



XIII COLÓQUIO TÉCNICO-CIENTÍFICO

V Encontro de Extensão do UniFOA

‘Bioeconomia: diversidade e riqueza para o
desenvolvimento sustentável’

23 a 25 OUTUBRO

**TRABALHOS COMPLETOS
HUMANAS E SOCIAIS
APLICADAS, ENSINO
E METODOLOGIAS ATIVAS**



**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA**

**ANAIS DO
XIII COLÓQUIO
TÉCNICO-CIENTÍFICO
DO UniFOA**

**Trabalhos completos:
Humanas e Sociais Aplicadas, Ensino e
Metodologias Ativas**

Outubro de 2019

FOA

EXPEDIENTE

FOA

Presidente

Dauro Peixoto Aragão

Vice-Presidente

Eduardo Guimarães Prado

Diretor Administrativo - Financeiro

Iram Natividade Pinto

Diretor de Relações Institucionais

José Tarcísio Cavaliere

Superintendente Executivo

Jairo Conde Jogaib

Superintendência Geral

José Ivo de Souza

Relações Públicas

Maria Amélia Chagas Silva

UniFOA

Reitor

Carlos José Pacheco

Pró-reitora Acadêmica

Úrsula Adriane Fraga Amorim

Pró-reitor de Pesquisa e Pós-graduação

Alden dos Santos Neves

Pró-reitor de Extensão

Otávio Barreiros Mithidieri

EDITORA FOA

Editor Chefe

Laert dos Santos Andrade

Editora FOA

www.unifoa.edu.br/editorafoa

FICHA CATALOGRÁFICA

Bibliotecária: Alice Tação Wagner - CRB 7/RJ 4316

C718a Colóquio técnico-científico do UniFOA.

Anais do XIII Colóquio técnico-científico do UniFOA: trabalhos completos: Humanas e Sociais Aplicadas, Ensino e Metodologias Ativas [recurso eletrônico]. / Centro Universitário de Volta Redonda, outubro de 2019. Volta Redonda: FOA, 2019. 206 p.

Comitê organizador: Alden dos Santos Neves; Otavio Barreiros Mithidieri; Denise Celeste Godoy de Andrade Rodrigues

ISBN: 978-85-5964-135-6

1. Trabalhos científicos. I. Fundação Oswaldo Aranha II. Centro Universitário de Volta Redonda. III. Título.

CDD – 001.42

COMITÊ ORGANIZADOR

Presidência do XII Colóquio Técnico-Científico UniFOA

Alden dos Santos Neves

Presidência do IV Encontro de Extensão do UniFOA

Otavio Barreiros Mithidieri

Coordenação Geral do evento

Denise Celeste Godoy de Andrade Rodrigues

Aline Rodrigues Gomes
Ana Carolina Dornelas Rodrigues
André Luiz de Freitas Dias
Igor Dutra Braz
Sergio Elias Vieira Cury

Comitê Editorial

Laert Dos Santos Andrade
Rodrigo Camilo Alves
Taís de Souza Santos

Comitê Comercial

Denise Celeste Godoy de Andrade Rodrigues
Elias José da Silva Júnior

Comitê de Informática

Marcelo Passos dos Santos
Fabrício Santos de Queiroz
Leonardo Feliciano Teixeira
Rafaela Ribeiro Silva

Comitê de Marketing e Comunicação

Débora Cristina Lopes Martins
Wendel dos Santos Dias
Ananda do Amaral Valente

Comitê de Infraestrutura e Audiovisual

Sandro José Martins
Altemir Luiz Novaes Franco

Comitê Cerimonial

Maria Amélia Chagas Silva

Secretaria

Elias José da Silva Júnior

Comitê Científico

Adilson Pereira
Alexandre Palmeira
Aline Rodrigues Gomes
Aline Andrade Pereira

Ana Carolina Callegario Pereira
Ana Carolina Dornelas Rodrigues
Anderson Gomes
André Barbosa Vargas
André Luiz de Freitas Dias
Angélica Aparecida Silva Arieira
Bruno Chaboli Gambarato
Camila Hosken
Carlos Eduardo Costa Vieira
Claudia Yamada Utagawa
Claudio Luis de Melo Silva
Cora Hisae Monteiro Da Silva Hagino
Daniele do Val Santa Bárbara
Danielle de Carvalho Valim
Denise Celeste Godoy de Andrade Rodrigues
Dimitri Ramos Alves
Elton Bicalho de Souza
Emanuel Santos Júnior
Heitor da Luz Silva
Henrique Wogel Tavares
Igor Dutra Braz
Ilda Cecília Moreira da Silva
Juliana Cunha de Jesus
Júlio Cesar de Almeida Nobre
Kamila de Oliveira Nascimento
Laert dos Santos Andrade
Luciana Machado Santos
Luciana Pereira Pacheco Werneck
Lucrecia Helena Loureiro
Luiz Claudio Gonçalves Junior
Marcilene Maria de Almeida Fonseca
Marcos Guimarães de Souza Cunha
Margareth Lopes Galvão Saron
Maria Aparecida Rocha Gouvêa
Maria da Conceição Vinciprova
Michel Alexandre Villani Gantus
Milena de Souza Nascimento Bento
Míriam Salles Pereira
Patrícia Soares Rocha Alves
Rafael Teixeira dos Santos
Renata Martins da Silva Pereira
Rogério Martins de Souza
Samantha Grisol da Cruz Nobre
Sandro Rosa Corrêa
Sergio Elias Vieira Cury
Sergio Ricardo Bastos De Mello
Silvio Henrique Vilela
Sirlei Aparecida de Oliveira
Stella Arantes Aragão
Tereza Cristina Favieri de Melo Silva
Venício Siqueira Filho

SUMÁRIO

HUMANAS E SOCIAIS APLICADAS.....	6
Democracia Representativa: como a diversidade humana e cultural são tidas no modelo de representação democrática brasileiro	7
A internet como um novo panóptico: análise da responsabilidade social na campanha protesto “Jendayi Cosméticos”	17
Algoritmos, audiência e indústria: o cancelamento de séries televisivas na era do streaming	27
A publicidade contra o abuso sexual infantil: comercial “era uma vez uma criança” ...	38
A participação do telespectador na construção do RJ1 da TV Globo Rio.....	47
A desigualdade em destaque: representações sociais no discurso jornalístico.....	58
Logística reversa do centro de tratamento de resíduos sólidos de Barra Mansa	68
A Comunicação Social como dispositivo de amplo suporte: a efetividade da informação para o cumprimento da agenda 2030 estruturada pela ONU	87
Realidade e linguagem desdobradas em “Um sopro de vida”	98
Meio ambiente e ações educacionais com alunos do ensino médio	108
Educação ambiental nas escolas produção de conteúdo para a sala verde do Unifoa	119
Educomunicação como ferramenta de ensino ao Volta Redonda Futebol Clube	131
Auditoria contábil: aspectos relevantes na fiscalização das contas patrimoniais	141
ENSINO.....	151
A visão dos alunos do UniFOA sobre a aplicabilidade dos Fenômenos de Transportes na Engenharia Civil: relato de uma atividade de prática textual no período 2019.1 ...	152
Corrida de Orientação numa escola pública de Resende: Primeiras aproximações..	159
Juventude, Alcoolismo e Lazer: consumo de bebida alcoólica como busca de prazer no lazer.....	170
Psicopedagogia no desenvolvimento de inteligências múltiplas na escola	178

METODOLOGIAS ATIVAS.....	188
Perspectiva teórico-prática em Publicidade: relato de experiência do projeto Sonho de Consumo	189
Criação de uma Cabine Inteligente para Estudos de Automação e Ensaio Dinâmicos	197



XIII COLÓQUIO
TÉCNICO-CIENTÍFICO



Encontro de
EXTENSÃO



Humanas e Sociais Aplicadas

Democracia Representativa: como a diversidade humana e cultural são tidas no modelo de representação democrática brasileiro

Representative Democracy: how a human and cultural diversity are held in Brazilian democratic representation

GAMA, I. B.¹; ARAGÃO, S. A.¹

1- UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.
isabelle09bgama@gmail.com

RESUMO

A democracia representativa constitui um dos temas políticos em voga nas questões sobre a política dentro do panorama histórico, sobretudo no século XXI. Nesse sentido, este artigo se baseia em levantamento bibliográfico, principalmente usando teóricos brasileiros, para pensar os reflexos da construção histórica, social, política e cultural no Brasil em seu atual modelo representativo e democrático, dando ênfase especificamente na diversidade humana e cultural aqui presente, vez que se faz essencial que seja analisada a partir das peculiaridades advindas dos processos de formação social que aqui se deram. Dessa forma, desenvolveu-se uma abordagem crítica para pensar o processo de democratização brasileira, que está – ou deveria estar intimamente ligada à diversidade racial e cultural, posto que trata-se de um regime político baseado nos princípios da soberania popular e da distribuição equitativa do poder, especificamente no que tange a representatividade.

Palavras-chave: Democracia. Representatividade. Diversidade.

ABSTRACT

Representative democracy is one of the hot political issues in policy issues within the historical panorama, especially in the 21st century. In this sense, this article is based on a bibliographical survey, mainly using Brazilian theorists, to think about the reflexes of the historical, social, political and cultural construction in Brazil in its present representative and democratic model, emphasizing specifically the human and cultural diversity present here, since it is essential that it be analyzed from the peculiarities arising from the processes of social formation that have been given here.

Thus, a critical approach was developed to think about the Brazilian democratization process, which is - or should be - closely linked to racial and cultural diversity, since it is a political regime based on the principles of popular sovereignty and distribution equitable power, specifically with regard to representativeness

Keywords: Democracy. Representativeness. Diversity.

1. Introdução

A presente pesquisa se baseia nos conceitos de democracia, representatividade e diversidade como pilares para pensar a lógica da democracia brasileira a partir de sua característica representativa. Como passo inicial, é necessário deixar claro que não se trata de uma pesquisa sobre a etimologia dos conceitos, nem se faz necessário que aqui sejam explicitadas todas as interpretações que ensejam essa leitura, mas tão somente analisar como é pensada a representatividade democrática a partir dos teóricos nacionais que se prestam à tarefa. Ainda com caráter embrionário, define-se democracia como o governo do povo; a representatividade como a competência a representar um indivíduo ou uma entidade e a diversidade como algo referente à diferença, à variedade ou à abundância de coisas distintas. Todas essas definições preliminares podem ser encontradas em dicionários.

A partir destas definições, e com alicerce em referencial teórico sobre o tema, é possível embasar um breve estudo acerca de como a diversidade humana e diversidade cultural são tidas no nosso modelo de representação democrática. Outrossim, é imprescindível ressaltar a ampla diversidade de diversidades – chega a ser redundante – presente no Brasil atual e em sua construção histórica.

Dessa forma, o objetivo central deste trabalho é fazer um levantamento bibliográfico do processo de democratização brasileiro até os dias atuais para que se possa fazer inteligível a característica que assim a qualifica, que é a representatividade.

2. Metodologia

Por meio de uma pesquisa qualitativa com levantamento bibliográfico, o presente artigo abordará como a diversidade e a cultura estão presentes dentro do nosso modelo de representação democrática. No primeiro subtópico será

apresentado o processo de democratização brasileira a partir de um ponto de vista crítico, para tal será utilizada, como maior embasamento, a autora Kátia Alves pois é referência nessa abordagem da democratização. Nos subtópicos seguintes será feito um breve levantamento acerca da diversidade racial e cultural e desigualdade de gênero.

Ao final será feita uma análise comparativa entre o teor representativo da atual democracia e a diversidade humana e cultural presentes em nossa sociedade, baseada em referenciais bibliográficos utilizados no decorrer da pesquisa para responder o seguinte questionamento: partindo do ponto que a democracia tem seu foco concentrado no povo, este é, em sua totalidade, representado?

2.1. Democratização brasileira

O processo de democratização brasileiro foi singular e teve traços peculiares, vez que se trata de um processo demorado e gradual de liberalização, no qual se transcorreram 16 (dezesesseis) anos – 11 (onze) anos para que os civis retomassem o poder e mais 5 (cinco) para que o presidente da República fosse eleito por voto popular, tal qual nosso atual modelo político. De forma concisa, esse longo processo pode ser segmentado em três fases: a primeira (1974 a 1982) é o período sob total controle dos militares, se assemelhando mais a apenas uma tentativa de reforma do regime do que o início de uma democracia de fato; a segunda fase (1982 a 1985) também é marcada pelo domínio militar, entretanto, alguns membros da população civil passam a ter um papel significativo no âmbito político. Na terceira fase (1985 a 1989) os militares - apesar de ainda exercerem poder de veto - assumem um papel secundário e são substituídos pelos civis na política.

A partir dessa síntese do processo, a abordagem de alguns momentos da história será de modo divergente à narrada nos livros didáticos. De acordo com Carvalho (2005), na passagem do período colonial à independência o conjunto de direitos – civis, sociais e políticos – que poderiam ser a base de um Estado de cidadãos, praticamente não existiam.

A Proclamação da República foi o resultado do entendimento provisório dos oficiais do Exército e dos cafeicultores do oeste de São Paulo, em uma época

de agudas transformações sociais, marcada pelo fim da escravidão e o aumento do número de assalariados (ALVES, 2000, p. 61).

A partir de um olhar mais crítico, esse processo de transição gira em torno da extrema fome de poder de governo, não necessariamente da conquista de uma democracia, pois o interesse não era a participação popular igualitária na política. Na Primeira República, apesar de aparentar intenções democráticas, existia um abismo para qualquer postura que beneficiasse as classes menos favorecidas, ao passo que abria espaço para a entrada do capitalismo e as condições subumanas da mão de obra nas indústrias. O povo nativo, incluindo mulheres e crianças, tal qual os imigrantes, estavam fadados às péssimas condições de trabalho – extensa carga horária, falta de segurança, locais inapropriados para alojamentos, entre outros.

A República não trouxe mudanças para a maior parte da população brasileira, que continuava vivendo na mais absoluta pobreza, sendo excluídos pelas outras classes sociais. Os conflitos foram *frequentes* contestando a ordem vigente, mesmo que aqueles que se opunham não tivessem consciência política desenvolvida. (ALVES, 2000).

