração, de auxílio e outros	0	0	1	0,3
Redes sociais (Facebook, WhatsApp...)	109	40,4	109	27,5
Portais de notícias na internet (UOL, G1, MSN...)	44	16,3	57	14,4
Não tem interesse nas notícias da região	3	1,1	6	1,5

Tabela 17 - Principal veículo utilizado para se atualizar de notícias da região

Veículo de notícias	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem		
Não respondeu	15	5,6	17	4,3
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100,0</b>	<b>397</b>	<b>100,0</b>

A questão que verificava a maneira pela qual a população se atualiza de notícias sobre a região em que residem demonstrou, nesta segunda pesquisa, uma ordem de prioridade para as redes sociais (40,4%), seguido da televisão (23,3%), de portais de notícias na internet (16,3%) e do rádio (11,5%). Na primeira pesquisa, verificou-se que a maioria recorria, em ordem decrescente, à televisão (31,7%), às redes sociais (27,5%), a portais de notícias na internet (14,4%) e ao rádio (11,8%).

Figura 12 – Principal veículo utilizado para se atualizar de notícias da região



Questionados se possuíam acesso próprio à internet, nesta segunda pesquisa, 78,1% responderam que possuíam acesso próprio (211 pessoas); 16,3% responderam que não possuíam acesso (44 pessoas) e 5,6 não informaram (15 pessoas). Em relação à pesquisa anterior, a porcentagem de pessoas com acesso à Internet foi 9,1 pontos percentuais

mais representativa e 7,9 pontos percentuais a menos de pessoas que não possuíam acesso.

Na primeira pesquisa, os resultados mostraram que 69% dos entrevistados (274 pessoas) responderam que possuíam acesso à Internet; 24,2% responderam que não possuíam acesso (96 pessoas) e 6,8% não responderam (27 pessoas).

Para os que responderam afirmativamente (211 pessoas), foi perguntado qual era o equipamento utilizado para acessar a internet. A maioria (81,6%) respondeu que utilizava o celular e uma parte (16,6%) que utilizava celular e computador. Poucas pessoas acessavam apenas pelo computador, demonstrando que o celular é mesmo o instrumento mais popular e mais acessível às pessoas em geral. Na primeira pesquisa, a maioria (76,6%) respondeu que utilizava o celular e uma parte (19,7%) que utilizava celular e computador.

**Tabela 18 - Com qual equipamento você acessa à internet / Você possui acesso próprio à internet (tabulação cruzada)**

Com qual equipamento acessa a internet?	Possui acesso próprio à internet			
	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	1. Sim	%	1. Sim	%
Celular (próprio)	172	81,6	210	76,6
Celular e computador (próprio)	35	16,6	54	19,7
Computador (próprio)	2	0,9	4	1,5
Não respondeu	2	0,9	6	2,2
<b>Total que tem acesso à internet</b>	<b>211</b>	<b>(78,1) -100,0</b>	<b>274</b>	<b>(69,0) -100,0</b>
Sem acesso à internet	44	16,3	96	24,2
Não respondeu se tinha acesso	15	5,6	27	6,8
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>(100,0)</b>	<b>397</b>	<b>(100,0)</b>

### 6.1.2 Empresa e Projeto

Esse segundo bloco do questionário da pesquisa de percepção era composto de uma série de perguntas para verificação do nível de conhecimento dos moradores sobre a empresa GNA e o empreendimento.

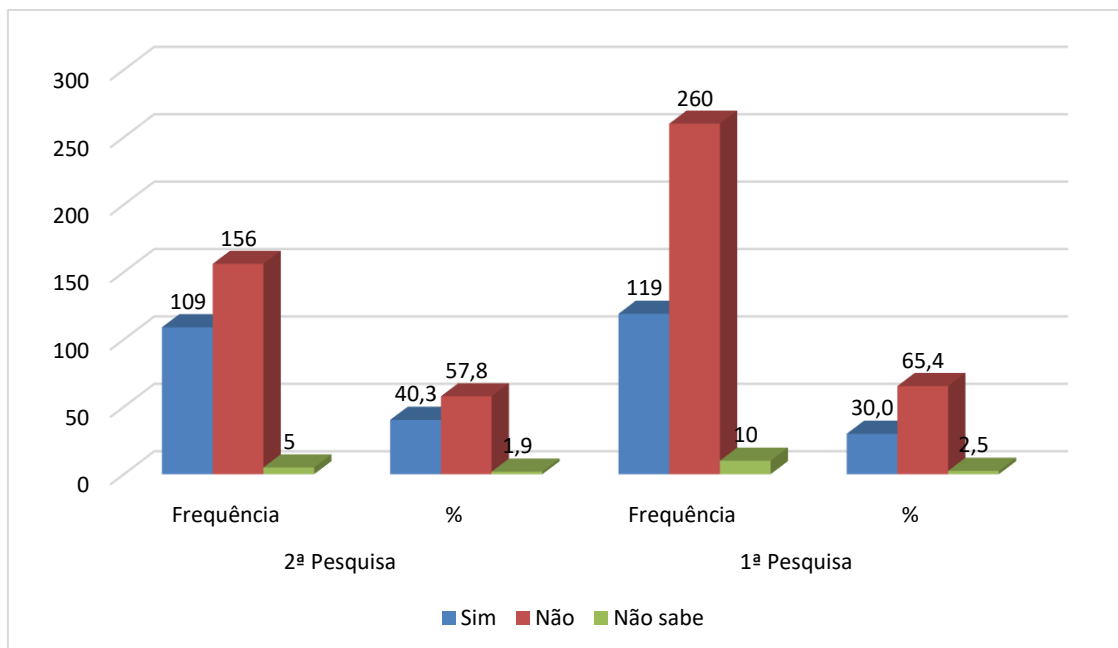
A primeira pergunta abordava se a pessoa já tinha ouvido falar sobre a GNA e os resultados foram os que se seguem na **Tabela 17**.

Tabela 19 - Já ouviram falar da GNA

Alternativas	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Sim	109	40,3	119	30,0
Não	156	57,8	260	65,4
Não sabe	5	1,9	10	2,5
Não respondeu	0	0	8	2,1
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100,0</b>	<b>397</b>	<b>100,0</b>

Conforme demonstram os dados na tabela acima, 57,8% dos entrevistados não ouviram falar sobre a GNA, e 40,3% responderam afirmativamente, correspondendo a uma porcentagem bastante significativa. Uma parte correspondente a 1,9% não soube responder. Na primeira pesquisa realizada em 2019, os dados demonstraram que 65,5% dos entrevistados não tinham ouvido falar sobre a GNA e 30% responderam afirmativamente. Uma parte correspondente a 2,5% não soube responder e 2,0% não responderam.

Figura 13 – Já ouviram falar da GNA



Na comparação entre as duas pesquisas, verifica-se que houve um acréscimo de 10,3 pontos percentuais no estrato da amostra que tinha conhecimento sobre a GNA nesta segunda pesquisa e uma redução no índice dos que não tinham conhecimento em 7,7 pontos percentuais.

Para aquelas pessoas que responderam que já tinham ouvido falar sobre a GNA, que foram 109, foi questionada a forma como isso ocorreu. Conforme pode ser verificado na **Tabela 18**, nesta segunda pesquisa, a maioria de 52,3% (57 pessoas entre as 109) informou que tomou conhecimento sobre a empresa por meio de amigos, parentes, agentes públicos ou religiosos; 16,5% (18 pessoas do total de 109) ficaram sabendo por notícias em jornais, rádio ou TV; 10,1% (11 pessoas) conheciam alguém que trabalhava na empresa, entre as diferentes formas pelas quais tomaram conhecimento mencionadas pelos entrevistados, entre aqueles que responderam que tinham ouvido falar da GNA.

Deve-se destacar que as respostas exclusivamente vinculadas a atividades da empresa e que tiveram resultado de ações realizadas de forma direta foram: 12,8% que participaram de atividades organizadas pela empresa; 6,4% foram visitados por um funcionário da empresa; 1,8% pelas caixas de sugestão existentes na comunidade.

Na primeira pesquisa, do total de pessoas que já tinham ouvido falar sobre a GNA, que foram 119, 47,7% (56 pessoas), também a maioria, informaram que isso aconteceu por meio de amigos, parentes, agentes públicos ou religiosos; 26,9% (32 pessoas entre as 119) ficaram sabendo por notícias em jornais, rádio ou TV; 11,8% (14 pessoas) conheciam alguém que trabalhava na empresa e 5,9% (7 pessoas) que foram visitados por um funcionário da empresa.

Na primeira pesquisa, as respostas exclusivamente vinculadas a atividades da empresa e que tiveram resultado de ações realizadas de forma direta foram: 4,2% que participaram de atividades organizadas pela empresa e 5,9% que foram visitados por um funcionário da empresa. Não houve menção a informação obtida pelas caixas de sugestão existentes na comunidade.

**Tabela 20 - Como tomou conhecimento da empresa (múltipla escolha)**

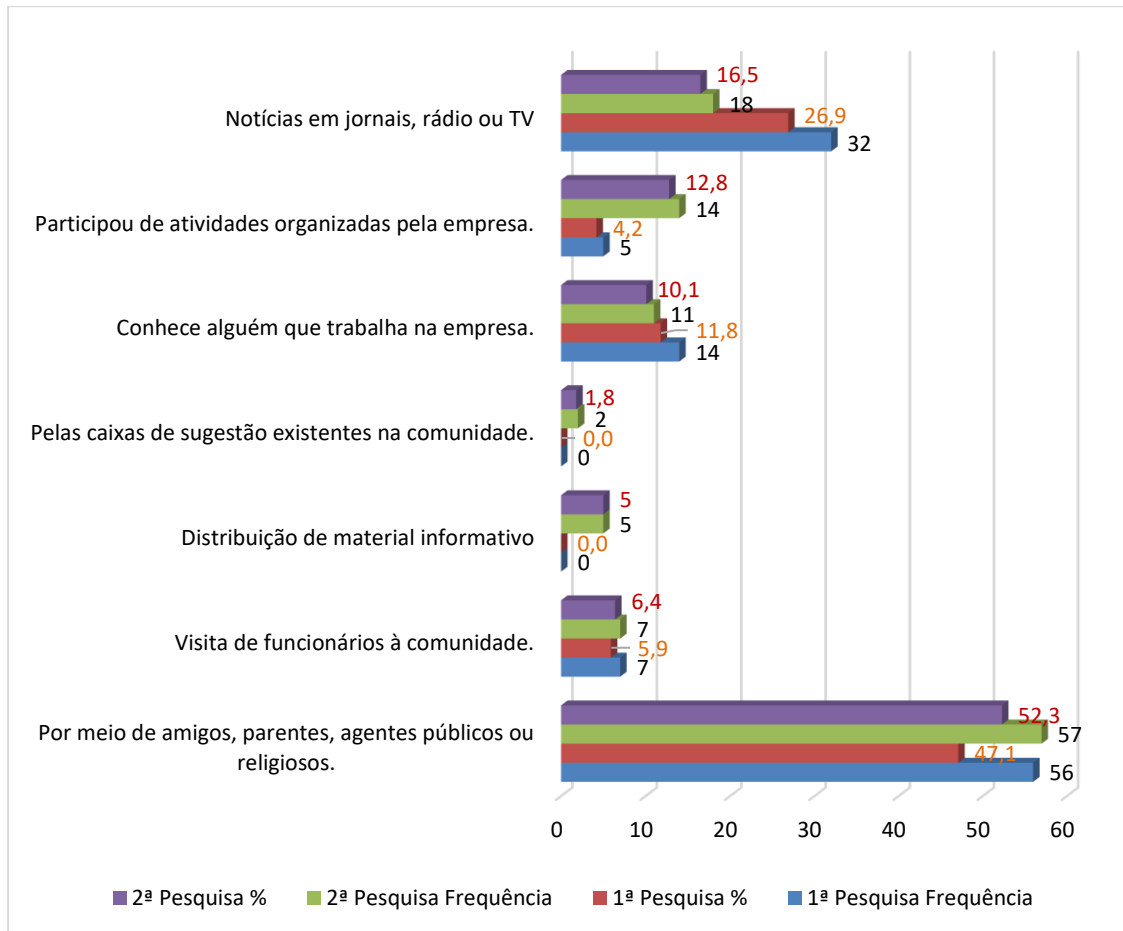
De que forma tomou conhecimento	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Por meio de amigos, parentes, agentes públicos ou religiosos.	57	52,3	56	47,1
Visita de funcionários à comunidade.	7	6,4	7	5,9
Distribuição de material informativo	5	5,0	0	
Pelas caixas de sugestão existentes na comunidade.	2	1,8	0	
Conhece alguém que trabalha na empresa.	11	10,1	14	11,8
Participou de atividades organizadas pela empresa.	14	12,8	5	4,2
Notícias em jornais, rádio ou TV	18	16,5	32	26,9

Observação 1: O total de pessoas que respondeu que tinha ouvido falar na GNA na segunda pesquisa foi de 109 pessoas de um total de 270 pessoas entrevistadas.

Observação 2: O total de pessoas que respondeu que tinha ouvido falar na GNA na primeira pesquisa foi de 119 pessoas de um total de 397 pessoas entrevistadas.

A figura abaixo ilustra as informações da Tabela 18.

Figura 14 – Como tomou conhecimento sobre a empresa



Embora nesta segunda pesquisa o total de pessoas que já tinha ouvido falar na GNA era de 109 pessoas, alguns mencionaram mais de uma forma de tomar conhecimento sobre a empresa, por este motivo o total de menções ultrapassa o total de pessoas que respondeu afirmativamente. O mesmo ocorreu na primeira pesquisa, em que a quantidade de pessoas que já tinha ouvido falar da GNA era igual a 119.

Nesse sentido, entre aqueles que escolheram a alternativa “Outro” para a forma como tomaram conhecimento sobre a GNA, 14 pessoas comentaram as seguintes situações:

- Ouviu falar pela internet (4);
- Já trabalhou em contratadas da GNA (4);
- Ouviu pelo Espaço de Diálogo (3);
- Já trabalhou no Porto, em outras empresas (2);
- Através da Costurarte e já visitou a construção (1).

Na primeira pesquisa de 2019, foram 12 as pessoas que escolheram a alternativa “Outro”, mencionado as seguintes situações:

- Ouviu falar na escola da região;

- Mencionou que o filho trabalhava na empresa;
- Trabalhou nas empresas terceirizadas;
- O grupo de que participa fez uma visita ao porto;
- Trabalhou na Andrade Gutierrez;
- A empresa em que trabalha presta serviços ao porto;
- Ouviu falar da empresa;
- Pelo curso de qualificação;
- Pessoas comentando na *lan house* em que trabalha;
- Pela rede social;
- Trabalhou numa contratada da Andrade, na cozinha;
- Visualizou algum letreiro em rodovia.

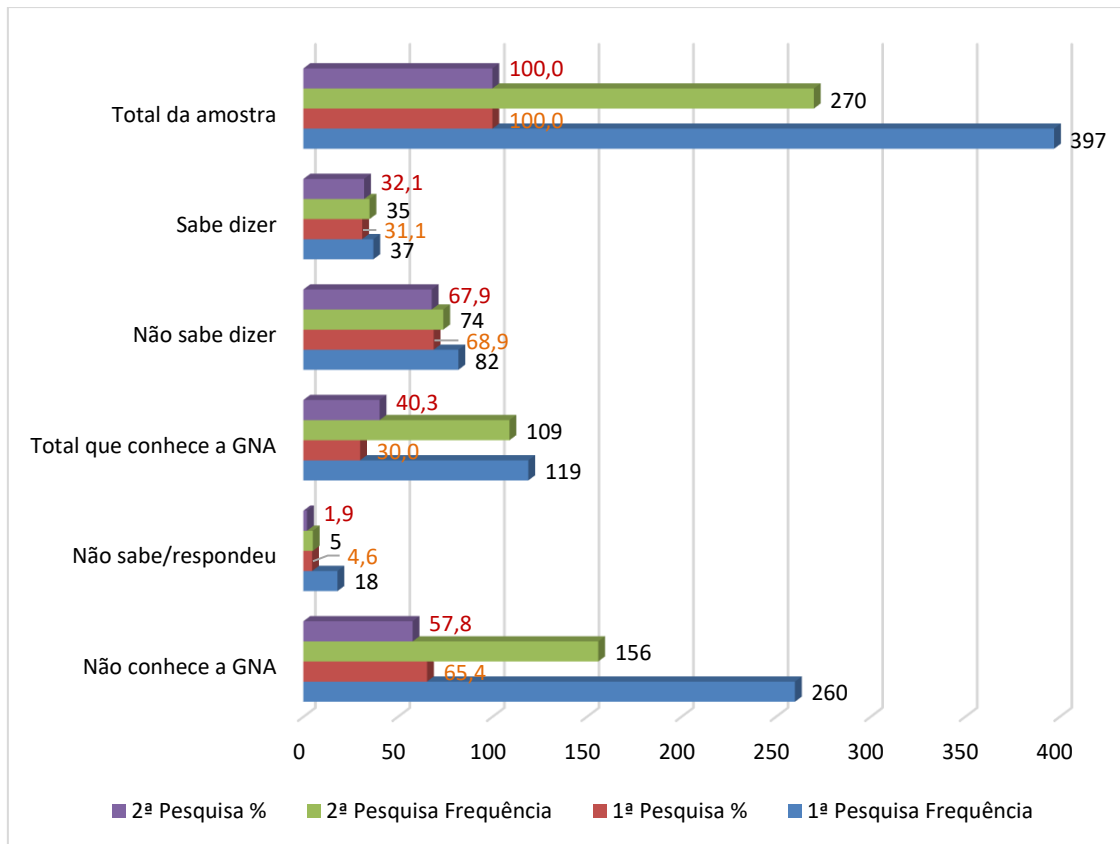
A seguir, foi perguntado se o entrevistado sabia informar o que a GNA produz e essa pergunta foi feita apenas para as pessoas que responderam que tinham ouvido falar da GNA. Posteriormente, foram dadas algumas alternativas de resposta e foi solicitado que as pessoas dissessem qual das opções indicadas correspondia à produção da empresa.

**Tabela 21 - Sabe dizer o que a GNA produz**

Alternativas	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Sim	35	32,1	37	31,1
Não	74	67,9	82	68,9
<b>Total que conhece a GNA</b>	<b>109</b>	<b>(40,3) – 100,0</b>	<b>119</b>	<b>(30,0) – 100,0</b>
Não conhece a GNA	156	57,8	260	65,4
Não sabe/não respondeu	5	1,9	18	4,6
<b>Total da amostra</b>	<b>270</b>	<b>100,0</b>	<b>397</b>	<b>100,0</b>

Entre as 109 pessoas que tinham ouvido falar na GNA, 35 pessoas (32,1%) responderam que sabiam o que a GNA produz e 74 pessoas (67,9%) responderam que não sabiam. Na primeira pesquisa os dados foram semelhantes, pois entre as 119 pessoas que afirmaram que tinham ouvido falar na GNA, 37 pessoas (31,1%) afirmaram que sabiam o que ela produz e 82 pessoas (68,9%) responderam que não sabiam.

Figura 15 – Sabe dizer o que a GNA produz



Na Tabela 20, abaixo, constam as respostas sobre o conhecimento das pessoas que tinham ouvido falar na GNA tinham sobre o que ela produz e, especificamente, qual era a atividade.

Nesta segunda pesquisa, entre as 35 pessoas que responderam que sabiam o que a GNA produz, 23 pessoas (65,7%) responderam produção de gás natural e 11 pessoas (31,4%) indicaram geração de energia elétrica. Uma pessoa não soube responder.

Na primeira pesquisa, os resultados mostraram que entre as 34 pessoas que responderam que sabiam o que a GNA produz, 22 (64,7%) indicaram gás natural e 07 (20,6%) indicaram energia elétrica. Uma pessoa respondeu que a GNA produz petróleo.

Tabela 22 - Caso saiba o que a GNA produz, indicar qual opção

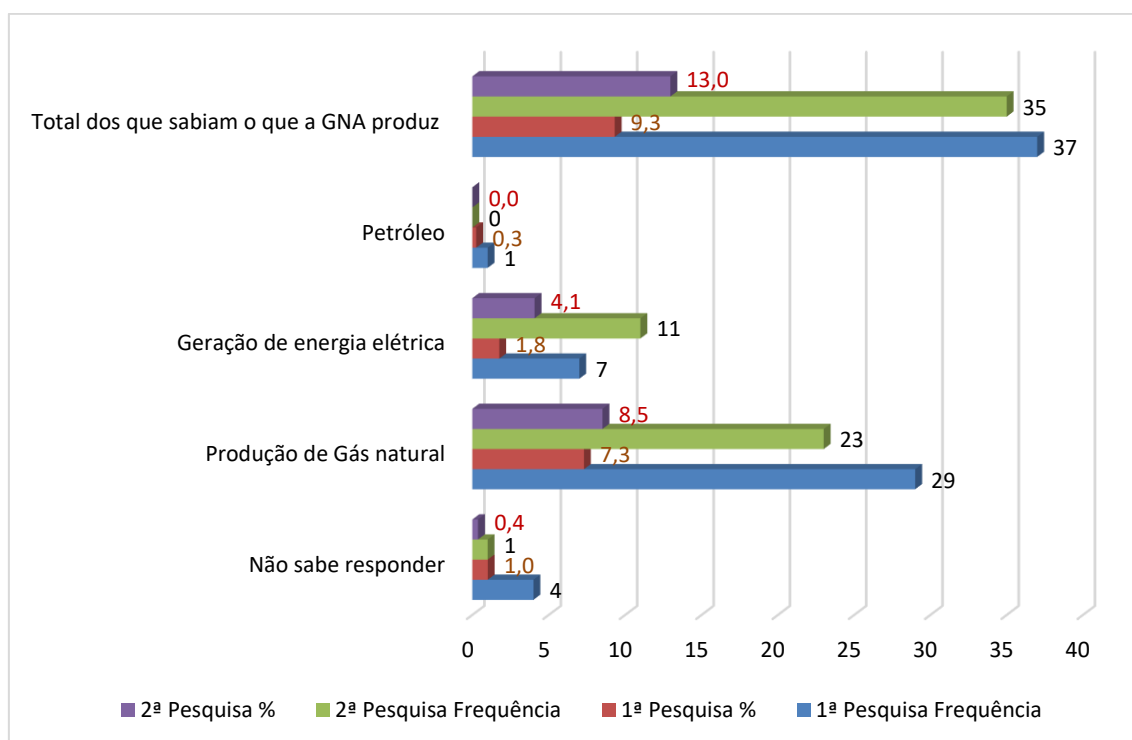
Alternativas	2ª Pesquisa			1ª Pesquisa		
	Frequência	% em relação aos que conheciam a GNA	% em relação ao total da amostra	Frequência	% em relação aos que conheciam a GNA	% em relação ao total da amostra
Produção de Gás natural	23	65,7	8,5	22	64,7	5,5



Tabela 22 - Caso saiba o que a GNA produz, indicar qual opção

Alternativas	2ª Pesquisa			1ª Pesquisa		
	Frequência	% em relação aos que conheciam a GNA	% em relação ao total amostra	Frequência	% em relação aos que conheciam a GNA	% em relação ao total da amostra
Geração de energia elétrica	11	31,4	4,1	7	20,6	1,8
Petróleo	0	0,0	0,0	1	2,9	0,3
Não sabe responder	1	2,9	13,0	0	0	0,0
<b>Total dos que sabiam o que a GNA produz (A)</b>	<b>35</b>	<b>(32,1) - 100,0</b>	<b>27,4</b>	<b>37</b>	<b>(31,1) - 100,0</b>	<b>9,3</b>
Não sabem o que a GNA produz (B)	74	67,9	40,4	82	68,9	20,7
<b>Total que conhecem a GNA C = (A+B)</b>	<b>109</b>	<b>(40,3) - 100,0</b>	<b>57,8</b>	<b>119</b>	<b>(30,0) - 100,0</b>	<b>30,0</b>
Não conhece a GNA (D)	156	57,8	1,9	260	65,4	65,5
Não sabe sobre a GNA (E)	5	1,9	0,0	10	2,5	2,5
Não respondeu (F)	0	0,0	-	8	2,1	2,0
<b>Total da amostra (C+D+E+F)</b>	<b>270</b>	<b>100,0</b>	<b>-</b>	<b>397</b>	<b>100,0</b>	<b>-</b>

Figura 16 –Indicação sobre o que a GNA produz



Em continuação à averiguação sobre o conhecimento em relação à GNA, foi indagado se os entrevistados sabiam dizer quais projetos citados pertenciam à empresa. Nesta segunda pesquisa, entre as 109 pessoas que tinham ouvido falar na GNA, 100 responderam que responderam os seguintes projetos: 41 pessoas (41%) indicando a Usina Termoelétrica, 14 (14%) indicando a Linha de Transmissão e 33 pessoas (33%) indicando o Terminal de gás natural liquefeito (TGNL); 06 pessoas responderam plataforma de petróleo e 6 pessoas responderam Terminal Portuário.

Na primeira pesquisa, entre as 119 que tinham ouvido falar na GNA, houve 85 respostas que indicaram alguns desses projetos contidos nas alternativas, com 42 pessoas (49,4%) indicando a Usina Termoelétrica, 17 (20%) indicando a Linha de Transmissão e 14 (16,5%) o Terminal Portuário.

**Tabela 23 - Saber dizer quais desses projetos são da GNA**

Alternativas	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Terminal portuário	6	6,0	14	16,5
Usina termoelétrica	41	41,0	42	49,4
Linha de transmissão	14	14,0	17	20,0
Terminal de gás natural liquefeito (TGNL)	33	33,0	0	0,0
Terminal de carga	0	0,0	3	3,5
Plataforma de petróleo	6	6,0	9	10,6
<b>Total que conhece a GNA e citou projetos</b>	<b>100</b>	<b>(37,0) - 100,0</b>	<b>85</b>	<b>(21,4) - 100,0</b>
Não respondeu	9	3,3	34	8,6
Total que conhece a GNA	109	40,3	119	30,0
Não conhece a GNA	156	57,8	260	65,5
Não sabe/não respondeu	5	1,9	18	4,5
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100,0</b>	<b>397</b>	<b>100,0</b>

Apenas para aqueles que responderam que tinham ouvido falar da GNA, foi perguntado se sabiam em que fase do projeto a empresa se encontrava e as respostas estão descritas na **Tabela 24** a seguir.

Na segunda pesquisa, 30 pessoas (27,5%) responderam que a GNA estava na fase de construção e 6 pessoas (5,5%) responderam que estava na fase de operação. Na pesquisa anterior, 38 pessoas (31,9%) responderam que a GNA estava na fase de construção e 6 (5%) na fase de operação.

**Tabela 24 – Sabe em que fase o projeto da GNA se encontra**

Alternativas	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Em operação	6	5,5	6	5,0
Em construção	30	27,5	38	31,9
Não sei	69	63,3	56	47,1

Tabela 24 – Sabe em que fase o projeto da GNA se encontra

Alternativas	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Não respondeu	4	3,7	19	16,0
<b>Total que conhece a GNA</b>	<b>109</b>	<b>(40,3) -100,0</b>	<b>119</b>	<b>(30,0) – 100,0</b>
Não conhece a GNA	156	57,8	260	65,5
Não sabe/não respondeu	5	1,9	18	4,5
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100</b>	<b>397</b>	<b>100,0</b>

### 6.1.3 Materiais Informativos

A **Tabela 25**, abaixo, mostra o contato dos entrevistados com material de divulgação usualmente utilizados para comunicação social das empresas e em propaganda. A primeira pergunta averiguou se o entrevistado tinha familiaridade com materiais de divulgação das empresas e se costumava ler ou dar atenção a eles. Os resultados estão descritos a seguir.

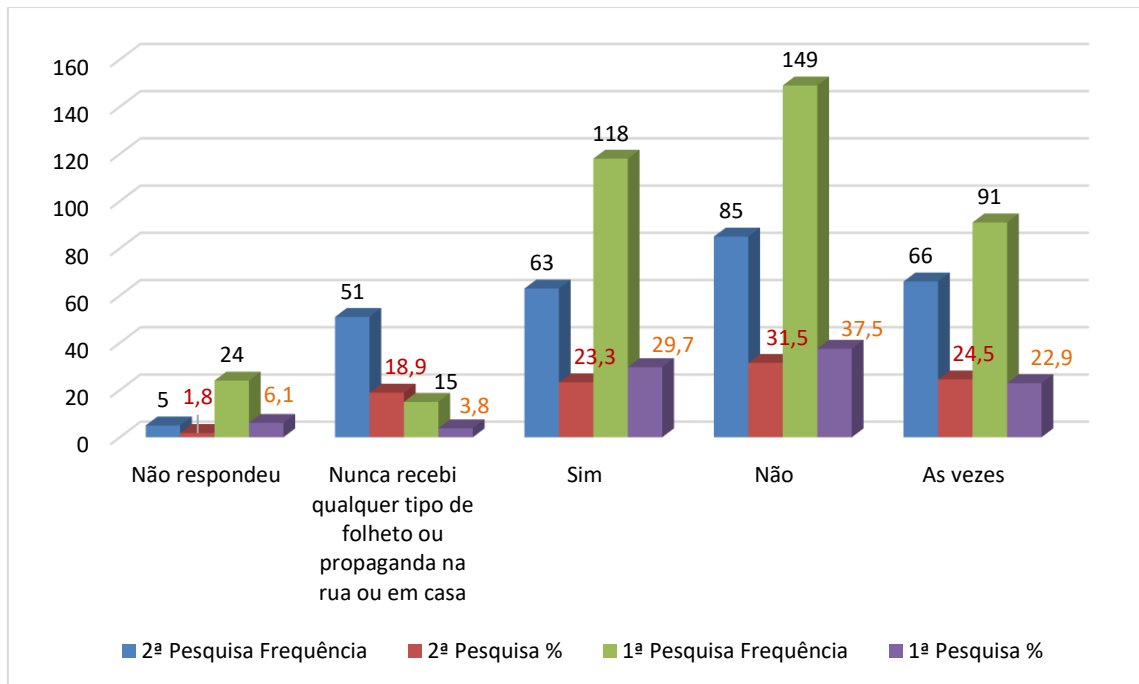
Tabela 25 - Costuma ler ou dar atenção aos materiais de divulgação ou propaganda que recebe na rua ou em casa

Alternativas	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Sim	63	23,3	118	29,7
Não	85	31,5	149	37,5
As vezes	66	24,5	91	22,9
Nunca recebi qualquer tipo de folheto ou propaganda na rua ou em casa	51	18,9	15	3,8
Não respondeu	5	1,8	24	6,1
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100</b>	<b>397</b>	<b>100,0</b>

Nesta segunda pesquisa, a porcentagem de pessoas que responderam ler ou dar atenção aos materiais de divulgação ou informativos que recebem correspondem a 23,3% do total de entrevistados (63 pessoas) e 31,5% (85 pessoas) informaram que não leem ou dão atenção a esses materiais. Os entrevistados que mencionaram que leem às vezes foram 24,5% (66 pessoas) e aqueles que alegaram que nunca receberam folheto ou propaganda na rua ou em casa equivalem a 18,9% do total (51 pessoas).

Na pesquisa anterior, os resultados mostraram que as pessoas que leem ou prestam atenção aos materiais de divulgação ou informativos que recebem correspondiam a 29,7% do total de entrevistados (118 pessoas) e 37,5% informaram que não leem ou dão atenção a esses materiais (149 pessoas). Alguns entrevistados mencionaram que leem às vezes (22,9% equivalente a 91 pessoas) e aqueles que alegaram que nunca receberam folheto ou propaganda na rua ou em casa equivalem a 3,8% do total (15 pessoas).

Figura 17 – Costuma ler ou dar atenção aos materiais de divulgação ou propaganda



Questionados sobre o motivo pelo qual davam atenção aos materiais de divulgação ou propaganda, pelo fato de ser uma pergunta aberta, os entrevistados forneceram uma quantidade grande de motivos. Na tabulação de dados, pretendeu-se fazer uma separação por temas mais correspondentes, que foi dividida nas afirmações que se enquadravam entre si, resultando nos dados apresentados a seguir.

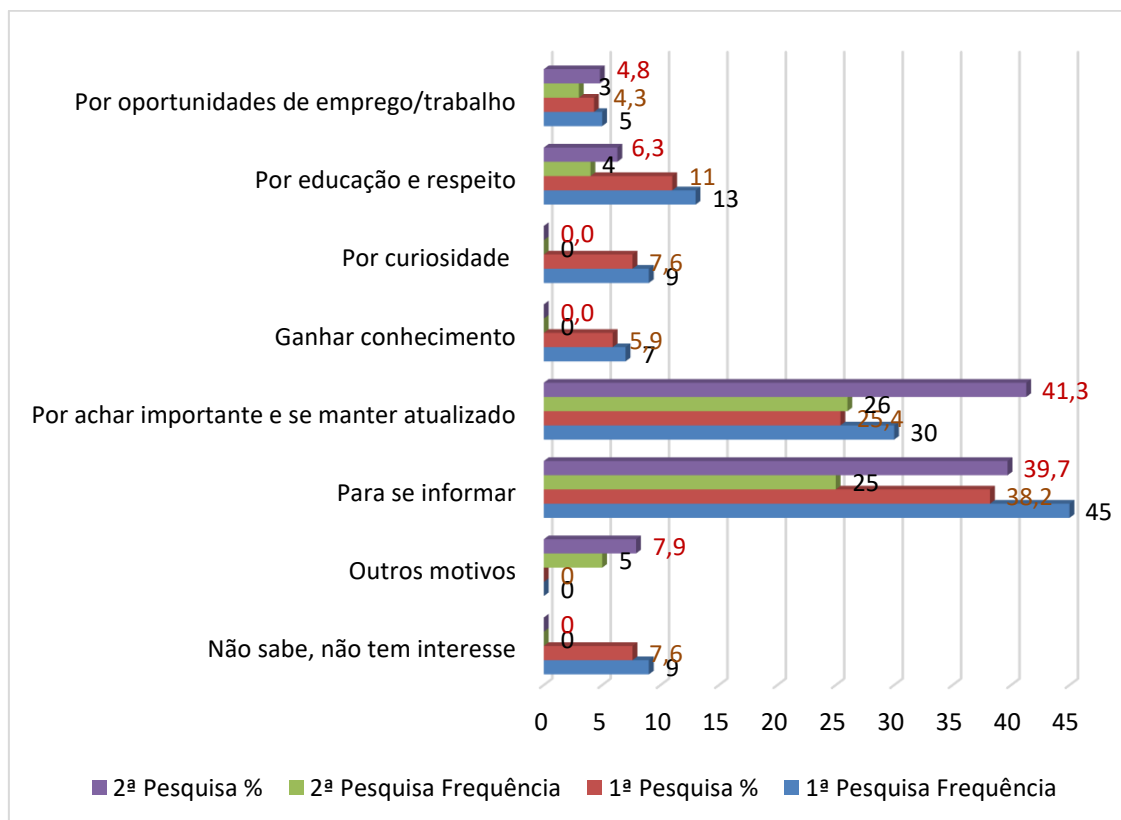
Tabela 26 – Motivo pelo qual deram atenção aos materiais

Alternativas	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Para se informar	25	39,7	45	38,2
Por achar importante e se manter atualizado	26	41,3	30	25,4
Ganhar conhecimento	0	0,0	7	5,9
Por curiosidade	0	0,0	9	7,6
Por educação e respeito	4	6,3	13	11,0
Por oportunidades de emprego/trabalho	3	4,8	5	4,3
Outros motivos	5	7,9	0	0,0
Não sabe, não tem interesse	0	0,0	9	7,6
<b>Pessoas que leem e dão atenção a material de divulgação</b>	<b>63</b>	<b>(23,3) – 100,0</b>	<b>118</b>	<b>(29,7) – 100,0</b>
Pessoas que não dão atenção ou não responderam	207	76,7	279	70,3
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100,00</b>	<b>397</b>	<b>100,0</b>

Nesta segunda pesquisa, os motivos que apresentaram maior frequência foram “para se informar”, com 39,7% das respostas e “por achar importante e se manter atualizado”, com 41,3%.

Esses mesmos motivos foram os mais frequentes na primeira pesquisa de percepção, com 38,8% e 25,4% das respostas, respectivamente, com acréscimo da resposta “para ganhar conhecimento”. Um outro motivo foi “por educação e respeito”, presente nas duas pesquisas. A **Figura 18** ilustra essas informações.

**Figura 18 – Motivo pelo qual deram atenção aos materiais**



Outra pergunta sobre materiais de divulgação tentou captar a opinião do entrevistado sobre o material em si, seu formato e conteúdo, questionando se algum material chamou a atenção, despertou seu interesse. As respostas estão apresentadas nas **Tabelas 27**.

**Tabela 27 - Entre os materiais que leu, algum chamou sua atenção**

Alternativas	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Sim	27	42,9	54	45,8
Não	22	34,9	27	22,9
Não sabe	14	22,2	37	31,3

Tabela 27 - Entre os materiais que leu, algum chamou sua atenção

Pessoas que leem e dão atenção a material de divulgação	63	(23,3) – 100,0	118	(29,7) – 100,0
Pessoas que não dão atenção ou não responderam	207	76,7	279	70,3
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100,00</b>	<b>397</b>	<b>100,0</b>

Nesta segunda pesquisa, entre os 63 entrevistados que responderam que leem e dão atenção a materiais de divulgação, 42,9% (27 pessoas) responderam que algum material chamou a atenção; 34,9% (22 pessoas) responderam negativamente e 22,2% (14 pessoas) não souberam responder.

Entre as 27 pessoas que responderam que algum material chamou sua atenção, os assuntos a que se referiam foram:

**Quadro 3 - Assuntos que estavam nos materiais que chamou a atenção dos entrevistados – 2ª Pesquisa**

Assunto	Quantidade de pessoas
Informações sobre obras e atividades no porto	2
Covid – 19	3
Sobre termoeletrica e sua construção	3
Cursos em geral e qualificação	6
Emprego	3
Religião	4
Política	2
Outros temas: Gás e viagem; Sim, tem mulher na obra	2
Não se lembra	1
<b>Total</b>	<b>27</b>

Na primeira pesquisa, do total de 118 entrevistados, 45,8% (54 pessoas) responderam afirmativamente, que os materiais chamaram atenção, 22,9% (27 pessoas) responderam negativamente e 31,3% (27 pessoas) não souberam responder.

Entre as 54 pessoas que responderam que algum material chamou sua atenção, os assuntos a que se referiam foram:

**Quadro 4 - Assuntos que estavam nos materiais que chamou a atenção dos entrevistados – 1ª Pesquisa**

Assunto	Quantidade de pessoas
Informações sobre obras e atividades no porto	6
Saúde	3
Sobre termoeletrica e sua construção	1
Cursos em geral e qualificação	8

#### Quadro 4 - Assuntos que estavam nos materiais que chamou a atenção dos entrevistados – 1ª Pesquisa

Assunto	Quantidade de pessoas
Emprego	7
Religião	9
Política	1
Propaganda	2
Sobre a Petrobrás	1
Transporte do gasoduto	1
Energia eólica	1
Outros temas: Avanço do mar; Ofertas de mercado; Alistamento militar; Desemprego	4
Não se lembra	4
Não respondeu	6
<b>Total</b>	<b>54</b>

Após essa arguição sobre o recebimento de materiais de divulgação e de comunicação social, foi questionado aos entrevistados sobre a melhor forma da comunidade receber informações. Para esta pergunta era possível ao entrevistado escolher mais de uma alternativa e, por este motivo, as porcentagens incluídas na tabela se referem ao total de entrevistados e não à somatória de respostas.