A primeira república se encerrou em 1930 e, da independência até o fim desse momento, a única alteração importante que houve quanto ao avanço da cidadania foi exatamente a abolição da escravidão, em 1888 – ignorada pela Constituição Liberal de 1824, segundo José Murilo de Carvalho (2005). A Constituição de 1946, no entanto, foi promulgada devido o processo de redemocratização após a Era Vargas. Este documento declarava que o mandato presidencial seria de cinco anos, ampliava a autonomia dos estados e municípios, garantia liberdade de opinião e de expressão; assegurava a defesa de propriedade privada, sendo assim, o início do processo de democratização.

Infere-se, portanto, que o diferencial entre o regime ditatorial da democracia é o fato da democracia prezar pela vontade e bem comum de toda a nação, contemplando todos os direitos do cidadão, sem agredir a sua dignidade humana; ao passo que a ditadura é embasada na opressão e repressão do povo, sem respeitar as garantias a que ele tem por direito. No entanto, essa divergência por vezes não se aplica à realidade, restringindo-se somente à teoria.

2.2. Diversidade racial

As três matrizes étnicas que seriam as formadoras da identidade do povo brasileiro são: os brancos portugueses, os índios nativos e os negros africanos. Em contraste com o que apresentam os livros didáticos de história, a formação do povo brasileiro foi fruto de um processo violento - moral, psicológico, físico. Os africanos foram arrancados de suas culturas e forçados a trabalhar como escravos, quando chegaram ao Brasil tiveram sua identidade negada e marginalizada, tornando-se um ser sem identidade.

Os indígenas, já habitantes das terras brasileiras antes da chegada dos portugueses também foram exponenciais para a construção da “etnia brasileira” atual. No entanto, assim como os negros, não foram respeitados, mas violentados, explorados e descaracterizados (RIBEIRO, 1995). Na atualidade, os negros ainda não ocupam a mesma porcentagem de presença nas universidades e, por conseguinte, não exercem profissões que exigem maior grau de formação, por limitações sociais se restringem principalmente a trabalhos braçais. Em ações policiais são alvos exponenciais, se submetendo a revistas com maior frequência, por conta da cor de sua pele. Os indígenas são constantemente associados a um grupo presente somente no processo de colonização, anulando sua habitação atual em nosso território e sua forte contribuição para nossa sociedade.

Inspirado no modelo europeu, o sistema judicial brasileiro era igualmente exemplar. Pela Constituição, todo cidadão – categoria na qual não estavam incluídos os escravos – tinha direito de recorrer à Justiça para assegurar os seus direitos. O ritual previa amplo direito de defesa dos réus, só passíveis de condenação depois de esgotados todos os recursos. Ninguém podia ser preso sem culpa comprovada. O direito de liberdade de expressão era tão amplo no Brasil quanto nos países mais desenvolvidos. Na prática, a execução da lei dependia mesmo dos chefes locais, que mandavam prender adversários ou soltar aliados de acordo com suas conveniências. ‘O braço da justiça não é nem bastante longo nem bastante forte para abrir as porteiças das fazendas’, escreveu Joaquim Nabuco, ao fazer um retrospecto das instituições imperiais em 1886. (GOMES, 2013, p. 105)

No âmbito da comunicação, a mídia perdura expressões que rebuscam na estética, mas negligencia-se na ética. Os negros, em sua maioria, são apresentados nos velhos clichês, como o da empregada doméstica, o motorista ou o menino de rua, que ao contrário do que muitos pensam, não servem para denunciar a desigualdade

racial brasileira, mas sim para reforçá-la. A mídia como algo que sustenta e produz o racismo estrutural na sociedade brasileira, já que ela produz e veicula um discurso que naturaliza a superioridade branca e acata o mito da democracia racial, discriminando assim, a população negra, o que serve apenas para perpetuar e disseminar o racismo no Brasil, um país ainda muito influenciado pelas grandes mídias, principalmente pela TV.

Uma frase se popularizou na internet, a qual não é possível precisar sua autoria, já que foi veiculada a partir de uma foto do grafite que dizia que “no Brasil todo mundo tem sangue de negro e índio. Os pobres nas veias, os ricos nas mãos” e, mesmo após tantas lutas, acontecimentos e evoluções históricas, essa frase ainda condiz, assim como nos séculos passados, com a realidade brasileira – descaracterização de um povo, uma rejeição à sua construção de identidade, a superioridade de uma classe, a ausência de representatividade.

2.3. Diversidade cultural

O Brasil tem uma notável diversidade cultural, ressaltando a premissa de que a identidade do povo brasileiro foi formada por três matrizes étnicas, quais sejam: o branco, o índio e o negro. No entanto, as contribuições culturais foram mais amplas, posto que após o fim do período colonial houve uma onda imigratória pelo país composta principalmente por italianos, japoneses e alemães. Cada nacionalidade que passou pelo Brasil, assim como a população nativa, deixou um legado individual na marca do país com suas tradições e costumes, sendo fundamentais na constante construção da nossa cultura.

No processo histórico, o Brasil contou a presença de cinco grandes culturas que, embora distintas, seriam complementares. Brasil crioulo (que se estendia do litoral de São Luís ao Rio de Janeiro e era muito influenciado pela África), o Brasil caboclo (região Norte com a Amazônia e os índios), o Brasil sertanejo (Nordeste, seu sertão, caatinga), o Brasil caipira (centro-oeste, sudeste, influência da cidade de São Paulo na formação do país) e o Brasil sulino (mamelucos vivendo em uma área muito rica e fértil, os pampas gaúchos, e com forte interferência europeia), conforme leciona o demiúrgico Darcy Ribeiro (1995).

Atualmente, de uma forma potencialmente concisa, a região Norte brasileira é influenciada pela cultura indígena; o Nordeste possui elementos fortes das tradições africanas e holandesas; o Centro-Oeste contém partes de culturas indígenas, sertanejas, paulistas, mineiras e gaúchas, e características do Paraguai e Bolívia; o Sul apresenta influências culturais herdadas dos imigrantes espanhóis, italianos, japoneses e, principalmente, dos alemães; e o Sudeste, por ter recebido imigrantes de muitas partes do mundo, sua diversidade é bastante ampla.

A contribuição da cultura negra (que contava também com uma rica diversidade linguística) para a identidade brasileira, por exemplo, estaria principalmente no plano ideológico, na força física, nas crenças religiosas, na música e na gastronomia. No período da colonização, no entanto, havia uma política de evitar concentrar escravos de uma mesma etnia nas mesmas propriedades para dificultar a formação de núcleos de preservação do patrimônio cultural africano (ARAÚJO, 2000, p. 34). No âmbito político acerca da representatividade da extensa diversidade cultural, pode-se ressaltar a bancada evangélica, representando uma única religião em detrimento de inúmeras outras de matrizes semelhantes ou divergentes. A publicidade, por sua vez, vem inserindo, de forma gradativa, pessoas, elementos e enredos que representem uma maior variedade de grupos e culturas. O objetivo é conseguir anular a prática elitizada de divulgar somente o branco, rico e com conteúdos estrangeiros e, assim valorizar nosso povo e sua identidade nacional.

3. Resultados e Discussões

3.1. Representatividade

Representatividade significa representar politicamente os interesses de determinado, grupo classe social ou de um povo; é uma competência atribuída a um indivíduo ou uma entidade (político, partido, sindicato, etc.) fundamentada na habilidade apresentada para desempenhar tal papel.

No entanto, ao longo do processo de desenvolvimento brasileiro, a representatividade foi escassa, como na ditadura civil-militar entre os anos de 1964 e 1985:

O AI-5 mergulhou o Brasil no período mais triste da sua história política, no qual a repressão iria atingir níveis de violência inimagináveis. Vários professores universitários foram forçados a se aposentar e muitas pessoas entraram na clandestinidade. A imprensa, rigorosamente censurada, foi proibida de publicar notícias sobre movimentos operários e estudantis ou matérias que contivessem críticas ao regime. (SILVA, 2001, p. 216)

A ausência da representatividade, porém, não se restringiu somente ao período ditatorial, nele as restrições eram mais impostas e expostas. No modelo atual, entretanto, deve-se questionar: *partindo do ponto que a democracia tem seu foco concentrado no povo, este é, em sua totalidade, representado?*

A democracia representativa se tornou um dos grandes temas políticos do século XX, principalmente depois das guerras mundiais, tal fato desperta a curiosidade de entender como os governos lidam com seus cidadãos, permitindo ou perseguindo seus direitos e suas liberdades. De acordo com Bernard Manin, governos atuais podem passar, e estão passando, por uma espécie de “metamorfose”, pois não são mais fiéis à ideia de representação.

É ainda mais extraordinário que a chamada crise de representação atual seja atribuída ao desaparecimento ou enfraquecimento daquelas mesmas características que distinguiam a democracia de partido do parlamentarismo e que pareciam aproximar a primeira de um governo do povo pelo povo. O que está atualmente em declínio são as relações de identificação entre representantes e representados e a determinação da política pública por parte do eleitorado. (MANIN, 1995, p.3)

Manin mostra que o governo representativo tem validade e até mesmo funcionalidade, mas que, infelizmente, tem se degenerado (as formas de governo existentes são perversões, degenerações, da forma ideal – República), provocando um colapso no sistema representativo, por estar afastando os governantes dos governados, e estes do jogo político.

4. Conclusão

Segundo Lucas Sales da Costa (Juiz de Direito Substituto do Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios), uma cidadania plena, que conjugue liberdade, participação e igualdade para todos, é um ideal, talvez, inatingível. Contudo, em um país marcado por graves problemas de ordem social, em que direitos são desrespeitados, inefetivos ou mesmo inexistentes, e cuja problemática da desigualdade

e da injustiça, vigente desde a colonização, ainda persiste, é de fundamental importância compreender os alicerces do desenvolvimento e da consolidação dos direitos do povo.

As intituladas “minorias” – apesar de não necessariamente apresentarem uma porcentagem inferior aos grupos dominantes – ainda enfrentam diariamente lutas para obter posicionamento igualitário da sociedade. LGBTs (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais ou Transgêneros e Simpatizante), mulheres, imigrantes, negros, indígenas, pobres, pessoas portadoras de deficiências, pessoas fora do padrão de beleza imposto, buscam a cada dia o mínimo para serem respeitados e representados. Em retrocesso à toda evolução histórica vivida no decorrer dos séculos, o preconceito entre os civis ainda é exponencial, fruto e reflexo de um regime político que não representa seu povo e prega valores que segregam, ofendem e, por vezes, matam.

A partir das informações levantadas no desenvolvimento deste artigo, pode-se inferir que o interesse inicial do processo de democratização reflete diretamente na escassa representatividade presente em nosso modelo de democracia. Assim, analisando principalmente as diversidades humanas e culturais e partindo do ponto que a democracia tem seu foco concentrado no povo, este não é, em sua totalidade, representado. À conclusão, cabe a paráfrase de Millôr Fernandes, que diz que o Brasil tem um enorme passado pela frente, forma que o autor encontrou de criticar a capacidade que este povo tem de reproduzir as mazelas que afetam partes gigantescas da nossa população ano após ano. Talvez esta paráfrase não nos sirva como uma conclusão, mas como um rumo para continuar pensando e repensando as estruturas democráticas que se prestam à representação das coletividades aqui presentes, como elas se deram e como elas se alteram sem que as desigualdades sejam erradicadas de fato.

Referências

ALVES, Kátia Corrêa Peixoto. **Nas trilhas da História**. Belo Horizonte: Dimensão, 2000.

ARAÚJO, Joel Zito. **A negação do Brasil: O negro na telenovela brasileira**. São Paulo: Senac, 2000.

BRASÍLIA, Câmara dos Deputados. **Constituições brasileiras**. Brasília: Câmara dos Deputados, Coordenação de Publicações, 2005

CARVALHO, José Murilo de. **Cidadania no Brasil – o longo caminho**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005.

COSTA, Lucas Sales da. **Cidadania no Brasil do império à primeira república (1822-1930): o papel do estado brasileiro frente aos direitos sociais**. Conteúdo Jurídico, Brasília-DF: 06 maio 2014. Disponível em: <<http://www.conteudojuridico.com.br/?artigos&ver=2.47894>>. Acesso em: 29 nov. 2018.

FERNANDES, Millôr. **Millôr definitivo: a bíblia do caos**. L&PM Editores, 1994, 3a. ed.

GALVÃO, Maria Cristiane B. **O levantamento bibliográfico e a pesquisa científica**. 2009. Disponível em: <http://www2.eerp.usp.br/Nepien/DisponibilizarArquivos/Levantamento_bibliografico_CristianeGalv.pdf>. Acesso em 19 de nov. 2018.

GOMES, Laurentino. **1889 - Como um imperador cansado, um marechal vaidoso e um professor injustiçado contribuíram para o fim da Monarquia e a Proclamação da República no Brasil**. 1. ed. São Paulo: Globo, 2013.

MANIN, Bernard. **As Metamorfoses do governo representativo**. 1995.

RIBEIRO, Darcy. **O povo brasileiro - a formação e o sentido do Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

**A internet como um novo panóptico: análise da responsabilidade social na
campanha protesto “Jendayi Cosméticos”**

***The internet as a new panoptician: analysis of social responsibility in the protest
campaign “Jendayi cosmetics”***

DUARTE, V. I. C.¹; MOUTINHO, A. T.¹; SILVA, H. L. DA¹

*1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, R.J.
vi.icd@hotmail.com*

RESUMO

A propaganda, em conjunto com o marketing, constrói marcas junto a internet e as redes sociais, elementos que têm estreitado as relações de consumidores com as empresas, melhorando a comunicação entre eles, possibilitando um contato mais rápido. Contudo, esta realidade também apresenta limitações. Com o surgimento de uma nova forma de consumir, os consumidores agora buscam empresas que satisfaçam suas causas sociais, por isso elas têm buscado investir em responsabilidade social. Esse estreitamento nas relações permite então que o consumidor utilize a internet para vigiar as ações das empresas e quando elas não condizem com suas causas sociais, acabam sofrendo represálias. O objetivo deste trabalho é mostrar como a internet pode ser pensado hoje como um panóptico social, onde os consumidores são os que “vigiam” e as empresas são as “vigiadas” pelas suas ações. Visando contribuir para esta discussão, analisou-se a campanha protesto Jendayi Cosméticos como estudo de caso, tendo em vista que após ser postada nas redes sociais obteve comentários negativos por causa do material divulgado e principalmente pelo tema principal escolhido.