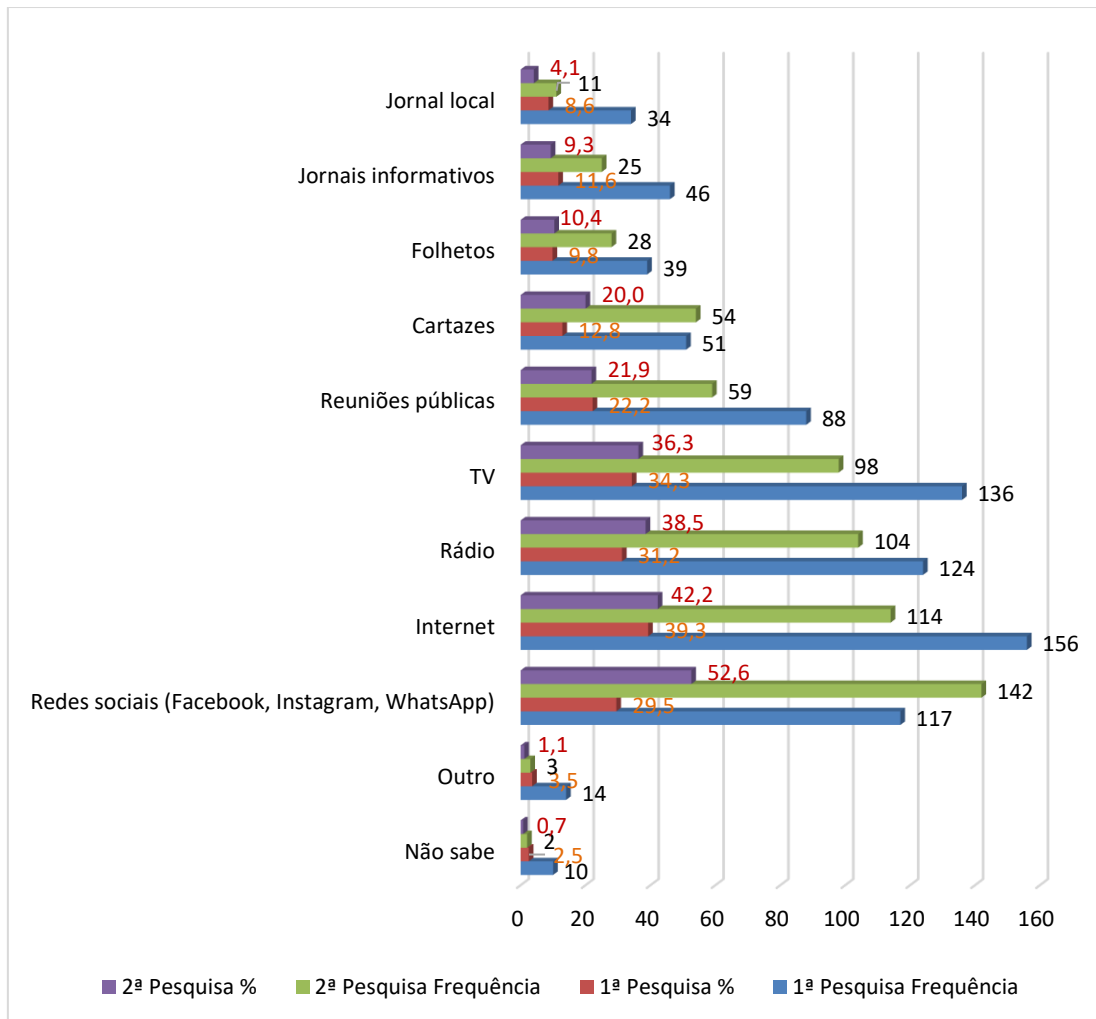
Nesta segunda pesquisa, entre as 270 pessoas entrevistadas, 142 responderam que a melhor forma da comunidade receber informações era por meio das “Redes sociais (Facebook, Instagram, WhatsApp), correspondendo a 52,6% do total de entrevistados; a seguir foi mencionada a Internet, com 42,2%; e em terceiro lugar destacou-se o Rádio, com citação de 38,5% dos entrevistados .

Na primeira pesquisa de percepção, a maioria dos entrevistados optou pela Internet, com 39,3% dos 397 entrevistados; a seguir foi a TV, com 34,3%; e o Rádio, com 31,2% dos entrevistados.

**Tabela 24 - Melhor forma da comunidade receber informações**

Alternativas	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Redes sociais (Facebook, Instagram, WhatsApp)	142	52,6	117	29,5
Internet	114	42,2	156	39,3
Rádio	104	38,5	124	31,2
TV	98	36,3	136	34,3
Reuniões públicas	59	21,9	88	22,2
Cartazes	54	20,0	51	12,8
Folhetos	28	10,4	39	9,8
Jornais informativos	25	9,3	46	11,6
Jornal local	11	4,1	34	8,6
Outro	3	1,1	14	3,5
Não sabe	2	0,7	10	2,5

Figura 19 – Melhor forma da comunidade receber informações



A pergunta seguinte indagou se o entrevistado teve acesso a algum tipo de material impresso da GNA ou de alguma empresa prestadora de serviços para ela, como: Andrade Gutierrez, Acciona e Alubar.

Nesta segunda pesquisa, foram 23 as pessoas que responderam que tiveram acesso a algum tipo de material impresso da GNA ou de alguma empresa prestadora de serviços, correspondendo a 8,5% do total de entrevistados. Nesse grupo de pessoas que tiveram esse acesso, 17 (7,39% do grupo) responderam que tiveram acesso a um Jornal Informativo e 6 (26,1%) que tiveram acesso a Folheto de divulgação dos canais de comunicação. As demais pessoas entrevistadas que não tiveram esse acesso, que totalizaram 247 entrevistados, se dividiram em três tipos de respostas: 148 (54,8% do total) responderam que não tiveram acesso/nunca viram ou receberam qualquer tipo de material; 68 (25,2%) responderam que não sabiam e 31 pessoas (11,5%) preferiram não responder. Esses dados podem ser vistos na **Tabela 28**, abaixo.

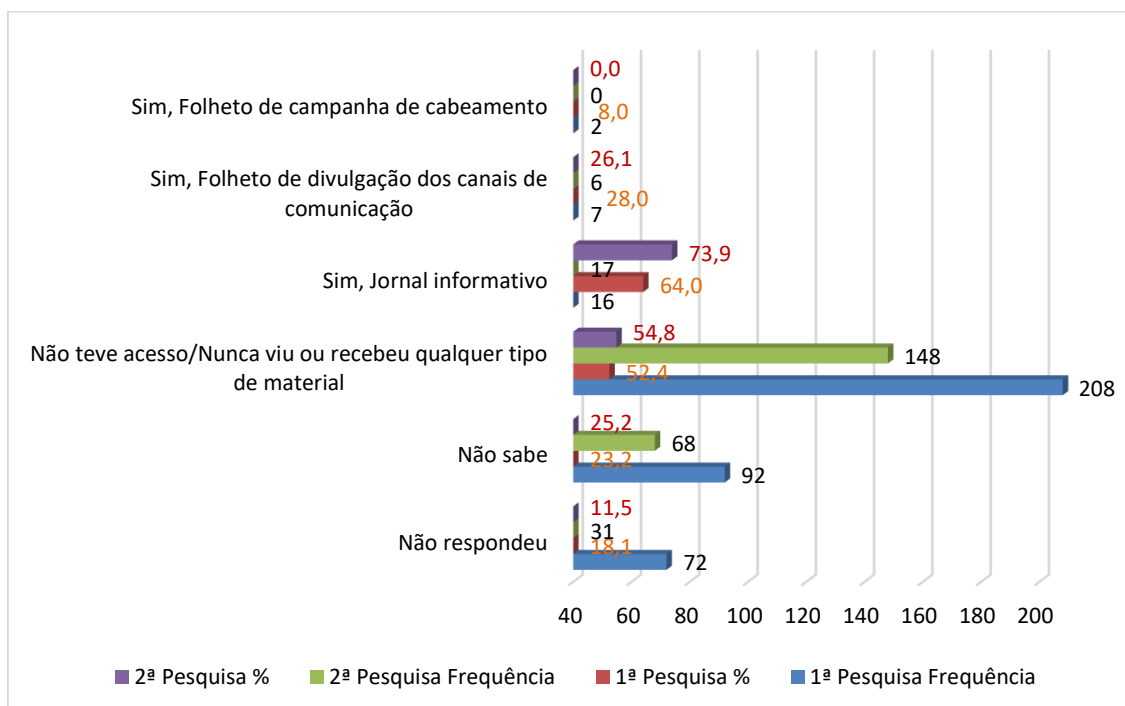


Tabela 28 - Teve acesso a algum tipo de material impresso da GNA ou de alguma empresa prestadora de serviços (Andrade Gutierrez, Acciona, Alubar)

Alternativas	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Sim, Jornal informativo	17	73,9	16	64,0
Sim, Folheto de divulgação dos canais de comunicação	6	26,1	7	28,0
Sim, Folheto de campanha de cabeamento	0	0,0	2	8,0
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>(8,5) – 100,0</b>	<b>25</b>	<b>(6,3) – 100,0</b>
Não teve acesso/Nunca viu ou recebeu qualquer tipo de material	148	54,8	208	52,4
Não sabe	68	25,2	92	23,2
Não respondeu	31	11,5	72	18,1
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100,0</b>	<b>397</b>	<b>100,0</b>

Na primeira pesquisa, em resposta ao interesse em saber se a população já tinha tido contato com algum material impresso da GNA, os resultados mostraram que foram 25 pessoas que responderam que tiveram acesso a esse material, correspondendo a 6,3% do total de entrevistados. Dentro desse grupo, 16 pessoas (64%) responderam que tiveram acesso a um Jornal Informativo; 7 pessoas (28%) que tiveram acesso a um Folheto de divulgação dos canais de comunicação e 2 pessoas (8%) que tiveram acesso a um Folheto de campanha de cabeamento. As demais pessoas entrevistadas que não tiveram esse acesso totalizaram 372 entrevistados e se dividiram em: 208 (52,4% do total) que responderam que não tiveram acesso/nunca viram ou receberam qualquer tipo de material; 92 (23,2%) que responderam que não sabiam e 72 pessoas (18,1%) que não responderam a essa questão.

Figura 20 – Teve acesso a algum tipo de material impresso da GNA



### 6.1.4 Canais de Comunicação

As perguntas seguintes se referiram aos canais de comunicação para obter do entrevistado uma opinião sobre a melhor forma de disseminar informações sobre os empreendimentos e projetos, de maneira geral, sobre quais desses mecanismos eles consideravam mais eficientes, entre outras indagações.

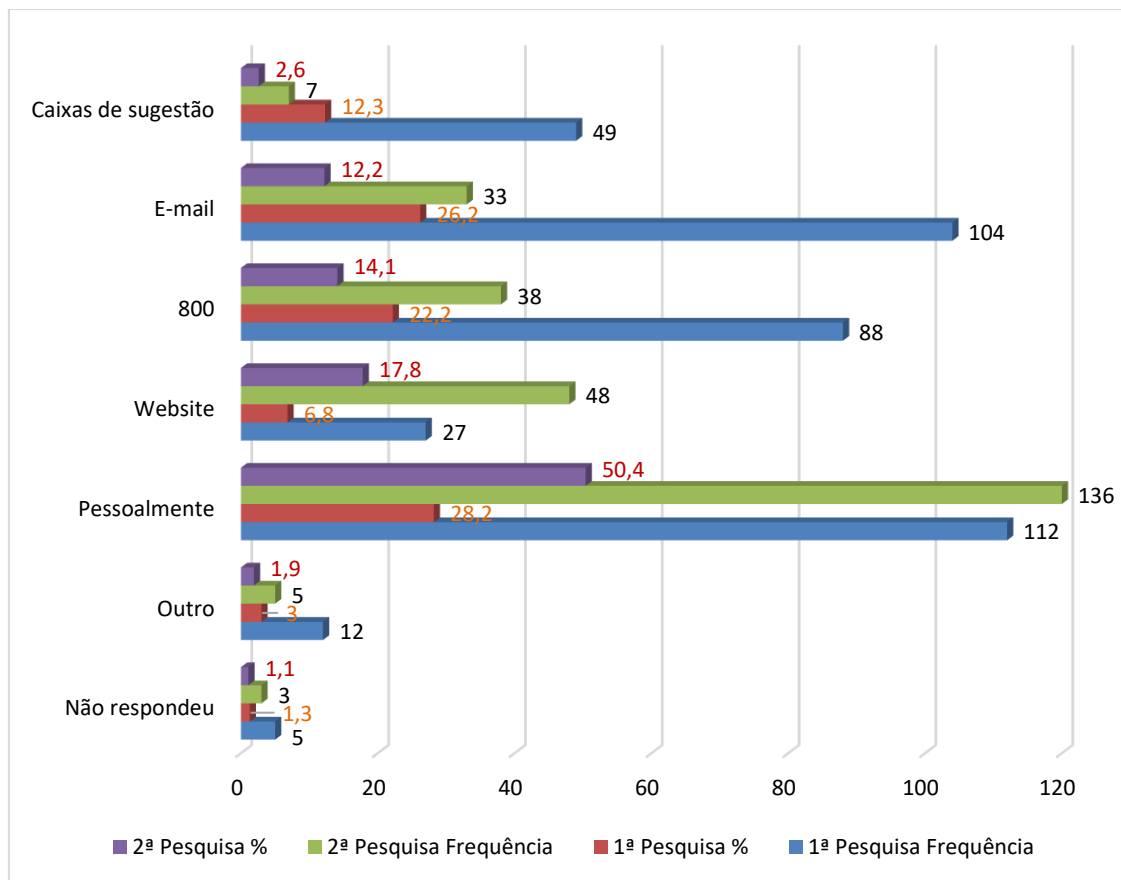
A pergunta a seguir verificou qual o canal de comunicação o entrevistado consideraria o mais eficiente entre as alternativas apontadas. Nesta segunda pesquisa, os resultados mostraram que os canais considerados mais eficientes pelos entrevistados foram: o contato pessoal em primeiro lugar, com 50,4% das respostas; a seguir foi o Website, com 17,8%; em seguida, o 0800, com 14,1%; o e-mail, com 12,2%; e logo depois as caixas de sugestão com 2,6%. A Tabela 26 mostra esses resultados.

**Tabela 29 - Dentre os canais usualmente disponibilizados para comunicação com as empresas, qual você consideraria o mais eficiente?**

Alternativas	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Pessoalmente	136	50,4	112	28,2
Website	48	17,8	27	6,8
0800	38	14,1	88	22,2
E-mail	33	12,2	104	26,2
Caixas de sugestão	7	2,6	49	12,3
Outro	5	1,9	12	3,0
Não respondeu	3	1,1	5	1,3
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100</b>	<b>397</b>	<b>100,0</b>

Na primeira pesquisa, os entrevistados consideraram como canais mais eficientes: em primeiro lugar, que o contato pessoal era o mais eficiente, com 28,2% das respostas; a seguir foi o e-mail, com 26,2%; em seguida, o 0800, com 22,2%; a seguir as caixas de sugestão com 12,3% e no final o Website, com 6,8%. A **Figura 21** ilustra essas alternativas.

Figura 21 – Canais de comunicação com as empresas que consideram mais eficientes



A pergunta sequencial tentou verificar em quais ocasiões os entrevistados entendiam que poderiam utilizar esses canais de comunicação e era possível o entrevistado escolher mais de uma alternativa. Na pesquisa de 2020, as respostas foram bem similares à anterior. A **Tabela 30** mostra as respostas escolhidas pelos entrevistados, que optaram por mais de uma alternativa e essas foram: 164 pessoas (60,7% do total de 270 entrevistados) responderam que utilizariam esses canais para candidatar-se a vagas de emprego; a seguir foram 111 pessoas (41,1% do total dos entrevistados) que responderam que seria para tirar dúvidas sobre o projeto; 85 pessoas (31,5%) responderam que utilizariam para fazer solicitações para si mesmo ou para comunidade e 29 pessoas (10,7%) responderam que seria para reclamar sobre o empreendimento.

Tabela 30 - Em quais ocasiões poderia utilizar esses canais

Alternativas	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Para se candidatar as vagas de emprego	164	60,7	205	51,6
Tirar dúvidas sobre o projeto	111	41,1	69	17,4
Fazer solicitações para você mesmo ou para comunidade	85	31,5	108	27,2

Tabela 30 - Em quais ocasiões poderia utilizar esses canais

Alternativas	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Reclamar sobre o empreendimento	29	10,7	27	6,8
Não sabe dizer para que servem os canais de comunicação	28	10,4	107	27,0

Na pesquisa de 2019, os dados demonstraram que a principal alternativa selecionada se referia a candidatar-se a vagas de emprego, com 205 pessoas (51,6%) respondendo de um total de 397 entrevistados. A segunda alternativa mais selecionada foi que utilizariam esses canais para fazer solicitações para a pessoa ou para a comunidade, com 108 pessoas que responderam (27,2% do total). Na interpretação dos dados dessa primeira pesquisa foi argumentado que ambas alternativas demonstravam a preocupação latente dos moradores com sua sobrevivência e melhoria na qualidade de vida. A alternativa seguinte selecionada pelos entrevistados foi a utilização dos canais de comunicação para tirar dúvidas sobre o projeto, com 69 pessoas escolhendo essa alternativa, representando 17,4% do total de entrevistados, e a última se referia a reclamar sobre o empreendimento, com 27 respostas de entrevistados e correspondendo a 6,8% do total.

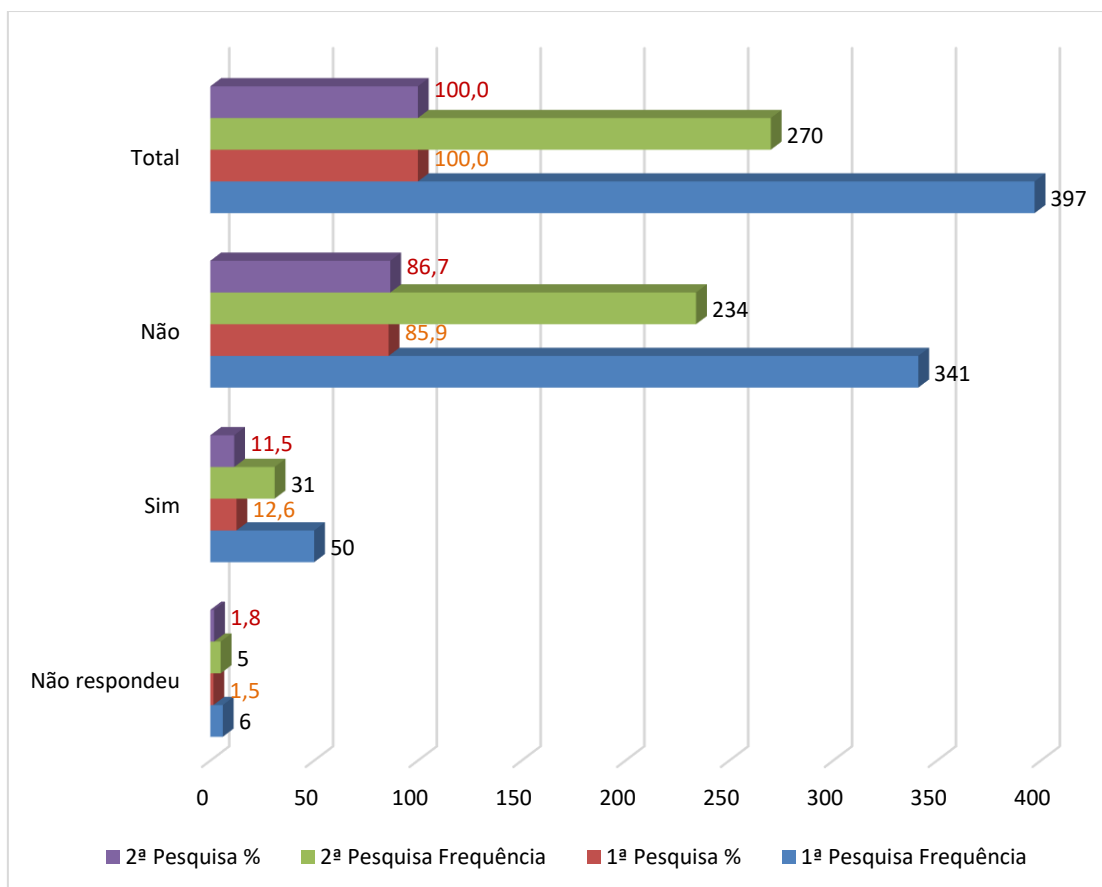
A fim de fazer conexão entre os canais de comunicação e a GNA, foi feita uma pergunta para saber se o entrevistado tinha conhecimento de alguma forma de entrar em contato com a GNA. As respostas para esta pergunta, na segunda pesquisa de percepção, apresentaram os resultados que a comunidade não tinha conhecimento sobre a forma de se comunicar com a GNA, com 91,5% de respostas negativas e 6,7% de respostas positivas.

Na pesquisa anterior, o resultado foi um pouco diferente para as respostas negativas, com 85,9% e 12,6% de respostas positivas.

Tabela 31 - Você sabe que a empresa GNA possui algumas formas de você entrar em contato com ela?

Alternativas	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Sim	31	11,5	50	12,6
Não	234	86,7	341	85,9
Não respondeu	5	1,8	6	1,5
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100,0</b>	<b>397</b>	<b>100,0</b>

Figura 22 – Sabem que a empresa GNA possui algumas formas de entrar em contato



Ainda com o objetivo de fazer conexão entre os canais de comunicação e a GNA, foi feita uma outra pergunta para saber se o entrevistado tinha conhecimento sobre as formas existentes de entrar em contato com a GNA.

As formas de entrar em contato com a empresa indicadas na segunda pesquisa de percepção foram as que se seguem na tabela abaixo, indicando que 31 pessoas responderam afirmativamente para as seguintes alternativas: Site da GNA, com 29% do total de 31 pessoas que sabe que a empresa possui formas de contato; E-mail da GNA, com 25,8% desse total; Telefone 0800 com 22,6%; e Caixas de sugestão na comunidade, com 22,6%.

Tabela 32 - Formas de entrar em contato com a GNA

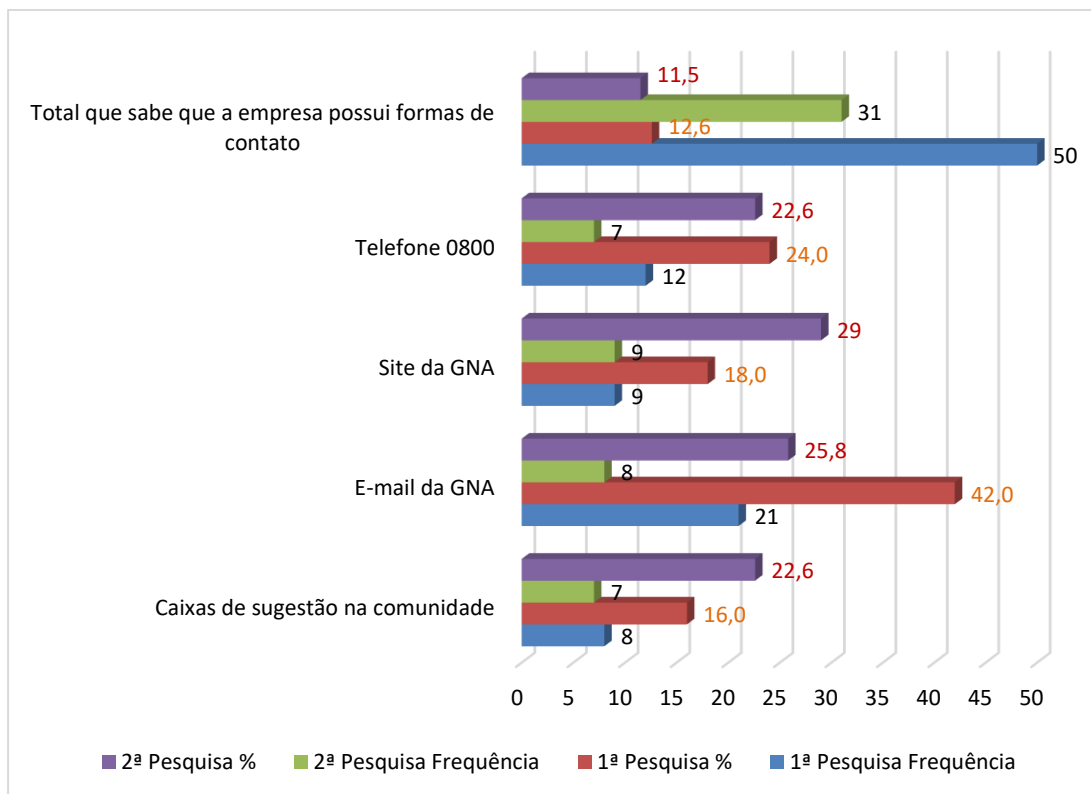
Alternativas	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Caixas de sugestão na comunidade	7	22,6	8	16,0
E-mail da GNA	8	25,8	21	42,0
Site da GNA	9	29,0	9	18,0
Telefone 0800	7	22,6	12	24,0

Tabela 32 - Formas de entrar em contato com a GNA

Alternativas	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Total que sabe que a empresa possui formas de contato	31	(11,5) – 100,0	50	(12,6) – 100,0
Não sabe	234	86,7	341	85,9
Não respondeu	5	1,8	6	1,5
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100,0</b>	<b>397</b>	<b>100,0</b>

Na primeira pesquisa, para a pergunta sobre o conhecimento das formas de entrar em contato com a GNA, 50 pessoas responderam afirmativamente, que conheciam e citaram: E-mail da GNA, 5,3%; Telefone 0800 com 3%; Site da GNA, com 2,3% e Caixas de sugestão na comunidade, com 2%, totalizando 12,6%.

Figura 23 – Formas de entrar em contato com a GNA indicadas



A próxima questão se referiu por qual meio essas pessoas que afirmaram saber sobre as formas existentes de entrar em contato com a GNA tomaram conhecimento da existência desses canais.

Na pesquisa de 2020, 12 pessoas responderam as alternativas por meio de pessoas da comunidade e por meio da divulgação realizada pela própria GNA (cartaz, WhatsApp, panfleto), correspondendo a 38,7% do total de 31 pessoas que sabiam sobre as formas

de entrar em contato com a GNA. As outras 19 pessoas (61,3% de 31 pessoas) não sabiam ou não se lembravam como ficaram sabendo desses mecanismos de comunicação.

Na pesquisa do ano anterior, foram 27 entrevistados que indicaram que foi por meio de pessoas da comunidade e por meio da divulgação realizada pela própria GNA, correspondendo a 54% do total de 50 pessoas que sabiam sobre as formas de entrar em contato com a GNA. Os demais 23 entrevistados (46% de 50 pessoas) não tinham conhecimento sobre o assunto.

**Tabela 33 - Como você tomou conhecimento da existência desses canais de comunicação da GNA?**

Alternativas	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Por meio da divulgação realizada pela própria GNA (cartaz, WhatsApp, panfleto)	5	16,1	12	24,0
Por meio de pessoas da comunidade	7	22,6	15	30,0
Não sabe	19	61,3	23	46,0
<b>Total que sabe que a empresa possui formas de contato</b>	<b>31</b>	<b>(11,5) – 100,0</b>	<b>50</b>	<b>(12,6) – 100,0</b>
Não sabe	234	86,7	341	85,9
Outro	5	1,8	6	1,5
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100,0</b>	<b>397</b>	<b>100,0</b>

Para a pergunta se já haviam utilizado algum canal de comunicação da GNA, 03 pessoas responderam afirmativamente e disseram que ficaram satisfeitos com o atendimento na pesquisa realizada em 2020. Na pesquisa anterior, foram 02 pessoas responderam afirmativamente e disseram que ficaram satisfeitos com o atendimento. As respostas fornecidas foram espontâneas.

**Tabela 34 - Você já usou algum dos canais de comunicação da GNA?**

Alternativas	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Sim, fiquei satisfeito com o atendimento	3	1,1	2	0,5
Não utilizei	264	97,8	298	75,1
Não sei	3	1,1	74	18,6
Não respondeu	0	0,0	23	5,8
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100</b>	<b>397</b>	<b>100,0</b>

### 6.1.5 Realização de Atividades

Esse bloco seguinte de perguntas teve a finalidade de verificar se havia algum conhecimento da comunidade de entrevistados sobre atividades executadas pelas empresas do porto e pela GNA.

A próxima pergunta indagava se o entrevistado tinha conhecimento de alguma atividade realizada por alguma empresa do porto.

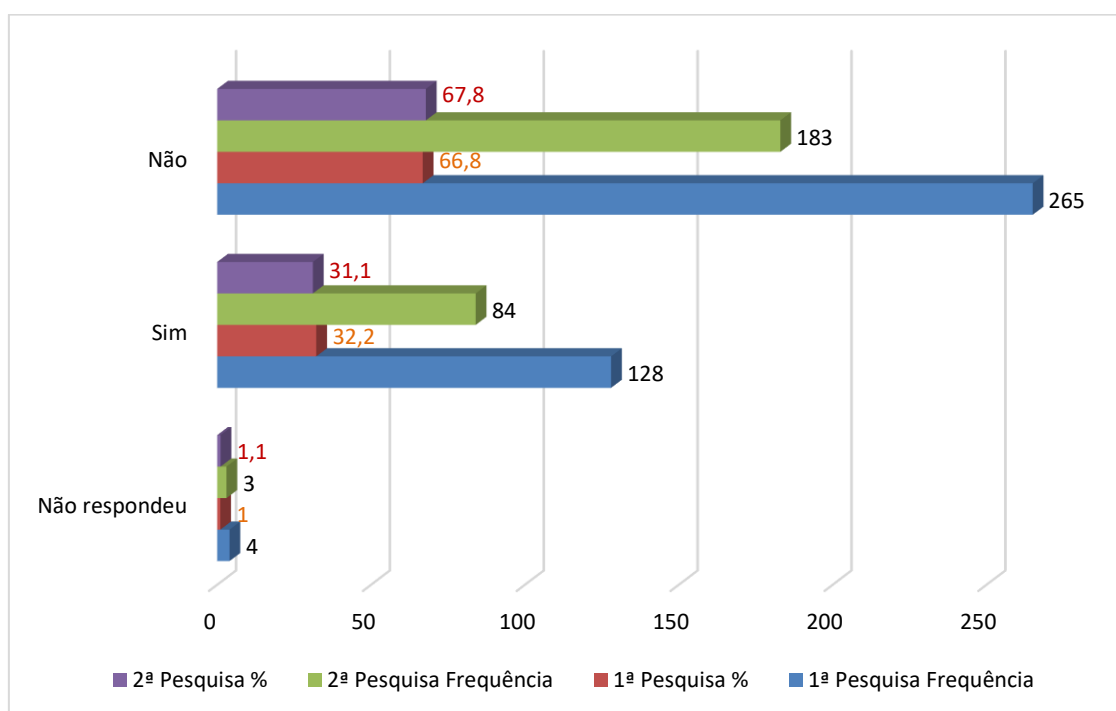
Nesta segunda pesquisa, os dados foram bem similares aos dados da primeira pesquisa: 31,1% responderam que sim e 67,8% responderam que não.

Na primeira pesquisa, os resultados mostraram que 32,2% dos entrevistados responderam que sim e 66,8% responderam que não.

**Tabela 35 - Teve conhecimento de alguma atividade feita por uma empresa do porto**

Alternativas	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Sim	84	31,1	128	32,2
Não	183	67,8	265	66,8
Não respondeu	3	1,1	4	1,0
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100</b>	<b>397</b>	<b>100,0</b>

**Figura 24 – Teve conhecimento de alguma atividade feita por uma empresa do porto**



A próxima pergunta pretendeu verificar o alcance dos materiais e da comunicação social da GNA e/ou a forma de absorção da informação pela população local e questionou se o entrevistado teve conhecimento de alguma atividade realizada pela GNA.

Na segunda pesquisa, foram 19 pessoas que responderam afirmativamente, representando 7% de 270 pessoas.



Na primeira pesquisa, por coincidência, também foram 19 pessoas que responderam afirmativamente, representando 4,8% de um total de amostra de 397 pessoas.

**Tabela 36 - Você teve conhecimento de alguma atividade realizada pela GNA?**

Alternativas	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Sim	19	7,0	19	4,8
Não	243	90,0	369	92,9
Não respondeu	8	3,0	9	2,3
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100</b>	<b>397</b>	<b>100,0</b>

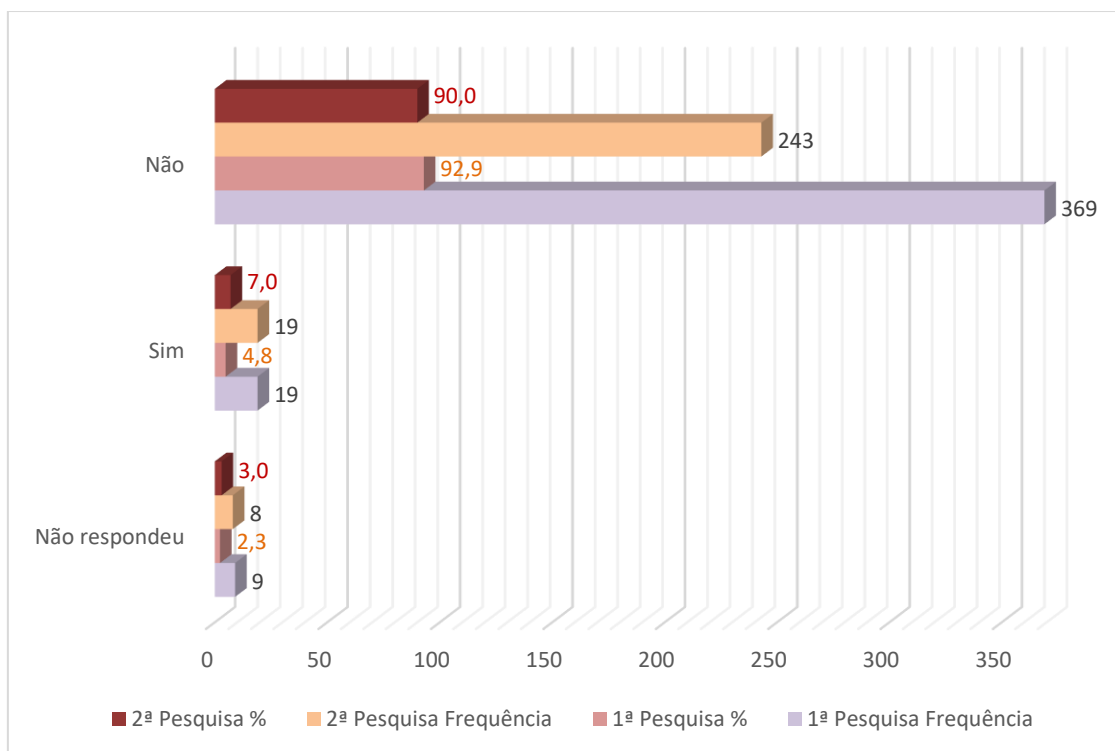
Segunda Pesquisa - Para as dezenove pessoas que responderam que tinham tomado conhecimento de alguma atividade realizada pela GNA, foi perguntado quais foram essas atividades, de forma que dezessete responderam, como descrito abaixo.

- Programa de Qualificação Profissional (5).
- Programa de Educação Ambiental (PEA) e Ela Pode (3).
- Palestras e cursos (3).
- Cursos na comunidade (2).
- Espaço de Diálogo (1).
- Prevenção do COVID-19 (1).
- Curso Jovem Aprendiz (1).
- Benefícios para a população (1).
- Soltura de tartarugas na Praia e limpeza de faixa de praia (1).
- A implantação da termoelétrica (1).

Primeira Pesquisa - Para as dezenove pessoas que responderam que tinham tomado conhecimento de alguma atividade realizada pela GNA, foi perguntado quais foram essas atividades, de forma que dezessete responderam, como descrito abaixo.

- Audiência pública (1).
- Campanhas com as comunidades (1).
- Cursos de solda (1).
- Curso na parte elétrica (1).
- Curso para operação de empilhadeira (1).
- Curso POP em Barra do Itabapoana (1).
- Reunião de pesca (1).
- Treinamento e capacitação (1).
- Qualificação no CIEP (1).
- Programa de Educação Ambiental (PEA) (2).
- Cursos e palestras (não lembra o tema) (2).

Figura 25 – Teve conhecimento de alguma atividade realizada pela GNA



Questionados sobre a maneira pela qual ficaram sabendo dessas atividades, os entrevistados apresentaram as respostas indicadas na **Tabela 37** abaixo.

Tabela 37 - Como você ficou sabendo da realização destas atividades?

Alternativas	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Visita da equipe da GNA	4	21,0	3	15,8
Cartazes afixados na comunidade	6	31,6	7	36,8
Jornais ou folhetos distribuídos pela GNA	4	21,0	2	10,5
Por meio de pessoas da própria comunidade	6	31,6	15	78,9
Por meio de amigos, parentes ou conhecidos que trabalham na GNA	8	42,1	7	36,8

Na segunda pesquisa, em relação às 19 pessoas que tinham conhecimento sobre atividades da GNA, as alternativas indicadas pelos entrevistados foram: por meio de amigos, parentes ou conhecidos que trabalham na GNA, com 08 pessoas, correspondendo a 21% desse total; por meio de pessoas da própria comunidade, com 06 pessoas, correspondendo a 31,6% do total; Cartazes afixados na comunidade, com 06 pessoas (31,6%); Visita da equipe da GNA, com 04 pessoas (21%) e jornais ou folhetos distribuídos pela GNA, com 4 pessoas (21%).

Na pesquisa anterior, em relação às 19 pessoas que também tinham conhecimento sobre atividades da GNA, as alternativas indicadas pelos entrevistados foram: por meio de amigos, parentes ou conhecidos que trabalham na GNA, com 07 respostas (36,8%) do total; por meio de pessoas da própria comunidade, com 15 respostas (78,9%) do total; Cartazes afixados na comunidade, com 07 respostas (36,8%) do total; Visita da equipe da GNA, com 03 respostas (15,8%) do total; e jornais ou folhetos distribuídos pela GNA, com 02 respostas (10,5%) do total.

Para os entrevistados que mencionaram ter conhecimento das atividades da GNA, foi questionada a opinião sobre a divulgação das atividades realizadas.

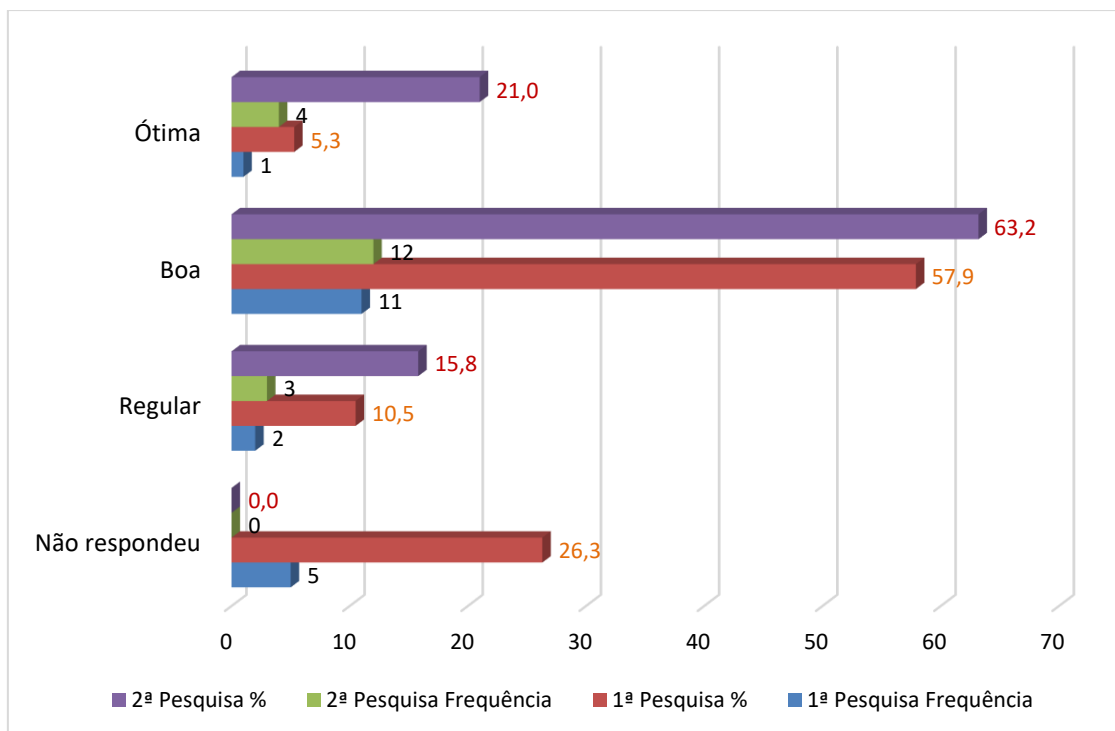
**Tabela 38 - Opinião sobre a divulgação das atividades realizadas**

Alternativas	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem		
Regular	3	15,8	2	10,5
Boa	12	63,2	11	57,9
Ótima	4	21,0	1	5,3
Não respondeu	0	0,0	5	26,3
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100,0</b>	<b>19</b>	<b>100,0</b>
<u>Segunda Pesquisa</u> - Motivos pelos quais deram essas avaliações:				
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Escutou comentários positivos de outras pessoas também sobre a ação (3);</li> <li>- Porque respeitam a cultura local;</li> <li>- Aumentar a divulgação e oferta de cursos;</li> <li>- Os responsáveis são atenciosos;</li> <li>- Gosta de ficar informado sobre as pautas.</li> </ul>				
<u>Primeira Pesquisa</u> - Motivos pelos quais deram essas avaliações:				
<ul style="list-style-type: none"> <li>- A propaganda foi bem-feita.</li> <li>- As pessoas foram atenciosas e levaram a programação com seriedade.</li> <li>- Atende a comunidade carente.</li> <li>- Boa divulgação do seu projeto.</li> <li>- Divulgação aberta.</li> <li>- Porque a comunidade comparece.</li> <li>- Porque não foi bem divulgado.</li> <li>- Quase não participa</li> </ul>				

Nesta segunda pesquisa, foram 19 pessoas que responderam ter conhecimento das atividades da GNA e deram suas avaliações que foram: ótima com 21%; boa com 63,2%; e regular com 15,8%.