Palavras-chave: Jendayi. Propaganda. Internet. Responsabilidade social. Panóptico.

ABSTRACT

Advertising in conjunction with marketing builds brands along the internet and social networks, it has tightened consumer relations with companies, improving communication between them, enabling faster contact, but this can also be harmful. With the emergence of a new way of consuming, consumers now seek companies that satisfy their social causes, so they have sought to invest in social responsibility.

This closer relationship allows consumers to use the internet to monitor the actions of companies and when they do not match their social causes, they end up in retaliation. The purpose of this paper is to show how the internet has become a social panoptic, where consumers are the "watchers" and companies are the "watched" for their actions, so the protest campaign Jendayi Cosmetics was analyzed, because soon after being posted on social networks got negative comments because of the material released and mainly by the main theme chosen.

Keywords: *Jendayi. Propaganda. Internet. Social responsibility. Panopticon.*

1. Introdução

A propaganda, em conjunto com o marketing, tem um grande papel na construção de reputação de uma marca. Segundo Sampaio (2013), há três definições da língua inglesa que explicam a propaganda: Adversiting, propaganda que busca promover o consumo de bens; Publicity, propaganda em que o anunciante não pague pelo tempo ou espaço utilizado para a informação. Propaganda, de caráter ideológico, político ou religioso, que tem por objetivo disseminar informação. Já para Sant'Anna (2002), publicidade significa algo a se tornar público e propaganda implantar uma ideia na mente alheia.

De acordo com Kotler (2003), a internet oferece novas possibilidades para conduzir seus negócios com mais eficiência. Atualmente, a maioria das empresas encontra-se no universo online, pois esta foi uma forma encontrada para se aproximarem do seu público. Contudo, isso pode ser visto como uma via de mão dupla, porque da mesma forma que as marcas se aproximaram do consumidor, este se encontra mais vigilante em relação às suas ações.

Tradicionalmente, éramos levados a consumir de forma irracional, buscando acabar com uma necessidade. Entretanto, quando esta era saciada uma outra chegava. De acordo com Lipovetsky (2007, p. 4).

Porque, quanto mais somos estimulados a comprar compulsivamente, mais aumenta a insatisfação. Desse modo, a partir do momento em que conseguimos preencher alguma necessidade, surge uma necessidade nova, gerando um ciclo em forma de "bola de neve" que não tem fim. Como o

mercado sempre nos sugere algo mais requintado, aquilo que já possuíamos acaba ficando invariavelmente com uma conotação decepcionante.

Durante muito tempo consumimos dessa forma, entretanto, houve uma mudança na forma que somos levados a comprar, atualmente passamos por uma transformação relacionada à emergente categoria denominada consumo consciente. Fabi, Lourenço e Silva (2010) afirmam que o consumo consciente pode ser considerado um ato ou decisão de compra, ou uso de serviços, de bens industriais ou naturais, praticado pelo indivíduo levando em conta o equilíbrio entre satisfação pessoal, as possibilidades ambientais e os efeitos sociais de sua decisão. Com um novo modo de pensar dos consumidores, as empresas tiveram que se atualizar às novas tendências, para que, assim, estivessem aptas a serem escolhidas para o consumo

Este artigo pretende analisar a mudança do modo de pensar dos consumidores que agora tendem a possuir em maior grau o pensamento de consumo consciente e que por causa disso acabam se tornando mais vigilantes em relação às ações de empresas a partir de um estudo de caso focado na campanha protesto da empresa Jendayi Cosméticos, que utilizou a tragédia em Brumadinho como tema principal e sofreu represálias sociais no ambiente da internet.

1.1. Internet como um panóptico social

O surgimento da internet permitiu que o mundo se conectasse, pessoas de diferentes lugares agora podiam se comunicar umas com as outras, informações que as pessoas encontravam em bancas de jornal e na televisão estavam apenas a um clique de distância. Entretanto não foram penas pessoas que se conectaram entre elas, agora elas estavam também conectadas com as empresas desenvolvendo um relacionamento direto.

Essa nova forma de comunicação faz com que o retorno do público dessas propagandas seja mais rápido. As redes sociais são, atualmente, o principal mecanismo utilizado na conexão consumidor e empresas. Segundo Fontes (2001), criou-se rapidez para que as informações possam ser divulgadas para a resolução de problemas sociais específicos. Para o consumidor consciente, atualmente, uma

empresa que não seja engajada numa causa social, ela de certa forma, acaba sendo isolada.

De acordo com matéria publicada na revista *Época*,¹ uma pesquisa realizada pela consultoria Edelman Earned Brand revelou “que 56% dos brasileiros dizem consumir ou boicotar marcas de acordo com o posicionamento delas diante de questões sociais relevantes” e a internet junto com as redes sociais proporciona um excelente palco para o monitoramento do consumidor. Este é um exemplo que nos permite afirmar que a expressão “vigiar e punir”, elaborada por Michel Foucault (1975), faz muito sentido nesse ambiente digital. As redes sociais são uma espécie de panóptico² da atualidade, em que os indivíduos são constantemente vigiados e assim se sentem oprimidos para se disciplinarem. E nesse caso é interessante notar que são as próprias empresas que também têm as suas ações constantemente sendo vigiadas pelos consumidores, principalmente no quesito responsabilidade social.

1.2. Responsabilidade social uma “obrigação” da empresa

Responsabilidade social é um conjunto de ações realizadas por uma empresa em prol da sociedade. Ferreira, Alonso e Bartholo (2004 apud PORTAL DA EDUCAÇÃO, 2013) enfatizam que a responsabilidade social corresponde ao fato que uma organização deve ser responsável pelos impactos causados por suas práticas e ações gerenciais, seja em seu ambiente interno ou externo.

Já para Mendonça (2004, apud PORTAL DA EDUCAÇÃO, 2013), a cultura da responsabilidade social surge, na verdade, para que as empresas mantenham-se no mercado competitivo, utilizando um “papel social” reconhecido pela sociedade. A responsabilidade social faz com que as empresas adotem uma postura mais ligada à sociedade. Ou seja, elas não devem apenas visar o lucro, mas de que forma suas ações serão recebidas pelos consumidores em geral.

¹ SILVEIRA, Mauro. Consumidor brasileiro prefere marcas que defendem causas sociais relevantes. *Época*. 15 de novembro de 2017. Disponível em: <<https://epoca.globo.com/economia/noticia/2017/11/consumidor-brasileiro-prefere-marcas-que-defendem-causas-sociais-relevantes.html>>. Acesso em 27 fev. 2019.

² PANÓPTICO: era um edifício em formato de anel que era construído no meio de uma prisão. O principal objetivo do mesmo era inibir as ações dos presos, por meio da ideia que eles estavam sendo observados.

A internet, como mencionado anteriormente, se tornou uma espécie de vigia das ações das empresa., Por isso, quando algo emerge, quando não é bem visto socialmente, acaba sofrendo represálias, como ocorreu com a empresa “Jendayi Cosméticos”, uma companhia do ramo da beleza que, após a tragédia de Brumadinho, em Minas Gerais, decidiu postar em suas redes sociais uma campanha protesto pelo acontecimento.

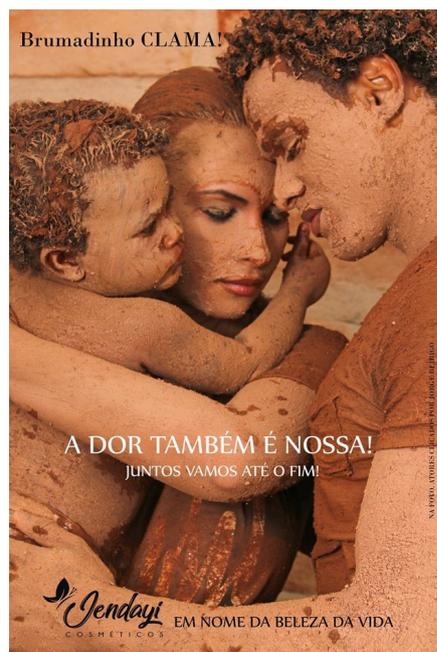
2. Metodologia

Foi utilizado o método de pesquisa bibliográfica, sendo utilizados livros, periódicos, anais de congressos e sites. Para a pesquisa empírica, foram analisadas postagens da “campanha protesto” da empresa Jendayi Cosméticos em suas redes sociais como Facebook e Instagram, tendo sido retirados “prints” de comentários negativos que embasaram as reflexões do estudo.

3. Resultados e Discussão

No dia 28 de janeiro de 2019 começou a circular pelas redes sociais uma imagem da empresa Jendayi Cosméticos que apresentava uma família cujos membros se apresentavam cobertos de lama.

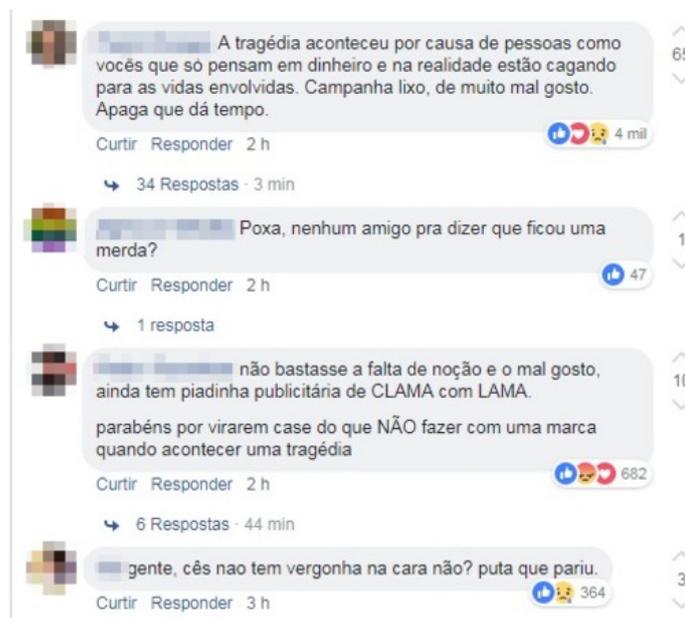
Figura 1 - Campanha-protesto Jendayi Cosméticos



Fonte: (VOGUE, 2019)

Com o nome “Brumadinho CLAMA”, a campanha mostrava modelos como vítimas da tragédia que deixou um grande número de mortos e desaparecidos. A veiculação da peça não foi bem vista pela sociedade que imediatamente começou a demonstrar sua insatisfação entrando na página oficial do Facebook da empresa deixando seus comentários, como podemos ver a partir da imagem a seguir:

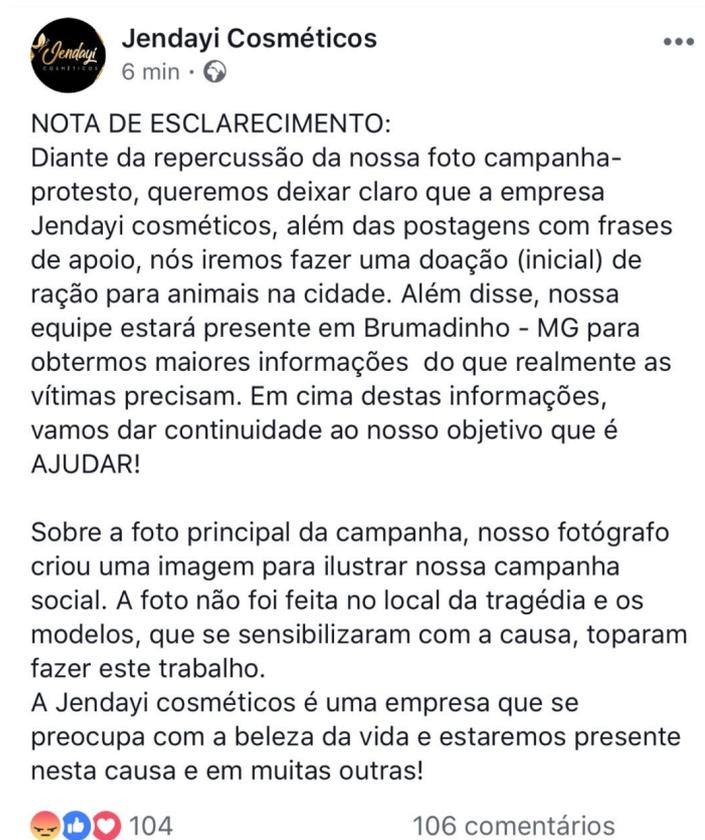
Figura 2 – Comentários página oficial do Facebook da empresa



Fonte: (CORREIO NEWS, 2019)

A empresa, assim que viu os comentários negativos em relação a sua campanha, fez uma nota de esclarecimento, dizendo que as fotos eram uma “campanha protesto”, que segue abaixo:

Figura 3 – Nota de esclarecimento publicada pela empresa “Jendayi Cosméticos”



Fonte: (VOGUE, 2019)

A repercussão continuou sendo negativa, visto que as pessoas achavam que a empresa estava se aproveitando de uma tragédia para se promover. Então, a empresa apagou a nota de esclarecimento em suas redes sociais e publicou um pedido de desculpas.

Figura 4 – Nota de esclarecimento publicada pela empresa “Jendayi Cosméticos”



Fonte: (CORREIO NEWS, 2019)

As críticas sociais fizeram a empresa reposicionar sua ideia inicial, pois a vigilância dos internautas nas redes sociais mostrou que era necessária uma mudança de discurso rápida.

4. Conclusão

A internet funciona como uma panóptico da atualidade, já que a todo o momento empresas como a Jendayi Cosméticos estão em constante vigilância pelos consumidores que buscam sempre se manifestar em prol de alguma causa social.

As redes sociais são uma excelente forma de comunicação, contudo deve ser usada com cautela, porque ao mesmo tempo em que aproxima os consumidores de suas marcas, ela também vira um palco para as suas reclamações. A empresa deve tratar de resolver os problemas antes que ganhem uma repercussão negativa, portanto.

Com os consumidores mais conscientes em relação aos atos ilícitos, as empresas devem sempre tomar cuidados em suas ações, que devem ser planejadas

e cada cenário deve ser trabalhado para que caso haja uma crise o problema seja resolvido.

Além de se preocuparem com isso, as empresas precisam se preocupar se elas possuem as características adequadas para o novo consumidor, por isso investir em causas sociais pode ser uma solução. Entretanto precisa ser algo sutil, pois o consumidor pode vir a entender aquilo como algo forçado, o que prejudica a imagem da empresa no mercado.

A empresa Jendayi Cosméticos visualizou uma oportunidade em mesclar seu discurso social com a situação em Brumadinho, mas o posicionamento não foi bem recebido, pois as pessoas entenderam que aquele tipo de comunicação não estava adequado para o momento, o que gerou um transtorno tanto para os consumidores como para a empresa, que teve sua imagem sendo divulgada de forma negativa.

Referências

BARRETO, Paulo Jeferson Pereira e RIOS Riverson. **Vigiar e Punir: a internet e as redes de poder participativo na era da globalização.** Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-1173-1.pdf>> 15 f. Intercom. Universidade Federal do Ceará, 2012

CARDOSO, Bruno Lobato e SOUZA, Antônia Menezes. **Consumo consciente e sua influência no comportamento do consumidor:** uma análise da recente publicação científica no Brasil. Disponível em <<http://revistas.unama.br/index.php/coloquio/article/view/100/pdf>> Colóquio, Organizações, Desenvolvimento e Sustentabilidade, 2013

DANTAS, Ana Lucia de Faria Lucena e RODRIGUES, Renan Reiner. **O uso das mídias sociais e responsabilidade social.** Disponível em <<https://congressocertificadas.files.wordpress.com/2012/03/o-uso-das-mc3addias-sociais-e-responsabilidade-social.pdf>> 16 f. Congresso Certificadas, 2012

FOCAULT, Michel. **Vigiar e Punir:** nascimento da prisão. Petrópolis: Editora Vozes, 1987. 2 ed.

PORTAL, Educação. **O que é responsabilidade social?** Disponível em: <
<https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/educacao/o-que-e-responsabilidade-social/39626>> Acesso em 19 mar. 2019.

REDAÇÃO, Vogue. **Campanha gera revolta ao abordar quebra de barragem em Brumadinho.** Disponível em: <
<https://vogue.globo.com/beleza/gente/noticia/2019/01/marca-de-cosmeticos-lanca-campanha-de-apoio-brumadinho.html>> Acesso em 19 mar. 2019.

REDAÇÃO, Correio News. **Empresa de Cosméticos faz “ensaio-protesto” sobre a tragédia de Brumadinho e causa revolta em internautas.** Disponível em <
<http://www.correionews.blog.br/empresa-de-cosmeticos-faz-ensaio-protesto-sobre-a-tragedia-de-brumadinho-e-causa-revolta-em-internautas/>>. 19 mar. 2019.

RIBEIRO, Julio; EUSTACHIO, José; Equipe Talent. **Entenda propaganda: 101 perguntas e respostas sobre como usar o poder da propaganda para gerar negócios.** São Paulo: Senac São Paulo, 2003.

SAMPAIO, Rafael. **Propagandas de A a Z: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso.** Rio de Janeiro. Editora Campos, 2013.

Algoritmos, audiência e indústria: o cancelamento de séries televisivas na era do streaming

Algorithms, audience and industry: cancelling TV series in the streaming era

DUARTE, V. I. C.¹; SOUZA, R. M. DE.¹

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.
vi.icd@hotmail.com

RESUMO

Com o avanço das mídias digitais e a popularização da tecnologia via streaming, surgiram novas empresas que investiram na área e contribuíram para mudar os hábitos do público sobre como assistir narrativas seriadas após décadas de hegemonia da grade televisiva desde o surgimento da TV. Na atualidade empresas investem no meio digital e se apresentam como plataformas de *streaming*, cujos conteúdos são disponibilizados para as novas gerações. Nesse caso, pode-se dizer que a Netflix é uma referência no assunto. Este artigo pretende analisar o papel do consumidor de séries em *streaming* e o que leva por vezes grandes empresas da área a cancelarem novas temporadas. As séries aqui analisadas são duas produzidas pela Netflix: “House of Cards” e “Demolidor”. Após a análise, verificou-se que ambas as séries foram canceladas por motivos que vão além da audiência, visto que em suas penúltimas temporadas a aceitação do público era visível.

Palavras-chave: Internet. Televisão. Streaming. Séries. Mercado.

ABSTRACT

With the advancement of digital media and the popularization of technology via streaming, new companies emerged that invested in the area and contributed to change the habits of how to watch seriate narratives after decades of hegemony of the television grid celebrated by Cultural industry since the emergence of TV. The streaming platforms are the means that make available to the new generations this content, and in this case, it can be said that Netflix is a reference in the subject. This article aims to analyze the role of the consumer of streaming series and which sometimes leads large companies like Netflix to cancel new seasons. The series

analyzed here are *House of Cards* and *Demolidor*. After the analysis, it was found that both series were cancelled for reasons beyond the hearing, since in their last few seasons the acceptance of the public was visible..

Keywords: Internet. TV. Streaming. Series. Market.

1. Introdução

Seriados televisivos são formas narrativas de entretenimento ficcional que podem ser baseados em uma multiplicidade de temas ou assuntos do cotidiano. Histórias inovadoras ou não, *remakes* de antigas tramas ou séries clássicas, tramas de super-heróis ou pessoas desajustadas, comédias globalizadas, intrigas envolvendo *serial killers* e muito mais. Várias dessas séries são amadas por muitas pessoas, e acompanhar ou assistir a uma nova história tem se tornado comum na vida de muitos brasileiros. As plataformas *streaming* estão entre os meios que disponibilizam às novas gerações esse conteúdo; e uma das mais populares é a Netflix.

A plataforma norte-americana disponibiliza milhares de conteúdos, entre originais e não originais. No entanto, neste artigo iremos descrever aqueles que são produzidos pela própria empresa. Estes projetos não são produções que surgem sem planejamento. Há uma intensa pesquisa para descobrir o que o consumidor deseja. O uso de algoritmos programados para rastrear os hábitos de consumo dos fãs de narrativas seriadas contribuiu para o melhor detalhamento dos gostos das audiências, pois de certa forma facilitou a procura de informações que antes eram bastante difíceis de encontrar, mas hoje podem estar disponibilizadas no “Big Data”.

O *Big Data* é um termo que descreve o grande número de dados – estruturados e não estruturados – que impactam toda sorte de negócios diariamente. Com essa ferramenta é possível tomar decisões de negócios com mais inteligência. Contudo, mesmo que essas informações sejam valiosas para os produtores, algumas vezes uma série televisiva pode ser rejeitada por parte do público, gerando muitas críticas até entre fãs mais ardorosos, que utilizam as redes sociais como principal meio de comunicação para realizarem desde queixas até boicotes à obra.

Este artigo pretende analisar o papel do consumidor de séries de *streaming* tendo em vista os novos hábitos de consumo das narrativas televisivas e o que leva

por vezes grandes empresas como a Netflix a cancelarem novas temporadas. Desta forma, as séries aqui escolhidas serão “Demolidor”, do universo Marvel, e “House of Cards” – o primeiro sucesso de produção original da Netflix. .

2. Metodologia

Foi utilizado o método de pesquisa exploratória e empírica, tendo como fontes, além de livros, periódicos e artigos que configuram a revisão bibliográfica. A pesquisa se estrutura por meio de um estudo de caso que busca analisar o cancelamento de duas séries da Netflix muito prestigiadas pelo público. O objetivo é determinar se o cancelamento destas foi determinado isoladamente pelas empresas ou por pressões do público nas redes sociais.

3. Resultados e discussões

3.1. Indústria cultural e suas características

Na década 1940, os filósofos da Escola de Frankfurt decidiram investigar o estado da arte contemporânea. Dois de seus principais pensadores, Theodor W. Adorno e Max Horkheimer acreditavam que os meios de comunicação de massa, como a televisão, o cinema, o rádio, jornais, teriam transformado a cultura em mercadoria ao investir na padronização e uniformização da produção.

Segundo Adorno (1985, p. 114) “[...] sob o poder do monopólio, toda a cultura de massas é idêntica, e seu esqueleto, a ossatura conceitual fabricada por aquele, começa a se delinear”. Para eles, os meios de comunicação de massa transformam a arte em uma cultura homogênea, uma indústria que almeja o lucro acima de tudo. Ainda segundo Adorno (1985, p.114).

Os dirigentes não estão mais sequer muito interessados em encobri-lo, seu poder se fortalece quanto mais brutalmente ele se confessa de público. O cinema e o rádio não precisam mais se apresentar como arte. A verdade de que não passam de um negócio, eles a utilizam como uma ideologia destinada a legitimar o lixo que propositadamente produzem. Eles se definem a si mesmos como indústrias, e as cifras publicadas dos rendimentos de seus diretores gerais suprimem toda dúvida quanto à necessidade social de seus produtos (ADORNO, 1985).

Os estudiosos da Escola de Frankfurt consideram que, com a indústria cultural, a sociedade teve dois prejuízos: a arte perdeu a sua originalidade e a sociedade não possui mais uma sensibilidade em relação à arte; mesmo que na atualidade se tenha meios que possibilitem uma maior aproximação entre arte e cultura industrializada, estes não são desenvolvidos pela sociedade.

Os filósofos frankfurtianos abordavam também a produção em série de produtos e serviços e como as transformações no capitalismo moldaram também o consumo de cultura no século XX. Após a Revolução Industrial, a relação com a forma de se consumir modificou. “Com a revolução, a relação entre produção e consumo ganhou maior importância no mundo, encurtando a distância entre as duas pontas do relacionamento de consumo.” (VOLPI, 2007, p. 45). Ou seja, com a industrialização, era necessário buscar outras formas de produzir.

Novos modelos de produção foram surgindo, mas iremos destacar o Fordismo. O modelo, criado por Henry Ford, era articulado visando a produção em massa e conseqüentemente o consumo massivo.

Afirma-se que a expansão da produção capitalista, especialmente depois do impulso recebido da gerência científica e do fordismo, por volta da virada do século, necessitou da construção de novos mercados e da educação de novos públicos consumidores por meio da publicidade e da mídia. (FEATHERSTONE, 1995, p.32).

Contudo, não apenas a indústria de bens de consumo era “domesticada” pelo modelo fordista - a cultura também. De acordo com a teoria crítica, os produtos culturais seguiam a mesma linha de produção do fordismo: cada setor é uniformizado, padronizado para atender grandes demandas da sociedade de consumo. A cultura perdia o seu real significado (ADORNHO, apud MARTINO, 2010).

3.2. A evolução das séries televisivas e a chegada da internet

Segundo a Escola de Frankfurt, os veículos de comunicação de massa seriam os responsáveis pela propagação de uma cultura industrializada e massificada. Televisão, rádio, cinema, jornais e revistas traziam para o público a cultura reconfigurada de uma maneira uniforme e padronizada, que obedece a padrões rígidos. Como exemplo, tem-se a programação televisiva. A grade da TV é muito frequentemente concebida na forma de blocos de exibição entremeados por comerciais (*breaks*), onde há algum tipo de anúncio

veiculado ou uma chamada para um programa. Chamamos “serialidade” a essa apresentação descontínua e fragmentada (MACHADO, 2000, p. 83). Com relação às narrativas seriadas produzidas para a TV, é preciso saber que se tratam de derivados de outras mídias como a mídia impressa, o rádio e o cinema. A TV aproveitou formatos pré-existentes em outras mídias e os reprocessou, desenvolvendo algumas soluções específicas para esses híbridos e atingindo depois um ponto de maturação (CARLOS, 2006, p.8)

Machado ainda sustenta que se um programa seriado fosse apresentado na televisão em sequência, o telespectador perderia o interesse, pois a atitude do espectador em relação ao enunciado televisivo costuma ser dispersa e distraída na maioria das vezes (2000, p. 87). Entretanto, telespectador mudaria seus hábitos de assistir TV com a evolução da tecnologia digital.

Na década de 1990, outro veículo começaria a ganhar a importância: a internet. Se na sua primeira versão era de uso exclusivo dos militares, mais tarde chegamos à chamada web 2.0, na qual surge o conceito da Internet como plataforma colaborativa. Neste período, as redes sociais ganham espaço, a interação entre pessoas aumenta e serviços de *streaming* começam a surgir.

Os seriados audiovisuais em *streaming* são produtos que surgiram com as novas tecnologias e a demanda do consumidor. As narrativas seriadas - antes veiculadas somente pela televisão, na qual a cada semana um episódio novo era lançado (como a série “Arquivo X”)- na atualidade ganham um novo formato, mais dinâmico e diferenciado em relação ao número de episódios e seus lançamentos.

SILVA (2013, p. 3; apud MARIANO, 2015, p.25) propõe a existência de uma “cultura das séries”. Entretanto para entender é preciso considerar três condições epistemológicas centrais:

[...] a primeira condição é a que chamamos de forma, e está ligada tanto ao desenvolvimento de novos modelos narrativos, quanto à permanência e à reconfiguração de modelos clássicos, ligados a gêneros estabelecidos como a sitcom, o melodrama e o policial. A segunda condição está relacionada ao contexto tecnológico em torno do digital e da internet, que impulsionou a circulação das séries em nível global, para além do modelo tradicional de circulação televisiva. A terceira condição se refere ao consumo desses programas, seja na dimensão espectral do público, através de comunidades de fãs e de estratégias de engajamento, seja na criação de espaços noticiosos e críticos, vinculados ou não a veículos oficiais de comunicação como grandes jornais e revistas, focados nas séries de televisão. (SILVA, 2013, p. 3; apud MARIANO, 2015, p. 25)

Sendo pioneira na produção de *streaming*, a Netflix tornou-se referência mundial. Contudo, mesmo que na atualidade a empresa seja referência nestes serviços, a concorrência com outras empresas aumentou, o que tem obrigado a Netflix a investir mais em produções originais, como na aqui citada “House of Cards”.

Com a divulgação do lançamento dos *streamings* de empresas concorrentes, a empresa busca desenvolver novas estratégias para prender a atenção do público, já que há agora uma vasta gama de concorrentes, oferecendo preços mais em conta, como é o caso do streaming da Disney¹ e séries populares produzidas pela Amazon Prime, pertencente à gigante Amazon.