Na pesquisa de percepção anterior, as respostas foram: ótima com 5,3%; boa com 57,9%; regular com 10,5% e 26,3% não responderam.

Figura 26 – Opinião sobre a divulgação das atividades realizadas



Considerando que algumas pessoas citaram as atividades, foi perguntado se haviam participado de alguma delas e nove pessoas responderam afirmativamente.

Tabela 39 - Você já participou de alguma atividade realizada pela GNA?

Alternativas	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Sim	9	47,4	6	31,6
Não	10	52,6	13	68,4
<b>Tem conhecimento das atividades da GNA</b>	<b>19</b>	<b>(7,0) – 100,0</b>	<b>19</b>	<b>(4,8) – 100,0</b>
Não	243	90,0	369	92,9
Não respondeu	8	3,0	9	2,3
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100</b>	<b>397</b>	<b>100,0</b>

### 6.1.6 Responsabilidade Ambiental

Entre as atividades desenvolvidas pela GNA, foi questionado se o entrevistado teve conhecimento sobre ações relacionadas à responsabilidade ambiental, com duas perguntas. A primeira versou sobre preservação do meio ambiente e os resultados estão apresentados na **Tabela 40** abaixo.

**Tabela 40 - Teve conhecimento de ações realizadas pela GNA para preservação do meio ambiente**

Alternativas	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Não	255	94,5	376	94,8
Sim	15	5,6	21	5,2
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100,0</b>	<b>397</b>	<b>100,0</b>
<u>Segunda Pesquisa</u> - Quais foram essas ações				
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Plantio de mudas (5);</li> <li>- Soltura de tartarugas (2);</li> <li>- Programa Restauração da Restinga (PRR) – Programa de Educação Ambiental (PEA);</li> <li>- Preservação do meio ambiente e atividades de recuperação da restinga;</li> <li>- Palestra em escolas;</li> <li>- Campanha sobre preservação dos animais;</li> <li>- Limpeza da praia;</li> <li>- Limpeza da restinga;</li> <li>- Instalação de filtros para controle de poluição de ar</li> </ul>				
<u>Primeira Pesquisa</u> - Quais foram essas ações				
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Algum projeto com tartarugas, Soltura de tartarugas marinhas</li> <li>- Aplicação de DDS com temas ambientais na obra, resgate de fauna, contenção de equipamentos, orientação de Técnicos de SSO e de MA, além de Integração</li> <li>- Captura de animais para fazenda Caruara</li> <li>- De acordo com o marido, que trabalha na Andrade, reciclagem de madeira</li> <li>- Elaboração de reservas e resgate de fauna</li> <li>- Limpeza de faixa de praia</li> <li>- Palestra com comunidade falando sobre impactos ambientais, Palestra de conscientização</li> <li>- Plantação de árvores, Reflorestamento</li> </ul>				

A segunda pergunta indagou se, na opinião do entrevistado, ele considerava a GNA uma empresa responsável em relação ao meio ambiente. Foram 19 respostas afirmativas, uma negativa e o restante dos entrevistados não souberam avaliar, lembrando que foram 109 pessoas que responderam que conheciam a GNA (já tinham ouvido falar da GNA – bloco de perguntas sobre a empresa e o projeto).

**Tabela 41 - Acha a GNA uma empresa responsável**

Alternativa	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Sim	19	17,4	29	24,4

**Tabela 41 - Acha a GNA uma empresa responsável**

Não	1	1,0	9	7,6
Não sabe avaliar	89	81,6	81	68,0
<b>Total que conhece a GNA</b>	<b>109</b>	<b>(40,3) – 100,0</b>	<b>119</b>	<b>(30,0) – 100,0</b>
Não conhece a GNA	156	57,8	260	65,4
Não sabe	5	1,9	10	2,5
Não respondeu	0	0,0	8	2,1
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100</b>	<b>397</b>	<b>100,0</b>
<u>Segunda Pesquisa</u> - Porque tem essa opinião				
Positivas:				
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Pelas ações da empresa que acompanha (8);</li> <li>– Pelo atendimento às normas de licenciamento ambiental (5);</li> <li>– Por conta das palestras (2);</li> </ul>				
Não sabe avaliar				
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Falta de informações sobre a empresa;</li> <li>– Desconhecimento sobre o trabalho da GNA (2);</li> </ul>				
<u>Primeira Pesquisa</u> - Porque tem essa opinião				
Positivas:				
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Acredito que é uma empresa bem responsável</li> <li>– Porque as estruturas de cozinha e refeitório estão sempre limpas e organizadas</li> <li>– As regras do Porto são muito severas e rígidas, tem que se adequar aos procedimentos</li> <li>– Controla todas ações do Meio Ambiente</li> <li>– Cuidados com a fauna e vegetação na obra, realocação de germoplasma</li> <li>– Devido a treinamentos e cuidados que o marido conta, que atua na Andrade</li> <li>– Devido às pessoas envolvidas na empresa</li> <li>– Devido aos projetos de proteção de Meio Ambiente</li> <li>– Ela evita jogar lixos em áreas preservadas</li> <li>– Comprou muitas mudas de bambu na minha terra, pelas ações de reflorestamento</li> <li>– Ações em conjunto com outras empresas</li> <li>– Pelas ações na rotina de obra</li> <li>– Pelo que apresentam em reuniões</li> <li>– Porque é uma empresa que informa a comunidade</li> <li>– Ouve falar muito bem da GNA a respeito do Meio Ambiente</li> </ul>				
Negativas:				
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Falta de informações na comunidade</li> <li>– Faz muito desmatamento</li> </ul>				

### 6.1.7 Empregabilidade

Nesse bloco, foram feitas perguntas sobre relacionamento com pessoas empregadas no porto, se o entrevistado teve conhecimento sobre as vagas de emprego, e em que local isso foi visto.

Para a pergunta sobre conhecimento de pessoas que trabalham no porto, na segunda pesquisa as respostas podem ser visualizadas nas **Tabelas 42 e 43**, sendo que as positivas representaram 82,2% (222 pessoas entrevistadas) e as negativas 17,8% (48 pessoas).

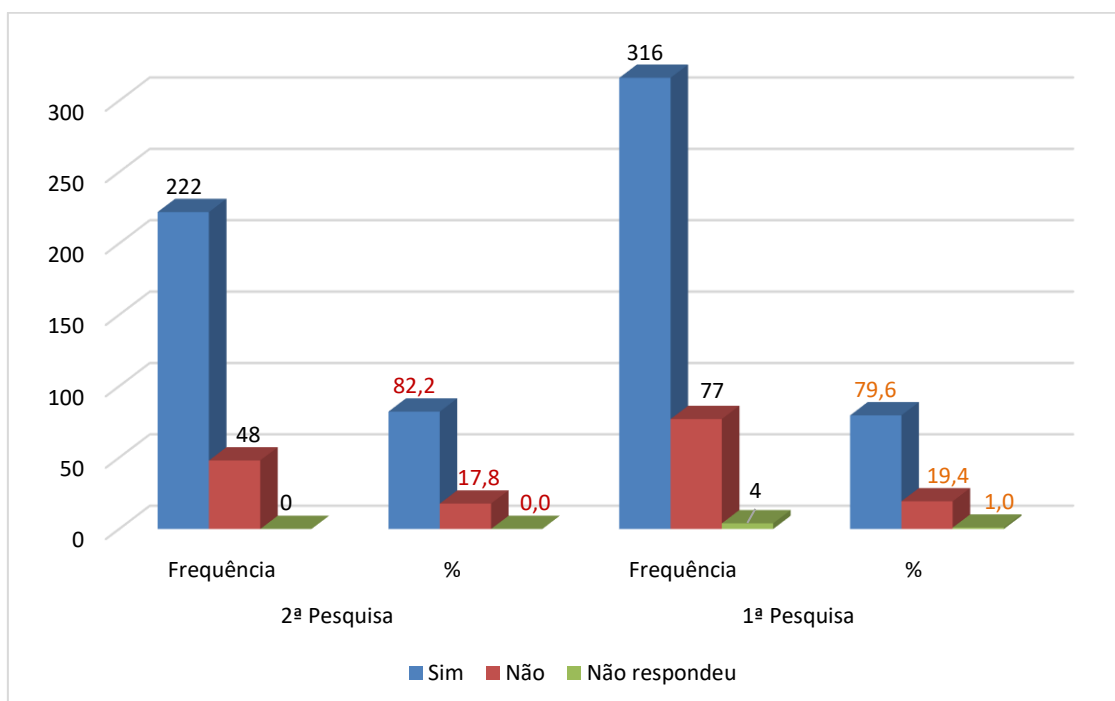
Na primeira pesquisa as respostas foram positivas em 79,6% dos casos (316 pessoas) e

e as negativas 19,4% (77 pessoas).

Tabela 42 - Conhece alguém que trabalha no porto

Alternativas	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Sim	222	82,2	316	79,6
Não	48	17,8	77	19,4
Não respondeu	0	0,0	4	1,0
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100</b>	<b>397</b>	<b>100,0</b>

Figura 27 – Conhece alguém que trabalha no porto



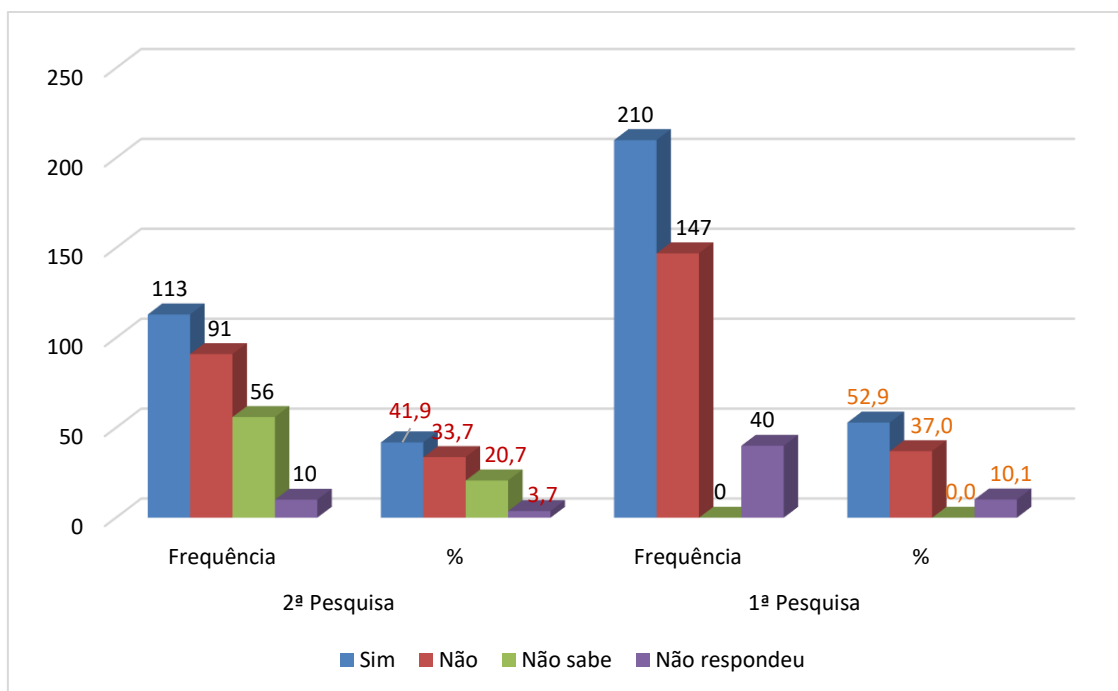
A próxima pergunta indagava se o entrevistado já tinha visto divulgação de vagas de emprego no Porto em algum local. Nesta segunda pesquisa, houve 113 pessoas que responderam afirmativamente, correspondendo a 41,9% do total de entrevistados. As pessoas que responderam negativamente foram 91 (33,7%) e 24,4% (66 pessoas) corresponderam a pessoas que não sabiam e/ou não responderam à questão.

Na pesquisa anterior, as respostas positivas tiveram uma representação maior no total de entrevistados, com 52,9% (210 pessoas) e as negativas foram 37% (147 pessoas), com 10,1% (40 pessoas) dos que não responderam.

Tabela 43 - Viu a divulgação de vagas de emprego no Porto em algum local

Alternativas	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Sim	113	41,9	210	52,9
Não	91	33,7	147	37,0
Não sabe	56	20,7	0	0,0
Não respondeu	10	3,7	40	10,1
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100</b>	<b>397</b>	<b>100,0</b>

Figura 28 – Viu a divulgação de vagas de emprego no Porto em algum local



Para as pessoas que responderam que tinham visto a divulgação de vagas de emprego, foi perguntado em qual local isso ocorreu. Entre essas 113 pessoas que tinham visto a divulgação, 109 pessoas responderam que tinham visto a divulgação, correspondendo a 96,5% desse total. Os locais em que isto ocorreu estão expressos na **Tabela 44** abaixo.

Na pesquisa anterior, entre as 210 pessoas que tinham visto a divulgação de vagas de emprego, 156 responderam afirmativamente, correspondendo a 74,3% desse total.

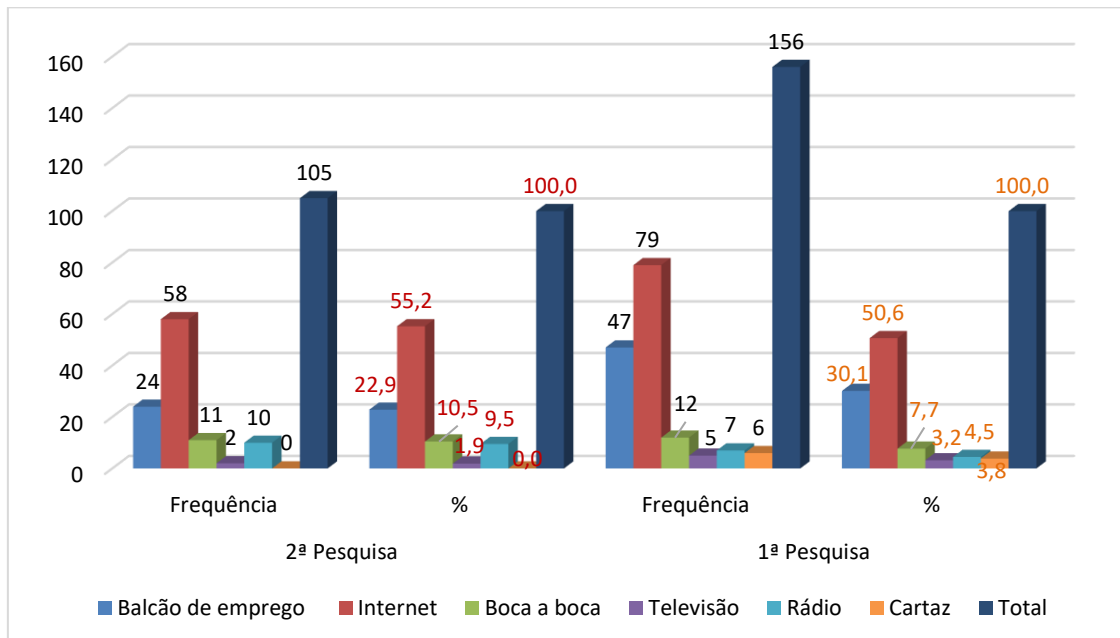


Tabela 44 – Local em que a divulgação de vagas de emprego no Porto foi visualizada

Alternativa	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Balcão de emprego	24	22,9	47	30,1
Internet	58	55,2	79	50,6
Boca a boca	11	10,5	12	7,7
Televisão	2	1,9	5	3,2
Rádio	10	9,5	7	4,5
Cartaz	0	0,0	6	3,8
Total	105	100,0	156	100,0
<b>Total que viu divulgação de vagas</b>	<b>113</b>	<b>(41,9) – 100,0</b>	<b>210</b>	<b>(52,9) – 100,0</b>
Não viu divulgação de vagas	91	33,7	147	37,0
Não sabe	56	20,7	0	0,0
Não respondeu	10	3,7	40	10,1
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100</b>	<b>397</b>	<b>100,0</b>

Em ambas as pesquisas realizadas, a Internet foi o local em que a divulgação de vagas de emprego no Porto foi mais visualizada, com 55,2% dos entrevistados, na segunda pesquisa e 50,6% na primeira. Em seguida, foi o balcão de empregos, com 22,9% das respostas, na segunda pesquisa e 30,1% na primeira. A seguir vieram o sistema “boca a boca”, o rádio e a televisão, em ambas pesquisas.

Figura 29 – Local em que a divulgação de vagas de emprego no Porto foi visualizada



A seguir, foi questionado se o entrevistado conhecia alguém que trabalhava na GNA ou em uma das empresas que prestam serviços para ela. Na segunda pesquisa, foram 69 pessoas, representando 25,6% do total de entrevistados.

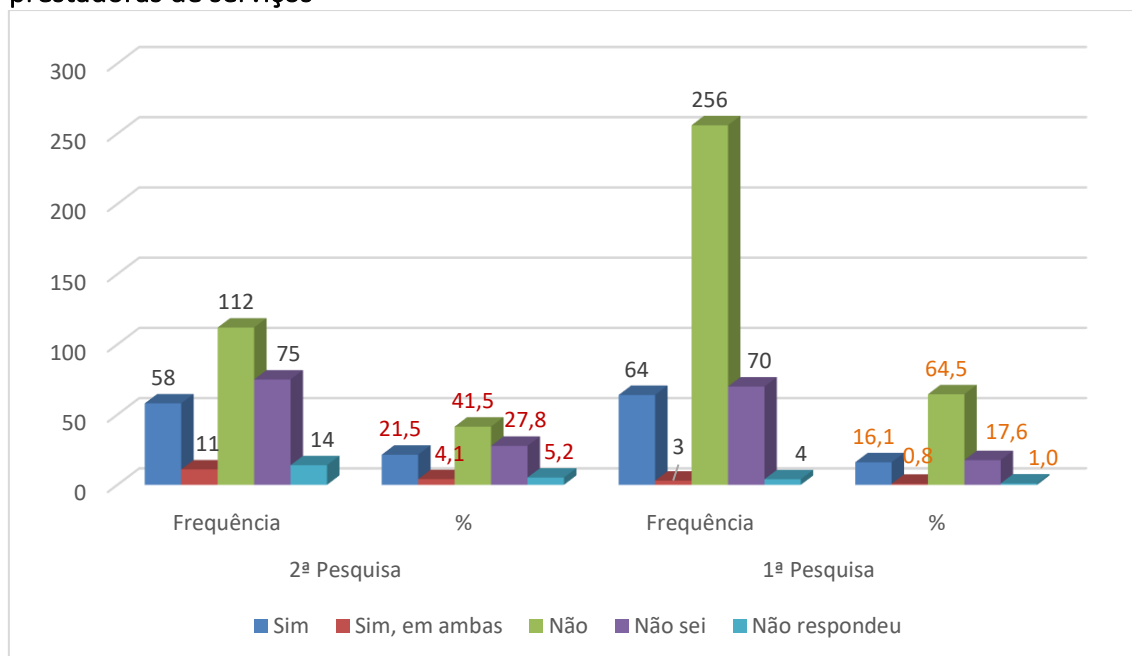
Na primeira pesquisa, 67 pessoas responderam afirmativamente, representando 16,9% do total de entrevistados.

**Tabela 45 – Já conhece alguém que trabalha na GNA ou em uma empresa que presta serviço**

Alternativa	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Sim	58	21,5	64	16,1
Sim, em ambas	11	4,1	3	0,8
Não	112	41,5	256	64,5
Não sei	75	27,8	70	17,6
Não respondeu	14	5,2	4	1,0
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100</b>	<b>397</b>	<b>100,0</b>

Questionados sobre em qual empresa essas pessoas que conheciam trabalhavam, na segunda pesquisa 07 pessoas responderam na GNA. O restante respondeu empresas prestadoras de serviços. Na primeira pesquisa, 02 pessoas responderam na GNA e as demais nas empresas prestadoras de serviços.

**Figura 30 – Conhece alguém que trabalha na GNA ou em uma de suas empresas prestadoras de serviços**



Para conhecer o alcance dos canais de divulgação da GNA em relação a vagas da própria GNA ou de alguma de suas contratadas, foi feita a seguinte pergunta: quais desses canais são os oficiais para se candidatar a vagas na GNA ou nas suas subcontratadas (Andrade

Gutierrez, Acciona, Alubar)? Os dados obtidos estão descritos na Tabela a seguir e era possível indicar mais de uma alternativa. Por este motivo, as porcentagens incluídas na tabela se referem ao total de entrevistados e porcentagem correspondente em relação ao total de entrevistados e não à somatória de respostas.

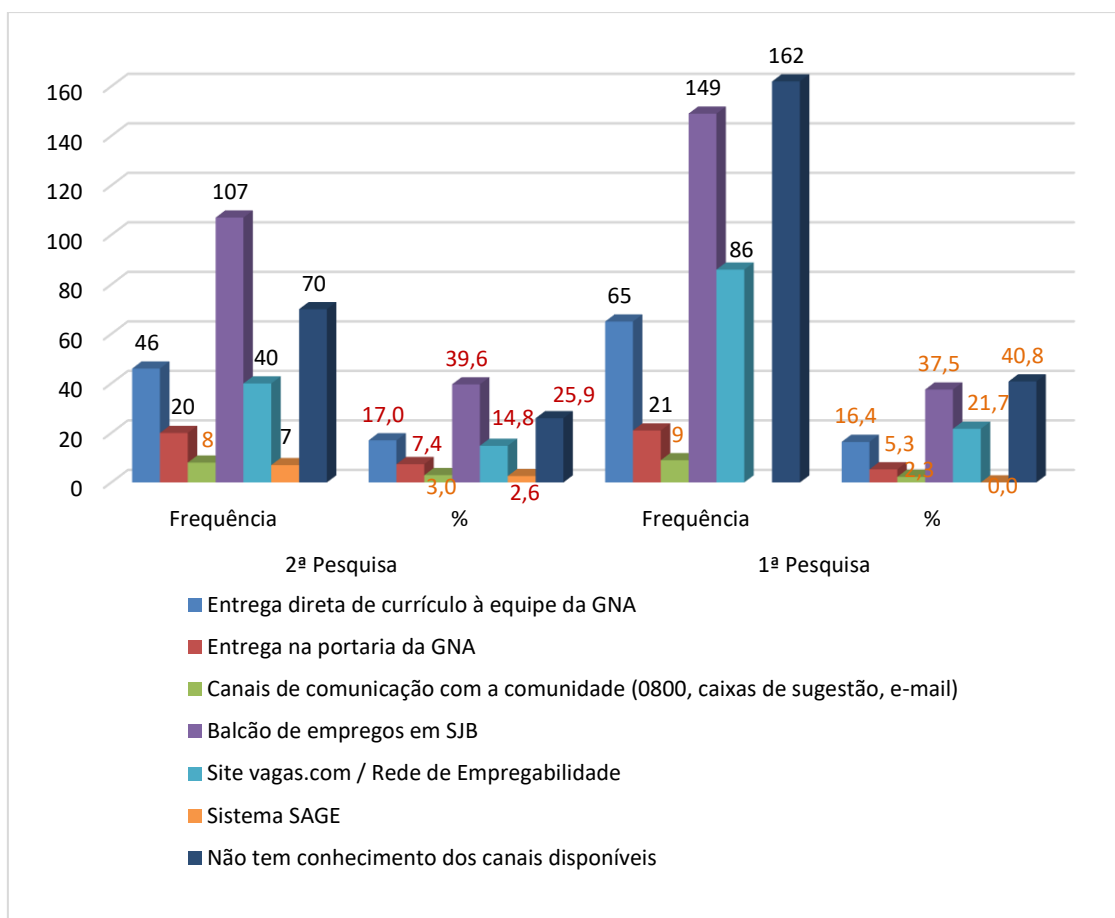
Nesta segunda pesquisa, os canais que tiveram maior frequência de respostas foram também o balcão de empregos de São João da Barra, com 39,6% do total de pessoas entrevistadas, e Entrega direta de currículo à equipe da GNA, com 17%.

**Tabela 46 - Quais desses canais são oficiais para se candidatar a vagas na GNA ou subcontratadas (Andrade Gutierrez, Acciona, Alubar)**

Alternativa	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Entrega direta de currículo à equipe da GNA	46	17,0	65	16,4
Entrega na portaria da GNA	20	7,4	21	5,3
Canais de comunicação com a comunidade (0800, caixas de sugestão, e-mail)	8	3,0	9	2,3
Balcão de empregos em SJB	107	39,6	149	37,5
Site vagas.com / Rede de Empregabilidade	40	14,8	86	21,7
Sistema SAGE	7	2,6	0	0,0
Não tem conhecimento dos canais disponíveis	70	25,9	162	40,8

Na primeira pesquisa, os canais que os entrevistados se lembravam foram o balcão de empregos de São João da Barra (37,5%) e o sítio eletrônico [vagas.com/rede](http://vagas.com/rede) de empregabilidade, com 21,7% dos entrevistados.

Figura 31 – Canais oficiais que conhecem para se candidatar a vagas na GNA ou subcontratadas

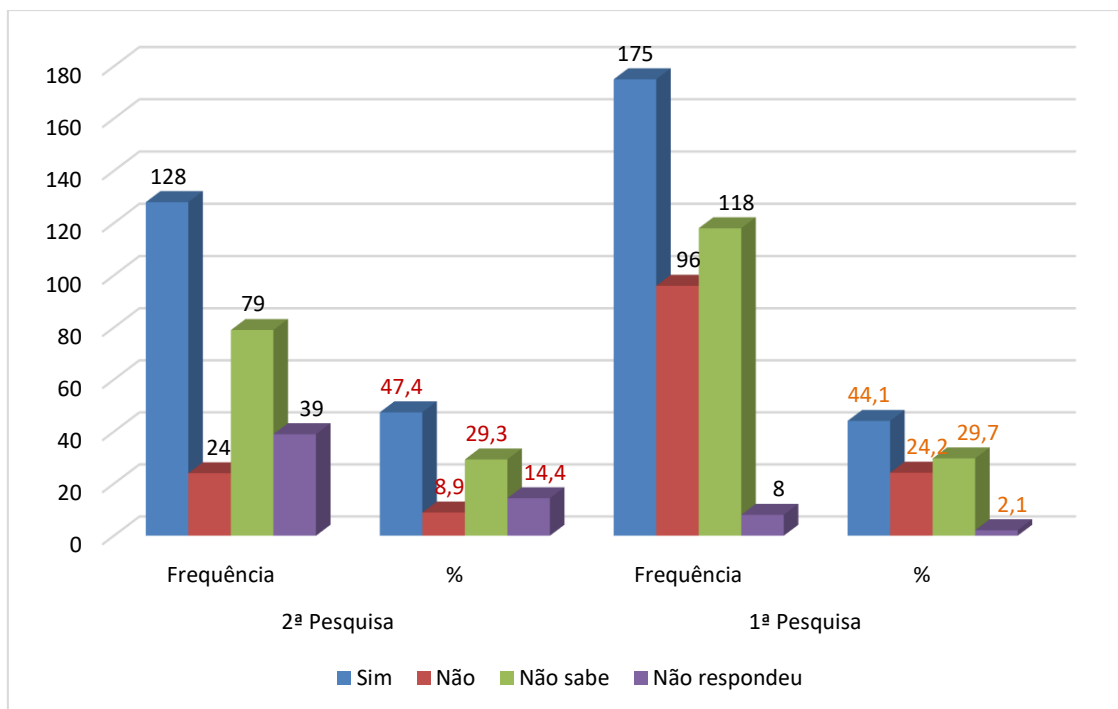


Para a continuidade de questionamento sobre a GNA e a opinião dos moradores em relação à empresa, foi feita a pergunta se os entrevistados consideravam que a vinda da GNA para o Porto do Açú aumentou as oportunidades de emprego para os moradores da região. Na primeira pesquisa as respostas afirmativas representaram 44,1% e as negativas 24,2%. Na segunda, foram 47,4% de respostas afirmativas e 8,9% de negativas.

Tabela 47 - Você considera que a vinda da empresa GNA para o Porto do Açú aumentou as oportunidades de emprego para os moradores da região

Alternativa	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Sim	128	47,4	175	44,1
Não	24	8,9	96	24,2
Não sabe	79	29,3	118	29,7
Não respondeu	39	14,4	8	2,1
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100,0</b>	<b>397</b>	<b>100,0</b>

Figura 32 – Consideram que a vinda da empresa GNA para o Porto do Açú aumentou as oportunidades de emprego para os moradores da região



A seguir foi feita a pergunta sobre o motivo pelo qual tinham essa opinião manifestada. As respostas dessa questão estão descritas abaixo, uma vez que apresentaram grande diversidade de assuntos e alegações, que foram padronizadas, quando isso foi possível.

#### Os que responderam afirmativamente

Entre os 128 entrevistados que responderam afirmativamente, 92 entrevistados responderam os motivos pelos quais tinham essa opinião. Entre os temas citados, houve 60 indicações voltadas à *geração de emprego*, expressas nas observações sobre aumento da contratação, que existem mais pessoas trabalhando no porto atualmente e que a empresa gera oportunidades de trabalho. As respostas também tiveram 13 indicações de que *conhecem pessoas que estão trabalhando no Porto*, com 9 menções que justificam pelo *aumento da demanda de trabalho*, 5 menções sobre *oferta de cursos*, com dois relatos de pessoas que participaram de algum curso, e uma indicação de que percebe o aumento pelos comentários da comunidade. Também houve comentários de que a população não está capacitada o suficiente para disputar as oportunidades e três respondentes não indicaram uma justificativa pela percepção.

Alguns comentários:

- Devido à entrada de conhecidos da comunidade nas empresas.
- Sim, porque conhece alguns poucos da comunidade que foram contratados. Mas a maioria vem de fora.

- Porque a chegada de empresa vai chamando atenção de outras empresas e vai gerando novas oportunidades para comunidade.
- Porque soube de contratações, mas o pessoal da comunidade não se preparou muito para se qualificar.
- Percebe aumento nos contratados, mesmo com pouca capacitação da comunidade local.
- Porque o pai estava desempregado, e via GNA e IFF, com parceria, conseguiu realizar curso de qualificação profissional.
- Sim, a filha é um exemplo que foi contratada, via curso de capacitação de soldadora.

### Os que responderam negativamente

Os entrevistados que responderam negativamente à pergunta, que foram 24 pessoas, demonstraram certa descrença e desalento em relação à geração de emprego, à oferta de vagas e à contratação de pessoal local. Foram 38 citações negativas, sendo 13 voltadas à situação da contratação local, 6 menções a desemprego, 3 justificativas do aumento da demanda de obras, 3 indicações de que não veem mudança, uma menção de descrença no processo seletivo do porto, uma justificativa de que a empresa trouxe empresas terceirizadas, um entrevistado que afirma ver aumento no trabalho, mas que não acha suficiente e um que comentou que são muitas obras e o desemprego local está alto. Quanto à avaliação, entre os entrevistados, 9 avaliaram negativamente e não expuseram o motivo. Alguns dos comentários:

- Vejo muitas pessoas de outras cidades e as pessoas daqui são poucas.
- Pelo que tem visto, empregam mais pessoas de fora de SJB.
- Falta muito mais oportunidades para moradores.
- Pessoal tem reclamado de poucas oportunidades e o desemprego está muito alto na região.
- Porque são muitas obras no Porto e o desemprego está alto na região.
- Porque existem obras e demanda, com muita gente sem emprego na região.

Por fim, houve 79 entrevistados que não souberam avaliar, com 20 justificativas apresentadas. Entre os motivos estão:

- Consideram que as contratações são, em suma, de pessoas de fora (9 menções);
- Indicaram não possuir informações sobre a contratação da empresa (8 menções);
- Alegaram que as pessoas da comunidade são empregadas por pouco tempo (2 menções); e
- Não percebeu mudança (uma pessoa).

### 6.1.8 Ações COVID-19

Este bloco foi adicionado na pesquisa, visando compreender a percepção da população sobre as ações de prevenção e controle da doença pela GNA e pelas empresas do porto.

Para a pergunta sobre conhecer o Comitê de Ações Humanitárias da Porto do Açu 11,5% do total de entrevistados responderam afirmativamente enquanto 88,5% alegaram não conhecer o comitê.

**Tabela 48 - Conhece o Comitê de Ações Humanitárias da Porto do Açu**

Alternativas	Frequência	Porcentagem
Sim	31	11,5
Não	239	88,5
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100</b>

A pergunta seguinte questionava se o entrevistado sabia quais empresas integravam o comitê. Entre aquelas 31 pessoas que responderam afirmativamente, 11 responderam que sabiam quais empresas integravam esse Comitê, representando 35,5% dos respondentes que alegaram conhecer o comitê.

**Tabela 49 - Sabe quais empresas integram o Comitê de Ações Humanitárias da Porto do Açu**

Alternativas	Frequência	Porcentagem
Sim	11	35,5
Não sabiam	20	64,5
<b>Total que conhecia o Comitê</b>	<b>31</b>	<b>(11,5) – 100,0</b>
Não conhecia o Comitê	259	88,5
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100,0</b>

A seguir havia as alternativas sobre quais seriam essas empresas para os entrevistados selecionarem. A maior concentração foi na alternativa de resposta “Porto do Açu, GNA, Ferroport e Açu Petróleo”, como indicação de 06 pessoas entre as 11 que responderam que conheciam essas empresas; 02 pessoas responderam a alternativa que indicava que a GNA fazia parte e 03 pessoas responderam que todas as empresas do Porto faziam parte desse Comitê.

**Tabela 50 - Quais empresas integram o Comitê de Ações Humanitárias da Porto do Açu**

Alternativas	Frequência	Porcentagem
Porto do Açu, GNA, Ferroport e Açu Petróleo	6	54,5
Sabe que a GNA faz parte	2	18,2
Acho que todas as empresas do Porto	3	27,3
<b>Total que sabia quais empresas integravam o Comitê</b>	<b>11</b>	<b>(4,1%) – 100,0</b>
Total que conheciam o Comitê	31	11,4
Não conhecia o Comitê	239	88,5
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100,0</b>

A última pergunta mapeava a respeito das ações desenvolvidas pela GNA no âmbito do COVID-19. Como era uma pergunta de múltipla escolha, as informações das respostas dos entrevistados para cada alternativa estão calculadas em relação ao total de

entrevistados.

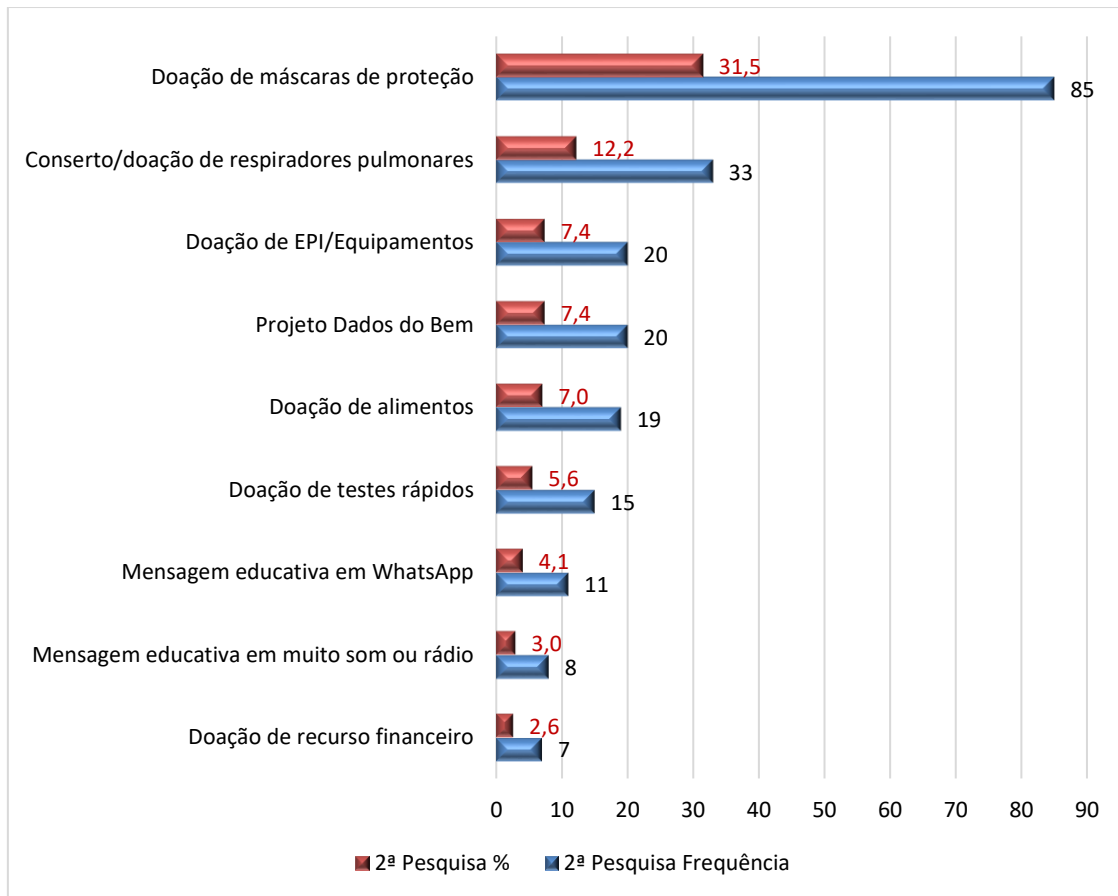
**Tabela 51 - Conhece alguma destas ações desenvolvidas pela GNA**

Alternativas	Sim		Não	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Doação de máscaras de proteção	85	31,5	185	68,5
Conserto/doação de respiradores pulmonares	33	12,2	237	87,8
Doação de EPI/Equipamentos	20	7,4	250	92,6
Projeto Dados do Bem	20	7,4	250	92,6
Doação de alimentos	19	7,0	251	93,0
Doação de testes rápidos	15	5,6	255	94,4
Mensagem educativa em WhatsApp	11	4,1	259	95,9
Mensagem educativa em moto som ou rádio	8	3,0	262	97,0
Doação de recurso financeiro	7	2,6	263	97,4

A alternativa que recebeu maior quantidade de respostas foi a “Doação de máscaras de proteção” com a indicação de 85 pessoas, representando 31,5% do total de pessoas entrevistadas. A realização de “Conserto/ doação de respiradores pulmonares” teve a indicação de 33 pessoas, representando 12,2% do total e, com a indicação de 20 pessoas em cada alternativa, ficaram as ações de “Doação de EPI/Equipamentos e o “Projeto Dados do Bem”, representando 7,4% do total de entrevistados.



Figura 33 – Conhecem alguma destas ações desenvolvidas pela GNA



### 6.1.9 Expectativa de Futuro

No final da entrevista, foram feitas duas perguntas abertas que indagaram dos entrevistados sobre i) a expectativa em relação à GNA como uma empresa instalada no Porto de Açú que possa contribuir com a comunidade e região e ii) se havia alguma coisa que queriam comentar a respeito da GNA.

*Pergunta 1 - Como você espera que a GNA, como uma empresa instalada no Porto do Açú, possa contribuir com a sua comunidade / região?*

A pergunta sobre a expectativa da população entrevistada em relação à GNA teve 261 respostas. Os temas que predominaram nas respostas dos entrevistados estão relacionados na descrição a seguir.

#### Empregabilidade

A maior expectativa da população se relaciona a emprego. Houve 121 citações sobre emprego como: geração de emprego, vagas de emprego, estabilidade empregatícia, emprego para jovens. Algumas citações das expectativas:

- Oportunidades de emprego e ações sociais.
- Empregos e valorização à mão de obra local.
- Empregos e manutenção das doações para quem necessita.
- Oportunidade para primeiro trabalho, sem necessidade de experiência.
- Valorização dos jovens sanjoanenses.
- Necessidade de capacitar a comunidade local, para terem condições de disputar as vagas com pessoas de fora e melhorar a divulgação das ações.
- Gerar oportunidade de emprego e qualificação para moradores locais.
- Empregos para os moradores da região, principalmente para as mulheres.
- Oportunidade para estágio e primeiro emprego sem exigir experiência, afinal o primeiro emprego é início da experiência profissional.
- Chance de emprego para os mais jovens.
- Gerar mais empregos e valorizar a mão de obra local.

Acrescentando-se a essas citações específicas sobre emprego expressas nas 39 citações sobre “contratação de mão de obra local” e 28 citações com o tema “qualificação profissional”, tem-se um total de 188 referências a esse tema de Empregabilidade.

### Melhorias na comunidade local

Verificou-se, também, a preocupação e expectativa em relação à comunidade local, com 20 menções a “auxílio na infraestrutura local”, 13 citações a “melhorias para a comunidade”, 9 citações sobre “área ambiental”, 5 citações sobre “apoio no acesso a serviços de saúde”; 4 citações de “parcerias com o governo local”, 2 citações de “projetos sociais e ambientais”. Também houve uma solicitação de apoio na revitalização da Praia do Açú e um pedido às empresas do Porto para investirem na barragem do avanço do mar. Algumas citações sobre os temas:

- Que a empresa não altere as características do meio ambiente da região e gere mais empregos à comunidade.
- Dê mais assistência aos pescadores e apoie a atividade pesqueira.
- Melhorar a divulgação com a comunidade e dar atenção e apoio cultural à região.
- Estreitar relação entre comunidade e empresa.
- Manter geração de empregos e realizar projetos Sociais e Ambientais.
- Instalação de quebra mar em Atafona para melhorar a pesca e turismo local.
- Projeto para conter a erosão marítima.
- Melhorias para a Praia do Açú.
- Informações sobre a empresa que não esteja ligada à prefeitura, sendo neutra em relação ao órgão público.
- Transformar antiga fábrica de tecidos (Tecex) em um polo de cursos e faculdade.

Outras citações com temas mais gerais foram: 8 citações sobre a “comunicação da empresa”, 6 citações sobre “pescadores”, uma solicitação de visita ao Porto, menção de que não proporcionam oportunidades aos locais, uma citação de que a empresa não tem obrigação de auxiliar a localidade e uma citação sobre a obra interna e construção do gasoduto.

*Pergunta 2 - Tem algo que você gostaria de comentar a respeito da GNA?*

A pergunta sobre se havia algo que gostaria de comentar a respeito da GNA, as respostas foram as que se seguem e foram 77 citações, todas bastante positivas em relação à empresa.

- Gostaria que a empresa fosse mais atuante nas comunidades de São João da Barra.
- Melhorar a divulgação das obras e de eventos no geral.
- Sabe que a GNA desenvolve um bom trabalho com fiscalização correta nas atividades.
- A GNA é uma boa empresa aqui na região.
- Aumentar a divulgação de suas informações e das ações/eventos junto à comunidade (14 menções).
- Continuar na região com geração de oportunidades de emprego para comunidade (9 menções).
- Gostaria de conhecer melhor a empresa (4 menções).
- Poderia mostrar os detalhes das obras para a comunidade.
- O programa de qualificação profissional foi um marco na nossa história. Acredito que seria de suma importância que o Projeto voltasse com outras modalidades de cursos (4 menções à qualificação profissional).
- Ajudar a Praia do Açú em seu desenvolvimento.
- Gostaria que valorizasse a mão de obra local (3 menções).
- Gostaria de conhecer o empreendimento.
- Ajudar no investimento nas estradas e sinalizações de segurança para mitigar acidentes.
- Que tenham sucesso e que olhem para toda a São João da Barra.

*Pergunta 3 – De 0 a 10, que nota daria para a GNA?*

Nessa pergunta 3, foi solicitado ao entrevistado que desse uma nota de 0 a 10 para a GNA. As respostas foram as discriminadas na **Tabela 52**, abaixo.

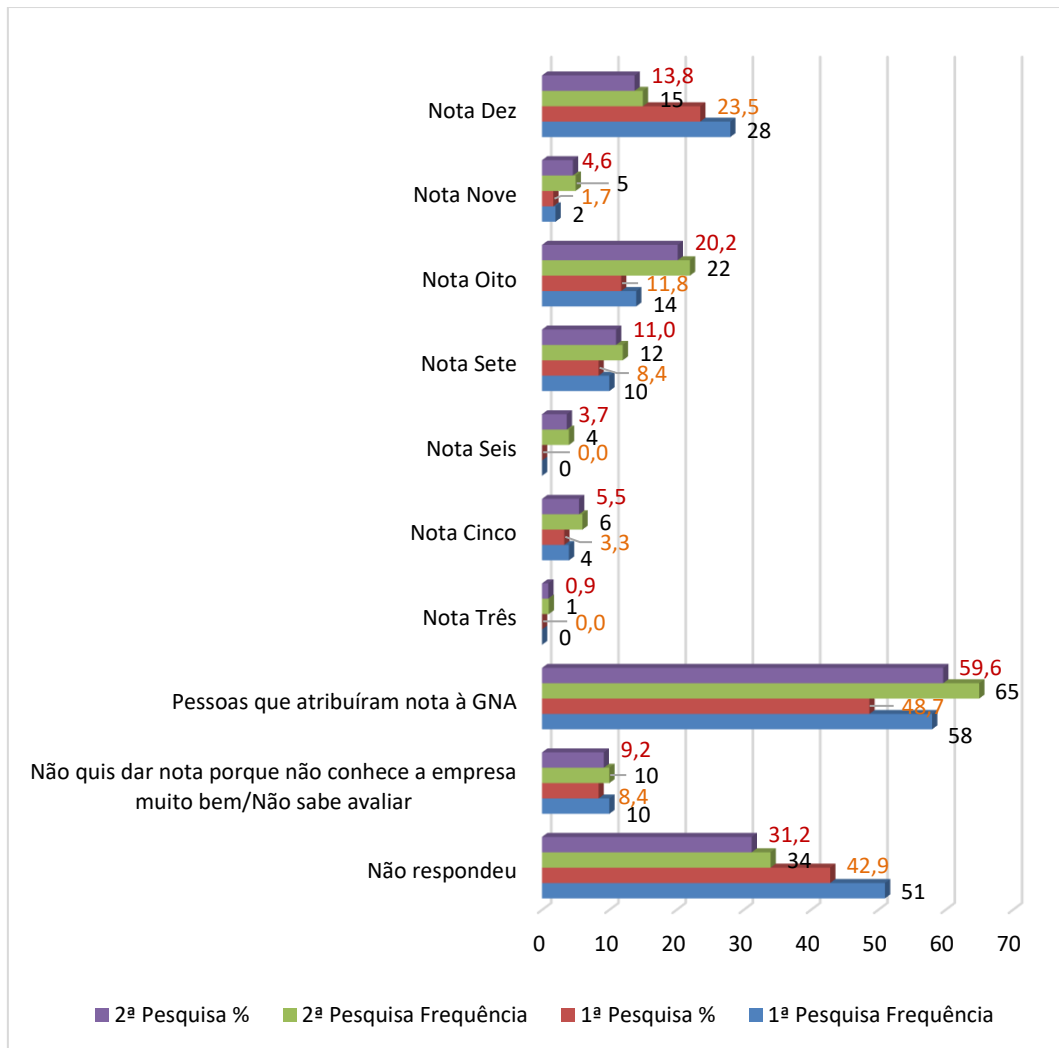
Entre as 109 pessoas que tinham ouvido falar da GNA, 65 pessoas (59,6%) atribuíram uma nota à GNA, destacando-se que 54 pessoas (49,5%) atribuíram as maiores notas, de sete a dez. Na primeira pesquisa de percepção, foram 58 pessoas, de um total de 119 pessoas que tinham ouvido falar da GNA, que atribuíram notas à GNA, destacando-se que, coincidentemente, 54 pessoas (45,4%) atribuíram as maiores notas, de oito a dez.

Tabela 52 – De 0 a 10, que nota daria para a GNA

Notas atribuídas	2ª Pesquisa		1ª Pesquisa	
	Frequência	Porcentagem	Frequência	Porcentagem
Nota Três	1	0,9	0	0,0
Nota Cinco	6	5,4	4	3,3
Nota Seis	4	3,7	0	0,0
Nota Sete	12	11,0	10	8,4
Nota Oito	22	20,2	14	11,8
Nota Nove	5	4,6	2	1,7
Nota Dez	15	13,8	28	23,5
Não quis dar nota porque não conhece a empresa muito bem/Não sabe avaliar	10	9,2	10	8,4
Não respondeu	12	31,2	8	42,9
<b>Total que conhece a GNA</b>	<b>109</b>	<b>(40,3) -100,0</b>	<b>119</b>	<b>(30,0) – 100,0</b>
Não conhece a GNA	156	57,8	260	65,5
Não sabe/não respondeu	5	1,9	18	4,5
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100</b>	<b>397</b>	<b>100,0</b>

Foram 65 pessoas (59,6%) de um total de 109 pessoas que tinham ouvido falar da GNA, na segunda pesquisa de percepção, que atribuíram uma nota à GNA, destacando-se que 42 pessoas (38,5%) atribuíram as maiores notas, de oito a dez. Na primeira pesquisa de percepção, foram 58 pessoas, de um total de 119 pessoas que tinham ouvido falar da GNA, que atribuíram notas à GNA, destacando-se que 44 pessoas (37%) atribuíram as maiores notas, de oito a dez.

Figura 34 –Notas atribuídas à GNA



## 6.2 Resultados da pesquisa por grupos de interesse

### 6.2.1 Grupo 1 – Barra do Açú

Conforme descrito acima, a quantidade de pessoas a ser entrevistada foi subdividida em grupos. O primeiro grupo foi definido com a amostra da população de apenas uma localidade, Barra do Açú. Isto decorre por razão de ser o local de instalação do empreendimento e, por este motivo, o mais próximo e impactado entre toda a área de influência.

Tabela 53 - População nas Localidades incluídas na Pesquisa de Percepção – Grupo 1

Grupo	Localidade	Pessoas Residentes	Porcentagem da população	Quantidade de entrevistas previstas	Quantidade de entrevistas realizadas	Porcentagem da distribuição da amostra
1	Barra do Açú	1.952	6,2%	17	16	5,9

Tabela 53 - População nas Localidades incluídas na Pesquisa de Percepção – Grupo 1

Grupo	Localidade	Pessoas Residentes	Porcentagem da população	Quantidade de entrevistas previstas	Quantidade de entrevistas realizadas	Porcentagem da distribuição da amostra
	Total	1.952	6,2%	17	16	5,9

Foram aplicados 16 questionários nessa localidade, correspondendo a 5,9% do total de entrevistas realizadas. Os resultados aferidos foram os que se seguem.

Figura 35 - Aplicação da Pesquisa – Grupo 1 – Barra do Açu



### 6.2.1.1 Perfil dos entrevistados

- Do total de entrevistados, 25% nasceram em São João da Barra e 31,3% em Campos dos Goytacazes.
- Em relação ao tempo de residência na localidade, a maioria reside há até dez anos, com 31,3%.
- Quantidade de pessoas que reside no imóvel - predomínio de até três pessoas, com 68,8% das respostas.
- Quantidade de pessoas que trabalham - predomínio de duas pessoas trabalhando para cada domicílio, com 31,3%.
- Quantidade de pessoas que possui trabalho fixo - predomínio de nenhum membro com trabalho fixo no período da pesquisa, com 75%.

- Quanto ao gênero - 75% dos entrevistados eram do sexo feminino e 25% eram do sexo masculino.
- Quanto à faixa etária - predomínio da faixa de idade entre 36 a 50 anos, com 43,8% dos entrevistados.
- Em relação à escolaridade - predominaram as pessoas com Ensino Médio (2º grau): 1º ao 3º ano incompleto, com 31,3% do total e com Ensino Fundamental: 1º ao 5º ano completo e incompleto, estando ambos com 18,8%.
- Quanto à renda familiar - destacaram-se os rendimentos entre um e dois salários mínimos, com 50% dos entrevistados.
- Em relação à ocupação - predominou a alternativa de trabalhador autônomo, com 31,3% das respostas. A segunda maior ocupação indicada foi dono(a) de casa com 18,8%.
- Atuação em organização social – 5 respostas de atuação em organização social, sendo 4 que atuam em igrejas e 1 faz parte de associação.
- Veículo utilizado para se atualizar de notícias da região – 37,5% dos entrevistados responderam que utilizam Redes sociais (Facebook, WhatsApp ...) e 25% os portais de notícia na internet.
- Quanto ao acesso à internet – 87,5% responderam que possuem acesso próprio, com 68,8% e pelo celular e 12,5 que acessam pelo celular e computador.

#### 6.2.1.2 Empresa e projeto

- Já ouviram falar sobre a GNA - 50% dos entrevistados responderam afirmativamente.
- Como tomou conhecimento da empresa – 13 respostas, sendo 4 que indicaram participar de alguma atividade organizada pela empresa, *por meio de amigos, parentes, agentes públicos ou religiosos e conhece alguém que trabalha no porto* tiveram duas menções cada e *visita de funcionários à comunidade, distribuição de material informativo, caixa de sugestão nas comunidades* tiveram uma menção cada.
- Sabiam dizer o que a empresa produz – 25% dos entrevistados que conheciam a empresa responderam afirmativamente.
- O que produz – Todos que indicaram saber o que a empresa produz responderam gás natural. Entre os que afirmaram conhecer a empresa, 62,5% responderam que o projeto está na fase de construção.
- Saberiam dizer quais projetos citados eram da GNA – 8 respostas, com 6 indicações a usina termoelétrica e 2 indicando não saber.
- Sabem em que fase o projeto da GNA se encontra – cinco pessoas responderam que em construção. As demais ou não tinham conhecimento ou não responderam.

#### 6.2.1.3 Materiais informativos

- Costumam ler ou dar atenção aos materiais de divulgação ou propaganda que recebem na rua ou em casa - 31,3% dos entrevistados responderam que costumam ler e dar atenção aos materiais de divulgação ou propaganda.
- Melhor forma da comunidade receber informações – 35 respostas, sendo 7 indicando redes sociais, 6 para reuniões públicas, 5 cartazes, 5 para televisão, 4 para internet, 3 para folhetos, 2 indicando jornal informativo e 2 para rádio e 1 menção ao jornal local.

- Teve acesso a algum tipo de material impresso da GNA ou de alguma das empresas que prestam serviço para a GNA – 5 indicações de material, onde 4 indicaram o jornal informativo e 1 indicou folheto de divulgação dos canais de comunicação.

#### 6.2.1.4 Canais de comunicação

- Dentre os canais usualmente disponibilizados para comunicação com as empresas, qual você consideraria o mais eficiente – 62,5% responderam por contato pessoal, 12,5% por meio de e-mail e o 0800 e *outro* (televisão) tiveram a mesma frequência, com 6,3% do total de respostas.
- Em quais ocasiões poderiam utilizar esses canais – 28 respostas, sendo 10 indicações para *se candidatar a vagas de emprego*, 7 julgaram ser *para tirar dúvidas do empreendimento*, 6 para *fazer solicitações à comunidade*, 5 para *reclamar sobre a empresa*.
- Sabem que a empresa GNA possui alguma forma para entrar em contato com ela - quatro pessoas (25%) responderam afirmativamente.
- Conhece alguma destas formas de entrar em contato com a GNA – 9 indicações de canais, com 3 menções a caixas de sugestão, 3 indicaram o *site* da GNA, 2 ao e-mail da GNA e 1 indicação ao telefone 0800.
- Já usou algum dos canais de comunicação da GNA – Uma pessoa respondeu afirmativamente, indicando satisfação com o atendimento.

#### 6.2.1.5 Realização de Atividades

- Teve conhecimento de alguma atividade feita por uma empresa do Porto - 50% dos entrevistados responderam afirmativamente.
- Qual atividade conheciam - indicaram: cursos profissionalizantes, oficina de empregabilidade, educação ambiental, programa de visitas, melhoria no asfaltamento onde a empresa trafega, vinda de outras empresas para a região, entre outros. Cada uma das atividades receberam uma menção, com 6,3% do total entrevistado.
- Teve conhecimento de alguma atividade realizada pela GNA – 31,3% responderam afirmativamente.
- Quais foram as atividades da GNA de que participou ou teve conhecimento – mencionaram: programa de qualificação profissional (12,5%) educação ambiental – agentes multiplicadores ambiental (12,5%) e Ela Pode com uma menção (6,3%).
- Como ficou sabendo da realização destas atividades – 9 respostas indicando meios de que ficaram sabendo das atividades, onde 3 respostas afirmam que foi *por meio de amigos, parentes ou conhecidos que trabalham na GNA* e 2 por meio de cartazes afixados na comunidade. *Visitas da equipe à comunidade, jornais e folhetos distribuídos pela GNA, por meio de pessoas da própria comunidade e por meio da associação de moradores* recebeu uma menção cada.
- Sobre a divulgação de atividades realizadas pela GNA - 25% responderam ser Boa, 6,3% Regular e 68,8% não souberam responder.
- Para a questão sobre o motivo da resposta – apenas um respondente expôs justificativa indicando que a empresa respeita a cultura local.



- Sobre a participação em atividades da GNA - três pessoas responderam afirmativamente indicando: agentes multiplicadores ambientais, distribuição de máscaras e atividade de literatura e, por fim, o programa Ela Pode.

#### 6.2.1.6 Responsabilidade Ambiental

- Teve conhecimento de ações realizadas pela GNA para a preservação do meio ambiente - Quatro pessoas (25%) responderam afirmativamente, com duas pessoas indicando o Projeto de Recuperação da Restinga e duas menções ao plantio de mudas na região.
- Consideram a GNA uma empresa responsável em relação ao meio ambiente - Quatro pessoas responderam afirmativamente (25%).

#### 6.2.1.7 Empregabilidade

- Conhecem alguém que trabalha no Porto – 89,5% dos entrevistados responderam afirmativamente, sendo as justificativas: porque desenvolve bons projetos para preservação do meio ambiente, por dar importância a sua área ambiental, por estar sempre envolvida em projetos ambientais e porque se preocuparam em informar a todos sobre as plantas nativas da região.
- Já viram a divulgação de vagas de emprego no Porto em algum lugar – 43,8% responderam afirmativamente (7 pessoas).
- Em que local – *internet* (31,4%), uma menção a rede social e para coleta de currículos no Açú (6,3% cada).
- Conhecem alguém que trabalha na GNA ou em empresas que prestam serviço para a GNA – 43,8% responderam de forma afirmativa. Com seis menções a empresa Andrade Gutierrez (37,6%) e uma menção à GNA (6,3%).
- Qual desses canais são os oficiais para se candidatar a vagas na GNA ou nas suas subcontratadas – 14 respostas indicando algum canal, sendo 5 indicando Site vagas.com / Rede de Empregabilidade, 4 menções a balcão de empregos em SJB, 4 que indicavam a entrega de currículo à equipe da GNA e uma menção ao sistema SAGE.
- Consideram que a vinda da empresa GNA para o Porto do Açú aumentou as oportunidades de emprego para os moradores da região – 62,5% responderam afirmativamente.
- Porque têm esta opinião – Três respostas giraram em torno do aumento de oportunidades que a empresa proporciona, três responderam que já sentem aumento na contratação local, duas respostas associando a vinda de mais empresas para a região com a geração de mais emprego e duas respostas indicam melhorias locais por gerar empregos e movimentar a economia local. Por fim, um entrevistado apontou a entrada de conhecidos da região na empresa.

#### 6.2.1.8 Ações COVID-19

- Já ouviu falar no Comitê de Ações Humanitárias do Porto do Açú – 2 entrevistados responderam positivamente, representando 12,5% do total do grupo.

- Sabe quais empresas integram o comitê – Apenas uma resposta afirmativa, indicando que todas as empresas do porto participam.
- Possui conhecimento sobre alguma ação preventiva ao COVID-19 realizada pela GNA – 18 respostas, com 5 menções a doação de EPI, 3 menções a conserto/doação de respiradores pulmonares e, com duas menções cada: doação de máscara de proteção, mensagem educativa em WhatsApp e doação de recurso financeiro. Houve uma menção as seguintes categorias: doação de alimentos, mensagem educativa em moto som ou rádio, doação de testes rápidos, Projetos Dados do Bem.

#### 6.2.1.9 Expectativa de futuro

- Em que esperam que a GNA, como uma empresa instalada no Porto do Açú, possa contribuir com a sua comunidade/região – 14 respostas indicando expectativas com a empresa, onde 9 menções abordavam a geração de emprego e estabilidade empregatícia, 4 menções para apoio em infraestrutura (como melhorias de estrada e benfeitorias como lotéricas e agências bancárias) e 1 menção para a contratação de mão de obra local
- Tem algo que gostaria de comentar a respeito da GNA – 7 respostas ao todo com 2 solicitações para dar continuidade às qualificações profissionais, 2 comentários solicitando mais oportunidade de emprego, 2 solicitações para informar a comunidade sobre suas atividades e um questionamento sobre reaproveitar as pessoas capacitadas pela empresa.

Figura 36 - Registro Fotográfico da aplicação da pesquisa



#### 6.2.2 Grupo 2 – Mato Escuro e Água Preta

O segundo grupo foi definido com a amostra da população de duas localidades, Mato Escuro e Água Preta, também mais próximas do empreendimento e, por este motivo, mais impactadas entre todas as demais da área de influência.

Tabela 54 - População nas Localidades incluídas na Pesquisa de Percepção – Grupo 2

Grupo	Localidade	Pessoas Residentes*	Porcentagem da população	Quantidade de entrevistas previstas	Quantidade de entrevistas realizadas	Porcentagem da distribuição da amostra
2	Mato Escuro	1.499	4,7%	13	7	2,6
	Água Preta				6	2,2
	<b>Total</b>	<b>1.499</b>	<b>4,7%</b>	<b>13</b>	<b>13</b>	

Na definição da amostra, foi determinado que o grupo teria 13 entrevistas, correspondendo a 4,7% do total da amostra. Foram aplicados 13 questionários, sendo 7 em Mato Escuro e 6 em Água Preta, correspondendo a 2,6% e 2,2%, respectivamente, do total de entrevistas realizadas. Os resultados aferidos foram os que se seguem.

Figura 37 - Aplicação da Pesquisa – Grupo 2 - Mato Escuro e Água Preta



### 6.2.2.1 Perfil dos entrevistados

- Do total de entrevistados, 53,8% nasceram em São João da Barra, Mato Escuro e Campos dos Goytacazes receberam ambos 15,4% das respostas e Barra do Açu e Água Preta receberam uma menção cada, com 7,7% do total.
- Em relação ao tempo de residência na localidade, a maioria reside há mais de 40 anos, com 38,5% dos entrevistados e de 20 a 39 anos obteve 30,8% das respostas.
- Quantidade de pessoas que reside no imóvel - predomínio de duas e três pessoas, com 38,5% das respostas cada, quatro pessoas residindo foram indicadas em 15,4% dos casos e houve uma menção com um morador no imóvel, com 7,7% do total.
- Quantidade de pessoas que trabalham - predomínio de nenhuma pessoa trabalhando com 46,2%, seguido por uma pessoa trabalhando para cada domicílio, com 30,8%. Dois moradores trabalhando obteve 23,1% do total.
- Quantidade de pessoas que possui trabalho fixo - predomínio de nenhuma pessoa com 61,5% e 38,5% indicaram uma pessoa com trabalho fixo.
- Quanto ao gênero – 69,2% dos entrevistados eram do sexo feminino e 23,1% eram do sexo masculino. Uma pessoa não informou o gênero, representando 7,7% do todo.
- Quanto à faixa etária - predomínio da faixa de idade com mais de 50 anos, com 46,2% dos entrevistados. Possuíam de 36 a 50 anos 30,8% dos entrevistados.
- Em relação à escolaridade - predominaram as pessoas com Ensino Fundamental: 1º ao 5º ano completo, com 46,2% dos entrevistados.
- Quanto à renda familiar - destacaram-se os rendimentos entre 1 e 2 salários mínimos, com 69,2% de entrevistados.
- Em relação à ocupação - predominou a alternativa de “dono(a) de casa”, com 46,2%, seguido de trabalhador autônomo, com 23,1% das respostas; Trabalhador(a) assalariado(a) formal, Trabalhador(a) assalariado(a) informal e Aposentado(a) / Pensionista receberam uma menção cada, com 7,7% em cada alternativa.
- Atua em alguma organização social – 3 indicações de organização sendo todas igrejas.
- Veículo utilizado para se atualizar de notícias da região – 30,8% dos entrevistados responderam que utilizam portais de notícias na internet; redes sociais e conversas com amigos/vizinhos tiveram duas menções cada, com 15,4% cada.
- Quanto ao acesso à internet – 61,5% responderam que possuem, sendo sete respondentes que indicaram que o meio de acesso ocorre pelo celular, com 53,8% do total e uma pessoa que utiliza o celular e computador, com 7,7% do total.

### 6.2.2.2 Empresa e projeto

- Já ouviram falar sobre a GNA – 69,2% dos entrevistados.
- Como tomou conhecimento da empresa – 8 indicações de forma de ter conhecimento da empresa, com 6 *por meio de amigos, parentes, agentes públicos ou religiosos*, 1 menção a notícias de jornal e 1 indicação de pessoa que já trabalhou em subcontratadas da GNA.
- Sabiam dizer o que a empresa produz – Um entrevistado respondeu afirmativamente, com 7,7% do total.
- O que produz – 7,7% respondeu gás natural e os demais não souberam responder.

- Saberiam dizer quais projetos citados eram da GNA – 1 resposta indicando a usina termoelétrica.
- Entre os que afirmaram conhecer a empresa, um entrevistado respondeu que o projeto está na fase de construção e uma pessoa respondeu em fase de operação (7,7% cada).

#### 6.2.2.3 Materiais informativos

- Costumam ler ou dar atenção aos materiais de divulgação ou propaganda que recebem na rua ou em casa – 23,1% dos entrevistados responderam que costumam ler e dar atenção aos materiais de divulgação ou propaganda.
- Melhor forma da comunidade receber informações – 24 respostas, com 8 indicando *redes sociais*, 4 indicações de *internet*, 4 menções a cartazes, 3 por televisão, 2 indicando folhetos e 2 por reuniões públicas.
- Teve acesso a algum tipo de material impresso da GNA ou de alguma das empresas que prestam serviço para a GNA – 1 indicação de acesso a material da empresa, sendo folheto de divulgação dos canais de comunicação.

#### 6.2.2.4 Canais de comunicação

- Dentre os canais usualmente disponibilizados para comunicação com as empresas, qual consideraria o mais eficiente – Contato pessoal recebeu 53,8% das indicações, seguido pelo 0800 com 23,1% e uma indicação de que *não conhece os canais disponibilizados pelas empresas*.
- Em quais ocasiões poderiam utilizar esses canais – 15 indicações, com 6 respostas *para se candidatar a vagas de emprego*, 5 *para tirar dúvidas do projeto*, 3 *para fazer solicitações à comunidade* e uma menção de *reclamar sobre o empreendimento*.
- Sabe que a empresa GNA possui alguma forma de entrar em contato com ela – 15,4% responderam afirmativamente.
- Conhece alguma destas formas de entrar em contato com a GNA – 1 resposta indicando o telefone 0800.
- Já usou algum dos canais de comunicação da GNA - as respostas foram negativas.

#### 6.2.2.5 Realização de Atividades

- Teve conhecimento de alguma atividade feita por uma empresa do Porto – Um entrevistado respondeu afirmativamente, indicando a visita ao Porto realizado em parceria com as escolas.
- Você teve conhecimento de alguma atividade realizada pela GNA – todos responderam negativamente.
- Sobre a participação em atividades da GNA – todos responderam negativamente.

#### 6.2.2.6 Responsabilidade Ambiental

- Você já teve conhecimento de ações realizadas pela GNA para a preservação do meio ambiente - apenas uma pessoa respondeu afirmativamente e indicou o plantio de mudas realizado na região.

- Você considera a GNA uma empresa responsável em relação ao meio ambiente - Uma pessoa respondeu afirmativamente.

#### 6.2.2.7 Empregabilidade

- Conhecem alguém que trabalha no Porto – 100% dos entrevistados responderam afirmativamente.
- Já viram a divulgação de vagas de emprego no Porto em algum lugar – 53,8% responderam afirmativamente.
- Em que local – internet (30,8); balcão de empregos de São João da Barra (15,4%); cartaz na farmácia anunciando vaga e no caminho ao Porto – uma menção cada, com 7,7% do total.
- Conhecem alguém que trabalha na GNA ou em empresas que prestam serviço para a GNA – 23,1% responderam afirmativamente. Dois responderam na empresa Andrade Gutierrez e um entrevistado indicou Andrade Gutierrez e GNA.
- Qual desses canais são os oficiais para se candidatar a vagas na GNA ou nas suas subcontratadas – 9 respostas indicando os canais que julgam oficiais, com 4 indicações *a entrega direta de currículos para funcionários da empresa*, 3 indicações ao Balcão de empregos em SJB; 1 menção ao Site vagas.com / Rede de Empregabilidade e uma menção de entrega de currículo na portaria da GNA.
- Consideram que a vinda da empresa GNA para o Porto do Açú aumentou as oportunidades de emprego para os moradores da região – 53,8% responderam afirmativamente.
- Porque tem esta opinião - aumento de ofertas de oportunidades e porque conhecem pessoas trabalhando atualmente no Porto. Dois entrevistados que responderam à pergunta negativamente afirmam que a contratação prioriza mão de obra de fora.

#### 6.2.2.8 Ações COVID-19

- Já ouviu falar no Comitê de Ações Humanitárias do Porto do Açú – todas as respostas foram negativas.
- Sabe quais empresas integram o comitê – todas as respostas foram negativas.
- Possui conhecimento sobre alguma ação preventiva ao COVID-19 realizada pela GNA – todas as respostas foram negativas.

#### 6.2.2.9 Expectativa de futuro

- Em que esperam que a GNA, como uma empresa instalada no Porto do Açú, possa contribuir com a sua comunidade/região – 13 respostas ao todo, onde 8 respostas abordaram o tema de geração de emprego e empregabilidade, 3 menções de melhorias à comunidade e 2 respostas indicando apoio no setor de saúde.
- Tem algo que você gostaria de comentar a respeito da GNA – Apenas um comentário solicitando mais empregos para comunidade.

Figura 38 - Registro Fotográfico da aplicação da pesquisa



### 6.2.3 Grupo 3 – Pipeiras, Vila da Terra e Sabonete/Cazumbá

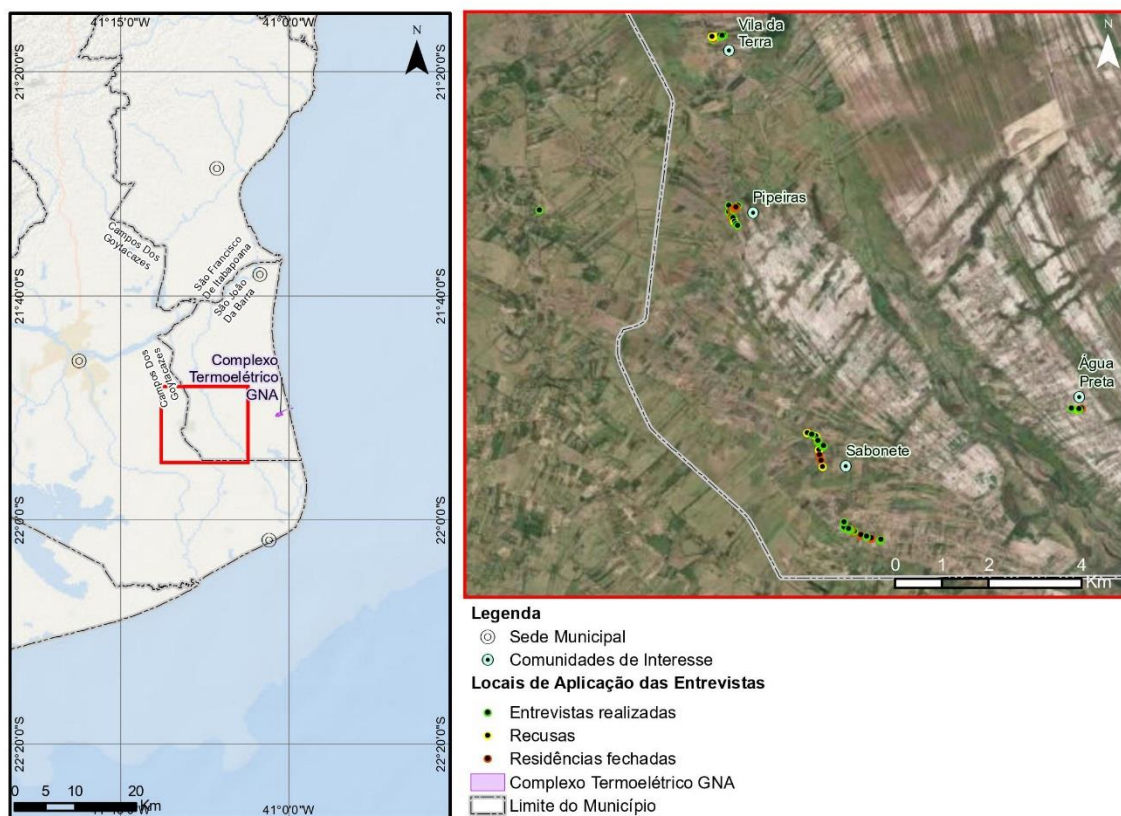
O terceiro grupo foi definido com a amostra da população de três localidades, Pipeiras, Vila da Terra e Sabonete/Cazumbá, também mais próximas do empreendimento.

Tabela 55 - População nas Localidades incluídas na Pesquisa de Percepção – Grupo 3

Grupo	Localidade	Pessoas Residentes	Porcentagem da população	Quantidade de entrevistas previstas	Quantidade de entrevistas realizadas	Porcentagem da distribuição da amostra
3	Pipeiras	1.688	5,4%	15	16	5,9
	Vila da Terra	380	1,2%	3	3	1,1
	Sabonete/Cazumbá	1.818	5,8%	15	15	4,3
	<b>Total</b>	<b>3.886</b>	<b>12,4%</b>	<b>33</b>	<b>34</b>	<b>5,5</b>

Na definição da amostra, foi determinado que o grupo teria 33 entrevistas, correspondendo a 9% do total da amostra. Foram aplicados 34 questionários, sendo 16 em Pipeiras, 3 em Vila da Terra e 15 em Sabonete/Cazumbá. Os resultados desse grupo estão descritos a seguir.

Figura 39 - Aplicação da Pesquisa – Grupo 3 - Pipeiras, Vila da Terra e Sabonete/Cazumbá



### 6.2.3.1 Perfil dos entrevistados

- Do total de entrevistados, 41,2% nasceram em Campos dos Goytacazes, 35,3% em São João da Barra e 8,8% em Cazumbá. As seguintes localidades obtiveram uma menção cada: Barra do Açu, Italva, Pipeiras, Sabonete e Rio de Janeiro (2,9% cada).
- Em relação ao tempo de residência na localidade, 44,1% residem entre 20 anos a 39 anos e 26,5% há mais de 40 anos. Residindo a até 10 anos na região representou 23,5% do todo e 5,9% alegaram residir entre 11 a 19 anos.
- Quantidade de pessoas que reside no imóvel - predomínio de duas pessoas, com 41,2% das respostas e três pessoas, com 26,5% dos entrevistados.
- Quantidade de pessoas que trabalha - predomínio de uma pessoa trabalhando para cada domicílio, com 50%.
- Quantidade de pessoas que possui trabalho fixo – predomínio de nenhum morador com trabalho fixo no período da pesquisa, com 52,9%, seguido por uma pessoa, correspondendo a 41,2%.



- Quanto ao gênero – 67,6% dos entrevistados eram do sexo feminino e 29,4% eram do sexo masculino.
- Quanto à faixa etária - predomínio de idade acima dos 50 anos, com 47,1% dos entrevistados.
- Em relação à escolaridade - predominaram as pessoas com Ensino Fundamental: 1º ao 5º ano incompleto, com 44,1% dos entrevistados e 11,8% com Ensino Médio (2º grau): 1ª ao 3ª ano completo.
- Quanto à renda familiar - destacaram-se os rendimentos entre 1 e 2 salários mínimos, com 67,6% de entrevistados e 20,6% com menos de 1 salário mínimo.
- Em relação à ocupação - predominou a alternativa de Aposentado / pensionista, com 26,5%, seguido por “dono(a) de casa” com 23,5%. Trabalhador(a) assalariado(a) formal correspondeu a 14,7% das respostas e desempregado e trabalhador(a) autônomo(a) obtiveram a mesma frequência, com 8,8% cada. Trabalhador(a) rural autônomo(a) representou 5,9% da amostra e: estudante teve uma menção com 2,9% do total.
- Atua em alguma organização social – 8 indicações de atuação em organização social, onde 5 respostas indicaram participação em igreja, 2 respostas para associação e uma resposta indicando as organizações de atuação.
- Veículo utilizado para se atualizar de notícias da região – 38,2% dos entrevistados responderam que utilizam a televisão, seguido de redes sociais (Facebook, WhatsApp) com 23,5% de respostas, rádio com 14,7% e Portais de notícias na internet (UOL, G1, MSN...) com 11,7%. Houve uma menção a conversas com vizinhos/ amigos (2,9%).
- Quanto ao acesso à internet – Dezoito (52,9%) responderam que possuem e quinze entrevistados indicaram que o acesso ocorre pelo celular (44,1%), um indicou computador (2,9%) e dois respondentes indicaram que utilizam da internet em ambos os aparelhos (5,9%).

#### 6.2.3.2 Empresa e projeto

- Já ouviram falar sobre a GNA – 55,9% dos entrevistados responderam afirmativamente e 44,1% negativamente.
- Como tomou conhecimento da empresa – 21 respostas, com 16 indicando *por meio de amigos, parentes, agentes públicos ou religiosos*, 2 respostas a *visita de funcionários à comunidade* e, com uma menção cada, temos: *conhece alguém que trabalha na empresa, participou de atividades organizadas pela empresa e notícias em jornais, rádio ou televisão*.
- Sabiam dizer o que a empresa produz – 15,8% dos entrevistados.
- O que produz – Todos os que responderam afirmativamente indicaram como resposta o gás natural.
- Saberiam dizer quais projetos citados eram da GNA – 11 respostas, com 5 indicações a terminal de gás natural e, com uma menção cada, tem-se: terminal portuário, linha de transmissão e plataforma de petróleo.
- Entre os que afirmaram conhecer a empresa, dividiram opiniões que o projeto está na fase de construção e em fase de operação, ficando ambos com 10,5%. O restante não soube informar.