Mesmo com o sucesso popular, a empresa por vezes cancela produções que são até mesmo sucessos de audiência. De acordo com site CanalTech², a empresa “parece” estar cancelando um número grande de seriados, mas tudo isso não passa de um “ilusão óptica”. Comparada à televisão, a Netflix lança muitos seriados e filmes ao mesmo tempo e se mantém pelo pagamento dos assinantes, enquanto boa parte da televisão lança poucos seriados ao ano e possui o financiamento de anunciantes.

A empresa possui, com a ajuda de algoritmos, dados que indicam se há uma perda entre a primeira e a segunda temporada. Por isso é necessário o investimento em novos produtos para atrair mais assinantes. Outro dado que a Netflix possui é a “inércia” de contas após o cancelamento da série. Esse dado mostra que o cancelamento de um seriado não faz com que o usuário cancele a assinatura; por isso, a empresa entende que ao cancelar aquela série que não corresponde à expectativa ou seus custos de produção são caros, isto não afetará o número de assinantes.

3.3. O que determina o sucesso de uma série hoje - o público ou a indústria?

Assistir a seriados em *streaming* tornou-se um novo passatempo das sociedades conectadas. Em todo mundo a audiência dos canais de TV abertos cai, enquanto aumenta o número de assinantes destes serviços.

¹ Disponível em <https://www.valor.com.br/empresas/6209801/com-novo-streaming-da-disney-us-7-netflix-perde-valor-de-mercado>. Acesso em 26 de Ago.2019

² Disponível em: <https://canaltech.com.br/series/excesso-de-cancelamentos-na-netflix-e-pura-ilusao-de-otica-147147/>

Os públicos estão se fazendo nitidamente presentes ao modelarem ativamente os fluxos de mídia. Produtores, gerentes da marca, profissionais de serviço, ao consumidor e comunicadores corporativos estão acordando para a necessidade comercial de ouvi-los e de responder a eles de maneira ativa. (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 25)

A Netflix continua sendo referência quando se fala em *streaming*, principalmente depois de ter mudado o formato de como assistir a um seriado, ao disponibilizar todos os capítulos de uma série de uma só vez, e não periodicamente, como era usual na televisão. Ted Sarandos, diretor de conteúdo original da empresa, explica.³ “Nossos dados de visualização mostram que a maioria dos *streamers* preferem ter uma temporada inteira de uma série/programa disponíveis para assistir em seu próprio ritmo.” Com essa ferramenta que possibilita ao telespectador a assistir tudo de uma vez e a utilização do *Big Data* na coleta de informações, Sarandos sustenta (2019) que este processo pode ajudar a empresa a produzir um conteúdo específico para os seus assinantes.

O mundo dos seriados é inconstante. Embora a audiência continue sendo primordial para o cancelamento ou a renovação de uma série, a opinião dos fãs de séries é agora bastante relevante, principalmente no caso de “House of Cards”, como veremos adiante.

3.3.1. House of Cards

Figura 2 – House of Cards



Fonte: Google, 2019.

“House of cards” (2013) é o primeiro seriado produzido pela Netflix que utilizou o “método científico”.de cruzamento de dados do Big Data. Através da análise dos

³ Disponível em: <https://www.cinemablend.com/television/Unsurprising-Netflix-Survey-Indicates-People-Like-Binge-Watch-TV-61045.html> Acesso em 20 de Ago. 2019

algoritmos, a empresa conseguiu visualizar os interesses dos assinantes e percebeu que uma série antiga inglesa de nome “House of Cards” era muito acessada; além disso, os dados revelaram que produções com o ator Kevin Spacey (protagonista da série nos EUA) e o diretor David Fincher geralmente eram um sucesso. Rapidamente os dois foram contratados.

Antes mesmo de seu lançamento, a Netflix já havia encomendado mais uma temporada. O que surpreendeu, pois a série abandonava o ritual similar às produções feitas pela televisão, as quais produziam um episódio piloto e verificavam se este iria ou não fazer sucesso, (STYCER, 2016, p194). “House of Cards” foi um sucesso até a quinta temporada, até que no ano seguinte foi cancelada.

Tudo se deu devido às acusações de assédio sexual levadas a público por Anthony Rapp, ator desconhecido de grande parte do público da série. Rapp informou à mídia que, quando tinha 14 anos, foi assediado pelo ator Kevin Spacey. O protagonista de “House of Cards”, tentando apagar a repercussão negativa, chegou a fazer um pedido de desculpas e revelou ao mundo a sua homossexualidade até então não declarada. O pedido de desculpas não foi muito bem visto tanto por celebridades como até mesmo pelos fãs do ator que afirmaram que ao dizer ser gay, Kevin Spacey estaria tentando desviar a direção do assunto.

Logo outros casos de assédios envolvendo o ator foram relatados e agora vindos da própria produção de “House of Cards”. Oito pessoas também denunciaram o ator por sua conduta inapropriada no set de filmagens ⁴, todos eles homens, o que gerou mais publicidade negativa para o ator e a série. A Netflix, nesse momento, decidiu demitir Kevin Spacey cortando qualquer relação dele com o seriado. Posteriormente, a empresa resolveu filmar uma última temporada da série, sem Kevin Spacey e com a atriz que fazia sua esposa (Robin Wright), como protagonista. A audiência não foi um sucesso e então a série foi definitivamente cancelada.

⁴ Disponível em: <https://exame.abril.com.br/estilo-de-vida/equipe-de-house-of-cards-acusa-spacey-de-abuso-sexual/>

3.3.2. Demolidor

Figura 2 – Demolidor



Fonte: Google, 2019.

“Demolidor”, a série, estreou na Netflix em abril de 2015, em parceria com a Marvel. O seriado possuía um tom mais sombrio e o sucesso foi imediato⁵. No entanto, “Demolidor” seria cancelada após três temporadas. Especula-se que a empresa tenha terminado o seriado em função de dois motivos: o primeiro, relacionado a questões contratuais com a Disney: dona da Marvel, a gigante do entretenimento estaria se preparando para lançar o seu próprio serviço em streaming, e por isso aproveitaria o momento para retirar seus personagens principais do domínio da concorrente.

O segundo motivo estaria relacionado a questões de popularidade: o seriado havia tido uma queda na audiência em comparação à segunda temporada⁶. Sendo este o principal motivo alegado pela empresa “Demolidor” seria cancelado após a terceira temporada.

4. Conclusão

“House of Cards” era um sucesso e tinha audiência. Kevin Spacey já havia ganhado dois Globos de Ouro pela série e sua carreira como ator possuía muita

⁵ Segundo uma pesquisa realizada pelo instituto americano Luth Research⁵, mostrou que 4,4 milhões de pessoas já haviam visto ao menos uma vez a série.

⁶ Segundo dado divulgado pela empresa Jumpshot.

credibilidade. Contudo, o fato de ele ter se envolvido num escândalo de assédio sexual definitivamente repercutiu muito para afetar sua credibilidade junto ao público. Isto de fato influenciou a Netflix a demiti-lo e interromper qualquer tipo de negociação com o ator, com o objetivo de evitar ligar seu nome a um escândalo sexual e à repercussão negativa de grupos contra o assédio. Boa parte do público aprovou a medida.

Já no caso de “Demolidor”, sua terceira temporada foi considerada por muitos sites de entretenimento como a melhor produzida até então, por isso muitos fãs ficaram sem entender o motivo do cancelamento. Uma pesquisa⁷ informou que a série era a quarta mais assistida do canal *streaming* pelo público norte americano. Então por que o cancelamento? Especula-se que o principal motivo seria com relação à Marvel, dona do personagem e pertencente à Disney, e como já citamos, estaria negociando a ida da série para o futuro serviço de *streaming* da Disney (NASCIMENTO, 2019). Boa parte do público não gostou.

A audiência é de fato importantíssima para a continuidade dos seriados, tanto na TV como em *streaming* – pois devem gerar lucros. Contudo, fatores como concorrência, custo, produção, escândalos, em conjunto com a reação do público conectado influenciam no cancelamento também. Na era das redes sociais, e com o maior poder de decisão do público, os motivos para o cancelamento de séries perpassam caminhos mais complexos do que as demandas da indústria cultural.

Referências

CARLOS, Cassio Sterling. **Em tempo real: Lost, 24 horas, Sex and the city e o impacto das novas séries de TV.** São Paulo: Alameda editorial, 2006

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de Consumo e Pós-Modernismo.** São Paulo: Studio Nobel, 1995

GOMES, Helton, S. **Brasil tem 166 milhões de pessoas conectadas à internet, diz IBGE.** Disponível em < <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/brasil-tem-116-milhoes-de-pessoas-conectadas-a-internet-diz-ibge.ghtml>>. Acesso em 20 de Ago. 2019.

⁷ Disponível em: <http://www.adorocinema.com/noticias/series/noticia-145053/>

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. Tradução Patrícia Arnaud. São Paulo: Aleph, 2014.

MACHADO, Arlindo. **A Televisão Levada a Sério**. São Paulo: editora Senac, 2000.

MARTINO, Luis Mauro Sá. **Teorias da Comunicação: teoria, métodos, práticas**. São Paulo: Editora Contexto, 2010.

NASCIMENTO, Lucas. **Demolidor: Série foi cancelada pela Marvel, e não pela Netflix**. Disponível em: <<https://observatoriodocinema.bol.uol.com.br/series-e-tv/2018/12/demolidor-serie-foi-cancelada-pela-marvel-e-nao-pela-netflix-afirma-jornalista>>. Acesso em 23 de Ago. 2019

G1, Site.. **Kevin Spacey é criticado por revelar homossexualidade ao pedir desculpas por assédio**.. Acesso 23 de Ago. de 2019

TECMUNDO, Site. **Como a análise de dados na Netflix construiu o sucesso da empresa?** Disponível em < <https://www.tecmundo.com.br/internet/131307-analise-dados-netflix-construiu-sucesso-empresa.htm>. Acesso em 12 de Ago. 2019

STYCER, Maurício. **Adeus, controle remoto**: uma crônica do fim da TV como a conhecemos. Arquipélago editorial, 2016. -

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoy. **Entretenimento**. São Paulo: Editora Senac, 2003.

A publicidade contra o abuso sexual infantil: comercial “era uma vez uma criança”.

Advertising against child sexual abuse: commercial “Once Upon a time a child.”

DUARTE, V. I. C.¹; SILVA, R. M. S. DA.¹; SILVA, R. M. S. DA.¹ VENTURELLI, E¹

¹ – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.

vi.icd@hotmail.com

RESUMO

O abuso sexual infantil é um crime grave, mas que a cada dia que passa tem se tornado parte do cotidiano social. O número de casos, aumenta com o passar dos anos e mesmo com as políticas públicas para o combate não há uma melhora para a situação. Através de campanhas, organizações sem fins lucrativos e o governo federal buscam conscientizar a sociedade sobre esse tema que ainda é considerado um tabu. Por meio de cartazes e vídeos disponibilizados na internet o assunto é abordado, contudo a sua busca é um pouco difícil de ser realizada. Por ser um assunto tabu, muitas pessoas preferem não comentar sobre ele o que dificulta, por exemplo, um comercial ser veiculado na televisão, um dos principais meios de comunicação do país. O seguinte trabalho tem como objetivo produzir um comercial de 30 segundos utilizando técnicas publicitárias abordando o tema que é um problema que estamos tendo na sociedade.

Palavras-chave: Abuso sexual infantil. Comercial. Publicidade e propaganda. Televisão.

ABSTRACT

Child sexual abuse is a serious crime, but that every passing day has become part of everyday social life. The number of cases increases over the years and even with public policies for combat there is no improvement to the situation. Through campaigns, non-profit organizations and the federal government seek to raise awareness of society on this subject that is still considered taboo. Through posters and videos made available on the Internet the subject is approached, yet its search is somewhat difficult to be performed. Because it is a taboo subject, many people prefer not to comment on it which makes it difficult, for example, a commercial to be

broadcast on television, one of the main media in the country. The following work aims to produce a commercial of 30 seconds using advertising techniques addressing the theme that is a problem we are having in society.

Keywords: *Child sexual abuse. Commercial. Publicity and advertising. Television.*

1. Introdução

Infelizmente situações que não eram para ser cotidianas, acabam fazendo parte do dia a dia do brasileiro. Crianças e adolescentes cada vez mais estão sofrendo abuso sexual. Um tema delicado que necessita ser conversado, mas que acabou se tornando um “tabu” para a sociedade.

Uma pesquisa realizada pela BBC Brasil em 2016 revelou que o sistema de saúde registrou 22,9 mil atendimentos com casos de estupro, sendo que 13 mil deles, 57% dos casos, as vítimas tinham de 0 a 14 anos. Desses, 6 mil atendimentos foram realizados em vítimas de menos que 9 anos. Ainda na pesquisa, a médica Fátima Marinho da Secretária de Vigilância em Saúde do Ministério da Saúde disse que: “Crianças e adolescentes de até 14 anos são mais vulneráveis à ocorrência de estupro principalmente na esfera doméstica. Os autores da violência, na maioria das vezes são familiares e pessoas conhecidas”.

O abuso sexual deixa a maioria das pessoas incomodadas. É triste pensar que adultos causem dor física e psicológica nas crianças para satisfazer seus próprios desejos, especialmente quando esses adultos são amigos ou confiáveis membros da família. (WATSON, 1994 p.12).

Muitas dessas vítimas não relatam os abusos que sofreram, pois, geralmente são ameaçadas pelo próprio agressor ou silenciadas pelos próprios familiares com medo que sejam julgadas pela sociedade. Na maioria dos casos que são denunciados, pois muitas das vezes, a vítima é desacreditada. Mas como falar de assunto tão polêmico, numa sociedade de cunho conservador?

Os órgãos reguladores encontram barreiras invisíveis que atrasam a divulgação correta da informação, por ser um assunto difícil de ser debatido, as pessoas preferem que ele nem seja comentado. Contudo o entretenimento tem se mostrado uma forma de abordar o tema, através de seriados e novelas.



A novela “O outro lado do Paraíso” (2018) abordou o tema em um de seus núcleos, formado pelos atores: Flávio Tolezani, Bella Piero e Sandra Coverloni. Respectivamente em seus papéis, como: Vinícius, Laura e Sandra. O autor da novela Walcyr Carrasco, através de dicas mostrava que Laura tinha um certo receio de seu padrasto Vinícius, que não passou despercebido pelo público na época de exibição, Laura mostrava todos os sintomas de uma criança que sofreu abuso sexual, mas sua mãe Lorena não conseguia enxergar a verdade até o momento do julgamento de seu marido, onde ele mesmo se declarou culpado e contou que durante toda a infância de sua enteada ele cometeu os abusos e usou a sua autoridade, ele era delegado, para fazer esses atos com outras meninas.