### 6.2.3.3 Materiais informativos

- Costumam ler ou dar atenção aos materiais de divulgação ou propaganda que recebem na rua ou em casa – 26,5% dos entrevistados responderam que costumam ler e dar atenção aos materiais de divulgação ou propaganda.
- Melhor forma da comunidade receber informações – 57 respostas indicando meios de comunicação, com 14 indicações para as redes sociais, 11 indicações para televisão, 10 indicações para cartazes, 8 indicações para internet, 6 indicações para reuniões públicas, 2 para jornais informativos e, com uma menção cada, indicaram folhetos e por contato pessoal.
- Teve acesso a algum tipo de material impresso da GNA ou de alguma das empresas que prestam serviço para a GNA – Houve uma menção ao jornal informativo.

### 6.2.3.4 Canais de comunicação

- Dentre os canais usualmente disponibilizados para comunicação com as empresas, qual consideraria o mais eficiente – 55,9% selecionaram a alternativa de contato pessoal; 17,6% indicou Website; 14,7% indicou o 0800 e 5,9% indicou e-mail. Uma pessoa indicou a caixa de sugestões com 2,9% do total e um não informou uma resposta, com a mesma percentagem.
- Em quais ocasiões poderiam utilizar esses canais – 36 indicações de canais, as duas maiores respostas, com 14 cada, foram *fazer solicitação à comunidade e para se candidatar a vagas de emprego*. Houve 5 menções para *tirar dúvida sobre o empreendimento* e 3 menções para *reclamar sobre o empreendimento*.
- Sabe que a empresa GNA possui alguma forma de entrar em contato com ela – todos responderam negativamente.
- Conhece alguma destas formas de entrar em contato com a GNA – todas as respostas foram negativas.
- Já usou algum dos canais de comunicação da GNA - as respostas foram negativas.

### 6.2.3.5 Realização de Atividades

- Teve conhecimento de alguma atividade feita por uma empresa do Porto – 38,2% dos entrevistados responderam afirmativamente.
- Qual atividade conheciam - indicaram: Cozinha Brasil, oficinas, treinamento de qualificação na área rural, reuniões na subprefeitura, melhora no sinal de telefone e heliporto e construções.
- Teve conhecimento de alguma atividade realizada pela GNA – Um entrevistado respondeu afirmativamente, indicando o Programa de Educação Ambiental (PEA) e o Ela Pode.
- Como ficou sabendo da realização destas atividades – os entrevistados não souberam responder.
- Sobre a divulgação de atividades realizadas pela GNA – todos não souberam responder.
- Sobre a participação em atividades da GNA – todos não souberam responder.

### 6.2.3.6 Responsabilidade Ambiental

- Teve conhecimento de ações realizadas pela GNA para a preservação do meio ambiente – uma pessoa respondeu afirmativamente indicando o plantio de mudas na Reserva Caruara.
- Considera a GNA uma empresa responsável em relação ao meio ambiente – uma pessoa respondeu afirmativamente e o restante não soube avaliar.

### 6.2.3.7 Empregabilidade

- Conhecem alguém que trabalha no Porto – 88,2% dos entrevistados responderam afirmativamente e 8,8% responderam negativamente. Um respondente não informou a resposta.
- Já viram a divulgação de vagas de emprego no Porto em algum lugar – 35,3% responderam afirmativamente.
- Em que local – balcão de empregos de São João da Barra (22,2%), televisão (22,2%), internet (22,2%), na localidade em que reside (11,1%), em grupos de notícia (11,1%) e por boca a boca (11,1%).
- Conhecem alguém que trabalha na GNA ou em empresas que prestam serviço para a GNA – 44,1% responderam afirmativamente. Dentre os que responderam afirmativamente 73,3% indicaram a empresa Andrade Gutierrez, GNA e Ferroport aparecem com 6,6% cada. Dois entrevistados não souberam indicar a empresa.
- Qual desses canais são os oficiais para se candidatar a vagas na GNA ou nas suas subcontratadas – todas as respostas foram negativas.
- Consideram que a vinda da empresa GNA para o Porto do Açu aumentou as oportunidades de emprego para os moradores da região – Dentre os que conhecem a GNA 63,2% responderam afirmativamente. Um respondeu negativamente e o restante não soube avaliar.
- Porque você tem esta opinião:
  - Respostas positivas: aumento da empregabilidade; a chegada de projetos na região incentiva que outras empresas se instalem, a oferta de cursos para a população – total de 12 menções.
  - Resposta opositiva: informou que a maioria empregada é de outras regiões – total de 1 menção.

### 6.2.3.8 Ações COVID-19

- Já ouviu falar no Comitê de Ações Humanitárias do Porto do Açu – 4 respostas afirmativas, representando 11,8% da amostra do grupo.
- Sabe quais empresas integram o comitê – todas as respostas foram negativas.
- Possui conhecimento sobre alguma ação preventiva ao COVID-19 realizada pela GNA – 20 respostas com 11 menções a doação de máscaras de proteção, 3 menções a doação de alimentos, 2 menções de doação de EPI e, com uma menção cada temos: mensagem educativa em moto som ou rádio, doação de testes rápidos, mensagem educativa em WhatsApp e Projeto Dados do Bem.

### 6.2.3.9 Expectativa de futuro

- Em que esperam que a GNA, como uma empresa instalada no Porto do Açú, possa contribuir com a sua comunidade/região – 21 menções para geração de empregos, renda e empregabilidade, 3 menções de apoio ao setor da saúde, 2 menções a obras e melhorias para a comunidade, 3 menções a cursos e capacitação profissional, 1 menção de melhorias para a Praia do Açú, 1 menção de apoio no acesso a água de qualidade, 1 menção de apoio para transporte público e 1 menção sobre a construção do gasoduto.
- Tem algo que você gostaria de comentar a respeito da GNA – 12 respostas onde 3 menções giravam em torno da geração de emprego, 2 menções de melhorias nas estradas e sinalizações de segurança para mitigar acidentes, 2 menções de que a GNA é uma boa empresa para a região, 2 solicitações para aumentar a divulgação das ações da empresa, 1 menção para expandir os cursos de capacitação, 1 solicitação de apoio a Praia do Açú e 1 solicitação de investimento na área de saúde.

Figura 40 - Registro Fotográfico da aplicação da pesquisa

 <p>21 de out de 2020 10:11:39 21,8409S,41,1377W</p>	 <p>21 de out de 2020 09:28:58 21,8070S,41,1397W</p>
<p>Vista da Associação Comunitária de Pipeiras, na localidade de Pipeiras, em São João da Barra/RJ.</p>	<p>Realização da pesquisa na localidade de Pipeiras, em São João da Barra/RJ.</p>
 <p>21 de out de 2020 14:01:20 21,7757S 41,1637W 872-914 Rua Gregório Prudêncio de Azevedo Campos dos Goytacazes Rio de Janeiro</p>	 <p>21 de out de 2020 14:02:11 21,7757S 41,1639W</p>
<p>Vista da localidade Vila da Terra, em São João da Barra/RJ.</p>	<p>Realização da pesquisa na localidade Vila da Terra, em São João da Barra/RJ.</p>



#### 6.2.4 Grupo 4 – Barcelos e Cajueiro

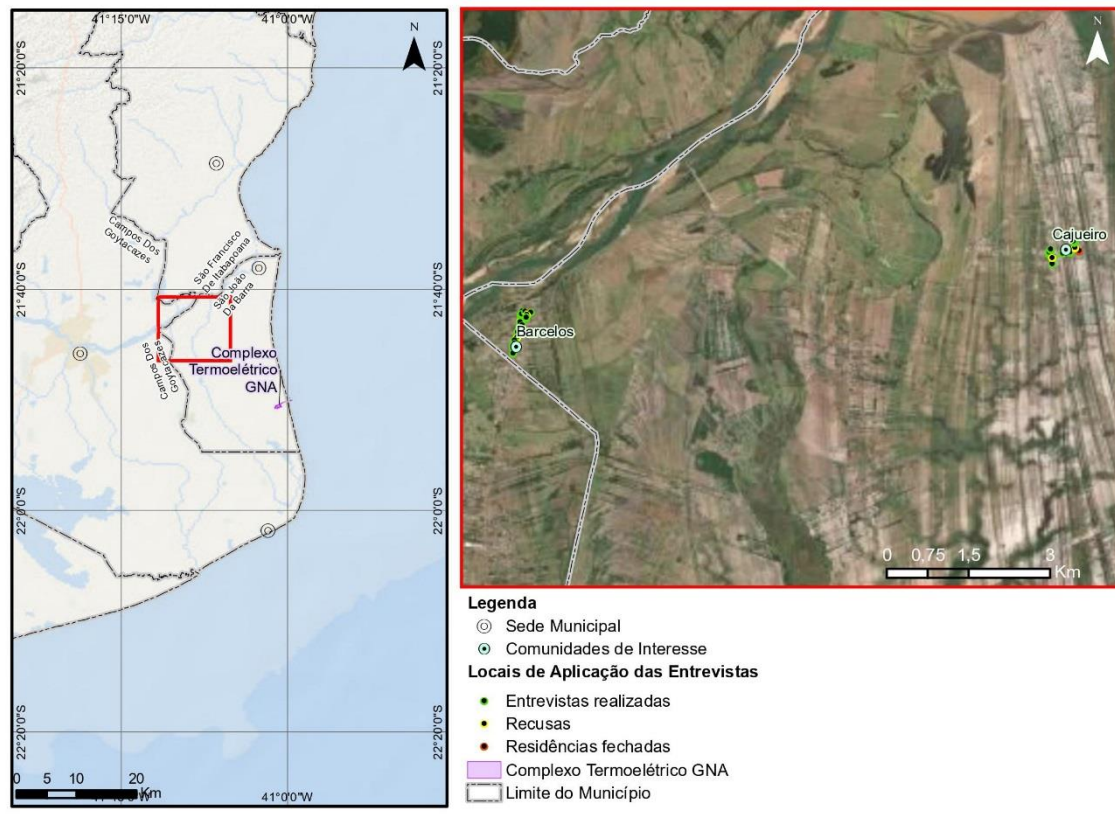
O quarto grupo foi definido com a amostra da população de duas localidades, Barcelos e Cajueiro, também mais próximas do empreendimento.

**Tabela 56 – População nas Localidades incluídas na Pesquisa de Percepção – Grupo 4**

Grupo	Localidade	Pessoas Residentes*	Porcentagem da população	Quantidade de entrevistas previstas	Quantidade de entrevistas realizadas	Porcentagem da distribuição da amostra
4	Cajueiro	1.401	4,5%	12	12	4,4
	Barcelos	3.187	10,1%	27	27	10
	<b>Total</b>	<b>4.588</b>	<b>10%</b>	<b>39</b>	<b>39</b>	<b>14,4</b>

Foram aplicados 39 questionários para esse grupo, sendo 27 em Barcelos e 12 em Cajueiro, correspondendo a 14,4% do total de entrevistas realizadas. Os resultados aferidos foram os que se seguem.

Figura 41 - Aplicação da Pesquisa – Grupo 4 – Cajueiro e Barcelos



#### 6.2.4.1 Perfil dos entrevistados

- Do total de entrevistados, e 41% em São João da Barra, 38,5% nasceram em Campos dos Goytacazes e 10,3% em Barcelos. Cajueiro, Petrópolis, Rio de Janeiro e fora do estado do RJ tiveram uma menção cada, com 2,6% do total.
- Em relação ao tempo de residência na localidade, a maioria, 53,8%, residem entre 20 a 39 anos, 25,6% alega viver a mais de 40 anos e 15,4% afirmou viver de 11 a 19 anos. Viviam de 0 a 10 anos na localidade 5,1% do total.
- Quantidade de pessoas que reside no imóvel - predomínio de quatro pessoas, com 41% das respostas e três pessoas, com 17,9% dos entrevistados. Duas pessoas residentes no imóvel obtiveram 12,8% das respostas, os lares com um e cinco membros tiveram a mesma frequência, com 10,3% cada. Duas pessoas indicaram seis moradores (5,1%) e um entrevistado afirmou ter sete pessoas residindo no imóvel (2,6%).
- Quantidade de pessoas que trabalha – predomínio de uma pessoa trabalhando para cada domicílio, com 43,6% das respostas. No entanto, também é significativa a porcentagem de domicílios com duas pessoas trabalhando, correspondendo a 33,3%.
- Quantidade de pessoas que possui trabalho fixo - predomínio de uma pessoa, correspondendo a 28,2%, seguido por duas pessoas com 20,5%. A quantidade de domicílios sem morador com trabalho fixo representou 51,3% do total.

- Quanto ao gênero – 56,4% dos entrevistados eram do sexo feminino e 43,6% eram do sexo masculino.
- Quanto à faixa etária - predomínio da faixa de idade acima de 50 anos, com 38,5% dos entrevistados.
- Em relação à escolaridade - predominaram as pessoas com Ensino Médio (2º grau): 1ª ao 3ª ano completo, correspondendo a 46,2% dos entrevistados e possuíam Ensino Fundamental: 1º ao 5º ano completo e incompleto tivera a mesma quantidade, com 12,8% cada.
- Quanto à renda familiar - destacaram-se os rendimentos entre 1 e 2 salários mínimos, com 56,4% de entrevistados e 17,9% com menos de 1 salário mínimo.
- Em relação à ocupação - predominou a alternativa Trabalhador (a) autônomo(a) com 35,9%, seguido por Desempregado com 20,5%, Trabalhador(a) assalariado(a) formal, com 12,8% das respostas e dono(a) de casa e Aposentado / Pensionista com 10,3% cada. Trabalhador(a) rural autônomo(a) e Estudante tiveram uma menção, com 2,6% cada.
- Atua em alguma organização social – 7 respostas indicando organização social, sendo 5 para atuação em igrejas, 1 menção a associação e 1 classificado como *outro*, indicado como trabalho social espírita.
- Veículo utilizado para se atualizar de notícias da região – 53,8% dos entrevistados responderam que utilizam de redes sociais (Facebook, WhatsApp ...), 20,5% utilizam da televisão e rádio e Portais de notícias na internet (UOL, G1, MSN...) tiveram a mesma frequência, com 10,3% cada.
- Quanto ao acesso à internet – 84,6% responderam que possuem e o meio de acesso ocorre pelo celular em todos os casos.

#### 6.2.4.2 Empresa e projeto

- Já ouviram falar sobre a GNA – 48,7% dos entrevistados responderam afirmativamente e 51,3% negativamente.
- Como tomou conhecimento da empresa – 24 respostas, onde 8 indicaram conhecer a empresa por meio de amigos, parentes, agentes públicos ou religiosos, 5 indicaram participação em atividade organizada pela empresa, 2 menções de que conhece alguém que trabalha na empresa e, com uma menção cada, as seguintes formas: *visita de funcionários à comunidade, distribuição de material informativo, pelas caixas de sugestão existentes na comunidade*. Foram feitas também 6 menções a categoria *outros*, onde 3 menções indicaram o Espaço de Diálogo, 2 menções de serem ex-funcionário de empresas contratadas da GNA e 1 menção de visita ao empreendimento.
- Sabiam dizer o que a empresa produz – 36,8% dos entrevistados que conheciam a GNA.
- O que produz – Dos que afirmaram saber o que a empresa produz 71,4% responderam gás natural e 28,6% energia elétrica. Os entrevistados que afirmaram saber o que a empresa produz representaram 17,9% da pesquisa total da localidade.
- Saberiam dizer quais projetos citados eram da GNA – 20 respostas indicando projetos, onde 8 menções foram para usina termoelétrica, 7 para terminal de gás natural, 3 para linha de transmissão e, com uma menção cada, foram indicados terminal portuário e plataforma de petróleo.

- Sabe em que fase o projeto da GNA se encontra – Dentre os que conhecem a GNA, 31,6% responderam que o projeto está na fase de construção, 10,5% em operação.

#### 6.2.4.3 Materiais informativos

- Costumam ler ou dar atenção aos materiais de divulgação ou propaganda que recebem na rua ou em casa – 30,8% dos entrevistados responderam que costumam ler e dar atenção aos materiais de divulgação ou propaganda; 25,6% responderam que as vezes dão atenção e 23,1% responderam negativamente. Afirmaram nunca terem recebido este tipo de material 17,9% do total.
- Melhor forma da comunidade receber informações – 108 respostas indicando meios de comunicação, onde 22 menções a redes sociais, 19 para internet, 16 para televisão, 15 para reuniões públicas, 14 para rádio, 10 para cartazes, 5 para jornais informativos, 4 para folhetos e 3 para jornal local.
- Teve acesso à algum tipo de material impresso da GNA ou de alguma das empresas que prestam serviço para a GNA – 6 respostas indicaram acesso à material da empresa, com 4 menções para jornal informativo e 2 menções ao folheto de divulgação dos canais de comunicação.

#### 6.2.4.4 Canais de comunicação

- Dentre os canais usualmente disponibilizados para comunicação com as empresas, qual consideraria o mais eficiente – 59% selecionaram a alternativa de contato pessoal; 15,4% indicou e-mail; 7,7% indicaram caixas de sugestão; 0800 e Website cada.
- Em quais ocasiões poderia utilizar esses canais – 56 respostas indicaram ocasiões para utilização dos canais com 28 menções a *se candidatar a vagas de emprego*, 15 para *tirar dúvidas do projeto*, 12 para *fazer solicitações para a comunidade* e 1 menção para *reclamar sobre o empreendimento*.
- Sabe que a empresa GNA possui alguma forma de entrar em contato com ela – Dentre os que conheciam a GNA, 26,3% responderam afirmativamente e 73,7% negativamente.
- Conhece alguma destas formas de entrar em contato com a GNA – 9 respostas indicaram formas de entrar em contato com a empresa, sendo 3 menções ao *site* da GNA e, com duas menções cada, as seguintes formas: caixas de sugestão na comunidade, o e-mail da GNA e o telefone 0800.
- Já usou algum dos canais de comunicação da GNA – uma resposta positiva, indicando que ficou satisfeito com seu atendimento.

#### 6.2.4.5 Realização de Atividades

- Teve conhecimento de alguma atividade feita por uma empresa do Porto – 30,8% dos entrevistados responderam afirmativamente.
- Qual atividade conheciam - indicaram: oficina de empregabilidade, treinamentos de qualificação profissional, cursos de diversas áreas, projeto de preservação das tartarugas, campanhas (outubro rosa e maio amarelo).



- Teve conhecimento de alguma atividade realizada pela GNA – Dentre os respondentes que conhecem a GNA 36,8% responderam afirmativamente e 63,2% negativamente.
- Quais foram as atividades da GNA de que participou ou teve conhecimento – mencionaram: treinamentos de qualificação profissional, curso Jovem Aprendiz.
- Como ficou sabendo da realização destas atividades – 8 respostas indicando como ficaram sabendo da atividade, em que *visita da equipe da GNA, jornais ou folhetos distribuídos pela GNA e por meio de pessoas da própria comunidade* tiveram duas menções cada. Uma menção indicava *cartazes afixados na comunidade* e uma *por meio de amigos, parentes ou conhecidos que trabalham na GNA*
- Sobre a divulgação de atividades realizadas pela GNA – Dos que conhecem a GNA 21% julgaram *boa*, 15,8% achou *ótima* e o restante não soube responder.
- Para a questão sobre o motivo da resposta – indicaram: a equipe é atenciosa e dão atenção, acredita que fica bem informada sobre o projeto, escuta as pessoas comentando sobre as ações da empresa e uma solicitação de mais divulgação e oportunidade de cursos.
- Sobre a participação em atividades da GNA – 21% dos entrevistados que conheciam a GNA responderam afirmativamente não houve respostas.
- Qual atividade – indicaram: excursão ao Porto, curso Ela Pode e agentes ambientais.

#### 6.2.4.6 Responsabilidade Ambiental

- Teve conhecimento de ações realizadas pela GNA para a preservação do meio ambiente - três pessoas responderam afirmativamente (15,8% das que alegaram conhecer a empresa).
- Indicaram como atividade realizada pela GNA – Preservação da Restinga, instalação de filtros para controle da poluição do ar e um entrevistado não soube informar a atividade.
- Consideram a GNA uma empresa responsável em relação ao meio ambiente - cinco pessoas responderam afirmativamente.

#### 6.2.4.7 Empregabilidade

- Conhecem alguém que trabalha no Porto – 76,9% dos entrevistados responderam afirmativamente, 17,9% responderam negativamente e 5,1% não informaram.
- Já viram a divulgação de vagas de emprego no Porto em algum lugar – 43,6% responderam afirmativamente.
- Em que local – balcão de empregos em SJB, em outras regiões na proximidade, rádio e internet.
- Conhecem alguém que trabalha na GNA ou em empresas que prestam serviço para a GNA – 33,4% do total entrevistado respondeu afirmativamente. Nove entrevistados indicaram a empresa Andrade Gutierrez, dois indicaram a Andrade Gutierrez e GNA e uma pessoa indicou Acciona e uma empresa de limpeza que não sabe o nome.
- Quais desses canais são os oficiais para se candidatar a vagas na GNA ou nas suas subcontratadas – 43 respostas indicaram os seguintes canais: 18 menções ao Balcão de empregos em SJB, 8 menções ao *site* Vagas.com / Rede de Empregabilidade, 8 menções a entrega direta de currículo à equipe da GNA, 4 menções a entrega direta

na portaria da GNA, 2 menções a canais de comunicação com a comunidade (0800, caixas de sugestão e e-mail) e 1 menção ao sistema SAGE.

- Consideram que a vinda da empresa GNA para o Porto do Açu aumentou as oportunidades de emprego para os moradores da região – Dos que conhecem a empresa, 68,4% responderam afirmativamente.
- Porque você tem esta opinião:
  - Respostas positivas: aumento de oportunidades para a população, a empresa vai gerar mais empregos, sabem de mais pessoas trabalhando atualmente, conhecem pessoas contratadas – total de 13 menções.

#### 6.2.4.8 Ações COVID-19

- Já ouviu falar no Comitê de Ações Humanitárias do Porto do Açu – 4 respostas afirmativas, representando 10,2% da amostra do grupo.
- Sabe quais empresas integram o comitê – 4 respostas afirmativas, com 2 menções a Porto do Açu, GNA, Ferroport e Açu Petróleo, 1 menção de que todas as empresas do porto fazem parte e 1 menção de que sabe que a GNA faz parte.
- Possui conhecimento sobre alguma ação preventiva ao COVID-19 realizada pela GNA – 34 respostas com 16 menções a doação de máscaras de proteção, 3 menções de conserto/doação de respiradores pulmonares, 3 menções de doação de testes rápidos, 3 menções de mensagem educativa em WhatsApp, 3 menções de doação de EPI, 2 menções ao Projeto Dados do Bem, 2 menções de doação de alimentos, 1 menção educativa em moto som ou rádio e 1 menção a doação de recurso financeiro.

#### 6.2.4.9 Expectativa de futuro

- Em que esperam que a GNA, como uma empresa instalada no Porto do Açu, possa contribuir com a sua comunidade/região – Total de 37 respostas onde 25 menções em torno de geração de emprego e renda local (com 2 indicando apoio no setor de saúde), 7 menções para qualificação profissional, 1 solicitação de visitação nas obras para conhecerem melhor o projeto, 1 menção de melhoria na comunicação com a população local, 1 solicitação de apoio a infraestrutura, 1 resposta justificando que a empresa não possui obrigação de contribuir enquanto 1 manifestação indica que a empresa deveria promover melhoria na qualidade de vida dos moradores da região.
- Tem algo que você gostaria de comentar a respeito da GNA – Total de 12 respostas com 3 menções para aumentar a divulgação de suas ações, 2 menções a capacitação profissional, 2 menção para continuar propiciando vagas de emprego e divulga-las, 1 menção desejando sucesso para a empresa, 1 menção para divulgar mais as vagas de emprego, 1 menção para trazer melhorias, e 1 menção para atuar mais na comunidade e 1 menção de apoio ao setor de saúde local.

Figura 42 - Registro Fotográfico de aplicação da pesquisa



Vista da localidade de Barcelos, em São João da Barra/RJ.

Vista da via de Barcelos, localidade de São João da Barra/RJ.

Vista da localidade de Cajueiro, em São João da Barra/RJ.

Vista da localidade de Cajueiro, em São João da Barra/RJ.

### 6.2.5 Grupo 5 – São João da Barra (sede), Atafona e Grussaí

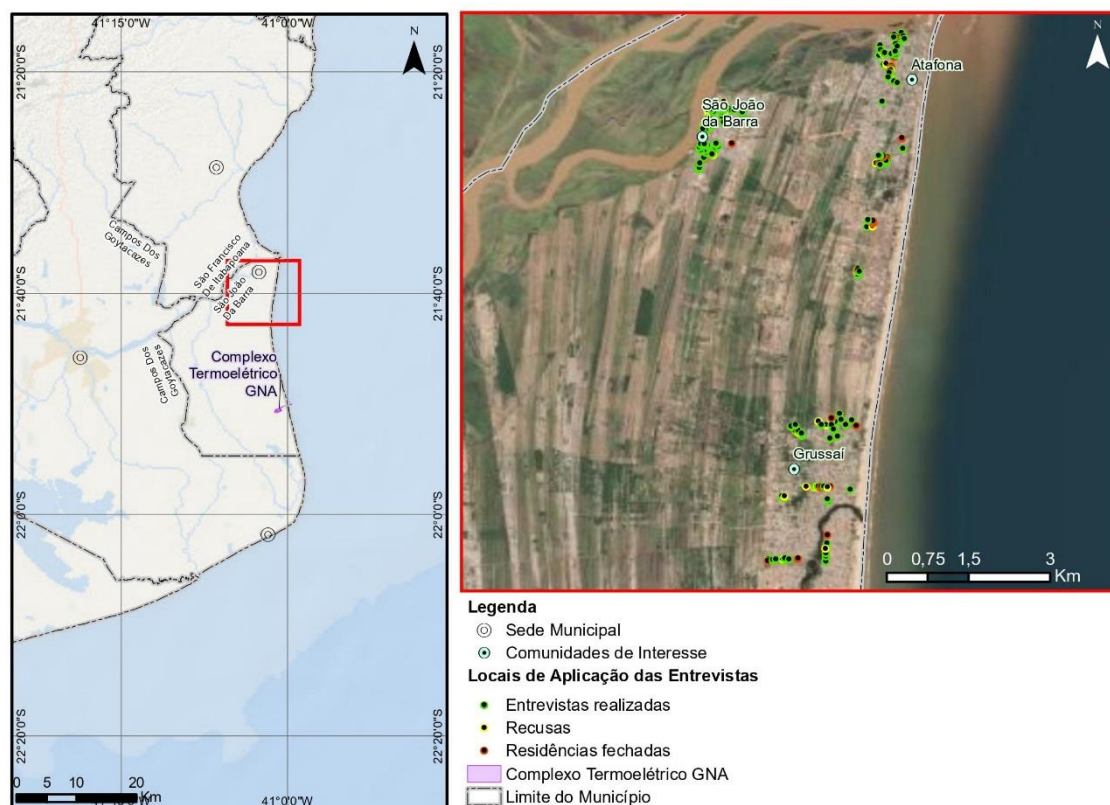
O quinto grupo foi definido com a amostra da população de três localidades, São João da Barra (sede), Atafona e Grussaí, que são localidades mais distanciadas do empreendimento do que as anteriores acima descritas.

Tabela 57 – População nas Localidades incluídas na Pesquisa de Percepção – Grupo 5

Grupo	Localidade	Pessoas Residentes*	Porcentagem da população	Quantidade de entrevistas previstas	Quantidade de entrevistas realizadas	Porcentagem da distribuição da amostra
5	Grussaí	6.143	19,5%	53	50	18,5
	Sede de São João da Barra	8.356	26,5%	72	74	27,4
	Atafona	5.074	16,1%	43	44	16,3
	<b>Total</b>	<b>19.573</b>	<b>62,1%</b>	<b>168</b>	<b>168</b>	<b>62,2</b>

Na definição da amostra, foi determinado que o grupo de São João da Barra (sede), Atafona e Grussaí conteria 168 entrevistas, correspondendo a 62,1% do total da amostra. Foram aplicados 168 questionários para esse grupo, sendo 50 em Grussaí, 74 em São João da Barra (sede) e 44 em Atafona, correspondendo a 62,2% do total de entrevistas realizadas. Os resultados tabulados foram os que se seguem.

**Figura 43 - Aplicação da Pesquisa – Grupo 5 – Grussaí, Sede de São João da Barra e Atafona**



#### 6.2.5.1 Perfil dos entrevistados

- Do total de entrevistados, 40,5% nasceram em Campos dos Goytacazes, 39,9% de São João da Barra e 6,5% indicaram Rio de Janeiro. Indicaram como local de nascimento fora do estado do RJ 4,8% e Atafona teve 2,4% do total. Os demais locais tiveram uma menção, sendo: Barra do Açu, Cabo Frio, Cardoso Moreira, Cazumbá, Itaperuna, Pipeiras e São Francisco de Itabapoana, com 0,6% cada.
- Em relação ao tempo de residência na localidade, a maioria, 39,3% reside entre 20 a 39 anos; os moradores de 0 a 10 anos e residindo a mais de 40 anos tiveram a mesma frequência, com 22% cada. Moradores entre 11 a 19 anos representaram 16,7%.
- Quantidade de pessoas que reside no imóvel - predomínio de três pessoas, com 28% das respostas; 26,2% com duas pessoas residindo no imóvel; 25% com quatro pessoas; 7,7% com uma pessoa e 5,4% com cinco pessoas. Houve menção, ainda de

imóveis com 6 pessoas (3,6%); sete pessoas (1,2%) oito pessoas (2,4%) e dez pessoas (um imóvel).

- Quantidade de pessoas que trabalha - predomínio de uma pessoa trabalhando para cada domicílio, com 42,3% das respostas. No entanto, também é significativa a porcentagem de domicílios com duas pessoas trabalhando, correspondendo a 31% e 15,5% não trabalham.
- Quantidade de pessoas que possui trabalho fixo - predomínio de uma pessoa, correspondendo a 41,1%. A quantidade de domicílios com duas pessoas com trabalho teve 16,7% de respostas. Nenhum membro com trabalho fixo representou 40,5% do total.
- Quanto ao gênero – 58,9% dos entrevistados eram do sexo feminino e 41,1% eram do sexo masculino.
- Quanto à faixa etária - predomínio da faixa de idade com mais de 50 anos (35,1%) e entre 36 a 50 anos, com 32,1% dos entrevistados. Entrevistados de 25 a 35 anos representaram 21,4% do todo.
- Em relação à escolaridade - predominaram as pessoas com Ensino Médio (2º grau): 1ª ao 3ª ano completo, correspondendo a 40,5% dos entrevistados e possuíam Ensino Fundamental: 1º ao 5º ano incompleto 16,1%. Pessoas com Ensino Superior completo representaram 10,7% do todo e Ensino Superior incompleto com 8,3%.
- Quanto à renda familiar - destacaram-se os rendimentos entre 1 e 2 salários mínimos, com 53,6% de entrevistados e 21,4% com 2 e 3 salários mínimos.
- Em relação à ocupação - predominou a alternativa Trabalhador(a) autônomo(a) com 26,2%, seguido de Trabalhador(a) assalariado(a) formal, com 17,3% das respostas; a seguir, a resposta foi para a alternativa Desempregado e Aposentada (o) / Pensionista, com 14,3% das respostas. Na alternativa “outro” (1,2%), foram mencionados empresário e microempresário.
- Atua em alguma organização social – 31 respostas indicaram atuação em organização social com 21 menções a igreja, 4 menções para associação e 1 menção a sindicato. Houve 5 respostas que utilizaram da categoria *outro*, sendo elas: centro de capoeira; LBV, APAE e centro religioso; centro religioso; integrante de banda musical; Rede ComVida.
- Veículo utilizado para se atualizar de notícias da região – 42,9% dos entrevistados responderam que utilizam redes sociais (Facebook, WhatsApp ...); 22,6% utilizam a televisão; 12,5% utilizam o rádio e 16,7% Portais de notícias na internet (UOL, G1, MSN...). Uma pessoa indicou não ter interesse nas notícias da região e oito não informaram.
- Quanto ao acesso à internet – 82,1% responderam que possuem e o meio de acesso ocorre pelo celular, com 76,8% do total que acessa à internet, 21,7% indicaram celular e computador e um entrevistado indicou apenas o computador.

#### 6.2.5.2 Empresa e projeto

- Já ouviram falar sobre a GNA – 32,1% dos entrevistados responderam afirmativamente e 66,1% negativamente. Ao todo, não souberam responder 1,8%.
- Como tomou conhecimento da empresa – 57 respostas indicaram como conheceram a empresa, sendo 25 menções para *por meio de amigos, parentes, agentes públicos ou religiosos*, 16 menções a *notícias de jornais, rádio ou televisão*, 5 menções de que

*conhece alguém que trabalha na empresa*, 3 menções de *participação em atividade organizada pela empresa*, 2 menções a distribuição de material informativo e 1 menção indicando *por meio de funcionários à comunidade* e 1 menção . Houve 05 menções a categoria *outros*, sendo 2 menções à internet, 2 indicando que o entrevistado trabalhou em empresas contratadas da GNA e 1 menção que o entrevistado trabalhou em outras empresas do Porto.

- Sabiam dizer o que a empresa produz – 40,7% dos entrevistados que conheciam a empresa e 13,1% da amostra da localidade.
- O que produz – 54,5% responderam gás natural e 36,3% energia elétrica dentre os que afirmaram saber o que a empresa produz. Os demais, não souberam responder.
- Saber dizer quais desses projetos são da GNA – 58 respostas em que as duas categorias com maior frequência, 21 cada, foram para a usina termoelétrica e o terminal de gás natural, 9 menções para a linha de transmissão, 4 menções para a plataforma de petróleo e 3 menções para terminal portuário.
- Sabe em que fase o projeto da GNA se encontra – 29,6% dos entrevistados que responderam conhecer a empresa responderam que o projeto está na fase de construção e um respondeu em operação.

#### 6.2.5.3 Materiais informativos

- Costumam ler ou dar atenção aos materiais de divulgação ou propaganda que recebem na rua ou em casa – 20,2% dos entrevistados responderam que costumam ler e dar atenção aos materiais de divulgação ou propaganda; 25,6% responderam que às vezes; 27,4% responderam negativamente; 25% responderam que nunca receberam qualquer tipo de folheto ou propaganda na rua ou em casa.
- Melhor forma da comunidade receber informações – 408 respostas indicando meios de comunicação com 90 menções a redes sociais, 83 menções a rádio, 78 menções para internet, 62 menções para televisão, 30 menções à reuniões públicas, 24 menções a cartazes, 17 menções para folhetos, 15 para jornais informativos e 7 menções para jornal local. Houve 2 menções a categoria outros, onde as duas indicavam o carro de som.
- Você já teve acesso à algum tipo de material impresso da GNA ou de alguma das empresas que prestam serviço para a GNA – 9 respostas com 6 menções ao jornal informativo e 1 ao folheto de divulgação dos canais de comunicação. Duas menções foram a categoria de outros, sendo divulgação de cursos e um anúncio no rádio.

#### 6.2.5.4 Canais de comunicação

- Dentre os canais usualmente disponibilizados para comunicação com as empresas, qual consideraria o mais eficiente – 45,8% selecionaram a alternativa de contato pessoal; 20,8% indicou Website, 15,5% o 0800; 13,7% indicou o e-mail. Os canais caixas de sugestão e outro tiveram 1,8%. As menções a outro foram uma indicando mensagem de celular e dois que não souberam informar o canal de comunicação.
- Em quais ocasiões poderia utilizar esses canais – 250 respostas para ocasiões de utilização do canal de comunicação de uma empresa com 105 menções para se candidatar as vagas de emprego; 76 menções para tirar dúvidas do empreendimento,

50 menções para tirar dúvidas do empreendimento e 19 menções para reclamar do empreendimento.

- Sabe que a empresa GNA possui alguma forma de entrar em contato com ela – 12,9% dos entrevistados que conhecem a empresa responderam afirmativamente e 87,1% negativamente.
- Conhece alguma destas formas de entrar em contato com a GNA – 8 respostas indicando os mecanismos de contato da empresa com e-mail da GNA e telefone 0800 com 3 menções cada e 2 menções ao site da GNA.
- Já usou algum dos canais de comunicação da GNA – uma pessoa respondeu que sim e que ficou satisfeita com o atendimento.

#### 6.2.5.5 Realização de Atividades

- Teve conhecimento de alguma atividade feita por uma empresa do Porto – 29,2% dos entrevistados responderam afirmativamente.
- Qual atividade conheciam - indicaram: formação profissional nas comunidades, campanha de soltura das tartarugas, Fórum da Pesca, palestras nas escolas, arrecadação de alimentos para pessoas carentes, limpeza da faixa da praia, visita ao Espaço da Ciência, distribuição de cestas básicas, doação de equipamentos de saúde, doações de viaturas à polícia.
- Teve conhecimento de alguma atividade realizada pela GNA – 11,1% dos entrevistados que conheciam a empresa responderam afirmativamente e 88,8% negativamente.
- Quais foram as atividades da GNA de que participou ou teve conhecimento – mencionaram: programa de qualificação; curso de capacitação; ações preventivas ao COVID-19, soltura de tartarugas e limpeza da faixa da praia – seis menções.
- Como você ficou sabendo da realização destas atividades – 9 respostas indicando como ficaram sabendo, com 3 menções a *por meio de amigos, parentes ou conhecidos que trabalham para a GNA* e, com 2 menções cada, as categorias *cartazes afixados na comunidade* e *por meio de pessoas da própria comunidade*. Um entrevistado indicou a categoria *outros*, justificando conhecimento da ação pela escola que o filho estuda
- Sobre a divulgação de atividades realizadas pela GNA – 3,7% dos entrevistados que conheciam a empresa indicaram a divulgação como boa e como regular, uma pessoa achou ótima e 24% não responderam.
- Para a questão sobre o motivo da resposta – as pessoas têm comentado sobre as ações da empresa e os materiais são bem feitos.
- Sobre a participação em atividades da GNA – 3,7% dos entrevistados que conheciam a empresa responderam afirmativamente.
- Qual atividade – ações de prevenção ao COVID-19 e orientações sobre a proibição do tráfego de veículos na praia.

#### 6.2.5.6 Responsabilidade Ambiental

- Teve conhecimento de ações realizadas pela GNA para a preservação do meio ambiente – 9,2% dos entrevistados que conheciam a empresa (5 pessoas) responderam afirmativamente.

- Indicaram como atividade realizada pela GNA - Plantio de mudas, limpeza da praia, soltura das tartarugas – 4 menções e um entrevistado não informou a atividade.
- Consideram a GNA uma empresa responsável em relação ao meio ambiente – 12,9% dos entrevistados que conheciam a empresa responderam afirmativamente (7 pessoas).

#### 6.2.5.7 Empregabilidade

- Conhecem alguém que trabalha no Porto – 80,4% dos entrevistados responderam afirmativamente e 19,6% responderam negativamente.
- Já viram a divulgação de vagas de emprego no Porto em algum lugar – 41,7% responderam afirmativamente.
- Em que local – balcão de empregos em SJB apenas e centro de SJB; Internet; rádio, nas localidades próximas e boca a boca – 66 indicações.
- Conhecem alguém que trabalha na GNA ou em empresas que prestam serviço para a GNA – 18,5% responderam afirmativamente. Nas empresas Andrade Gutierrez, Acciona, Lalilus, BPORT e GNA.
- Quais desses canais são os oficiais para se candidatar a vagas na GNA ou nas suas subcontratadas – 139 respostas onde 74 indicaram balcão de empregos em SJB, 23 para entrega direta de currículo à equipe da GNA, 22 menções indicaram o site Vagas.com / Rede de Empregabilidade, 12 menções a entrega na portaria da GNA, 5 menções aos canais de comunicação com a comunidade (0800, caixas de sugestão e e-mail) e 3 menções ao sistema SAGE.
- Consideram que a vinda da empresa GNA para o Porto do Açú aumentou as oportunidades de emprego para os moradores da região – 66,6% dos entrevistados que conhecem a empresa responderam afirmativamente.
- Porque você tem esta opinião:
  - Respostas positivas: geração de emprego, aumento de pessoas empregadas, possui conhecido que realizou curso com a empresa, – total de 35 menções.
  - Respostas opositivas: pouca contratação de mão de obra local – total de 4 menções.