Contudo, as novelas e os seriados abordam o assunto de uma maneira indireta na maioria das vezes, os comerciais deveriam abordar o tema diretamente, mas há uma defasagem no quesito conteúdo principalmente no veículo de comunicação a televisão.

Este artigo pretende discorrer sobre o tema abuso sexual infantil e a importância do conteúdo audiovisual em formato de comercial para a televisão e com a proposta de um comercial abordando o assunto.

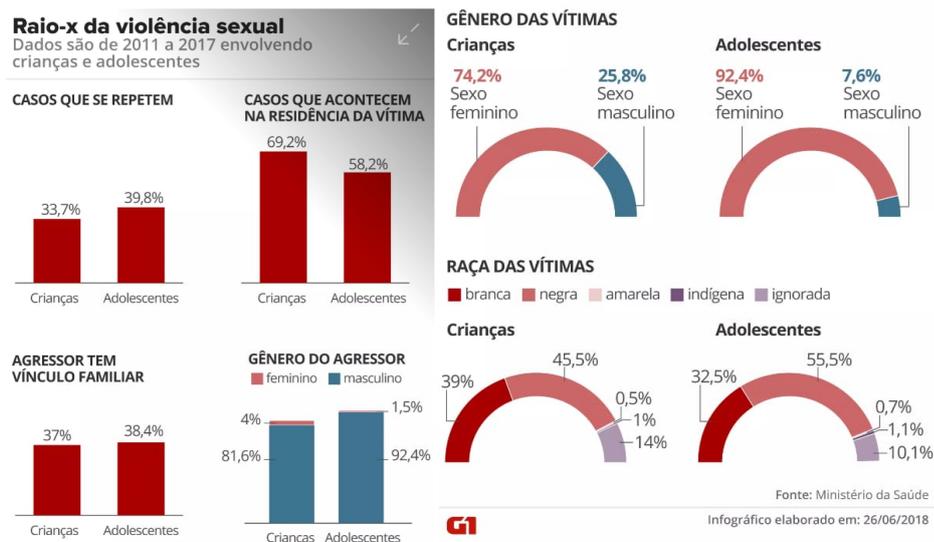
a. O que é abuso sexual infantil?

O abuso sexual infantil é todo o ato sexual cometido por um adulto seja homem, mulher ou idoso contra uma criança ou um adolescente. A Organização Mundial da Saúde (1999) define, como:

Abuso sexual infantil é todo envolvimento de uma criança em uma atividade sexual na qual não compreende completamente, já que não está preparada em termos de seu desenvolvimento. Não entendendo a situação, a criança, por conseguinte, torna-se incapaz de informar seu consentimento. São também aqueles atos que violam leis ou tabus sociais em uma determinada sociedade. O abuso sexual infantil é evidenciado pela atividade entre uma criança com um adulto ou entre uma criança com outra criança ou adolescente que pela idade ou nível de desenvolvimento está em uma relação de responsabilidade, confiança ou poder com a criança abusada. É qualquer ato que pretende gratificar ou satisfazer as necessidades sexuais de outra pessoa, incluindo indução ou coerção de uma criança para engajar-se em qualquer atividade sexual ilegal. Pode incluir também práticas com caráter de exploração, como uso de crianças em prostituição, o uso de crianças em atividades e materiais pornográficos, assim como quaisquer outras práticas sexuais.

As crianças não conseguem discernir o certo ou errado quando são acometidas por esses atos, por isso muitas vezes o abuso ocorre no âmbito familiar, pois naquele espaço a vítima se sente segura, que de fato não ocorre. Como explicado na figura 1 abaixo.

Figura 3 - Raio x da violência sexual realizado entre 2011 e 2017.

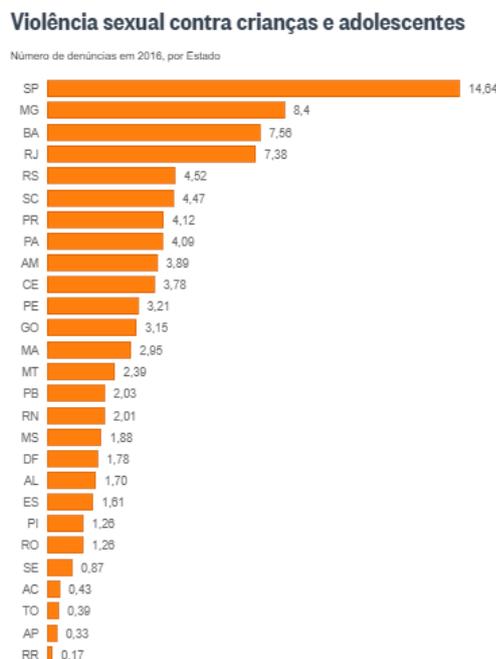


Fonte: (G1,2019)

Geralmente as agressões acontecem tanto em crianças, como adolescentes já que ambos possuem uma taxa respectivamente de 33,7% e 38,9%. O local em que os abusos ocorrem é nas residências sendo nas de crianças a porcentagem é maior. Na maioria das vezes o agressor conhecido ou pertencente à família da vítima e pertence ao gênero masculino. As vítimas em sua maioria são do gênero feminino, sendo 74,2% crianças e 92,4% adolescentes. Mesmo com números alarmantes o tema não se encontra a todo o momento sendo divulgado por ser um assunto difícil de ser aceito.

Em 2016, a Ouvidoria dos Direitos Humanos, através do disque 100 recebeu mais de 16 mil casos de denúncias de violência sexual. Os estados de São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro e Rio Grande do Sul lideraram o ranking.

Figura 2 - Print de Ranking de violência sexual infantil por estado



Fonte: (O Globo, 2019)

A região Sudeste lidera o quadro com três de quadros estados sendo um dos principais onde que os abusos costumam ocorrer.

Contudo há uma necessidade da elaboração de materiais com esse conteúdo para a divulgação, pois a sociedade precisa entender que mesmo que o assunto não seja confortável de se discutir, ele precisa ser feito. Segundo estimativas de ONGs que trabalham com crianças e adolescentes, como UNICEF e “Save the Children”, uma a cada cinco crianças são violadas sexualmente. Sendo 15% desses casos denunciados. O estudo ainda afirma que 70% a 85% dessas agressões ocorrem no âmbito familiar, por um parente ou alguém muito próximo a família.

[...] o abuso sexual, sobretudo incestuoso, deixa feridas na alma, que sangram no início sem cessar, e posteriormente, sempre que uma situação ou um fato lembre o abuso sofrido. Feridas no corpo pode ser tratadas com exito num grande numeros de casos. Feridas da alma podem igualmente ser tratadas. Todavia, as propabilidades de sucesso, em termos de cura, são muito reduzidas e, em grande parte dos casos, não se obtem exito. (SANTOS; ARAÚJO, 2006, p. 18-19)

Este dado é alarmante, pois pessoas que deviam cuidar são aquelas que machucam ainda mais.

b. Como a propaganda aborda o tema?

Segundo Rabaça, Barbosa (2001, p.598) pode se definir propaganda, como “Comunicação Persuasiva. Conjunto das técnicas e atividades de informação e persuasão, destinadas a influenciar as opiniões, os sentimentos e as atitudes do público num determinado sentido”. Ou seja, o publicitário pode utilizar dessa técnica para atingir com eficácia o seu público alvo o fazendo se sentir tocado pelo assunto que aborda.

Por ser um assunto delicado, o abuso sexual infantil precisa ser tratado com cuidado e sensibilidade, mas ao mesmo tempo direto e informativo. Por isso a propaganda é uma ferramenta eficaz na luta contra esse crime repugnante. Ela choca, chama atenção e prende a atenção do público. O sensibiliza a divulgar e lutar pela causa.

Figura 3 - Campanha criada pela agência Serve em Milwaukee.



Fonte: (Exame, 2019)

A assinatura da campanha é icônica: “Se você enxerga as crianças assim, há algo errado com você.” Uma postagem desse teor incomoda e traz a sociedade para debater o tema, o que é de extrema importância. Contudo deve-se ter cuidado ao utilizar esses elementos, pois a propaganda pode ao mesmo tempo atrair e repudiar. Ao ponto de em vez de se tornar algo benéfica, ela vira um motivo para o tema não ser debatido.

Os meios de comunicação utilizados para tais campanhas, é a internet. Porém uma pesquisa realizada pela “Pesquisa Brasileira de Mídia de 2016 – Hábitos de Consumo de

Mídia pela População Brasileira, em 2016, estipulou que 63% dos brasileiros prefere se informar através da televisão e 26% pela internet.

Por que não utilizar a televisão para a disseminação de conteúdos relacionados ao tema? Segundo uma pesquisa realizada pelo IBOPE em 2016, 54% da população brasileira se considera conservadora, o que pode mostrar o motivo do assunto abuso sexual infantil não ser abordado no meio televisivo. Claro que através de reportagens e entrevistas vemos ele ser falado, mas tudo isso é feito mediante ao olhar jornalístico.

São tantos casos que são divulgados diariamente que um assunto que devia ser hediondo acaba fazendo parte do dia a dia social. A ponto dele ser mais um nas estatísticas sociais. O jornalismo possui uma forma rígida de abordar, o que na propaganda pode ganhar uma nova linguagem e transmitir de maneira efetiva a mensagem.

Usar a televisão, como meio de comunicação para uma campanha de abuso sexual infantil, através de um comercial é uma consideração a ser feita, pois nem todos possuem internet para assistir as campanhas veiculadas, mas a maioria da população brasileira possuem disponibilidade de uma televisão. Uma pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia Estatística (IBGE) e Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios em 2016, afirmou que apenas 2,8% da população brasileira não possui televisão.

Através do comercial, o publicitário pode abordar o tema de maneira singela, efetiva e informativa. Trazendo o público para a discussão por meio de uma história contada em 30 segundos o fazendo se sentir parte da trama. Num comercial pode-se contar uma narrativa com início, meio e fim que passa uma mensagem.

2. Metodologia

Foi utilizado o método de pesquisa exploratória e empírica, tendo como fontes as próprias séries analisadas, além de livros, periódicos e artigos que configuram a revisão bibliográfica. O objetivo desse trabalho, era buscar informações sobre abuso sexual infantil, como a publicidade aborda o tema e a elaboração de produto.

3. Resultados e Discussão

Intitulado “Era uma vez uma criança”, o comercial realizado pelas alunas do Centro Universitário de Volta Redonda, aborda o tema abuso sexual infantil. O projeto engloba o tema abuso sexual infantil e por meio de uma história conduz o

telespectador para uma narrativa de início, meio e fim. O audiovisual tem por objetivo mostrar a realidade de muitas crianças e adolescentes brasileiras.

Com uma temática mais escura, o comercial acompanha um homem subindo as escadas de uma residência, seu rosto nunca é mostrado e os ângulos utilizados na filmagem sugerem um dinamismo na cena. A trilha sonora deixa o telespectador inquieto sobre os acontecimentos do comercial. No meio do trajeto, o homem pega um ursinho e com a câmera foca na mão dele, a cena desaparece, assim é ouvido um barulho de porta abrindo e a voz do homem divertida “Campeão está na hora de brincar”, assim o barulho da porta se fechando aparece e logo após os dizeres “Alguns monstros são reais. Abuso sexual é crime. Denuncie. Disque 100”.

4. Conclusão

O abuso sexual infantil, continua sendo um assunto tabu que a sociedade evita de debater, principalmente que as vítimas são crianças e adolescentes e pelo fato dessas agressões ocorrerem em casa, muitos desses casos se quer notificados as autoridades. E quando eles são notificados, geralmente a “culpa” recai sobre a vítima.

Assim é quase um dever social trabalhar o tema e impactar a sociedade. O audiovisual oferece esses requisitos, pois possui um auxílio da imagem e do som.

Logo, o comercial “Era uma vez uma criança” tem como principal objetivo impactar a sociedade trazendo o assunto para debate, pois mesmo que ele seja tratado em outros meios de comunicação, como a internet, ele ainda não consegue atingir um grande número da sociedade, pois a televisão, no Brasil, continua sendo o principal meio de comunicação em massa.

Referências

COELHO, Tatiana. **Maioria dos casos de violência sexual contra crianças e adolescentes ocorre em casa; notificações aumentaram 83%**. Disponível em: <
<https://g1.globo.com/ciencia-e-saude/noticia/maioria-dos-casos-de-violencia-sexual-contra-criancas-e-adolescentes-ocorre-em-casa-notificacao-aumentou-83.ghtml>>.

Acesso em 31 de março. 2019

HEEP, Raquel. **Abuso sexual um ponto de vista psíquico**. Disponível em: < <http://www.capitalnews.com.br/opiniao/abuso-sexual-um-ponto-de-vista-psiquico/321136>>. Acesso em 30 de março. 2019

MORI, Leticia. **Levantamento revela caos no controle de denúncias de violência sexual contra crianças**. Disponível em < <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-43010109>> Acesso em 28 de março. 2019

MOURA, Andreina. **Alguns aspectos sobre abuso sexual contra crianças**. Disponível em: < <http://www.crianca.mppr.mp.br/pagina-75.html>>. Acesso em 28 de março. 2019

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo. **Dicionário de comunicação**. Rio de Janeiro: Campus, 2001. 795p

REDAÇÃO, Agência Brasil. **Pesquisa diz que, de 69% milhões de casas, só 2,8% não tem TV no Brasil**. Disponível em: < <http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2018-02/uso-de-celular-e-acesso-internet-sao-tendencias-crescentes-no-brasil>>. Acesso em 31 de março. 2019.

REDAÇÃO, Coletiva. **TJRS lança campanha de combate ao abuso e exploração sexual**. Disponível em: < <http://coletiva.net/noticias/tjrs-lanca-campanha-de-combate-ao-abuso-e-exploracao-sexual,123008.jhtml>>. Acesso em 30 de março. 2019.