#### 6.2.5.8 Ações COVID-19

- Já ouviu falar no Comitê de Ações Humanitárias do Porto do Açú – 21 respostas afirmativas, representando 12,5% da amostra do grupo.
- Sabe quais empresas integram o comitê – 6 respostas afirmativas, com 3 menções a Porto do Açú, GNA, Ferroport e Açú Petróleo, 1 menção de que todas as empresas do porto fazem parte e 1 menção de que sabe que a GNA faz parte.
- Possui conhecimento sobre alguma ação preventiva ao COVID-19 realizada pela GNA – 148 respostas com 56 menções a doação de máscaras de proteção, 27 menções de conserto/doação de respiradores pulmonares, 16 menções ao Projeto Dados do Bem, 13 menções de doação de alimentos, 10 menções de doação de testes rápidos, 10 menções de doação de EPI, 5 menções de mensagem educativa em moto som ou rádio, 5 menções de mensagem educativa em WhatsApp e 4 menções de doação de recurso financeiro.



#### 6.2.5.9 Expectativa de futuro

- Em que esperam que a GNA, como uma empresa instalada no Porto do Açú, possa contribuir com a sua comunidade/região – Total de 164 manifestações, com 98 menções sobre geração de emprego e renda, com foco para contratação local e foco na oferta de oportunidades para os jovens da região, 20 menções a capacitação profissional, 9 menções de apoio para o setor de saúde, 6 menções sobre manter ou expandir ações de responsabilidade ambiental, 7 menções para aumentar a divulgação das ações da empresa e das obras, 6 menções com foco em ações relacionadas a área marítima (barragem do avanço do mar, construção do quebra mar e limpeza da beira mar), 6 menções de apoio a atividade pesqueira e aos pescadores, 5 menções a trazer melhorias para a região, , 3 menções a instauração e parcerias junto a prefeitura para melhoria local, 1 menção a conscientização da população, 1 menção indicando que a empresa não “dá oportunidades”, 1 menção de apoio a infraestrutura (transformar antiga fábrica em polo de cursos e faculdade) e 1 menção à neutralidade da empresa frente à prefeitura local.
- Tem algo que você gostaria de comentar a respeito da GNA – 35 respostas com 18 menções sobre aumento da divulgação das ações da empresa, com parte desejando conhecer a empresa (05 pessoas), 4 menções a estar mais presente e atuante na comunidade, 4 menções sobre valorização da mão de obra local, 3 menções a geração de emprego, 2 menções de pessoas que atuaram junto de empresas contratadas pela GNA e desejam ter nova oportunidade, 1 solicitação sobre o quebra-mar, 1 menção que a empresa desenvolve um bom trabalho com a fiscalização correta de suas atividades e 1 menção sobre demissões em curto período no porto (o entrevistado não soube indicar se a empresa age dessa forma).

**Figura 44 - Registro Fotográfico da aplicação da pesquisa**





Vista da localidade Atafona, em São João da Barra/RJ.



Vista da localidade Atafona, em São João da Barra/RJ.



Realização da pesquisa na localidade Grussaí, em São João da Barra/RJ.



Vista da localidade Grussaí, em São João da Barra/RJ.

### 6.3 Resultados da pesquisa qualitativa

A tabulação dos dados das entrevistas com os pescadores das três colônias pesquisadas foi feita de forma separada, por colônia, uma vez que elas são bastante diferenciadas entre si.

As perguntas direcionadas aos grupos focais de pescadores estavam relacionadas às atividades realizadas pela GNA com o público em geral. Assim, os grupos de perguntas foram praticamente os mesmos abordados na pesquisa amostral aleatória, porém com questões abertas e mais direcionadas.

Em primeiro lugar os dados foram organizados em conformidade com o questionário que havia sido elaborado dividido em temas de interesse. Desse modo, a tabulação seguiu a divisão por esses temas.

Foram 31 perguntas divididas em oito grupos: Perfil do Entrevistado; Empresa e Projeto; Materiais Informativos; Canais de Comunicação; Realização de Atividades; Ações

Preventivas; Ações COVID-19; Expectativa de Futuro.

As perguntas fechadas (com alternativas) foram tabuladas quantificando-se a resposta. Assim, foram quantificadas as que tinham múltipla escolha, porém não foram calculadas porcentagens pelo fato de a pesquisa não ser amostral e, portanto, seu resultado não ser extensivo ao universo do público-alvo.

As perguntas abertas foram elaboradas para se obter resultados mais qualitativos e de opinião. Todas as perguntas abertas foram lidas e registradas com cuidado a fim de se obter um retrato dos entrevistados de cada um dos estratos estudados, no caso as colônias de pesca, e seu posicionamento em relação às empresas do porto, à GNA e suas atividades.

O interesse também era criar um cenário de ideias advindas desse público até então desconhecido da empresa, para fornecer subsídios para alternativas de ações que possam ser desenvolvidas com a população local.

Os questionários preenchidos foram tabulados seguindo a lógica da pergunta. Nesse sentido, foram quantificadas as alternativas que eram definidas, que só dependiam de uma simples escolha, colocando como resultado a definição de respostas negativas e/ou positivas, ou em função daquela que foi selecionada, quando havia múltipla escolha. Quando havia necessidade de manifestar uma opinião mais extensa, esta era registrada e a tabulação ocorreria com interpretação e definição qualitativa como positiva e negativa, bom, regular ruim, entre outras.

O que aconteceu, entretanto, foi que os entrevistados, de maneira geral, não detalharam sua opinião se restringindo às respostas mais simples e se abstendo de maiores declarações, talvez pelo fato de a maioria não ter ouvido falar sobre a empresa. Entre os 45 entrevistados das três colônias de pesca, 09 responderam afirmativamente, que já ouviram falar sobre a GNA e 36 responderam negativamente.

A seguir estão descritos os resultados da pesquisa por colônia de pesca.

### 6.3.1 Colônia de Pescadores Z19

Conforme definido pela metodologia, foram entrevistados 15 pescadores da Colônia de Pescadores Z19. A pesquisa foi realizada na região de Farol de São Tomé, distrito do município de Campos dos Goytacazes, no dia 30/11/20.

O local de abordagem foi nas proximidades da sede da Colônia Z19, local em que os pescadores comumente ficam após seu desembarque, executando a limpeza e preparo dos produtos da pesca e conserto de seus apetrechos e em alguns estabelecimentos de comercialização de pescado, que têm pescadores como proprietários. A abordagem foi de forma aleatória, com aqueles que se encontravam no local.

Inicialmente houve uma certa resistência dos pescadores, principalmente por acharem

que era uma pesquisa política, pelo fato de ser véspera de eleição. Ao ser explicado para eles que se tratava de uma pesquisa para uma empresa que está instalada na região, que a pesquisa se referia a ferramentas de comunicação entre a empresa e a comunidade e que não haveria identificação ou coleta de dados pessoais, foi possível romper parte da resistência e alguns se dispuseram em responder às perguntas em uma quantidade suficiente para a amostra proposta.

A Figura 37 mostra o local de realização da pesquisa no Farol de São Tomé.

**Figura 45 – Farol de São Tomé/Campos de Goytacazes – Local da pesquisa com pescadores da Colônia de Pesca Z19**



### 6.3.1.1 Perfil do Entrevistado

Foram entrevistados 13 pescadores nascidos em Campos de Goytacazes, um do distrito de Correnteza e um de São Francisco, todos residentes em Farol de São Tomé. Foram 09 homens, 05 mulheres e uma entrevista sem resposta nesse quesito. As faixas etárias foram diversas, mas predominou a faixa etária de pessoas com mais de 50 anos, com 07 entrevistas. Foram 03 pessoas entre 18 a 24 anos; 03 pessoas entre 25 a 35 anos e 02 pessoas com idade entre 36 a 50 anos.

O nível de escolaridade também foi bem diversificado, variando entre Ensino Fundamental: 1º ao 5º ano incompleto, com 04 pessoas; Ensino Fundamental: 6º ao 9º ano incompleto, com 04 pessoas; Ensino Médio: 1ª ao 3ª ano (2º grau) completo, com 03 pessoas, grupo que correspondia aos mais jovens, e uma pessoa com Ensino

Fundamental: 1º ao 5º ano completo, uma com Ensino Fundamental: 6º ao 9º ano completo e uma com Ensino Médio: 1ª ao 3ª ano (2º grau) incompleto; uma pessoa não respondeu.

Deve-se destacar que é comum a escolaridade em pescadores ser predominante nos níveis mais baixos, o que se mostrou ser diferente nesse grupo de entrevistados, assim como a idade também bastante diversificada, embora tenha predominado a faixa de idade dos mais idosos. Em relação ao rendimento obtido pela atividade, no entanto, houve mais concentração, com 11 entrevistados mencionando que sua renda estava na faixa entre 1 e 2 salários mínimos. Não houve relação entre menor faixa de renda e condição de gênero. Três mulheres entrevistadas eram marisqueiras.

Para a pergunta sobre se a pesca era a principal fonte de renda, quase todos responderam afirmativamente e uma pessoa respondeu que não pesca mais; duas pessoas responderam que possuíam outra atividade além da pesca.

O tempo de exercício da atividade variou entre 17 a 35 anos, com a maioria pescando há bastante tempo.

Entre os entrevistados, cinco pessoas atuavam na Colônia de Pescadores. Foi interessante observar que dos 15 entrevistados quatro não tinham acesso à internet.

#### 6.3.1.2 Empresa e Projeto

Na pergunta que se referia ao conhecimento que tinham sobre da GNA, se já tinham ouvido falar sobre ela, as respostas foram negativas e apenas uma pessoa mencionou que já tinha ouvido falar pelas redes sociais.

#### 6.3.1.3 Materiais Informativos

No questionamento sobre a melhor forma de a comunidade receber informações sobre o que acontece na localidade e qual o motivo, as respostas só atenderam à primeira indagação. A maioria respondeu que a melhor forma seria o rádio (11 respostas), seguidos de TV (08 respostas) e a seguir internet (06 respostas). Também foram mencionadas redes sociais e conversas com vizinhos, porém com uma resposta em cada. Esta era uma pergunta com possibilidade de citar mais de um instrumento de comunicação.

Para o questionamento sobre o recebimento de algum tipo de material impresso ou digital, da GNA ou de alguma das empresas que prestam serviço para a GNA, as respostas foram todas negativas.

#### 6.3.1.4 Canais de Comunicação

Foi feita uma pergunta sobre os mecanismos de comunicação que comumente as empresas possuem para se comunicar com a população em geral e as partes interessadas afetadas pelo projeto. A pergunta indagava se, na opinião do entrevistado, esses mecanismos funcionam, se são utilizados pela comunidade e se as empresas respondem

quando a população entra em contato com elas. Entre os 15 entrevistados, oito foram de opinião que os mecanismos funcionam; cinco opinaram que não funcionam; uma pessoa respondeu não acreditar na comunicação com as empresas do Porto; uma pessoa respondeu que a comunidade não conhece essas opções de conversa e uma respondeu que não sabia dizer.

Como é possível verificar, houve um equilíbrio entre aqueles que têm a percepção que esses mecanismos são utilizados e funcionam e aqueles cuja percepção ainda é negativa. Indagados se já haviam utilizado algum desses mecanismos, se já haviam entrado em contato com alguma empresa por meio desses canais e, segundo sua opinião, em quais ocasiões utilizariam esses canais, os entrevistados responderam, em sua maioria, que não entraram em contato com empresas (12 respostas). Uma pessoa respondeu afirmativamente e duas não responderam. A pessoa que respondeu que fizera contato, o fez por meio de sítio eletrônico, e-mail e 0800. Informou que tentou vaga de emprego para si e para familiares, porém não obteve retorno.

Alguns motivos para entrarem em contato seriam: utilização para oferecer produtos e serviços ao porto; para tirar dúvidas e uma pessoa respondeu que faria algumas reclamações sobre “falta de estrutura no local das embarcações, como caçamba de resíduos e contaminados, odor ruim dos peixes podres e fossas.”

Após a pergunta sobre empresa de maneira geral, foi feita a pergunta específica sobre a GNA, com a informação que a empresa também possui esses canais de comunicação e perguntado se o entrevistado tinha conhecimento disso. Foram onze entrevistados que responderam negativamente, que não conheciam a empresa; dois responderam que não sabiam e um não respondeu. Apenas uma pessoa respondeu que conhecia o sítio eletrônico e o 0800 e que ficou sabendo pela internet.

#### 6.3.1.5 Realização de Atividades

Para a pergunta sobre atividades desenvolvidas pela GNA, se o entrevistado já participara de alguma atividade da empresa, as respostas negativas, mais específicas, foram de 10 pessoas; três pessoas alegaram não saber dizer e duas não responderam.

A resposta evasiva (não saber dizer) traz dúvida do entrevistado sobre o assunto e ele tem receio de afirmar categoricamente. Em termos de percepção, não é possível afirmar que esta é totalmente negativa.

A pergunta sobre o Fórum da Pesca, se já ouviram falar, se sabiam alguma coisa sobre ele e quais empresas faziam parte, teve a mesma quantidade de respostas negativas (10). Duas pessoas alegaram já ter ouvido falar, sendo que uma respondeu que “nunca foi no Fórum e que ouviu falar que a divulgação foi muito rápida”. Uma respondeu que não se lembrava e duas não responderam.

#### 6.3.1.6 Ações Preventivas

As ações preventivas se referiam à preservação do meio ambiente e a pergunta indagava se o entrevistado teve conhecimento de ações realizadas pela GNA sobre esse tema. E, em caso afirmativo, quais eram. Novamente houve sete negativas específicas, 4 pessoas responderam que não sabiam e 4 não responderam.

Para a pergunta sobre considerar a GNA uma empresa responsável em relação ao meio ambiente, houve duas respostas positivas: uma pessoa respondeu que “sim, porque a empresa tem que ser responsável com o meio ambiente”; outra pessoa respondeu que não sabia afirmar, “mas sabia do monitoramento dos ninhos de tartarugas marinhas na praia.” Oito pessoas não responderam, 4 responderam não saber dizer e uma que não conhecia a empresa.

A próxima pergunta questionava se a pessoa considerava que as empresas do Porto do Açú, de uma forma geral, são responsáveis em relação ao meio ambiente. Houve cinco respostas negativas, duas responderam não saber e as demais oito foram positivas com as seguintes alegações positivas:

- ✓ “Sim, porque a empresa tem que ser responsável com o meio ambiente.”
- ✓ “Sim, mas devem cuidar mais dos pescadores porque fazem parte da comunidade.”
- ✓ “Sim, porque estão utilizando área do mar e devem cumprir as leis ambientais.”
- ✓ “Sim, mas não sabe por quê.”
- ✓ “Sim, com apoio da comunidade.”
- ✓ “Sim, protegendo o entorno para não jogar sujeira no mar.”
- ✓ “Sim, porque devem ajudar a preservar.”
- ✓ “Sim, evitando impactos.”

#### 6.3.1.7 Ações COVID-19

Em relação às ações sobre o COVID-19, as perguntas se referiam ao conhecimento sobre o Comitê de Ações Humanitárias da Porto do Açú, se sabiam quais empresas constituíam esse comitê, se já ouviram falar sobre as ações que a GNA, como membro desse comitê, tinha realizado.

Houve 14 respostas negativas em relação ao conhecimento sobre o Comitê de Ações Humanitárias da Porto do Açú e uma positiva; 14 respostas negativas em relação às empresas que constituem o comitê e uma positiva. Essa pessoa que tinha conhecimento respondeu que a GNA fez doação de máscaras de proteção e de testes rápidos e uma pessoa, embora tenha respondido negativamente, também respondeu sobre doação de máscaras de proteção.

#### 6.3.1.8 Expectativa de Futuro

A opinião sobre o que esperar da GNA, como uma empresa instalada no Porto do Açú, para contribuir com a comunidade / região foi manifesta pelos 15 entrevistados com as

seguintes menções:

- ✓ “Ajudar melhorar a área dos barcos, resíduos e fazer cursos de capacitação aos filhos dos pescadores na comunidade.”
- ✓ “Fazer uma escola para cursos técnicos de qualificação aos filhos dos pescadores.”
- ✓ “Gerar empregos aos familiares dos pescadores assim como cursos técnicos. Falta instalar agência de banco em Farol.”
- ✓ “Empregos e cursos.”
- ✓ “Empregabilidade.”
- ✓ “Gerar mais empregos na comunidade.”
- ✓ “Geração de empregos.”
- ✓ “Transporte, ajeitar as ruas e emprego para os moradores.”
- ✓ “Posto de Saúde (médico e medicamentos).”
- ✓ “Posto de Saúde e banco. (precisa ir até Campos).”
- ✓ “Ajudar com saúde e ambulância.”
- ✓ “Melhorar a saúde e as ruas.”
- ✓ “Melhorar a saúde.” (duas menções).
- ✓ “Asfalto que liga Farol ao Porto Açú (Azeitona para Farol).”

Ao serem questionados sobre algum comentário que quisessem fazer a respeito da GNA, houve vários comentários como:

- ✓ “Deve olhar as famílias dos pescadores, ajudar com cursos de capacitação e gerar empregos para as famílias dos pescadores.”
- ✓ “Divulgar os eventos dos pescadores e apoiar na construção de escola de cursos técnicos de qualificação aos filhos dos pescadores.”
- ✓ “Ajudar na segurança de navegação dos barcos dos pescadores perto do Porto. Ajudar a diminuir as multas aos pescadores.”
- ✓ “Apoiar nos cursos técnicos para capacitar mão de obra local.”
- ✓ “Que viesse conhecer a nossa realidade.”

Para a última pergunta que solicitou que fosse dada uma nota para a GNA, a única pessoa que respondeu ter ouvido falar na GNA por meio de redes sociais, não quis avaliar.

#### 6.3.1.9 Síntese dos Resultados

- Predomínio gênero masculino.
- Predomínio a faixa etária de pessoas com mais de 50 anos.
- Predomínio de entrevistados com Ensino Fundamental incompleto.
- Predomínio da faixa de renda entre 1 e 2 salários mínimos.
- A pesca era a principal fonte de renda.
- O tempo de exercício da atividade variou entre 17 a 35 anos, com a maioria pescando há bastante tempo.
- A maioria não atuava na Colônia de Pescadores.
- A maioria tinha acesso à internet, geralmente pelo celular.
- Maioria dos entrevistados não tinha ouvido falar sobre a GNA, não conhecia seus canais de comunicação e não tinha participado de atividades, não tinha conhecimento de ações da GNA para preservação do meio ambiente.



- Melhor forma da comunidade receber informações sobre o que acontece na localidade é o rádio e TV.
- Não receberam algum tipo de material impresso ou digital da GNA ou de alguma das empresas que prestam serviço para a GNA.
- Os mecanismos de comunicação funcionam, mas acham que a comunidade não utiliza.
- Não tinham ouvido falar do Fórum da Pesca e quem ouviu não sabia o que era.
- A maioria foi de opinião que as empresas do porto são responsáveis em relação ao meio ambiente.
- Não tinham conhecimento sobre as ações em relação ao Covid-19.
- Expectativa de Futuro – temas mais recorrentes: geração de emprego, cursos de qualificação para os jovens, e solicitações sobre obras na comunidade.
- Comentário para a GNA – Apoiar os pescadores em seus problemas, mas com predomínio para cursos técnicos para capacitar mão de obra local e geração de emprego.

**Figura 46 - Registro Fotográfico da aplicação da pesquisa**



### 6.3.2 Colônia de Pescadores Z1

Conforme definido pela metodologia, foram entrevistados 15 pescadores da Colônia de Pescadores Z1, referente à região de Gargaú, em São Francisco de Itabapoana, Rio de Janeiro. A pesquisa realizada na região de Gargaú no dia 29/11/20.

O local de abordagem foi nas proximidades da sede da Colônia Z1, local em que os pescadores ficam após o seu desembarque, para limpeza e preparo dos produtos da pesca e conserto de seus apetrechos e em alguns estabelecimentos de comercialização de pescado, que tem pescadores como proprietários. A abordagem foi de forma aleatória, com aqueles que se encontravam no local.

Inicialmente houve uma certa resistência dos pescadores principalmente por acharem que era pesquisa política, por ser véspera de eleição. Ao ser explicado que era pesquisa de uma empresa que está na região, que a pesquisa se referia a ferramentas de comunicação entre a empresa e a comunidade e não haveria identificação ou coleta de dados pessoais, foi possível romper parte da resistência e alguns se dispuseram em responder às perguntas em uma quantidade suficiente para a amostra proposta.

A Figura 38 mostra o local de realização da pesquisa em Gargaú.

Figura 47 – Gargaú/São Francisco de Itabapoana-RJ – Local da pesquisa com pescadores da Colônia de Pesca Z1



### 6.3.2.1 Perfil do Entrevistado

Foram entrevistados 13 pescadores nascidos em Gargaú/São Francisco de Itabapoana, um em Campos de Goytacazes e um em São João da Barra, todos residentes em Gargaú. Foram entrevistados 11 homens e 04 mulheres. As faixas etárias foram pouco diversificadas, com predomínio na faixa etária de pessoas com mais de 50 anos, com 10 entrevistas. Foram 04 na faixa entre 36 a 50 anos e 01 pessoas com idade entre 25 a 35 anos.

O nível de escolaridade não foi muito diversificado, com concentração de entrevistados com Ensino Fundamental: 1º ao 5º ano incompleto, com 07 pessoas; 01 pessoa com Ensino Fundamental: 1º ao 5º ano completo; 05 pessoas com Ensino Fundamental: 6º ao 9º ano incompleto; 01 pessoa com Ensino Superior incompleto e 01 pessoa que não frequentou a escola.

Pode ser levantada a hipótese de que, pelo fato de a maioria dos entrevistados situar-se na faixa etária acima de 50 anos, houve predomínio das pessoas com baixa escolaridade, com 12 pessoas com Ensino Fundamental incompleto. Em relação ao rendimento obtido pela atividade, houve concentração na faixa de renda de pessoas com menos de 1 salário mínimo e na faixa de renda entre 1 a 2 salários mínimos, com os entrevistados equilibradamente distribuídos entre elas: sete pessoas na primeira e 8 pessoas na segunda. Não houve relação entre menor faixa de renda e condição de gênero ou mesmo em relação à faixa etária.

De forma diferente que os entrevistados da Colônia de Pesca Z 19, em que quase todos viviam apenas da pesca, nesse segmento pesquisado 06 entrevistados possuíam outra atividade além da pesca, trabalhando como ajudante de obra, em lanchonete, em loja de apoio digital relacionada à pesca, em comércio geral, em frigorífico e beneficiamento de peixe e com criação de animais.

O tempo de exercício da atividade variou entre 20 a 68 anos, com uma parte significativa de 06 pessoas exercendo a atividade de pesca há mais de 40 anos.

Entre os entrevistados, sete pessoas atuavam na Colônia de Pescadores Z1 e, geralmente, eram os entrevistados mais velhos, acima de 50 anos. Em relação à internet, dos 15 entrevistados 10 não tinham acesso à internet, supondo-se que também não possuíam telefone celular.

### 6.3.2.2 Empresa e Projeto

Na pergunta que se referia ao conhecimento que tinham da GNA, se já tinham ouvido falar sobre ela, houve 13 respostas negativas e duas pessoas mencionaram que já tinham ouvido falar sobre a GNA, sendo que uma pessoa respondeu que ouviu falar na comunidade e uma pessoa respondeu que tomou conhecimento na pesquisa de percepção de 2019.

Na pergunta que se referia ao conhecimento sobre os projetos que são da GNA, essas duas pessoas responderam da seguinte maneira: uma respondeu que os projetos são Usina Termoelétrica e Plataforma de Petróleo; e a outra respondeu a várias alternativas: Terminal Portuário, Usina Termoelétrica, Linha de Transmissão, Terminal de Gás Natural Liquefeito – TGNL e Plataforma de Petróleo.

### 6.3.2.3 Materiais Informativos

No questionamento sobre a melhor forma da comunidade receber informações sobre o que acontece na localidade e qual o motivo, as respostas só atenderam à primeira indagação e não trouxeram maiores esclarecimentos sobre as formas de comunicação indicadas. A maioria respondeu que a melhor forma seria a internet (06 respostas), seguida de rádio (05 respostas), TV (05 respostas) e carro de som (03 respostas). Também foram mencionadas: “pessoalmente” (02 indicações), redes sociais, conversas entre amigos, correio e reunião. Alguns entrevistados chamaram atenção pelo fato de que na região não é possível fazer ligação ao 0800 pelo telefone celular, somente pelo telefone fixo.

Para o questionamento sobre o recebimento de algum tipo de material impresso ou digital da GNA ou de alguma das empresas que prestam serviço para a GNA, as respostas foram todas negativas.

### 6.3.2.4 Canais de Comunicação

Foi feita uma pergunta sobre os mecanismos de comunicação que comumente as empresas possuem para se comunicar com a população em geral e as partes interessadas afetadas pelo projeto. A pergunta indagava se, na opinião do entrevistado, esses mecanismos funcionam, se são utilizados pela comunidade e se as empresas respondem quando a população entra em contato com elas. Entre os 15 entrevistados, 07 foram de opinião que os mecanismos funcionam, destacando eu o 0800 não funciona; 02 opinaram que não funcionam; os demais não responderam ou não souberam responder. Para o tema de a comunidade utilizar esses mecanismos, 05 pessoas responderam afirmativamente, e 02 responderam que a comunidade não utiliza. Os demais entrevistados não responderam ou não souberam responder. Apenas uma pessoa teve a opinião de que as empresas respondem para a população quando são acionadas, mas ponderou que essa resposta é demorada.

Indagados se já haviam utilizado algum desses mecanismos, se já haviam entrado em contato com alguma empresa por meio desses canais e, segundo sua opinião, em quais ocasiões utilizariam esses canais, os entrevistados responderam, em sua maioria, que não entraram em contato com empresas (13 respostas). Uma pessoa respondeu afirmativamente e uma não respondeu à pergunta. A pessoa que respondeu que fizera contato, o fez por meio do Projeto Pescarte, da Petrobrás, mas não forneceu mais detalhes.

Alguns motivos para entrarem em contato seriam: para conhecer as obras das empresas (01 resposta); para tirar dúvidas (02 respostas); para fazer uma solicitação (02 respostas);

e uma pessoa respondeu que faria uma reclamação.

Após a pergunta sobre empresa de maneira geral, foi feita a pergunta específica sobre a GNA, com a informação que a empresa também possui esses canais de comunicação e perguntado se o entrevistado tinha conhecimento disso. Foram 13 entrevistados que responderam negativamente, que não conheciam a empresa e dois não responderam à pergunta. A mesma negativa ocorreu para a pergunta sobre utilização de algum canal de comunicação da GNA.

#### 6.3.2.5 Realização de Atividades

Para a pergunta sobre atividades desenvolvidas pela GNA, se o entrevistado já participara de alguma atividade da empresa, as respostas negativas, mais específicas, foram de 11 pessoas; duas pessoas alegaram não saber dizer e duas não responderam.

A resposta evasiva (não saber dizer) traz dúvida do entrevistado sobre o assunto e ele tem receio de afirmar categoricamente. Em termos de percepção, não é possível afirmar que esta é totalmente negativa.

A pergunta sobre o Fórum da Pesca, se já ouviram falar, se sabiam alguma coisa sobre ele e quais empresas faziam parte, houve a mesma quantidade de respostas negativas (10). Três pessoas alegaram já ter ouvido falar, uma respondeu que não se lembrava e uma não respondeu.

#### 6.3.2.6 Ações Preventivas

Esse bloco de temas se refere a ações preventivas para preservação do meio ambiente e a primeira pergunta indagava se o entrevistado teve conhecimento de ações realizadas pela GNA sobre esse tema. E, em caso afirmativo, quais eram. Houve 10 negativas específicas, 03 pessoas responderam que não sabiam e 02 não responderam.

Para a pergunta sobre considerar a GNA uma empresa responsável em relação ao meio ambiente, houve uma resposta positiva: uma pessoa respondeu que “sim, porque está construindo e o meio ambiente é importante para todos”; 08 pessoas não responderam, 01 respondeu não saber dizer, 03 responderam que não sabiam e duas que não conheciam a empresa.

A próxima pergunta questionava se a pessoa considerava que as empresas do Porto do Açú, de uma forma geral, são responsáveis em relação ao meio ambiente. Houve 02 respostas negativas, 02 pessoas não responderam, 06 responderam não saber e 05 foram positivas com as seguintes alegações positivas:

- ✓ “Acha que sim porque tem ações de proteção de peixes perto do Porto.”
- ✓ “Acha que sim, não sabe responder.”
- ✓ “Acha que sim, porque foram autorizadas a fazer obras no Porto.”
- ✓ “Sim, sabe que fazem replantio depois de desmatarem a restinga.”
- ✓ “Sim, é a responsabilidade delas.”

A duas respostas negativas mencionaram:

- ✓ “Não. Escutou que ocorreu morte de peixes, impacto ambiental com

- aparecimento de baleia morta.”
- ✓ “Não, joga óleo no mar.”

#### 6.3.2.7 Ações COVID-19

A GNA executou várias ações de prevenção e combate ao Corona vírus-COVID-19, e houve perguntas sobre esse tema. As perguntas se referiam ao conhecimento sobre o Comitê de Ações Humanitárias da Porto do Açú, se sabiam quais empresas constituíam esse comitê, se já ouviram falar sobre as ações que a GNA, como membro desse comitê, tinha realizado.

Houve 15 respostas negativas em relação ao conhecimento sobre o Comitê de Ações Humanitárias da Porto do Açú; 15 respostas negativas em relação às empresas que constituem o comitê. Em relação às ações preventivas da GNA, 14 entrevistados não tinham conhecimento sobre o fato, mas uma pessoa tinha ouvido falar, e indicou todas as ações.

#### 6.3.2.8 Expectativa de Futuro

A opinião sobre o que esperar da GNA, como uma empresa instalada no Porto do Açú, para contribuir com a comunidade / região foi manifesta pelos 15 entrevistados com as seguintes menções, sendo a primeira feita por cinco entrevistados e as demais por um em cada uma delas:

- ✓ “Geração de empregos.”
- ✓ “Geração de empregos. Apoiar mais a atividade pesqueira.”
- ✓ “Ajudar os moradores com trabalho e agência bancária e/ou cooperativa.”
- ✓ “Gostaria de dragagem do canal de Gargaú.”
- ✓ “Pequenos portos para os pescadores e máquinas para ajudar quando a maré coloca muita areia para cima.”
- ✓ “Esgoto, barco de apoio e ajudar os pescadores da região.”
- ✓ “Ajuda de custo para os pescadores.”
- ✓ “Salários para os pescadores que sobrevivem da pesca.”
- ✓ “Gerar empregos para a comunidade e cursos técnicos de capacitação.”
- ✓ “Gerar mais empregos na comunidade e melhorar o canal para a navegação dos pescadores.”
- ✓ “Não pode prejudicar a comunidade.”

Ao serem questionados sobre algum comentário que quisessem fazer a respeito da GNA, houve vários comentários como:

- ✓ “Gostaria que a empresa fosse mais presente.”
- ✓ “Ajudar os pescadores.”
- ✓ “Gostaria que a empresa fosse mais atuante na localidade.”
- ✓ “Gerar mais emprego.”

Os demais 11 entrevistados não fizeram comentários.

Para a última pergunta que solicitou que fosse dada uma nota para a GNA, três pessoas deram as notas 05, 08 e 08. Oito não deram nota; duas disseram que não conheciam a

empresa e duas que não sabiam.

### 6.3.2.9 Síntese dos Resultados

- Predomínio gênero masculino.
- Predomínio a faixa etária de pessoas com mais de 50 anos.
- Predomínio de entrevistados com Ensino Fundamental incompleto.
- Predomínio de pessoas na faixa de renda de menos de 1 salário mínimo e na faixa de renda entre 1 a 2 salários mínimos.
- A pesca era a principal fonte de renda para parte dos entrevistados e parte possuía outra atividade além da pesca.
- O tempo de exercício da atividade variou entre 20 a 68 anos, com uma parte significativa exercendo a atividade de pesca há mais de 40 anos.
- Parte dos entrevistados atuava e parte não atuava na Colônia de Pescadores.
- A maioria não tinha acesso à internet, supondo-se que também não tinham telefone celular.
- Maioria dos entrevistados não tinha ouvido falar sobre a GNA, não conhecia seus canais de comunicação e não tinha participado de atividades, não tinha conhecimento de ações da GNA para preservação do meio ambiente.
- Melhor forma da comunidade receber informações sobre o que acontece na localidade é a internet e o rádio, porém indicadas por parte dos entrevistados. Alguns entrevistados chamaram atenção pelo fato de que na região não é possível fazer ligação ao 0800 pelo telefone celular, somente pelo telefone fixo.
- Não receberam algum tipo de material impresso ou digital da GNA ou de alguma das empresas que prestam serviço para a GNA.
- Os mecanismos de comunicação funcionam, e parte acha que a comunidade utiliza.
- Não tinham ouvido falar do Fórum da Pesca e quem ouviu não sabia o que era.
- Parte dos entrevistados foi de opinião que as empresas do porto são responsáveis em relação ao meio ambiente.
- Não tinham conhecimento sobre as ações em relação ao Covid-19.
- Expectativa de Futuro – temas mais recorrentes: geração de emprego, melhoria nas condições dos pescadores, com ajuda de custo, apoio na atividade, obras no porto, cursos de qualificação.
- Comentário para a GNA – Olhar para as famílias dos pescadores, ajudar com cursos de capacitação e gerar empregos para as famílias dos pescadores. Divulgar os eventos dos pescadores e apoiar na construção de escola de cursos técnicos de qualificação aos filhos dos pescadores.

Figura 48 - Registro Fotográfico da aplicação da pesquisa



### 6.3.3 Colônia de Pescadores Z2

Conforme definido pela metodologia, foram entrevistados 15 pescadores da Colônia de Pescadores Z1, referente à região de Atafona, em São João da Barra, Rio de Janeiro. A pesquisa foi realizada na região no dia 22/11/20.

O local de abordagem foi indicado por uma pescadora que indicou o local, próximo à sede da Colônia Z2, em que os pescadores ficam no seu desembarque, limpando e preparando o resultado da pesca e consertando seus apetrechos. A abordagem foi de forma aleatória, com aqueles que se encontravam no local.

Como nas outras localidades, inicialmente houve resistência dos pescadores principalmente por acharem que era pesquisa política, por ser véspera de eleição e ao ser explicado que era uma pesquisa de uma empresa que está implantada na região a negativa continuou, com alegação de que já tinham respondido tudo que o Porto já quis e nada foi resolvido. Após novas explicações sobre o tema ser sobre ferramentas de comunicação entre a empresa e a comunidade e que não haveria identificação ou coleta de dados pessoais, foi possível romper parte da resistência e alguns se dispuseram em responder às perguntas em uma quantidade suficiente para a amostra proposta.

A Figura 39 mostra o local de realização da pesquisa em Gargaú.



Figura 49 – Gargaú/São Francisco de Itabapoana-RJ – Local da pesquisa com pescadores da Colônia de Pesca Z2



### 6.3.3.1 Perfil do Entrevistado

Foram entrevistados 07 pescadores nascidos em São João da Barra, 05 em Campos de Goytacazes, 02 em São Francisco de Itabapoana e 01 em Minas Gerais, todos residentes em Atafona/SJB. Foram entrevistados 10 homens e 05 mulheres. As faixas etárias foram pouco diversificadas, com predomínio na faixa etária entre 36 a 50 anos, com 10 entrevistas e 05 na faixa de mais de 50 anos. Entre as três colônias de pesca, esta foi a que apresentou entrevistados mais jovens.

O nível de escolaridade não foi muito diversificado, com concentração de entrevistados com Ensino Fundamental: 1º ao 5º ano incompleto, com 10 pessoas; 01 pessoa com Ensino Fundamental: 1º ao 5º ano completo; 01 pessoa com Ensino Fundamental: 1º ao 5º ano completo; 02 pessoas com Ensino Médio: 1º ao 3º ano completo e 01 pessoa que não frequentou a escola. Houve predominância de pessoas com baixa escolaridade, até ensino fundamental incompleto.

Em relação ao rendimento obtido pela atividade, houve concentração na faixa de renda de pessoas com renda entre 1 a 2 salários mínimos, com 12 dos entrevistados e os restantes 03 entrevistados com menos de 1 salário mínimo. Neste grupo, houve relação entre menor faixa de renda, condição de gênero feminino, faixa etária de mais de 50 anos (02 pessoas) e entre 36 a 50 anos (01 pessoa) e todas com ensino fundamental incompleto.

Neste grupo predominaram pessoas que viviam exclusivamente da pesca, com 12 pessoas. Apenas 04 entrevistados tinham mais uma atividade que eram: fazia rede de pesca para venda; trabalhava na refrigeração; trabalhava na Secretaria da Pesca e vendia salgadinho. Dois entrevistados eram aposentados.

O tempo de exercício da atividade variou entre 16 a 45 anos, com uma parte significativa de 06 pessoas exercendo a atividade de pesca entre 20 e 35 anos.

Entre os entrevistados, sete pessoas atuavam na Colônia de Pescadores Z2. Em relação à internet, dos 15 entrevistados 09 tinham acesso à internet, que era feito por celular em 07 situações e duas pelo celular e computador.

### 6.3.3.2 Empresa e Projeto

Na pergunta que se referia ao conhecimento que tinham da GNA, se já tinham ouvido falar sobre ela, houve 06 respostas positivas e 09 negativas. A forma como tomaram conhecimento sobre a GNA foram:

- ✓ “Por meio de amigos.”
- ✓ “Por meio de vizinhos e conhecidos.”
- ✓ “Soube apenas que a empresa iria se instalar na região.”
- ✓ “Por meio de reuniões.”
- ✓ “Na cooperativa Artepeixe.”
- ✓ “Por amigos e vizinhos.”

Na pergunta que se referia ao conhecimento sobre os projetos que são da GNA, essas 06 pessoas responderam da seguinte maneira: 02 responderam que os projetos são Usina Termoelétrica e 02 responderam Terminal de Gás Natural Liquefeito – TGNL. No entanto, 02 pessoas não souberam dizer quais os projetos que eram da GNA.

### 6.3.3.3 Materiais Informativos

No questionamento sobre a melhor forma de a comunidade receber informações sobre o que acontece na localidade e qual o motivo, as respostas só atenderam à primeira indagação e não trouxeram maiores esclarecimentos sobre as formas de comunicação indicadas. A maioria expressiva respondeu que a melhor forma seria o rádio (11 respostas), seguida de TV (05 respostas) e internet (03 respostas). Também foram mencionadas: redes sociais, cartazes, carro de som, pessoalmente e pelos pescadores. É importante ressaltar a preferência dos pescadores desse grupo pelo rádio, expressa nas respostas e comentários, com a alegação de que, pelo fato de ficarem tanto tempo no mar, esse é o melhor meio de se comunicar com eles.

Para o questionamento sobre o recebimento de algum tipo de material impresso ou digital da GNA ou de alguma das empresas que prestam serviço para a GNA, houve 14 respostas negativas e 01 positiva, de uma pessoa que disse ter recebido material da audiência pública.

#### 6.3.3.4 Canais de Comunicação

Foi feita uma pergunta sobre os mecanismos de comunicação que comumente as empresas possuem para se comunicar com a população em geral e as partes interessadas afetadas pelo projeto. A pergunta indagava se, na opinião do entrevistado, esses mecanismos funcionam, se são utilizados pela comunidade e se as empresas respondem quando a população entra em contato com elas.

Entre os 15 entrevistados da Colônia de Pesca Z2, 06 emitiram opinião que os mecanismos funcionam, com 02 entrevistados destacando as caixas de sugestão; 07 opinaram que esses mecanismos não funcionam; 02 pessoas não responderam ou não souberam responder. A opinião se a comunidade utiliza esses mecanismos foi expressa positivamente por 06 pessoas, 03 responderam que a comunidade não utiliza. Os demais entrevistados não responderam ou não souberam responder. Para a parte da pergunta que indagou se as empresas respondem para a população quando são acionadas, 03 pessoas opinaram que as empresas respondem; 02 pessoas foram de opinião que as empresas não responde, 01 respondeu que não respondem e as demais se abstiveram de responder ou alegaram não saber. Os comentários dos entrevistados para esta pergunta foram: “as empresas não atendem se não for pessoas conhecida”; “a comunidade pesqueira não tem tempo devido ao trabalho (ficam muito tempo no mar); “a comunicação só funciona feita direto na comunidade”.

Indagados se já haviam utilizado algum desses mecanismos, se já haviam entrado em contato com alguma empresa por meio desses canais e, segundo sua opinião, em quais ocasiões utilizariam esses canais, os entrevistados responderam, em sua maioria, que não entraram em contato com empresas (10 respostas); 04 pessoas responderam afirmativamente, sendo que uma pessoa destacou ter entrado em contato com a Acciona; e 01 pessoa respondeu não saber responder.

Sobre as ocasiões em que entrariam em contato com as empresas, as respostas foram: para tirar dúvidas (01 resposta); para reclamação (01 resposta); para fazer uma solicitação sobre a pesca e melhoria para a comunidade (01 resposta); para solicitar informações sobre a obra e contingência no mar (01 resposta).

Após a pergunta sobre empresas de maneira geral, foi feita a pergunta específica sobre a GNA, com a informação que a empresa também possui esses canais de comunicação e perguntado se o entrevistado tinha conhecimento disso. Foram 11 entrevistados que responderam negativamente, que não conheciam os canais de comunicação da empresa e dois não responderam à pergunta; 02 pessoas responderam afirmativamente, sendo que uma respondeu que o canal de comunicação era o WhatsApp e a outra respondeu 0800. Não responderam como ficaram sabendo desses dois canais de comunicação. Indagados se já tinham utilizado algum canal de comunicação da GNA, 01 pessoa respondeu que sim, mas que não obteve retorno.

#### 6.3.3.5 Realização de Atividades

Para a pergunta sobre atividades desenvolvidas pela GNA, se o entrevistado já participara

de alguma atividade da empresa, as respostas negativas, mais específicas, foram de 11 pessoas; duas pessoas alegaram não saber dizer e duas não responderam.

A pergunta sobre o Fórum da Pesca, se já ouviram falar, se sabiam alguma coisa sobre ele e quais empresas faziam parte, houve a mesma quantidade de respostas negativas (10). Três pessoas alegaram já ter ouvido falar, uma respondeu que não se lembrava e uma não respondeu.

#### 6.3.3.6 Ações Preventivas

Esse bloco de temas se refere a ações preventivas para preservação do meio ambiente e a primeira pergunta indagava se o entrevistado teve conhecimento de ações realizadas pela GNA sobre esse tema. E, em caso afirmativo, quais eram. Houve 10 negativas específicas, 03 pessoas responderam que não sabiam e 02 não responderam.

Para a pergunta sobre considerar a GNA uma empresa responsável em relação ao meio ambiente, houve uma resposta positiva: uma pessoa respondeu que “sim, porque está construindo e o meio ambiente é importante para todos”; 08 pessoas não responderam, 01 respondeu não saber dizer, 03 responderam que não sabiam e duas que não conheciam a empresa.

A próxima pergunta questionava se a pessoa considerava que as empresas do Porto do Açú, de uma forma geral, são responsáveis em relação ao meio ambiente. Houve 02 respostas negativas, 02 pessoas não responderam, 06 responderam não saber e 05 foram positivas com as seguintes alegações positivas:

- ✓ “Acha que sim porque tem ações de proteção de peixes perto do Porto.”
- ✓ “Acha que sim, não sabe responder.”
- ✓ “Acha que sim, porque foram autorizadas a fazer obras no Porto.”
- ✓ “Sim, sabe que fazem replantio depois de desmatarem a restinga.”
- ✓ “Sim, é a responsabilidade delas.”

A duas respostas negativas mencionaram:

- ✓ “Não. Escutou que ocorreu morte de peixes, impacto ambiental com aparecimento de baleia morta.”
- ✓ “Não, joga óleo no mar.”

#### 6.3.3.7 Ações de COVID-19

A GNA executou várias ações de prevenção e combate ao Corona vírus-COVID-19, e houve perguntas sobre esse tema. As perguntas se referiam ao conhecimento sobre o Comitê de Ações Humanitárias da Porto do Açú, se sabiam quais empresas constituíam esse comitê, se já ouviram falar sobre as ações que a GNA, como membro desse comitê, tinha realizado.

Houve 15 respostas negativas em relação ao conhecimento sobre o Comitê de Ações Humanitárias da Porto do Açú; 15 respostas negativas em relação às empresas que constituem o comitê. Em relação às ações preventivas da GNA, 14 entrevistados não tinham conhecimento sobre o fato, mas uma pessoa tinha ouvido falar, e indicou todas

as ações.

#### 6.3.3.8 Expectativa de Futuro

A opinião sobre o que esperar da GNA, como uma empresa instalada no Porto do Açú, para contribuir com a comunidade / região foi manifesta pelos 15 entrevistados com as seguintes menções, sendo a primeira feita por cinco entrevistados e as demais por um em cada uma delas:

- ✓ “Geração de empregos.”
- ✓ “Geração de empregos. Apoiar mais a atividade pesqueira.”
- ✓ “Ajudar os moradores com trabalho e agência bancária e/ou cooperativa.”
- ✓ “Gostaria de dragagem do canal de Gargaú.”
- ✓ “Pequenos portos para os pescadores e máquinas para ajudar quando a maré coloca muita areia para cima.”
- ✓ “Esgoto, barco de apoio e ajudar os pescadores da região.”
- ✓ “Ajuda de custo para os pescadores.”
- ✓ “Salários para os pescadores que sobrevivem da pesca.”
- ✓ “Gerar empregos para a comunidade e cursos técnicos de capacitação.”
- ✓ “Gerar mais empregos na comunidade e melhorar o canal para a navegação dos pescadores.”
- ✓ “Não pode prejudicar a comunidade.”

Ao serem questionados sobre algum comentário que quisessem fazer a respeito da GNA, houve vários comentários como:

- ✓ “Gostaria que a empresa fosse mais presente.”
- ✓ “Ajudar os pescadores.”
- ✓ “Gostaria que a empresa fosse mais atuante na localidade.”
- ✓ “Gerar mais emprego.”

Os demais 11 entrevistados não fizeram comentários.

Para a última pergunta que solicitou que fosse dada uma nota para a GNA, entre as 06 pessoas que responderam ter ouvido falar na GNA, 04 pessoas não quiseram dar notas; 01 deu nota 7 e 01 deu nota 9.

#### 6.3.3.9 Síntese dos Resultados

- Predomínio gênero masculino.
- Predomínio a faixa etária de pessoas entre 36 a 50 anos. Entre as três colônias de pesca, esta foi a que apresentou entrevistados mais jovens.
- Predomínio de entrevistados com Ensino Fundamental incompleto. Entre as três colônias de pesca, esta foi a que apresentou escolaridade mais baixa.
- Predomínio de pessoas na faixa de renda entre 1 a 2 salários mínimos. Neste grupo, houve relação entre menor faixa de renda, condição de gênero feminino, faixa etária e escolaridade.
- Predomínio de pessoas em que a pesca era a principal fonte de renda.
- O tempo de exercício da atividade variou entre 16 a 45 anos, com uma parte significativa exercendo a atividade de pesca entre 20 e 35 anos.
- Parte dos entrevistados atuava e parte não atuava na Colônia de Pescadores.

- A maioria tinha acesso à internet feito pelo telefone celular.
- Parte dos entrevistados tinha ouvido falar sobre a GNA, e uma parte desses respondeu que os projetos da GNA são Usina Termoelétrica e Terminal de Gás Natural Liquefeito – TGNL.
- A maioria não recebeu material informativo, não conhecia seus canais de comunicação e não tinha participado de atividades, não tinha conhecimento de ações da GNA para preservação do meio ambiente.
- Melhor forma da comunidade receber informações sobre o que acontece na localidade é o rádio, indicada pela expressiva maioria dos entrevistados. A preferência dos pescadores desse grupo pelo rádio teve a alegação de que, pelo fato de ficarem tanto tempo no mar, esse é o melhor meio de se comunicar com eles.
- Não receberam algum tipo de material impresso ou digital da GNA ou de alguma das empresas que prestam serviço para a GNA.
- Os mecanismos de comunicação funcionam, segundo parte dos entrevistados, assim como essa parte também acha que a comunidade utiliza.
- Não tinham ouvido falar do Fórum da Pesca.
- A maioria dos entrevistados não respondeu à questão sobre as empresas do porto serem responsáveis em relação ao meio ambiente e parte respondeu afirmativamente.
- Não tinham conhecimento sobre as ações em relação ao Covid-19.
- Expectativa de Futuro – temas mais recorrentes: geração de emprego, melhoria nas condições dos pescadores, com ajuda de custo, apoio na atividade, obras no porto, cursos de qualificação.
- Comentário para a GNA – Apoiar os pescadores, ser mais presente e mais atuante.
- Quatro pessoas deram nota para a GNA: 05; 07; 09 e 10 – porque de alguma forma faz algo para a comunidade; pelo propósito das obras e caso realize a capacitação na comunidade.

Figura 50 - Registro Fotográfico da aplicação da pesquisa





Registro de realização de pesquisa de percepção junto aos pescadores – Atafona/RJ.



Registro de via na localidade de Atafona/RJ.

## 7 | CONSIDERAÇÕES

A pesquisa de percepção atingiu a amostra proposta, tanto para a análise qualitativa quanto quantitativa, sem adversidades para sua execução.

Foi identificado que 40,3% da amostra entrevistada indicou conhecer a GNA e, quando questionados sobre a forma como tomaram conhecimento da empresa, a maior parte das respostas indicou por meio de amigos, parentes, agentes públicos ou religiosos (43,5%). Dentre o total de pessoas que afirmaram conhecer a GNA, 32,1% responderam afirmativamente quando questionados se saberiam dizer o que a empresa produz com indicações à produção de gás natural (21,1% dos que conhecem a empresa) e geração de energia elétrica (10,1% do total que conhecia a empresa).

Ao serem questionados sobre a melhor forma da comunidade receber informações o veículo mais indicado com 22,2% foi redes sociais, seguindo por internet com 17,8%, rádio com 16,3% e televisão com 15,3%. Em seguida foi questionado se o entrevistado havia tido acesso a algum material da GNA ou de empresa subcontratada houve 17 menções ao jornal informativo e 6 menções ao folheto de divulgação dos canais de comunicação.

O canal de comunicação ofertado pelas empresas que os entrevistados julgam funcionar melhor foi o contato pessoal, com 50,4%. Quando questionados sobre a forma de utilização dos canais de comunicação de uma empresa, com 39,3% foi indicado para se candidatar a vagas de emprego e 26,6% indicou para tirar dúvidas sobre o projeto.

Quando questionados sobre a GNA possuir canais de comunicação, 16,5% dos entrevistados que alegaram conhecer a empresa responderam de forma afirmativa, com maior frequência de indicação ao site da GNA.

Sobre conhecimento de atividade promovida pela empresa, 17,4% dos respondentes que alegaram conhecer a GNA responderam afirmativamente. Ao serem questionados sobre participação em evento da empresa, 8,2% dos que alegaram conhecer a empresa responderam de forma positiva.

A maioria, 82,2%, dos entrevistados conhece alguém que trabalha no porto e 25,6% indicaram conhecer alguém que atue na GNA ou em empresa que presta serviço.

Sobre considerar que a instalação da empresa na região aumentou as oportunidades de trabalho, 47,4% dos entrevistados respondeu de forma positiva.

Para avaliar se houve aumento no engajamento da população acerca da GNA e averiguar a significância estatística das variações apresentadas pelas pesquisas alguns testes de significância foram desenvolvidos entre as duas amostras. Entretanto, devido à proximidade dos valores apresentados, não foi possível realizar juízo de valor e afirmar estatisticamente se as variações sucederam pelas ações desenvolvidas pela empresa.

É importante salientar que, apesar da dificuldade de resultados conclusivos no âmbito estatístico, na análise entre as pesquisas, a segunda pesquisa de percepção permite visualizar um trabalho de maior qualidade no acesso da população à informação, que indicaram com maior frequência informações corretas como: o que a GNA produz; uso dos canais de comunicação das empresas; canais oficiais para se candidatar a vagas de trabalho.

Isto também se traduziu nas respostas à solicitação sobre que nota o entrevistado daria para a GNA, feita para aqueles que responderam ter ouvido falar na GNA. Apesar das amostras das duas pesquisas terem sido diferentes em quantidade, o número de pessoas que tinha ouvido falar da GNA foi similar e o número de pessoas que concordou em dar nota para a empresa também. O interessante que deve ser mencionado é que nas duas pesquisas, a mesma quantidade de pessoas deu notas altas para a empresa. Foram 54 pessoas, nas duas pesquisas, que deram notas de sete a dez para a GNA, representando quase 50% dos respondentes desse estrato.

Também foi possível notar a identificação de ações da empresa, como o conhecimento nos canais de comunicação da GNA, acesso a materiais da empresa, a participação nos eventos e atividades relacionadas ao COVID-19.

Adentrando no tema de expectativas de futuro, percebe-se que os moradores persistem com ideias similares à pesquisa anterior, em que a mão de obra local não é valorizada ou priorizada pelas contratações do porto. Apesar disso, as menções à empresa foram positivas e houve bastante solicitação por parte dos entrevistados de a empresa aumentar a divulgação de suas ações assim como de sua atuação nas comunidades. Foram 29 manifestações sobre isso e as pessoas que se manifestaram moravam em São João da Barra (11 citações); Atafona (06); Grussaí (03); Barcelos (02); Cajueiro (02); Barra do Açú (02); Vila da Terra (01); Sabonete (01); Pipeiras (01).



A pesquisa de percepção com os pescadores das três colônias de pesca trouxe informações valiosas sobre esse segmento de atores que convivem com as atividades do porto.

Em primeiro lugar, são pessoas que trabalham com uma atividade desgastante e que passam boa parte do seu tempo no mar, conforme depoimento da maioria. Em segundo lugar, predomina o gênero masculino, sendo que algumas das 14 mulheres que responderam à pesquisa disseram que são marisqueiras, atividade um pouco diferente da de pescador que se dirige a alto mar.

Em relação à idade, compuseram o estrato pesquisado pessoas nas seguintes faixas: 3 pessoas entre 18 a 24 anos; 4 pessoas entre 25 a 35 anos; 16 pessoas entre 36 a 50 anos e 22 pessoas com mais de 50 anos. É outro dado importante e revelador. Assim como ocorre em outras profissões mais antigas, como a de produtor rural, a de pescador possui mais pessoas com mais idade, talvez uma indicação de que os jovens não se sentem muito atraídos por essa atividade.

Outro ponto é o fato de haver uma certa homogeneidade na faixa de rendimento: quase 70% recebiam rendimento na faixa entre 1 a 2 salários mínimos, quase 30% na faixa de menos de 1 salário mínimo e apenas uma pessoa, equivalente a aproximadamente 2% respondeu receber entre 2 e 3 salários mínimos.

Em termos de escolaridade, a situação é bastante similar aos outros indicadores. Apesar de ter ocorrido poucas entrevistas com pessoas que não frequentaram a escola, com apenas duas ocorrências, a maioria dos entrevistados cursou apenas o ensino fundamental, a maioria nos primeiros cinco anos, e uma pequena parte nos últimos anos. Nenhum com ensino fundamental completo, embora tenha havido a ocorrência de umas poucas pessoas com ensino médio.

Em relação aos temas que foram abordados nos questionários de pesquisa, foi possível perceber que eles não tinham muito conhecimento desses assuntos. Em alguns casos, verificou-se um certo desconforto em não deter o conhecimento, e isso foi expresso em respostas mais amenas do que um simples não, substituídas por não sei dizer, não sei informar, trazendo a dúvida do entrevistado sobre o assunto e um certo receio de afirmar categoricamente. Em termos de percepção, não é possível afirmar que essas respostas são enfaticamente negativas. Algumas responderam “nunca” em lugar do não, mas foram poucas.

Outro aspecto importante foi a abordagem dos entrevistados em relação aos meios de comunicação e materiais de divulgação. Talvez pelo fato de ficarem muito tempo distante da terra firme, não possuem o hábito e não recebem material informativo. Também não são muito ligados às tecnologias e redes sociais, embora uma parte valorize a internet como meio de comunicação. No entanto, uma parte dos entrevistados da colônia de pesca Z1 comentou que o telefone 0800 não é fácil de ser utilizado naquela região e na colônia de pesca Z2 parte dos entrevistados alegou que a forma mais efetiva de repassar informações é por meio do rádio.

Finalmente, pelo fato de não terem muito conhecimento sobre a empresa e suas formas de comunicação, atividades e ações importantes ligadas à pandemia, atualmente, os entrevistados discorreram mais sobre questões e problemas ligados à sua atividade. Em algumas situações, no entanto, apesar desse desconhecimento, houve boa vontade em tentar incorporar a empresa em uma nova perspectiva. Não deixaram de mencionar a imensa necessidade da população de obter emprego e melhorar sua condição de vida, e houve ênfase, também, na necessidade de capacitação para melhoria na sua competitividade, principalmente em relação aos mais jovens.

## 8 | EQUIPE TÉCNICA

### Diretoria

Juan Piazza	Diretor	
Ana Maria Iversson	Socióloga	DRT 280/84

### Coordenação

Ana Maria Iversson	Socióloga	DRT/SP 280/84
Márcia Eliana Chaves	Socióloga	DRT/SP 979/87

### Equipe Técnica

Naiara Florencio	Bióloga	CRBio 30.117/4D
Thiago Parente	Biólogo	CRBio-02 32.693/02
Thayná Almeida	Engenheira Ambiental	CREA 5070265126
Andressa Esteves	Engenheira Ambiental	CREA 5063869281

### Pesquisadores de Campo

Luiz César F. de Almeida
Paulo Vinícius da Silva
Aline Rangel A. Emmanuel

---

Anexos

---

---

## Anexo 1 – Plano de Trabalho da 2ª Pesquisa de Percepção

---

---

## Anexo 2 – Questionários Preenchidos da Colônia Z19

---

---

## Anexo 3 – Questionários Preenchidos da Colônia Z1

---

---

## Anexo 4 – Questionários Preenchidos da Colônia Z2

---

---

Anexo 5 – Questionário Pesquisa por Amostragem Aleatória

---



## Perfil do Entrevistado

1 Qual o seu local de nascimento?

\_\_\_\_\_

2 Qual o seu local de moradia?

\_\_\_\_\_

3 Há quanto tempo reside neste local?

\_\_\_\_\_

4 Quantas pessoas residem no imóvel? \_\_\_\_\_

5 Quantas destas pessoas trabalham atualmente? \_\_\_\_\_

6 Dentre estas, quantas possuem trabalho fixo? \_\_\_\_\_

7 Gênero

- a) Masculino
- b) Feminino

8 Qual a sua faixa etária?

- a) 18 a 24 anos
- b) 25 a 35 anos
- c) 36 a 50 anos
- d) Mais de 50 anos

9 Qual o seu nível de escolaridade?

- a) Não frequentou a escola
- b) Ensino Fundamental: 1º ao 5º ano incompleto
- c) Ensino Fundamental: 1º ao 5º ano completo
- d) Ensino Fundamental: 6º ao 9º ano incompleto
- e) Ensino Fundamental: 6º ao 9º ano completo
- f) Ensino Médio: 1ª ao 3ª ano (2º grau) incompleto
- g) Ensino Médio: 1ª ao 3ª ano (2º grau) completo
- h) Ensino Superior incompleto
- i) Ensino Superior completo

10 Qual a faixa de renda média da sua família?

- a) Menos de 1 salário mínimo
- b) Entre 1 e 2 salários mínimos
- c) Entre 2 e 3 salários mínimos
- d) Entre 3 e 5 salários mínimos
- e) Acima de 5 salários mínimos
- f) Não possui rendimento

11 Qual opção descreve melhor a sua ocupação atual?

- a) Trabalhador(a) assalariado(a) formal
- b) Trabalhador(a) assalariado(a) informal
- c) Trabalhador(a) autônomo(a)
- d) Dona(o) de casa
- e) Aposentada(o) / Pensionista
- f) Estudante
- g) Desempregado(a)
- h) Outro \_\_\_\_\_

12 Atua em alguma organização social?

- a) Associação
- b) ONG
- c) Sindicato
- d) Cooperativa
- e) Não
- f) Outro \_\_\_\_\_

Indicar qual a instituição \_\_\_\_\_

13 Qual o principal veículo utilizado por você para se atualizar de notícias da região?

- a) TV
- b) Jornal impresso
- c) Conversa com vizinhos/amigos
- d) Redes sociais
- e) Notícias da internet
- f) Outros \_\_\_\_\_

14 Você possui acesso próprio à internet?

- a) Sim
- b) Não

15 Com qual equipamento você costuma acessar a internet?

- a) Celular
- b) Computador
- c) Celular e computador

### Empresa e Projeto

16 Você já ouviu falar da empresa GNA? *(Em caso negativo, pular para pergunta 23)*

- a) Sim
- b) Não

17 Em caso afirmativo, como tomou conhecimento da empresa? *(pode ser mais de uma alternativa)*

- a) Visita de funcionários à comunidade
- b) Distribuição de material informativo
- c) Presença de caixas de sugestão na comunidade
- d) Realização de audiência pública

- e) Conhece alguém que trabalha na empresa
- f) Participação em atividades organizadas pela empresa
- g) Outro \_\_\_\_\_

**18** Você sabe dizer o que a GNA produz? *(Em caso negativo, pular para pergunta 20)*

- a) Sim
- b) Não

**19** Em caso afirmativo, qual das seguintes opções? *(pode ser mais de uma alternativa)*

- a) Produção de gás natural
- b) Geração de energia
- c) Transporte de cargas
- d) Produção de minério
- e) Não sabe

**20** Você sabe dizer quais desses projetos são da GNA? *(pode ser mais de uma alternativa)*

- a) Terminal Portuário
- b) Usina Termoelétrica
- c) Linha de Transmissão
- d) Terminal de Gás Natural Liquefeito – TGNL
- e) Plataforma de Petróleo
- f) Não sabe dizer

**21** Você sabe em que fase o projeto da GNA se encontra?

- a) Em operação
- b) Em construção
- c) Não sabe dizer

**22** De 0 a 10, que nota você daria a GNA?

\_\_\_\_\_

### Materiais Informativos

**23** Você costuma ler os materiais de divulgação (ex. folhetos) que você recebe? *(Em caso negativo, responder até 24 e pular para questão 27).*

- a) Sim
  - b) Não
- Por quê? \_\_\_\_\_

**24** Dentre os materiais que você leu, algum chamou sua atenção?

- a) Sim
  - b) Não
- Qual era o assunto \_\_\_\_\_

**25** Na sua opinião, qual a melhor forma da comunidade receber informações? *(pode ser mais de uma alternativa)*

- a) Jornais Informativos
- b) Folheto

- c) Cartaz
- d) TV
- e) Rádio
- f) Jornal Local
- g) Internet
- h) Redes Sociais (Facebook, WhatsApp, ...)
- i) Reuniões Públicas
- Outro \_\_\_\_\_

26

Você já recebeu ou viu algum tipo de material impresso da GNA ou de alguma das empresas que prestam serviço para a GNA (Andrade Gutierrez, Acciona, Alubar)? (pode ser mais de uma alternativa)

- a) Nunca recebi ou vi qualquer tipo de material
- b) Sim, o jornal informativo
- c) Sim, o folder da campanha de cabeamento
- d) Sim, o folheto de divulgação dos canais de comunicação
- e) Sim, outros.

Qual material: \_\_\_\_\_

### Canais de Comunicação

27

Dentre os canais usualmente disponibilizados para comunicação com as empresas, qual você considera o mais eficiente?

- a) Caixas de sugestão
- b) e-mail
- c) 0800
- d) Site
- e) Outro \_\_\_\_\_

28

No seu conhecimento, em quais ocasiões você poderia utilizar esses canais? (pode ser mais de uma alternativa)

- a) Se candidatar a vagas de emprego
- b) Tirar dúvidas sobre o empreendimento
- c) Reclamar sobre o empreendimento
- d) Fazer uma solicitação para a comunidade
- e) Não sabe em que ocasiões utilizar os canais disponíveis

29

Você sabe que a GNA possui algumas formas de você entrar em contato com ela? (Em caso negativo, pular para pergunta 34)

- a) Sim
- b) Não

30

Você conhece alguma dessas formas de entrar em contato com a GNA? (Em caso negativo, pular para pergunta 34)

- a) Caixas de sugestão na comunidade
- b) E-mail da GNA
- c) Site da GNA
- d) Telefone 0800
- e) Não conhece

31 Como você conheceu a existência desses canais de comunicação da GNA?

- a) Por meio de divulgação realizada pela própria GNA
  - b) Por meio de pessoas da comunidade
  - c) Não sabe
- Outro \_\_\_\_\_

32 Você já utilizou algum canal de comunicação da GNA? *(Em caso negativo, pular para pergunta 34)*

- a) Sim, fiquei satisfeito com o atendimento
- b) Sim, mas não fiquei satisfeito com o atendimento
- c) Não utilizei

33 Qual desses fatores baseou sua resposta anterior? (pode ser mais de uma alternativa)

- a) Tempo de resposta
- b) Resposta recebida
- c) Forma como o atendimento foi feito

### Realização de Atividades

34 Você teve conhecimento de alguma atividade realizada por uma empresa do Porto?

- a) Sim
  - b) Não
- Qual? \_\_\_\_\_

35 Você teve conhecimento de alguma atividade realizada pela GNA? *(Em caso negativo, pular para pergunta 39)*

- a) Sim
  - b) Não
- Qual atividade \_\_\_\_\_

36 Como ficou sabendo da realização da atividade?

- a) Visita da equipe da GNA
- b) Cartazes distribuídos na comunidade
- c) Por meio de pessoas da comunidade
- d) Por meio de material informativo
- e) Outro \_\_\_\_\_
- f) Não ficou sabendo

37 O que você acha da divulgação de **atividades** realizadas pela GNA?

- a) Ruim
  - b) Regular
  - c) Boa
  - d) Ótima
- Por quê? \_\_\_\_\_

38 Você já participou de alguma atividade realizada pela GNA?

- a) Sim
- b) Não

## Ações Preventivas

39 Você já teve conhecimento de ações realizadas pela GNA no que diz respeito à preservação do meio ambiente? *(Em caso negativo, pular para pergunta 41)*

- a) Sim
- b) Não

Qual? \_\_\_\_\_

40 Você considera a GNA uma empresa responsável em relação ao meio ambiente?

- a) Sim
- b) Não

Por quê? \_\_\_\_\_

## Empregabilidade

41 Você conhece alguém que trabalha no Porto?

- a) Sim
- b) Não

42 Você já viu a divulgação de **vagas** de emprego no Porto em algum local?

- a) Sim
- b) Não

Qual local \_\_\_\_\_

43 Você conhece alguém que trabalha na GNA ou nas empresas que prestam serviço (Andrade Gutierrez, Acciona, Alubar, Engelmig...)? *(Em caso negativo, pular para questão 45)*

- a) Sim, na GNA
- b) Sim, em uma empresa que presta serviço
- c) Não

Quais empresas \_\_\_\_\_

44 Qual o grau de parentesco com o funcionário?

- a) Pai/ mãe
- b) Avô/ avó
- c) Esposo/ esposa
- d) Filho/filha
- e) Tio/tia
- f) Sobrinho/sobrinha
- g) Neto/neta
- h) Irmão/irmã
- i) Cunhado/cunhada
- j) Genro/nora
- k) Amigo/amiga

45 No seu conhecimento, qual desses canais são os oficiais para candidatura a vagas na empresa? (pode ser mais de uma alternativa)

- a) Entrega direta de currículo à equipe da GNA

- b) 0800, caixas de sugestão e e-mail do canal de comunicação
- c) Balcão de empregos em SJB
- d) Site vagas.com / Rede de Empregabilidade
- e) Não tem conhecimento dos canais disponíveis

46

Você considera que a vinda da empresa GNA para o Porto do Açú aumentou as oportunidades de emprego para os moradores da região?

- a) Sim
  - b) Não
- Por quê? \_\_\_\_\_

### COVID-19

47

Você já ouviu falar do Comitê de Ações Humanitárias da Porto do Açú? *(Em caso negativo pular para questão 49)*

- a) Sim
- b) Não

48

Você sabe quais empresas constituem o Comitê de Ações Humanitárias do Porto do Açú?

- a) Porto do Açú, GNA, Ferroport e Açú Petróleo
- b) Só a Porto do Açú
- c) Sei que a GNA faz parte
- d) Acho que a GNA não faz parte
- e) Acho que todas as empresas do Porto
- f) Outros: \_\_\_\_\_

49

A GNA, como parte do Comitê de Ações Humanitárias da Porto do Açú, vem realizando ações preventivas e de combate à COVID-19 na região. Qual dessas ações feitas pela GNA você já ouviu falar?

- a) Doação de Máscaras de proteção
- b) Conserto/doação de respiradores pulmonares
- c) Doação de alimentos
- d) Mensagem educativa em moto som ou rádio
- e) Doação de testes rápidos
- f) Mensagem educativa em WhatsApp
- g) Doação de EPI/Equipamentos
- h) Projeto Dados do Bem
- i) Doação de recurso financeiro
- j) Outros: \_\_\_\_\_

### Expectativa de Futuro

50

No que você espera que a GNA, como uma empresa instalada no Porto do Açú, possa contribuir com a sua comunidade/região?

\_\_\_\_\_

51

Tem algo que você gostaria de comentar a respeito da GNA?

\_\_\_\_\_

---

## Anexo 2 – Questionário Pesquisa por Grupos Focais

---



## Perfil do Entrevistado

1 Qual o seu local de nascimento?

---

2 Qual o seu local de moradia?

---

3 Gênero

- a) Masculino
- b) Feminino

4 Qual a sua faixa etária?

- a) 18 a 24 anos
- b) 25 a 35 anos
- c) 36 a 50 anos
- d) Mais de 50 anos

5 Qual o seu nível de escolaridade?

- a) Não frequentou a escola
- b) Ensino Fundamental: 1º ao 5º ano incompleto
- c) Ensino Fundamental: 1º ao 5º ano completo
- d) Ensino Fundamental: 6º ao 9º ano incompleto
- e) Ensino Fundamental: 6º ao 9º ano completo
- f) Ensino Médio: 1ª ao 3ª ano (2º grau) incompleto
- g) Ensino Médio: 1ª ao 3ª ano (2º grau) completo
- h) Ensino Superior incompleto
- i) Ensino Superior completo

6 Qual a faixa de renda média da sua família?

- a) Menos de 1 salário mínimo
- b) Entre 1 e 2 salários mínimos
- c) Entre 2 e 3 salários mínimos
- d) Entre 3 e 5 salários mínimos
- e) Acima de 5 salários mínimos
- f) Não possui rendimento

7 A pesca é sua principal fonte de renda? Há quanto tempo exerce essa atividade?  
(Questionar se executa a atividade periodicamente no ano) Você possui outra fonte de renda? Qual?

---

---

---

---

8 Você atua na Colônia de pescadores ou outra organização de pesca? Qual?

---

---

9 Você possui acesso próprio à internet?

- a) Sim
- b) Não

10 Com qual equipamento você costuma acessar a internet?

- a) Celular
- b) Computador
- c) Celular e computador

### Empresa e Projeto

11 Você já ouviu falar da empresa GNA? (Em caso negativo, pular para pergunta 14)

- a) Sim
- b) Não

12 Em caso afirmativo, como tomou conhecimento da empresa? (pode ser mais de uma alternativa)

---

---

---

13 Você sabe dizer quais desses projetos são da GNA? (pode ser mais de uma alternativa)

- a) Terminal Portuário
- b) Usina Termoelétrica
- c) Linha de Transmissão
- d) Terminal de Gás Natural Liquefeito – TGNL
- e) Plataforma de Petróleo
- f) Não sabe dizer

### Materiais Informativos

14 Na sua opinião, qual a melhor forma da comunidade receber informações sobre o que acontece na localidade? Por quê?

---

---

---

15 Você já recebeu ou viu algum tipo de material impresso ou digital, da GNA ou de alguma das empresas que prestam serviço para a GNA (Andrade Gutierrez, Acciona, Alubar, Engelmig)? Que tipo de material? Você se recorda qual era o seu conteúdo?

---

---

---

### Canais de Comunicação

**16**

Normalmente as empresas possuem canais para conversar com a comunidade (0800, caixas de sugestão), você acha que funciona? Você acha que a comunidade utiliza? Acha que a empresa responde?

---

---

---

---

**17**

Já entrou em contato com alguma empresa por meio desses canais? Em quais ocasiões você utilizaria esses canais?

---

---

---

**18**

A GNA, assim como outras empresas, também possui esses canais. Você conhece algum deles? Qual? Como ficou sabendo da existência desse canal? (Pular para questão 20 caso o entrevistado não conheça)

---

---

**19**

Você já utilizou algum dos canais de comunicação da GNA? Como foi o atendimento?

---

---

---

### Realização de Atividades

**20**

Você já participou de alguma atividade realizada pela GNA? Qual? Como ficou sabendo?

---

---

---

**21**

O que você achou da atividade?

---

---

---

---

**22**

Você já ouviu falar no Fórum da Pesca? O que você sabe sobre ele? Você saberia dizer quais empresas fazem parte do Fórum?

---

---

---

### Ações Preventivas

23

Você já teve conhecimento de ações realizadas pela GNA no que diz respeito à preservação do meio ambiente? Quais? (Em caso negativo, pular para pergunta 25)

---



---



---

24

Você considera a GNA uma empresa responsável em relação ao meio ambiente? Por quê?

---



---



---

25

Você considera as empresas do Porto do Açú, de uma forma geral, são responsáveis em relação ao meio ambiente? Por quê?

---



---



---

### Ações COVID-19

26

Você já ouviu falar do Comitê de Ações Humanitárias da Porto do Açú? Pular para questão 25 caso a resposta seja “Não”

- a) Sim
- b) Não

27

Você sabe quais empresas constituem o Comitê de Ações Humanitárias do Porto do Açú? Quais?

- a) Não
- b) Sim
  - i Porto do Açú, GNA, Ferroport e Açú Petróleo
  - ii Só a Porto do Açú
  - iii Sei que a GNA faz parte
  - iv Acho que a GNA não faz parte
  - v Acho que todas as empresas do Porto
  - vi Outro: \_\_\_\_\_

28

A GNA, como parte do Comitê de Ações Humanitárias da Porto do Açú, vem realizando ações preventivas e de combate à COVID-19 na região. Qual dessas ações feitas pela GNA você já ouviu falar?

- a) Doação de Máscaras de proteção
- b) Concerto/doação de respiradores pulmonares
- c) Doação de alimentos
- d) Mensagem educativa em moto som ou rádio
- e) Doação de testes rápidos
- f) Mensagem educativa em WhatsApp
- g) Doação de EPI/Equipamentos

- h) Projeto Dados do Bem
- l) Doação de recurso financeiro
- j) Outros: \_\_\_\_\_

**Expectativa de Futuro**

**29** Como você espera que a GNA, como uma empresa instalada no Porto do Açú, possa contribuir com a sua comunidade / região?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**30** Tem algo que você gostaria de comentar a respeito da GNA?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**31** De 0 a 10, que nota você daria para a GNA? Por quê?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

---

## Anexo 3 – Protocolo COVID-19

---

## Protocolo COVID-19 – 2ª Pesquisa de Percepção

Seguem abaixo as diretrizes de segurança a serem adotadas durante a realização da 2ª Pesquisa de Percepção:

### 1. Pesquisador de fora

- O pesquisador que vier de fora (escritório de São Paulo) deverá cumprir um período de quarentena de 7 (sete) dias após a sua chegada;
- Durante todo o trajeto da viagem, o pesquisador deverá utilizar máscara de proteção e fazer higienização das mãos, seja com álcool em gel ou água e sabão;
- O pesquisador ficará hospedado em hotel, priorizando a realização de refeições e outras atividades dentro das suas instalações; O hotel escolhido deverá seguir todas as recomendações de mitigação do COVID.
- O pesquisador deverá realizar o teste de COVID-19 do tipo PCR, sendo liberado para iniciar o trabalho de campo caso o resultado seja negativo.

### 2. Pesquisador local

- O pesquisador local será orientado a respeitar o isolamento social pelo período de 7 (sete) dias antes do início de suas atividades, com monitoramento diário do surgimento de sintomas suspeitos, realizado pela JGP Consultoria;
- Durante o período de isolamento, o pesquisador passará por treinamento virtual específico em relação às orientações contidas neste protocolo;
- O pesquisador estará apto para iniciar suas atividades caso não apresente sintomas suspeitos e não se tenha conhecimento do seu contato com algum caso confirmado nos últimos 7 (sete) dias.
- O pesquisador deverá realizar o teste de COVID-19 do tipo PCR, sendo liberado para iniciar o trabalho de campo caso o resultado seja negativo.

### 3. Orientações gerais

- Todos os pesquisadores deverão estar equipados com máscara de proteção descartável durante a realização das atividades de campo;
- As máscaras de proteção deverão ser trocadas a cada 3 horas;
- Cada veículo deverá conter no máximo 3 ocupantes, todos utilizando máscara de proteção e com vidros abertos (determinação municipal);
- Cada pesquisador deverá possuir um frasco de álcool em gel, o qual deverá ser aplicado nas mãos e no tablet/celular após cada entrevista realizada;
- As paradas para refeição e uso de sanitário deverão ser realizadas em estabelecimentos que estejam em acordo com as diretrizes de segurança e respeito ao distanciamento social;
- Sempre que possível, deve-se priorizar a lavagem das mãos com água e sabão após a realização das paradas;
- As entrevistas serão realizadas apenas com moradores que estiverem utilizando máscara de proteção, podendo esta ser própria ou fornecida pelo pesquisador;

- No momento da entrevista, deverá ser respeitada a distância mínima de 2 metros entre entrevistador e entrevistado;
- O pesquisador não deverá tocar o entrevistado durante a realização da entrevista;
- Após a finalização das entrevistas diárias, o(s) veículo(s) utilizado(s) deverá(ão) ser higienizado(s) pelo motorista com um pano úmido com água e sabão ou álcool isopropílico (exceto em itens de couro), priorizando as partes frequentemente tocadas pelas mãos (maçanetas, volante, apoios de braço, manopla de câmbio, freio de mão, botões, etc.);
- No início de cada dia de trabalho, o pesquisador deverá reportar ao líder da equipe se está com algum sintoma suspeito.