REDAÇÃO, Exame. **A luta da propaganda contra o abuso sexual de crianças**. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/marketing/a-luta-da-propaganda-contra-o-abuso-sexual-de-criancas/>>. Acesso em 30 de março. 2019.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. (Organização Mundial da Saúde) **Documentos e publicações da Organização Mundial da Saúde**. Geneva, 2003. Disponível em http://www.who.int/topics/child_abuse/en/ Acessado em 23 de março. 2019.

A participação do telespectador na construção do RJ1 da TV Globo Rio

The participation of the viewer in the construction of RJ1 TV Globo Rio

NOGUEIRA, R.J.¹; DUARTE, A.F.¹; SOUZA, R.M.¹, ARIEIRA, A.A.S.¹

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.

rhenzo.nog@hotmail.com

amand.afia@outlook.com

rogeriomartins37@gmail.com

angelica.arieira@gmail.com

RESUMO

O presente artigo aborda o novo hábito de consumo de televisão, convergido, agora, com as redes sociais e a participação do telespectador fazendo um jornalismo colaborativo no telejornal local RJ1, produzido e exibido pela TV Globo Rio. O objetivo da pesquisa foi analisar essa nova configuração do jornalismo brasileiro que cada vez mais conta com a participação do público. Para isso, foram analisadas, durante uma semana, as edições do telejornal local carioca. Nessa análise houve um levantamento quantitativo sobre os espaços destinados à participação dos internautas e a periodicidade existente destes espaços. Viu-se também se há quadros dentro do noticiário voltado à interação. A intenção é que se possa fazer um comparativo entre o conteúdo que é veiculado proveniente da internet e tudo o que é exibido no telejornal. Ao final, constatou-se que a participação da população é a menor fatia do jornalístico, mas vem crescendo e já se estabelece uma periodicidade para a participação popular. **Palavras-chave:** Telejornalismo local. Interatividade. Redes Sociais. TV Globo. RJTV.

ABSTRACT

This article discusses the new habit of television consumption, now converging with social networks and the participation of the viewer doing a collaborative journalism on the local television news RJ1, produced and broadcast by TV Globo Rio. The objective of the research was to analyze this new configuration of Brazilian journalism that increasingly relies on public participation. For this, we analyzed, for a week, the editions of the local carioca television news. In this analysis there was a quantitative survey on the spaces intended for the participation of Internet users and

the existing periodicity of these spaces. It was also seen if there are pictures within the interaction-oriented news. The intention is that a comparison can be made between the content that is transmitted from the internet and all that is shown on the news. In the end, it was found that the participation of the population is the smallest slice of journalists, but has been growing and a periodicity for popular participation is already established.

Keywords: Local TV journalism. Interactivity. Social networks. TV Globo. RJTV.

1. Introdução

As notícias estão cada vez mais presentes no cotidiano da população. Elas informam e deixam as pessoas ligadas e conectadas no que acontece. Conforme Robert Park destaca, a função da notícia é orientar o homem e a sociedade num mundo real. Na medida em que consegue, tende a preservar a sanidade do indivíduo e a permanência da sociedade (Park *apud* Vizeu, 1972, p.183). No entanto, o hábito de consumir notícias, em especial a televisão, mudou ao longo das últimas décadas, e o telejornalismo foi uma das áreas que buscou se reinventar. Adaptar-se às novas tendências e tecnologias é o que está sendo feito pelas tradicionais emissoras de televisão espalhadas pelo Brasil e pelo mundo.

Com o crescimento da internet, os telejornais viram nas redes sociais um meio de se aproximar mais do telespectador, por meio da linguagem própria da rede, como a interatividade. Hoje, as novas gerações não assistem televisão apenas no aparelho instalado na sala de casa, mas no computador, no *tablet* e no celular. A produção também se reconfigurou com o tempo, abrindo mais espaços para a participação do receptor na construção do produto jornalístico. E agora há cada vez mais produtores de conteúdo que não são jornalistas, apenas cidadãos registrando momentos cotidianos. Como consequência, há uma maior mobilização do público e a oportunidade de surgir informações periféricas, que desafiam fontes oficiais. São de modo geral, textos, fotos e vídeos que contam versões diferentes ou iguais de uma mesma situação. (Vizeu, 2018, p.15).

Como exemplo tem-se a TV Globo, que disponibiliza os sinais de 11 emissoras no aplicativo Globoplay, visando atender a um público que não se condiciona a assistir

a uma programação em um horário pré-estabelecido numa grade televisiva. Além disso, consegue inibir a perda absoluta do público que apenas migra de um canal a outro do mesmo grupo. A partir disto, o espectador pode participar dos telejornais com as hashtags¹ ou por mensagens de texto, fotos e vídeos no WhatsApp, contribuindo para um jornalismo colaborativo. Este foi um dos motivos para a TV Globo mudar o nome dos seus telejornais locais em todo o país, visto que atualmente as pessoas estão cada vez mais conectadas. No Rio, as edições do *RJTV* passaram a se chamar *RJ1* e *RJ2*.

Ao buscar maior participação do público, cresce o cuidado com a seleção das notícias. Tudo o que chega na redação deve ser filtrado pela produção antes de ir ao ar. Neste caso, os produtores e editores continuam sendo os *gatekeepers*² do jornal. Porém, num cenário de constantes transformações, surge a questão: na era da internet, o público continua a receber passivamente as notícias?

2. Metodologia

Foi realizado um recorte o RJ1, telejornal da Rede Globo de Televisão em sua versão da capital fluminense. Durante uma semana foram levantados quantitativamente os espaços destinados no produto televisivo à participação dos internautas e se há periodicidade existente destes momentos ou até quadros destinados à participação do internauta. Também foi utilizada a contabilização da minutagem, bem como a quantificação das menções dos internautas na TV. A intenção é analisar a participação dos espectadores do programa a fim de relacionar uma proporção entre o conteúdo que é veiculado proveniente da internet ao total exibido no telejornal.

¹ Hashtag é uma palavra-chave antecedida pela cerquilha (#) na qual as pessoas geralmente utilizam para identificar o tema do conteúdo que estão compartilhando nas Redes Sociais. A adesão delas se tornou popular no Twitter e se disseminou para as maiores mídias sociais da atualidade.

² Dentro das teorias do jornalismo, o *gatekeeping* é um processo pelo qual as mensagens existentes passam por uma série de decisões, filtros (*gates*) até chegarem ao destinatário ou consumidor.

3. Resultados e discussões

3.1. Telejornalismo: a imersão do jornalismo no meio televisivo

O telejornalismo é considerado distinto diante outros veículos midiáticos em razão de seu modo imediato, eficiente e abrupto em relação à imagem. Desta forma, há pesquisadores que o apontam como superficial e raso por seu andamento e duração na TV, que é dependente da audiência.

Num certo sentido, podemos dizer que o telejornal é uma colagem de depoimentos e fontes numa sequência sintagmática, mas essa colagem jamais chega a constituir um discurso suficientemente unitário, lógico ou organizado a ponto de poder ser considerado “legível” como alguma coisa “verdadeira” ou “falsa”. (MACHADO, 2000).

O telejornal possibilita que a notícia seja narrada em diversos moldes, sendo eles: nota simples, quando uma matéria não tem cobertura externa; nota coberta, feita através de imagens, enquanto o apresentador noticia os fatos; e a reportagem, que exhibe a notícia de forma mais ampla e íntegra. Segundo Machado (2000), “em geral as abordagens de telejornais se restringem a tentar verificar o grau de exatidão ou de confiabilidade da informação veiculada.” O telejornal é, antes de mais nada, “o lugar onde se dão atos de enunciação a respeito dos eventos” (MACHADO, idem).

Por fim, também dotado de desafios sobre algumas matérias, o telejornal pode recorrer em seu meio de produção aos recursos gráficos, para que não falem exemplos que auxiliem o telespectador, e como em outros meios midiáticos, existe a predominância de uma linguagem mais simples para a boa compreensão de quem o assiste, visando atingir o maior percentual de indivíduos, presando pela audiência em alta. É na edição do trabalho realizado por repórteres e cinegrafistas na cobertura dos eventos do dia-a-dia que as matérias são recontextualizadas. Ou seja, a notícia é elaborada de acordo com uma lógica estabelecida pelo formato, tempo, entre outras características do telejornal. (VIZEU, 1998, p. 91).

3.2. O telejornal e sua interação com os telespectadores antes da internet

Em meados do século XX, época das primeiras transmissões televisivas, houve o apogeu de uma comunicação pouco segmentada e voltada às massas, com

métodos ainda precários para definir os interesses do público e como estabelecer uma interação direta com a audiência. Comentários enviados mediante cartas, diretamente para as emissoras, além de ligações realizadas pelo telefone fixo eram os únicos meios de comunicação para testar o “retorno” da audiência.

A participação do telespectador na elaboração de pautas antes das redes sociais da internet consistia em sugestões de pautas feitas através de outros recursos aos jornalistas das emissoras, geralmente conteúdos comunitários. A partir disso, os produtores selecionavam as pautas mais relevantes, dentro de seu processo de hierarquização e encaminhavam as equipes aos locais.

A interatividade com o público sempre fez parte do universo midiático. A TV e o rádio mantiveram em sua grade programas nos quais o público podia participar por telefone e cartas. Com a extensão dos conteúdos televisivos para o ciberespaço, ampliaram-se as possibilidades e fluidez dessas interações. Contudo, o que se persegue é uma interatividade instantânea que satisfaça ao público (...). O processo de digitalização ainda é tímido. Muitos estudos sobre como será a Televisão Digital já existem, mas poucos sabem do que será possível ver dessa mídia. Compreendemos que o que se busca é uma interatividade mais plena, que modificará a forma de identificação entre usuário e emissora (SILVA; BEZERRA, 2013, p. 131).

Com o cenário digital as possibilidades mudam. É verdade que, num período onde se está cercado pela esfera digital, comunicar-se com seus respectivos telespectadores se tornou mais fácil. A internet permite que todos se utilizem das redes sociais, tanto para buscar informações, quanto para fazer sugestões ou participar de alguma forma de quadros apresentados nos telejornais, especialmente por meio de *hashtags* disponibilizadas durante o programa, podendo ser utilizadas em *Tweets*, na rede social *Twitter*, ou, através de mensagens pelo aplicativo *WhatsApp*. Emergir o público buscando uma maior participação deste nunca foi tão simples.

O telejornal possui uma composição variada de elementos. Suas notícias são elaboradas até horas antes de sua programação ir ao ar, e para isso, são necessários vários especialistas, para que tudo funcione de acordo com sua função. Entre as pessoas e componentes que ajudam nas buscas pelas matérias, estão os rádioescutas, profissionais que escutam boletins e os mandam para editores-chefes, os quais, por sua vez, guiam e apontam o ângulo que a reportagem deverá ser realizada, deixando organizado para que cada grupo persiga seus objetivos de acordo

com o enfoque pré-definido. O material colhido pela equipe de reportagem são imagens, vídeos, e entrevistas, entre outros, tendo sempre um texto em *off*, ou seja, uma leitura feita pelos repórteres que passará junto às imagens apresentadas no telejornal.

Tudo que é colocado no ar é minuciosamente selecionado. Todas as filmagens são editadas, não possibilitando margens para erros, fazendo com que as melhores entrevistas, imagens e repostas sejam exploradas no programa da maneira correta. Cada pessoa dentro dessa plataforma adquire uma tarefa específica, como o editor de texto, que é encarregado de analisar aquilo que foi dito (no caso, todo conteúdo verbal), e o editor de imagem, que verifica a qualidade e relevância das imagens, fazendo uma seleção. Após o material estar pronto, a estrutura da notícia é suavizada, tendo seus cortes e ajustes de forma mais delicada, e depois é realizada a adição do som do *off*.

Agora a proposta das emissoras de TV é de interatividade para imersão do telespectador. A fim de proporcionar expectativas para conseguir uma programação com mais participação e que gerará novos efeitos de sentido e facilitará o surgimento de um novo modelo de negócios, com proposta diferenciada de lucro (SILVA; BEZERRA, 2013, p. 132).

3.3. Análise da reconfiguração do RJ1

O *Jornal Nacional* foi o primeiro telejornal da TV Globo a abrir espaço para o jornalismo local. Até 1979, antes ou depois de sua exibição, cada emissora afiliada introduzia as notícias locais. As matérias não tinham mais que 30 segundos de duração. No ano de 1979, porém, as afiliadas da Globo passaram a dedicar 15 minutos antes do *JN* para a exibição do *Jornal das Sete*, telejornal local que trazia as principais notícias do dia em cada estado. O jornal ficou no ar até o dia 1º de janeiro de 1983, quando foi cancelado.

Em 3 de janeiro de 1983 às 19h48 pelo horário de Brasília, entravam no ar simultaneamente os telejornais MGTV, DFTV, NETV, RJTV e SPTV, criando então o formato produzido e exibido até os dias atuais, o “Praça TV”, tendo como objetivo, segundo o site Memória Globo³, de conferir maior identidade ao noticiário regional,

³ Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais-e-programas/rjtv/rjtv-primeiros-anos.htm>

até então incorporado aos telejornais Hoje, Jornal Nacional e Jornal da Globo. O jornal era dividido em três blocos de aproximadamente três minutos cada, apresentando as notícias ao vivo, trânsito, tempo e prestação de serviço. Ainda em 1983, o “Praça TV” ganhou uma versão diurna, às 12h40, mas com o mesmo propósito: foco na comunidade e prestação de serviço. A edição noturna passou a entrar no ar mais cedo, às 19h45.

Entre os anos de 1983 e 1989, o RJTV ganhou uma terceira edição, exibida após o Jornal da Globo. Tal edição se dividia em dois blocos: o primeiro destacava as notícias da noite, que aconteceram após o RJTV – 2ª Edição; o segundo apresentava colunas de esporte, política, economia e cultura. Em 1984, o telejornal local também ganhou sua versão dominical, exibida após o Fantástico. Essa edição saiu do ar em 1987.

Com o passar dos anos, o jornalístico foi se reconfigurando para atender o público e atualmente o RJTV é exibido em duas versões de segunda a sábado. O telejornal, além da versão exibida pela TV Globo Rio para a Região Metropolitana, conta ainda com suas versões locais transmitidas pelas afiliadas do interior para suas respectivas áreas de cobertura.