**MINUTES OF THE MEETING**

<b>Subject :</b> Reunião com pauta sobre: Ações de RS no site, atualização sobre as ações de enfrentamento ao COVID-19, Plano de Desmobilização, Ação de Natal/Próximas Campanhas.	070- COMITÊ	<b>PAGE</b>
	<b>DATE: 02/12/2020 - 14:00 às 15:00</b>	1/2

<b>NAME</b>	<b>COMPANY</b>	<b>SIGNATURE</b>	<b>E-MAIL</b>
SANDRO COSTA	GNA UTE I		<a href="mailto:sandro.costa@gna.com.br">sandro.costa@gna.com.br</a>
NEIBER LEITE	GNA UTE I		<a href="mailto:neiber.leite@gna.com.br">neiber.leite@gna.com.br</a>
NERITON TOLEDO	GNA UTE I		<a href="mailto:neriton.toledo@gna.com.br">neriton.toledo@gna.com.br</a>
SANDRA PRAZERES	COA		<a href="mailto:sandra.prazeres@agnet.com.br">sandra.prazeres@agnet.com.br</a>
RAFAELA SOUZA	ACC		<a href="mailto:rasouzap@acciona.com">rasouzap@acciona.com</a>
PATRICIA BARBULLA	BW		<a href="mailto:patricia.barbulla@bw-Ing.com">patricia.barbulla@bw-Ing.com</a>
PRISCILA ROSA	KN		<a href="mailto:p.rosa@kn.lt">p.rosa@kn.lt</a>

<b>Subject :</b> Reunião com pauta sobre: Ações de RS no site, atualização sobre as ações de enfrentamento ao COVID-19, Plano de Desmobilização, Ação de Natal/Próximas Campanhas.	070- COMITÊ	<b>PAGE</b>
	DATE: 02/12/2020 - 14:00 às 15:00	2/2

ID	SUBJECTS/ASSUNTO	OWNER/RESPONSÁVEL	DATE/DATA
----	------------------	-------------------	-----------

<b>1.</b>	<b>AÇÕES DE RS E ENFRENTAMENTO E PREVENÇÃO AO COVID-19</b>		
-----------	--	--	--

1.1	<b>Atualização sobre as ações de combate e prevenção ao COVID-19</b> <b>COA:</b> Continua campanha de prevenção, DDS e filas de refeitório sobre Covid-19. Casos: 07 positivo, 09 em investigação. <b>ACC:</b> Continua campanha de prevenção, DDS e abordagem na frente de serviço sobre distanciamento. aumento de casos suspeito. Casos 01 confirmado e 01 em confirmação. <b>BW:</b> Dois ambientes (tripulantes e escritório). Tripulantes sem nenhum caso desde o início da pandemia. PCR e 14 dias isolamento. <b>KN:</b> Nenhum caso confirmado e testes semanalmente com 50% da equipe (total de 22). Iniciou um processo de revesamento de 50% do time em dezembro.	Sandra Rafaela Patrícia Priscila	02/12/2020
-----	---	---	------------

1.2	<b>Caixas de Sugestão:</b> <b>ACC:</b> informa que não houve demanda. <b>COA:</b> identificou um total de 06, 3 por semanas. Destaca reclamação sobre o caixa de som da campanha do covid e sugestão de como tratar os casos de demobi envolvendo PCD. Além de elogios sobre SG e PDC. <b>BW:</b> possui mecanismo de Queixas controlado pela sede, Patrícia irá levantar as demantas. <b>KN:</b> Possui mecanismo (e-mail e link na intranet). Nunca receberam demandas.	Sandra Rafaela Patrícia Priscila	02/12/2020
-----	---	---	------------

1.3	Plano de desmobilização: Plano em execução, Neiber solicita envio de evidencias.	Todos	02/12/2020
-----	--	-------	------------

1.4	Divulgação Encontro com a GNA	Todos	02/12/2020
-----	-------------------------------	-------	------------

<b>2.</b>	<b>PRÓXIMAS CAMPANHAS</b>		
-----------	---------------------------	--	--

3.1	<b>COA:</b> Incentivo a doação de sangue (material será divulgado em dezembro). Prevenção as ISTs. <b>ACC:</b> Conscientização e divulgando sobre a doação de sangue (material elaborado). Em planejamento para fazer a SIPAT integrada com GNA, AG e ACC (aguardando posicionamento do Sergio HSE GNA). Demais participantes sem campanhas.	Todos	02/12/2020
-----	---	-------	------------

3.2	Campanha de Natal: Público: CRAS Sabonete e CRAS Barcelos. Cronograma conservador: Estoque dos brinquedos no site: 10 e 11/12. Entrega brinquedos as entidades: 14 a 18/12. GNA iniciou sua campanha de doação com sesus funcionários e doará em torno de 100 brinquedos. COA irá disponibilizar um local para armazenar os brinquedos e enviará o quantitativo de presentes para doação até 04/12. KN doará 100 brinquedos (tem local para aguardar, só combinar a entrega). ACC arrecadará os brinquedos com seus funcionários (estimativa de 150).	Todos	18/12/2020
-----	---	-------	------------

	GNA informa sobre divulgação da campanha de trânsito para sensibilização de todos os trabalhadores. Foi feito o envio das pílulas por e-mail e por whatsapp, para que todas as empresas compartilhem aos seus trabalhadores nos grupos internos, nos murais e demais canais de comunicação existentes.	Todos	02/12/2020
--	--	-------	------------



**MINUTES OF THE MEETING**

<b>Subject :</b>		070- COMITÊ	<b>PAGE</b>
<b>Reunião com pauta sobre: Ações de RS no site, atualização sobre as ações de enfrentamento ao COVID-19, Plano de Desmobilização, Ação de Natal/Próximas Campanhas.</b>		DATE: 02/12/2020 - 14:00 às 15:00	2/2
3.3	Reuniões do Comitê em dezembro e início de janeiro serão definidas da reunião do dia 16/12.	Todos	02/12/2020
<b>Próxima Reunião: 16/12/2020 (quarta) - Todas às quartas-feiras, de 14h00 às 15h00.</b>			

**MINUTES OF THE MEETING**

<b>Subject :</b> <b>Reunião com pauta sobre: Ações de RS no site, atualização sobre as ações de enfrentamento ao COVID-19, Plano de Desmobilização.</b>	070- COMITÊ	<b>PAGE</b>
	<b>DATE: 02/12/2020 - 14:00 às 15:00</b>	1/2

<b>NAME</b>	<b>COMPANY</b>	<b>SIGNATURE</b>	<b>E-MAIL</b>
SANDRO COSTA	GNA UTE I		<a href="mailto:sandro.costa@gna.com.br">sandro.costa@gna.com.br</a>
WILLY SOUZA	GNA UTE I		<a href="mailto:willy.souza@gna.com.br">willy.souza@gna.com.br</a>
NERITON TOLEDO	GNA UTE I		<a href="mailto:neriton.toledo@gna.com.br">neriton.toledo@gna.com.br</a>
SANDRA PRAZERES	COA		<a href="mailto:sandra.prazeres@agnet.com.br">sandra.prazeres@agnet.com.br</a>
RAFAELA SOUZA	ACC		<a href="mailto:rasouzap@acciona.com">rasouzap@acciona.com</a>
PRISCILA ROSA	KN		<a href="mailto:p.rosa@kn.lt">p.rosa@kn.lt</a>
PATRICIA BARBULLA	BW		<a href="mailto:patricia.barbulla@bw-Ing.com">patricia.barbulla@bw-Ing.com</a>

**MINUTES OF THE MEETING**

<b>Subject :</b>	070- COMITÊ	<b>PAGE</b>
<b>Reunião com pauta sobre: Ações de RS no site, atualização sobre as ações de enfrentamento ao COVID-19, Plano de Desmobilização.</b>	DATE: 27/01/2020 - 14:00 às 15:00	2/2

ID	SUBJECTS/ASSUNTO	OWNER/RESPONSÁVEL	DATE/DATA
----	------------------	-------------------	-----------

**1. AÇÕES DE RS E ENFRENTAMENTO E PREVENÇÃO AO COVID-19**

1.1	<p><b>Atualização sobre as ações de combate e prevenção ao COVID-19</b> <b>COA:</b> Continua campanha de prevenção, DDS e filas de refeitório sobre Covid-19. Foram realizadas campanhas em relação ao uso das máscaras e dos novos modelos adotados. O uso de álcool em gel e lavagem frequente das mãos também e frequentemente abordada através de DDS nas frentes de serviço. Amostragem aleatória, 32 testes realizados. Colaboradores com resultado positivo: 00 Colaboradores em investigação: 00 Casos reportados: Positivo 09; Suspeitos 07; Descartados 05</p> <p><b>ACC:</b> Continua campanha de prevenção, DDS e abordagem na frente de serviço sobre distanciamento. Não foram identificadas novos testes Não ha casos confirmados.</p>	Sandra Rafaela Patrícia Priscila	13/01/2021
1.2	<p><b>Caixas de Sugestão:</b> <b>ACC:</b> informa que não houve demanda para o período; <b>COA:</b> Identificadas 07 manifestações (03 Reclamações de serviços de internet nos alojamentos, 01 questionou de quantidade de desvios apontados; 01 Sugestões em relação ao descarte de resíduos, 2 elogios.) <b>BW:</b> possui mecanismo de Queixas controlado pela sede, Patrícia irá levantar as demandas. <b>KN:</b> Não houveram manifestações <b>GNA:</b> Foi solicitado que seja feito o fortalecimento da divulgação dos mecanismos de queixa entre os trabalhadores, buscando eliminar qualquer receio de uso que os mesmos possam ter.</p>	Sandra Rafaela Patrícia Priscila	27/01/2021
1.3	Plano de desmobilização: Plano em execução, Neiber solicita envio de evidencias.	Todos	27/01/2021
1.5	Guia de Cultura e Segurança da FSRU: A GNA pede suporte para que a BW distribua o guia de Cultura e segurança a serem distribuídos aos trabalhadores da BW. Rerssalta-se a necessidade de registros fotográficos para geração de evidências.	Patricia Sandro	

**2. PRÓXIMAS CAMPANHAS**

	GNA informa sobre divulgação da campanha de trânsito para sensibilização de todos os trabalhadores. Foi feito o envio das pilulas por e-mail e por whatsapp, para que todas as empresas compartilhem aos seus trabalhadores nos grupos internos, nos murais e demais canais de comunicação existentes.	Todos	27/01/2021
--	--	-------	------------

**Próxima Reunião: 16/12/2020 (quarta) - Todas às quartas-feiras, de 14h00 às 15h00.**

**MINUTES OF THE MEETING**

<b>Subject :</b> Reunião com pauta sobre: Ações de RS no site, atualização sobre as ações de enfrentamento ao COVID-19, Plano de Desmobilização.	070- COMITÊ	<b>PAGE</b>
	<b>DATE: 10/03/2020 - 14:00 às 15:00</b>	1/2

<b>NAME</b>	<b>COMPANY</b>	<b>SIGNATURE</b>	<b>E-MAIL</b>
SANDRO COSTA	GNA UTE I		<a href="mailto:sandro.costa@gna.com.br">sandro.costa@gna.com.br</a>
NERITON TOLEDO	GNA UTE I		<a href="mailto:neriton.toledo@gna.com.br">neriton.toledo@gna.com.br</a>
NEIBER LEITE	GNA UTE I		<a href="mailto:neiber.leite@gna.com.br">neiber.leite@gna.com.br</a>
RAFAELA SOUZA	ACC		<a href="mailto:rasouzap@acciona.com">rasouzap@acciona.com</a>
PRISCILA ROSA	KN		<a href="mailto:p.rosa@kn.lt">p.rosa@kn.lt</a>
PATRICIA BARBULLA	BW		<a href="mailto:patricia.barbulla@bw-Ing.com">patricia.barbulla@bw-Ing.com</a>

**MINUTES OF THE MEETING**

<b>Subject :</b> Reunião com pauta sobre: Ações de RS no site, atualização sobre as ações de enfrentamento ao COVID-19, Plano de Desmobilização.	070- COMITÊ	<b>PAGE</b>
	DATE: 10/03/2020 - 14:00 às 15:00	2/2

ID	SUBJECTS/ASSUNTO	OWNER/RESPONSÁVEL	DATE/DATA
----	------------------	-------------------	-----------

**1. AÇÕES DE RS E ENFRENTAMENTO E PREVENÇÃO AO COVID-19**

1.1	<b>Atualização sobre as ações de combate e prevenção ao COVID-19</b> <b>COA: Sem representante.</b> <b>ACC:</b> Continua campanha de prevenção, DDS e abordagem na frente de serviço sobre distanciamento. Um caso positivo (RH ficou após que o estado é grave solicitar esclarecimentos do não detalhamento do caso). <b>BW:</b> Dois ambientes (tripulantes e escritório). Tripulantes sem nenhum caso desde o início da pandemia. PCR e 14 dias isolamento. Um caso suspeito, que foi identificado como positivo 25/02 e 10/03 o teste apresentou resultado como negativo. <b>KN: Sem representante.</b>	Rafaela Patrícia	10/03/2020
-----	---	---------------------	------------

1.2	<b>Caixas de Sugestão:</b> <b>ACC:</b> informa que não houve demanda para o período. Informou que irá reposicionar as caixas. <b>COA: Sem representante.</b> <b>BW:</b> possui mecanismo de Queixas controlado pela sede, Patrícia irá levantar as demandas. <b>KN: Sem representante.</b> <b>GNA:</b> Foi solicitado que seja feito o fortalecimento da divulgação dos mecanismos de queixa entre os trabalhadores, buscando eliminar qualquer receio de uso que os mesmos possam ter. <b>Reforço desta solicitação em 10/03/2021.</b>	Rafaela Patrícia	10/03/2020
-----	--	---------------------	------------

1.3	Plano de desmobilização: Plano em execução, Neiber solicita envio de evidencias.	Todos	10/03/2020
-----	--	-------	------------

**2. PRÓXIMAS CAMPANHAS**

	GNA irá enviar a agenda ambiental para avaliação dos pares e avaliação de quais campanhas serão desenvolvidas de forma conjunta.	Todos	27/01/2021
--	--	-------	------------

**Próxima Reunião: 24/03/2021 (quarta) - Todas às quartas-feiras, de 14h00 às 15h00.**

**MINUTES OF THE MEETING**

<b>Subject :</b> Reunião com pauta sobre: Ações de RS no site, atualização sobre as ações de enfrentamento ao COVID-19, Plano de Desmobilização.	070- COMITÊ	<b>PAGE</b>
	<b>DATE: 02/12/2020 - 14:00</b> às 15:00	1/2

<b>NAME</b>	<b>COMPANY</b>	<b>SIGNATURE</b>	<b>E-MAIL</b>
SANDRO COSTA	GNA UTE I		<a href="mailto:sandro.costa@gna.com.br">sandro.costa@gna.com.br</a>
WILLY SOUZA	GNA UTE I		<a href="mailto:willy.souza@gna.com.br">willy.souza@gna.com.br</a>
NERITON TOLEDO	GNA UTE I		<a href="mailto:neriton.toledo@gna.com.br">neriton.toledo@gna.com.br</a>
SANDRA PRAZERES	COA		<a href="mailto:sandra.prazeres@agnet.com.br">sandra.prazeres@agnet.com.br</a>
RAFAELA SOUZA	ACC		<a href="mailto:rasouzap@acciona.com">rasouzap@acciona.com</a>
PATRICIA BARBULLA	BW		<a href="mailto:patricia.barbulla@bw-Ing.com">patricia.barbulla@bw-Ing.com</a>



**MINUTES OF THE MEETING**

<b>Subject :</b> <b>Reunião com pauta sobre: Ações de RS no site, atualização sobre as ações de enfrentamento ao COVID-19, Plano de Desmobilização.</b>	070- COMITÊ	<b>PAGE</b>
	DATE: 13/01/2020 - 14:00 às 15:00	2/2

ID	SUBJECTS/ASSUNTO	OWNER/RESPONSÁVEL	DATE/DATA
<b>1.</b>	<b>AÇÕES DE RS E ENFRENTAMENTO E PREVENÇÃO AO COVID-19</b>		
1.1	<b>Atualização sobre as ações de combate e prevenção ao COVID-19</b> <b>COA:</b> Continua campanha de prevenção, DDS e filas de refeitório sobre Covid-19. Colaboradores com resultado positivo: 01 Colaboradores em investigação: <b>ACC:</b> Continua campanha de prevenção, DDS e abordagem na frente de serviço sobre distanciamento. Casos 02 confirmados e 04 casos suspeitos. <b>BW:</b> Dois ambientes (tripulantes e escritório). Tripulantes sem nenhum caso desde o início da pandemia. PCR e 14 dias isolamento. <b>KN:</b> Ausente na reunião	Sandra Rafaela Patrícia Priscila	13/01/2021
1.2	<b>Caixas de Sugestão:</b> <b>ACC:</b> informa que não houve demanda para o período; <b>COA:</b> Identificadas 04 manifestações desde segunda quinzena de dezembro; <b>BW:</b> possui mecanismo de Queixas controlado pela sede, Patrícia irá levantar as demantas. <b>KN:</b> Ausente <b>GNA:</b> Foi solicitado que seja feito o fortalecimento da divulgação dos mecanismos de queixa entre os trabalhadores, buscando eliminar qualquer receio de uso que os mesmos possam ter.	Sandra Rafaela Patrícia Priscila	13/01/2021
1.3	Plano de desmobilização: Plano em execução, Neiber solicita envio de evidencias.	Todos	13/01/2021
<b>2.</b>	<b>PRÓXIMAS CAMPANHAS</b>		
	GNA informa sobre divulgação da campanha de trânsito para sensibilização de todos os trabalhadores. Foi feito o envio das pílulas por e-mail e por whatsapp, para que todas as empresas compartilhem aos seus trabalhadores nos grupos internos, nos murais e demais canais de comunicação existentes.	Todos	13/01/2021

**Próxima Reunião: 16/12/2020 (quarta) - Todas às quartas-feiras, de 14h00 às 15h00.**

**MINUTES OF THE MEETING**

<b>Subject :</b> <b>Reunião com pauta sobre: Ações de RS no site, atualização sobre as ações de enfrentamento ao COVID-19, Plano de Desmobilização.</b>	070- COMITÊ	<b>PAGE</b>
	<b>DATE: 21/04/2020 - 14:00 às 15:00</b>	1/2

<b>NAME</b>	<b>COMPANY</b>	<b>SIGNATURE</b>	<b>E-MAIL</b>
SANDRO COSTA	GNA UTE I		<a href="mailto:sandro.costa@gna.com.br">sandro.costa@gna.com.br</a>
NEIBER LEITE	GNA UTE I		<a href="mailto:neiber.leite@gna.com.br">neiber.leite@gna.com.br</a>
WILLY SOUZA	GNA UTE I		<a href="mailto:willy.souza@gna.com.br">willy.souza@gna.com.br</a>
ALINE EMMANUEL	GNA UTE I		<a href="mailto:t-aline.emmanuel@gna.com.br">t-aline.emmanuel@gna.com.br</a>
RAFAELA SOUZA	ACC		<a href="mailto:rasouzap@acciona.com">rasouzap@acciona.com</a>
PRISCILA ROSA	KN		<a href="mailto:p.rosa@kn.lt">p.rosa@kn.lt</a>
RAISSA BICOCK	COA		<a href="mailto:raissa.bicock@agnet.com.br">raissa.bicock@agnet.com.br</a>
Mariana Maciel	Engelmig		<a href="mailto:mariana.maciel@engelmig.com.br">mariana.maciel@engelmig.com.br</a>
PATRICIA BARBULLA	BW		<a href="mailto:patricia.barbulla@bw-Ing.com">patricia.barbulla@bw-Ing.com</a>

**MINUTES OF THE MEETING**

<b>Subject :</b> Reunião com pauta sobre: <b>Ações de RS no site, atualização sobre as ações de enfrentamento ao COVID-19, Plano de Desmobilização.</b>	070- COMITÊ	<b>PAGE</b>
	<b>DATE:19/05/2021 - 14:00 às 15:00</b>	2/2

ID	SUBJECTS/ASSUNTO	OWNER/RESPONSÁVEL	DATE/DATA
----	------------------	-------------------	-----------

**1. AÇÕES DE RS E ENFRENTAMENTO E PREVENÇÃO AO COVID-19**

1.1	<p><b>Atualização sobre as ações de combate e prevenção ao COVID-19</b> <b>COA:</b> Sem registro de novos casos, apenas 2 casos que foram considerados suspeitos e tiveram exame PCR negativo</p> <p><b>ACC:</b> Atualmente há 5 casos suspeitos e 1 caso positivo. Nenhum dos casos manifesta sintoma grave. Estão sendo acompanhados pelo médico do trabalho.</p> <p><b>BW:</b> Não foram identificados novos casos.</p> <p><b>KN:</b> Não foram identificados novos casos. A KN mantém-se com atividades educativas para o período.</p> <p><b>Engelmig:</b> Atualmente não é identificada COVID em nenhum dos colaboradores empenhados nos projetos da GNA. Entre outros trabalhadores há 11 suspeitos e 12 casos confirmados.</p> <p><b>GNA:</b> Informa do retorno do Comitê de Ações Humanitária Covid.</p>	RAISSA RAFAELA PATRÍCIA PRISCILA	19/05/2021
-----	---	---	------------

1.2	<p><b>Caixas de Sugestao:</b> <b>ACC:</b> Para o período relacionado não houve registros. Destaca-se que se mantem as atividades de comunicação via DDS.</p> <p><b>COA:</b> Para o período foi identificado apenas um elogio para o período. Mantem-se a campanha de uso das caixas de sugestão.</p> <p><b>BW:</b> A BW registrou 4 sugestões relacionadas ao aspecto de segurança.</p> <p><b>KN:</b> Não foi identificada nenhuma manifestação para o período. Mantem-se a campanha de uso das caixas de sugestão.</p> <p><b>GNA:</b> Registra-se que houve alinhamento entre GNA e COA no sentido de ajuste de processos e registros relativos ao LGM. Compartilhou informação de reunião junto ao IEC sobre estratégia relacionada ao LGM, como, por exemplo, reposicionamento de</p>	RAISSA RAFAELA PATRÍCIA PRISCILA	19/05/2021
-----	--	---	------------

1.3	Plano de desmobilização: Plano em execução, Neiber solicita envio de evidencias.	Todos	19/05/2021
-----	--	-------	------------

**2. PRÓXIMAS CAMPANHAS**

	<p>GNA: Foram encaminhados materiais para serem divulgados na obra. A GNA pede que eles sejam afixados e que sejam encaminhadas evidências para a GNA.</p> <p>ACC: Houve destruição de laços para veículos e funcionários em alusão à campanha. Houve fixação de material encaminhado pela GNA.</p> <p>COA: Realização de DDS específico com motorista, uso de materiais gráficos encaminhados pela GNA e de fontes corporativa. Houve treinamento ministrado aos motoristas de ônibus pela equipe de Saúde e Segurança. Há comunicação expressa de frequência semanal.</p> <p>KN: Houve recebimento do material da GNA, esta prevista afixação. Estão previstas campanhas ainda a serem detalhadas.</p> <p>BW: A BW buscará forma de abordar os funcionários de forma otimizada, considerando a natureza da operação.</p>	Todos	19/05/2021
--	--	-------	------------

**MINUTES OF THE MEETING**

<b>Subject :</b> <b>Reunião com pauta sobre: Ações de RS no site, atualização sobre as ações de enfrentamento ao COVID-19, Plano de Desmobilização.</b>	070- COMITÊ	<b>PAGE</b>
	<b>DATE: 21/04/2020 - 14:00 às 15:00</b>	1/2

<b>NAME</b>	<b>COMPANY</b>	<b>SIGNATURE</b>	<b>E-MAIL</b>
SANDRO COSTA	GNA UTE I		<a href="mailto:sandro.costa@gna.com.br">sandro.costa@gna.com.br</a>
NEIBER LEITE	GNA UTE I		<a href="mailto:neiber.leite@gna.com.br">neiber.leite@gna.com.br</a>
WILLY SOUZA	GNA UTE I		<a href="mailto:willy.souza@gna.com.br">willy.souza@gna.com.br</a>
ALINE EMMANUEL	GNA UTE I		<a href="mailto:t-aline.emmanuel@gna.com.br">t-aline.emmanuel@gna.com.br</a>
RAFAELA SOUZA	ACC		<a href="mailto:rasouzap@acciona.com">rasouzap@acciona.com</a>
PRISCILA ROSA	KN		<a href="mailto:p.rosa@kn.lt">p.rosa@kn.lt</a>
RAISSA BICOCK	COA		<a href="mailto:raissa.bicoock@agnet.com.br">raissa.bicoock@agnet.com.br</a>
PATRICIA BARBULLA	BW		<a href="mailto:patricia.barbulla@bw-Ing.com">patricia.barbulla@bw-Ing.com</a>

**MINUTES OF THE MEETING**

<b>Subject :</b> Reunião com pauta sobre: <b>Ações de RS no site, atualização sobre as ações de enfrentamento ao COVID-19, Plano de Desmobilização.</b>	070- COMITÊ	<b>PAGE</b>
	<b>DATE: 21/04/2020 - 14:00 às 15:00</b>	2/2

ID	SUBJECTS/ASSUNTO	OWNER/RESPONSÁVEL	DATE/DATA
----	------------------	-------------------	-----------

<b>1.</b>	<b>AÇÕES DE RS E ENFRENTAMENTO E PREVENÇÃO AO COVID-19</b>		
-----------	--	--	--

1.1	<p><b>Atualização sobre as ações de combate e prevenção ao COVID-19</b> <b>COA:</b> 9 casos suspeitos descartados e um suspeito aguardando o PCR.</p> <p><b>ACC:</b> 1 caso positivo (mesmo caso de 15 dias atrás), contudo o funcionário está com familiares com covid e seguirá em isolamento.</p> <p><b>BW:</b> Não foram identificados novos casos.</p> <p><b>KN:</b> Não foram identificados novos casos. A KN mantém-se com atividades educativas para o período.</p> <p><b>GNA:</b> Informa do retorno do Comitê de Ações Humanitária Covid.</p>	RAISSA RAFAELA PATRÍCIA PRISCILA	21/04/2020
-----	---	---	------------

1.2	<p><b>Caixas de Sugestão:</b> <b>ACC:</b> Referente a 15 dias atrás, teve 3 ocorrências. Sendo uma 1 reclamação, elogio e sugestão. <b>COA:</b> Realizou campanha para estimular o uso e está reforçando todos os canais. <b>BW:</b> apuração é no final do mês, trará na próxima reunião. <b>KN:</b> Não tem informação, trará na próxima reunião.</p> <p>GNA: Todas as demandas observadas para o ano de 2021 foram respondidas em prazo previsto pelo parâmetro LGM, conformme acompanhamento conslidado realizado pela equipe de RH da GNA.</p>	RAISSA RAFAELA PATRÍCIA PRISCILA	21/04/2020
-----	---	---	------------

1.3	Plano de desmobilização: Plano em execução, Neiber solicita envio de evidencias.	Todos	21/04/2020
-----	--	-------	------------

<b>2.</b>	<b>PRÓXIMAS CAMPANHAS</b>		
-----------	---------------------------	--	--

	<p>Campanha Maio Amarelo A GNA convida todas as empresas à desenvolverem e participarem da campanha dentro de sua realidade e efeito. Considerando todos os cuidados em relação ao covid-19. 26/04 Aline enviará um e-mail com maiores informações sobre a posposta de campanha.</p>	Todos	21/04/2020
--	--	-------	------------

**Próxima Reunião: 05/05/2021 (quarta) - Todas às quartas-feiras, de 14h00 às 15h00.**

**MINUTES OF THE MEETING**

<b>Subject :</b> <b>Reunião com pauta sobre: Ações de RS no site, atualização sobre as ações de enfrentamento ao COVID-19, Plano de Desmobilização.</b>	070- COMITÊ	<b>PAGE</b>
	<b>DATE: 02/12/2020 - 14:00 às 15:00</b>	1/2

<b>NAME</b>	<b>COMPANY</b>	<b>SIGNATURE</b>	<b>E-MAIL</b>
SANDRO COSTA	GNA UTE I		<a href="mailto:sandro.costa@gna.com.br">sandro.costa@gna.com.br</a>
WILLY SOUZA	GNA UTE I		<a href="mailto:willy.souza@gna.com.br">willy.souza@gna.com.br</a>
NERITON TOLEDO	GNA UTE I		<a href="mailto:neriton.toledo@gna.com.br">neriton.toledo@gna.com.br</a>
SANDRA PRAZERES	COA		<a href="mailto:sandra.prazeres@agnet.com.br">sandra.prazeres@agnet.com.br</a>
RAFAELA SOUZA	ACC		<a href="mailto:rasouzap@acciona.com">rasouzap@acciona.com</a>
PRISCILA ROSA	KN		<a href="mailto:p.rosa@kn.lt">p.rosa@kn.lt</a>
PATRICIA BARBULLA	BW		<a href="mailto:patricia.barbulla@bw-Ing.com">patricia.barbulla@bw-Ing.com</a>

**MINUTES OF THE MEETING**

<b>Subject :</b> <b>Reunião com pauta sobre: Ações de RS no site, atualização sobre as ações de enfrentamento ao COVID-19, Plano de Desmobilização.</b>	070- COMITÊ	<b>PAGE</b>
	DATE: 27/01/2020 - 14:00 às 15:00	2/2

ID	SUBJECTS/ASSUNTO	OWNER/RESPONSÁVEL	DATE/DATA
----	------------------	-------------------	-----------

**1. AÇÕES DE RS E ENFRENTAMENTO E PREVENÇÃO AO COVID-19**

1.1	<b>Atualização sobre as ações de combate e prevenção ao COVID-19</b> <b>COA:</b> Continua campanha de prevenção, DDS e filas de refeitório sobre Covid-19. Foram realizadas campanhas em relação ao uso das máscaras e dos novos modelos adotados. O uso de álcool em gel e lavagem frequente das mãos também e frequentemente abordada através de DDS nas frentes de serviço. Amostragem aleatória, 32 testes realizados. Colaboradores com resultado positivo: 00 Colaboradores em investigação: 00 Casos reportados: Positivo 09; Suspeitos 07; Descartados 05 <b>ACC:</b> Continua campanha de prevenção, DDS e abordagem na frente de serviço sobre distanciamento. Não foram identificadas novos testes Não ha casos confirmados.	Sandra Rafaela Patrícia Priscila	13/01/2021
1.2	<b>Caixas de Sugestão:</b> <b>ACC:</b> informa que não houve demanda para o período; <b>COA:</b> Identificadas 07 manifestações (03 Reclamações de serviços de internet nos alojamentos, 01 questionou de quantidade de desvios apontados; 01 Sugestões em relação ao descarte de resíduos, 2 elogios.) <b>BW:</b> possui mecanismo de Queixas controlado pela sede, Patrícia irá levantar as demandas. <b>KN:</b> Não houveram manifestações <b>GNA:</b> Foi solicitado que seja feito o fortalecimento da divulgação dos mecanismos de queixa entre os trabalhadores, buscando eliminar qualquer receio de uso que os mesmos possam ter.	Sandra Rafaela Patrícia Priscila	27/01/2021
1.3	Plano de desmobilização: Plano em execução, Neiber solicita envio de evidencias.	Todos	27/01/2021
1.5	Guia de Cultura e Segurança da FSRU: A GNA pede suporte para que a BW distribua o guia de Cultura e segurança a serem distribuídos aos trabalhadores da BW. Ressalta-se a necessidade de registros fotográficos para geração de evidências.	Patricia Sandro	

**2. PRÓXIMAS CAMPANHAS**

	GNA informa sobre divulgação da campanha de trânsito para sensibilização de todos os trabalhadores. Foi feito o envio das pílulas por e-mail e por whatsapp, para que todas as empresas compartilhem aos seus trabalhadores nos grupos internos, nos murais e demais canais de comunicação existentes.	Todos	27/01/2021
--	--	-------	------------

**Próxima Reunião: 16/12/2020 (quarta) - Todas às quartas-feiras, de 14h00 às 15h00.**

**MINUTES OF THE MEETING**

<b>Subject :</b> <b>Reunião com pauta sobre: Ações de RS no site, atualização sobre as ações de enfrentamento ao COVID-19, Plano de Desmobilização.</b>	070- COMITÊ	<b>PAGE</b>
	<b>DATE: 10/03/2020 - 14:00 às 15:00</b>	1/2

<b>NAME</b>	<b>COMPANY</b>	<b>SIGNATURE</b>	<b>E-MAIL</b>
SANDRO COSTA	GNA UTE I		<a href="mailto:sandro.costa@gna.com.br">sandro.costa@gna.com.br</a>
NERITON TOLEDO	GNA UTE I		<a href="mailto:neriton.toledo@gna.com.br">neriton.toledo@gna.com.br</a>
NEIBER LEITE	GNA UTE I		<a href="mailto:neiber.leite@gna.com.br">neiber.leite@gna.com.br</a>
RAFAELA SOUZA	ACC		<a href="mailto:rasouzap@acciona.com">rasouzap@acciona.com</a>
PRISCILA ROSA	KN		<a href="mailto:p.rosa@kn.lt">p.rosa@kn.lt</a>
SANDRA PRAZERES	COA		<a href="mailto:sandra.prazeres@agnet.com.br">sandra.prazeres@agnet.com.br</a>
PATRICIA BARBULLA	BW		<a href="mailto:patricia.barbulla@bw-Ing.com">patricia.barbulla@bw-Ing.com</a>



**MINUTES OF THE MEETING**

<b>Subject :</b> <b>Reunião com pauta sobre: Ações de RS no site, atualização sobre as ações de enfrentamento ao COVID-19, Plano de Desmobilização.</b>	070- COMITÊ	<b>PAGE</b>
	DATE: 24/03/2020 - 14:00 às 15:00	2/2

ID	SUBJECTS/ASSUNTO	OWNER/RESPONSÁVEL	DATE/DATA
----	------------------	-------------------	-----------

**1. AÇÕES DE RS E ENFRENTAMENTO E PREVENÇÃO AO COVID-19**

1.1	<p><b>Atualização sobre as ações de combate e prevenção ao COVID-19</b> <b>COA:</b> Sandra Souza deverá encaminhar o relatório de reporte dos casos. Em relação às questões educativas são trabalhadas medidas nos ambientes, como nas filas, nos ônibus, entre outros. É aplicado uso de máscara PFF2 e N95 durante a jornada de trabalho. Todas as medidas abrangem todos os funcionários atualmente.</p> <p>Sandra informou que atualmente 2 funcionários Siemens testaram positivo para o COVID19.</p> <p><b>ACC:</b> Ausente <b>BW:</b> Ausente <b>KN:</b> Não foram identificados novos casos. A KN mantém-se com atividades educativas para o período. <b>GNA:</b> Ressalta a importância de manter o Comitê como fórum de discussão e compartilhamento de informações, não havendo necessidade de aguardar oportunidade da reunião. Para COVID19 os casos de internação devem ser informados na pauta do comitê.</p>	Rafaela Patrícia	10/03/2020
1.2	<p><b>Caixas de Sugestão:</b> <b>ACC:</b> Ausente <b>COA:</b> Informa que não houve demanda para o período. <b>BW:</b> Ausente <b>KN:</b> Informa que não houve demanda para o período.</p> <p><b>GNA:</b> Todas as demandas observadas para o ano de 2021 foram respondidas em prazo previsto pelo parâmetro LGM, conforme acompanhamento consolidado realizado pela equipe de RH da GNA.</p> <p><b>GNA:</b> Foi solicitado que seja feito o fortalecimento da divulgação dos mecanismos de queixa entre os trabalhadores, buscando eliminar qualquer receio de uso que os mesmos possam ter. <b>Reforço desta solicitação em 24/03/2021.</b></p>	Rafaela Patrícia	10/03/2020
1.3	Plano de desmobilização: Plano em execução, Neiber solicita envio de evidências.	Todos	10/03/2020
1.4	Em seguimento à recomendação do IFC, a GNA informa que realizará ações de verificação de práticas de atendimento das demandas do LGM.	Todos	24/03/2021
<b>2.</b>	<b>PRÓXIMAS CAMPANHAS</b>		
	<p>GNA encaminhou proposta da agenda para os participantes.</p> <p>Em Março/21 já foram desenvolvidas campanhas para o dia da água e ainda serão definidas campanhas para abril/21 dentro da seleção de ações já indicadas.</p>	Todos	24/03/2021

**Próxima Reunião: 07/04/2021 (quarta) - Todas às quartas-feiras, de 14h00 às 15h00.**

**MINUTES OF THE MEETING**

<b>Subject :</b> Reunião com pauta sobre: Ações de RS no site, atualização sobre as ações de enfrentamento ao COVID-19, Plano de Desmobilização.	070- COMITÊ	<b>PAGE</b>
	<b>DATE: 02/12/2020 - 14:00 às 15:00</b>	1/2

<b>NAME</b>	<b>COMPANY</b>	<b>SIGNATURE</b>	<b>E-MAIL</b>
SANDRO COSTA	GNA UTE I		<a href="mailto:sandro.costa@gna.com.br">sandro.costa@gna.com.br</a>
WILLY SOUZA	GNA UTE I		<a href="mailto:willy.souza@gna.com.br">willy.souza@gna.com.br</a>
NERITON TOLEDO	GNA UTE I		<a href="mailto:neriton.toledo@gna.com.br">neriton.toledo@gna.com.br</a>
SANDRA PRAZERES	COA		<a href="mailto:sandra.prazeres@agnet.com.br">sandra.prazeres@agnet.com.br</a>
RAFAELA SOUZA	ACC		<a href="mailto:rasouzap@acciona.com">rasouzap@acciona.com</a>
PRISCILA ROSA	KN		<a href="mailto:p.rosa@kn.lt">p.rosa@kn.lt</a>
PATRICIA BARBULLA	BW		<a href="mailto:patricia.barbulla@bw-Ing.com">patricia.barbulla@bw-Ing.com</a>

**MINUTES OF THE MEETING**

<b>Subject :</b> <b>Reunião com pauta sobre: Ações de RS no site, atualização sobre as ações de enfrentamento ao COVID-19, Plano de Desmobilização.</b>	070- COMITÊ	<b>PAGE</b>
	DATE: 27/01/2020 - 14:00 às 15:00	2/2

ID	SUBJECTS/ASSUNTO	OWNER/RESPONSÁVEL	DATE/DATA
----	------------------	-------------------	-----------

**1. AÇÕES DE RS E ENFRENTAMENTO E PREVENÇÃO AO COVID-19**

1.1	<b>Atualização sobre as ações de combate e prevenção ao COVID-19</b> <b>COA:</b> Continua campanha de prevenção, DDS e filas de refeitório sobre Covid-19. Foram realizadas campanhas em relação ao uso das máscaras e dos novos modelos adotados. O uso de álcool em gel e lavagem frequente das mãos também e frequentemente abordada através de DDS nas frentes de serviço. Amostragem aleatória, 32 testes realizados. Colaboradores com resultado positivo: 00 Colaboradores em investigação: 00 Casos reportados: Positivo 09; Suspeitos 07; Descartados 05 <b>ACC:</b> Continua campanha de prevenção, DDS e abordagem na frente de serviço sobre distanciamento. Não foram identificadas novos testes Não ha casos confirmados.	Sandra Rafaela Patrícia Priscila	13/01/2021
1.2	<b>Caixas de Sugestão:</b> <b>ACC:</b> informa que não houve demanda para o período; <b>COA:</b> Identificadas 07 manifestações (03 Reclamações de serviços de internet nos alojamentos, 01 questionou de quantidade de desvios apontados; 01 Sugestões em relação ao descarte de resíduos, 2 elogios.) <b>BW:</b> possui mecanismo de Queixas controlado pela sede, Patrícia irá levantar as demandas. <b>KN:</b> Não houveram manifestações <b>GNA:</b> Foi solicitado que seja feito o fortalecimento da divulgação dos mecanismos de queixa entre os trabalhadores, buscando eliminar qualquer receio de uso que os mesmos possam ter.	Sandra Rafaela Patrícia Priscila	27/01/2021
1.3	Plano de desmobilização: Plano em execução, Neiber solicita envio de evidencias.	Todos	27/01/2021
1.5	Guia de Cultura e Segurança da FSRU: A GNA pede suporte para que a BW distribua o guia de Cultura e segurança a serem distribuídos aos trabalhadores da BW. Rerssalta-se a necessidade de registros fotográficos para geração de evidências.	Patricia Sandro	

**2. PRÓXIMAS CAMPANHAS**

	GNA informa sobre divulgação da campanha de trânsito para sensibilização de todos os trabalhadores. Foi feito o envio das pílulas por e-mail e por whatsapp, para que todas as empresas compartilhem aos seus trabalhadores nos grupos internos, nos murais e demais canais de comunicação existentes.	Todos	27/01/2021
--	--	-------	------------

**Próxima Reunião: 16/12/2020 (quarta) - Todas às quartas-feiras, de 14h00 às 15h00.**