A primeira edição tem 45 minutos de produção, conta com foco comunitário e entrega ao telespectador as principais notícias da manhã, além de levar para o estúdio comentaristas dos mais diversos assuntos para analisar as informações de destaque no telejornal. Além disso conta com quadros como “Programão”, “RJ Móvel” e “Diversão e Arte”. A segunda edição tem em média 20 minutos e destaca o que de mais importante aconteceu durante o dia no Rio.

Em 1999, o RJTV – 1ª Edição passou a ter mais tempo no ar e com isso, ganhou um perfil de jornalismo comunitário. Tais mudanças adentraram na década de 2000, deixando o telejornal mais ágil e dinâmico. Entre as transformações ocorridas durante a década passada estão a saída da bancada mista em 2009 e a apresentação mais leve e descontraída. As alterações feitas no jornal do meio-dia surtiram efeito. Segundo o site Memória Globo, em 2001⁴, boa parte da pauta do telejornal já

⁴ Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais-e-programas/rjtv/rjtv-jornalismo-comunitario.htm>

começava a nascer da interação com os telespectadores por meio de telefonemas, da internet e do contato nas ruas com as equipes de reportagem.

O jornalismo comunitário e colaborativo é um destaque dos telejornais locais em todo o país. No Rio, um exemplo desse tipo de jornalismo é o *RJ Móvel*, exibido de segunda a sexta-feira desde 2007 no *RJ1*, apresentando os problemas das comunidades da Região Metropolitana. O quadro dispunha de uma unidade móvel de jornalismo (UMJ) para visitar as cidades da Baixada Fluminense, cobrando soluções para problemas como saúde, transporte público e saneamento básico. Em 2011, o quadro ganhou uma nova roupagem e uma nova linguagem mais informal e descontraída. Há um repórter que visita os moradores do Grande Rio mostrando as dificuldades da população e buscando uma resposta do poder público local.

3.4. Telejornalismo e interatividade: acompanhamento das notícias do RJ1

Para participar do RJ1, os telespectadores encontram diversos meios para enviarem suas reclamações, denúncias e flagrantes ocorridos nas cidades da área de cobertura da Globo Rio. A principal delas é o *WhatsApp*. Pelo aplicativo de mensagens instantâneas, o público pode enviar vídeos, fotos, mensagens de texto e de áudio. O número de contato é o mesmo para os três telejornais da emissora e é citado sempre pelos apresentadores e repórteres. Outro meio é o “*VC no G1 RJ*”, no qual a população, após preencher um cadastro simples na página do Rio de Janeiro no portal G1, pode enviar conteúdo audiovisual. Os telespectadores podem encaminhar até cinco fotos e um vídeo. A colaboração também pode vir das redes sociais usando as *hashtags RJ1* e *RJTV*. O público pode enviar todo tipo de mensagem, que é lida durante o telejornal. As *hashtags* também costumam aparecer nos *trending topics*⁵ do Twitter, fazendo com que a interação seja maior.

Apesar da expressiva importância dos programas de jornalismo gerados pelas emissoras “cabeça de rede”, normalmente situadas nos grandes centros, o telejornalismo regional é considerado um importante instrumento

⁵ Nasceu com o Twitter e se propagou como sinônimo de assuntos do momento para qualquer uso, em qualquer contexto, fora das redes sociais, para mostrar as conversas que ocorrem em qualquer lugar. É o chamado trending topic ou tópico em tendência. As *hashtags* mais tuitadas são chamadas de trending topic.

para a geração de conteúdo, preservação da memória e transformação social. (SQUIRRA; RANGEL, 2017).

Para este artigo, foram acompanhadas seis edições do RJ1 entre os dias 22 (segunda-feira) e 27 de julho (sábado), de 2019. Em todos esses dias o telejornal foi exibido de 12h às 12h50 apresentando matérias sobre os fatos do dia, diversão e lazer, previsão do tempo e esporte. A escolha deste recorte foi aleatória.

Na segunda-feira, 22, o RJ1 trouxe quatro participações de telespectadores utilizando aplicativos digitais. A primeira delas aconteceu dentro de uma reportagem que falava sobre o Complexo do Chapadão, no Rio de Janeiro, onde disparos foram efetuados. Uma moradora da região enviou uma filmagem através do WhatsApp, que mostra as marcas das balas que acertaram sua casa. A segunda participação foi de telespectadores, também pelo WhatsApp, trata-se de um vídeo que mostra a queda de um homem de parapente no bairro de Itacoatiara, em Niterói. A colaboração gerou uma nota coberta⁶. Na terceira participação, o telespectador mandou um vídeo de um carro que caiu em um valão sem proteção na cidade de Nova Iguaçu. Após a nota coberta, a apresentadora Mariana Gross chamou o público para participar do telejornal através do WhatsApp, divulgando o número do telefone. A última participação foram vídeos mostrando a ressaca ao longo do litoral do estado.

A edição de terça-feira, 23 de julho, contou com cinco participações de telespectadores. Na primeira delas, uma passageira enviou vídeo através do WhatsApp para a emissora, para tratar de um descaso com uma cadeirante tentando embarcar em um ônibus na capital. O vídeo gerou uma entrevista com a vítima. Já a segunda interação ocasionou uma reportagem sobre um homem que caiu em bueiro aberto na calçada, no Rio de Janeiro. A terceira, participação, por sua vez, permitiu a feitura de uma pauta para o quadro “RJ Móvel”, apresentado por Susana Napolini. A repórter foi até à Ilha do Governador para falar sobre uma calçada que desabou. Ainda na edição de terça-feira, imagens de um sequestro relâmpago, feitas por telespectadores, foram utilizadas numa reportagem que falava sobre o assunto. A última colaboração do dia foi um vídeo enviado pela telespectadora Amanda Pinheiro,

⁶ Nota cuja cabeça é lida pelo apresentador e o texto seguinte é coberto com imagens.

de meninos pendurados na traseira de um ônibus em movimento., o que rendeu uma nota simples.

O “RJ Móvel” foi a primeira participação do RJ1 de quarta-feira, 24 de julho. O quadro foi até São Gonçalo mostrar um valão aberto. A segunda participação do dia foi enviada pelo aplicativo, e dava conta de um incêndio na Superintendência da Prefeitura do Rio, na Barra da Tijuca, causado por um homem que jogou um coquetel molotov⁷ no prédio. Além da nota coberta, houve comentários com o jornalista Edimilson Ávila no estúdio. Ainda na quarta-feira, um acidente na Via Dutra gerou nota coberta. As imagens mostravam bombeiros tentando apagar o fogo de um caminhão que tombou no trecho de Piraí da rodovia, na região Sul do Estado.

Na quinta-feira, 25 de julho, o RJ1 contou com duas participações dos telespectadores. A primeira delas foi o “RJ Móvel”, que foi até Rio das Pedras para mostrar um problema de esgoto que vazava pelas ruas do bairro. A outra participação foi no quadro “Programão”, apresentado por Fábio Judice, no qual o público enviava vídeos convidando a população para apresentações culturais na capital fluminense.

A edição de sexta-feira, 26 de julho, teve quatro participações do público. Uma reportagem sobre a situação de um posto de saúde no Rio de Janeiro foi a primeira delas. Na sequência, uma nota coberta mostrava pacientes que enviaram fotos, reclamando sobre um centro médico no Leblon, também na capital. Nesse dia o “RJ Móvel” mostrou que moradores de um bairro carioca conseguiram a limpeza de um rio que corta a região. E, por fim, telespectadores enviaram denúncias reclamando sobre a demora no atendimento em um hospital da capital.

No sábado, 27 de julho, houve duas participações. A primeira gerou um VT sobre uma celebração de fé que reuniu várias religiões de matrizes africana. Já no quadro “Programão”, telespectadores e famosos convidavam o público do telejornal para eventos culturais no Rio de Janeiro. Os vídeos foram enviados pelo WhatsApp da emissora.

O jornalismo local – seja ele impresso, via rádio, web ou TV – é a primeira fonte de informação para a população de cada região. É por ele que as pessoas irão receber as notícias de suas cidades, bairros e comunidades.

⁷ O coquetel molotov ou cocktail molotov é uma arma química incendiária geralmente utilizada em protestos e guerrilhas urbanas.

4. Conclusão

No RJ1, exibido pela Globo Rio, foi visto que há uma crescente participação do telespectador na construção da pauta do telejornal. Entretanto, tal contribuição ainda é relativamente pequena. Durante os seis dias analisados, entre as 93 notícias apresentadas, foram 20 participações do público, sendo quatro delas dentro do quadro “RJ Móvel”, no qual as pautas são originárias dos próprios telespectadores do noticiário.

Atualmente o RJ1 não se utiliza mais o recurso do telão interativo para ler as mensagens do público em tempo real, mas as participações via redes sociais ainda se fazem presentes no telejornal. O aplicativo de mensagens WhatsApp é de onde chegou a maior parte das participações nos dias analisados. O quadro “Programão” é um dos que convida o telespectador a enviar vídeos para o jornal, convidando o público para eventos culturais no Rio. As participações não contam com um número específico em todas as edições, já que o tempo do telejornal varia, mas há, mesmo que em espaços reduzidos, participação do público todos os dias.

Referências

GOMES DA SILVA, E.; PORTO BEZERRA, E. **Dispositivos Móveis como Potencializadores da Televisão Digital Interativa: desafios e usos da segunda tela no telejornalismo**. Revista GEMInIS, v. 4, n. 1, p. 127-144, 11 ago. 2013.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. Editora Record. 2000.

PRADO, Magaly. **Webjornalismo**. São Paulo: LTC Editora, 2012.

RJ1. Cabo Frio. **Inauguração do novo pacote gráfico dos telejornais locais**. 5/10/2018.

SQUIRRA, Sebastião & RANGEL, Ioná. **Os impactos tecnológicos nos telejornais regionais: um estudo sobre produção de notícias no Vale do Paraíba/SP**. 2017.

VIZEU, Alfredo & LEITE, Flora. **Decidindo o que é notícia - 20 anos depois**. 2018.

A desigualdade em destaque: representações sociais no discurso jornalístico

Featured inequality: social representations in journalistic discourse

ALCÂNTARA, B. R. O.¹; GOMES, C. M. P. T.¹; ALMEIDA, L. A. A. F.¹; ARAGÃO, S.A.¹

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.

camilamariateixeira@gmail.com

RESUMO

O artigo explora a abordagem e o discurso jornalístico em relação a assuntos como: posicionamento discursivo sobre moradores de localidades distintas, bem como, mudança de sentido textual. As palavras usadas em contextos similares são distorcidas por completo quando está em pauta o sujeito vítima de desigualdade social. Além de estar em uma zona excluída, os retratos em exposição continuam a perpetuar uma política que retira a diversidade e, reafirma a classe dominante e vigente. Mediante isto, como objeto de análise, será usado o jornal do grupo Globo (G1, O Globo e Globo), todas as plataformas *online* do veículo. Ao longo da trajetória do veículo, bem consolidado no país, foram expostas diversas notícias ambíguas e com discurso preconceituoso, como distorção de títulos, ângulos de imagens e modalizações verbais usadas para tomar um posicionamento oculto. Assim, para evidenciar tais diferenças no enunciado e composição da notícia, o foco da análise se concentra na representação social e no reconhecimento social dentro da linguagem do jornalismo *online*.

Palavras-chave: Discurso. Representação social. Reconhecimento social.

ABSTRACT

The article explores the approach and journalistic discourse regarding subjects such as: discursive positioning about residents of different locations, as well as, change of textual meaning. Words used in similar contexts are completely distorted when the subject of social inequality is on the agenda. In addition to being in an excluded zone, the portraits on display continue to perpetuate a policy that strips diversity and reaffirms the ruling and prevailing class. Thus, as an object of analysis, will be used the newspaper of the group Globo (G1, The Globo and Globo), all online platforms of

the vehicle. Along the trajectory of the vehicle, well established in the country, several ambiguous and prejudiced discourses were exposed, such as distortion of titles, image angles and verbal modalizations used to take a hidden position. Thus, to highlight such differences in news utterance and composition, the focus of the analysis is on social representation and social recognition within the language of online journalism.

Keywords: *Discourse. Social representation. Social recognition.*

1. Introdução

O presente estudo enseja a interpretação sobre o jornal G1 e sua adequação de discurso a respeito da desigualdade social que aprofunda em suas manchetes. Esse preconceito é de questão econômica e, com isso, perpetua a lógica de opressão e marginalização de coletividades específicas. Então, pode-se ver a manutenção da desigualdade social e sua venda por meio do texto jornalístico. Por meio de análises, o estudo visa mostrar a permanência desse preconceito na mídia, usando como objeto específico, aqui, as manchetes produzidas pelo jornal G1, que conseqüentemente acaba por influenciar o modo de pensar e agir dos leitores.

2. Metodologia

A metodologia utilizada será o levantamento bibliográfico em consonância com o materialismo histórico dialético de Karl Marx para a análise das matérias jornalísticas, onde se firma no esclarecimento de divergências e foco nas mudanças sociais, frisando que os acontecimentos repercutem no âmbito material.

Nesse sentido e no uso do método marxiano, “numa formação social, temos dois níveis de realidade: um de essência e um de aparência, ou seja, um profundo e um superficial, um não visível e um fenomênico” (FIORIN, 2011, s.p). O materialismo circula as relações sociais e transforma o pensamento crítico, assim, dentro do jornalismo ele é bem-vindo e aponta o racional determinado em cada discurso.

Do mesmo modo que a história possui curvas e mudanças, para entender o contexto contemporâneo por meio da análise dos eventos anteriores é necessário que se siga uma lógica diferente da ditada atualmente, e

Isso tudo porque, ao longo do tempo, o capitalismo não levou à simplificação da estrutura social, mas, sim, tornou cada vez mais complexo e diversificado o seu entendimento. O reconhecimento de que o modo de produção capitalista requer para a sua expansão a existência de um centro dinâmico estruturado por economias satélites aponta para a conformação de padrões de desenvolvimento desiguais e combinados. (POCHMANN, 2014)

Contudo, o presente trabalho enseja discutir o jornalismo das classes dominantes, que trazem em suas matérias a alienação e distorção dos fatos, propagando o preconceito e a desigualdade e, assim, impedindo a ascensão dos oprimidos e se beneficiando da extrínseca divisão social. O caráter de inovação desta pesquisa está longe de ser refletido no seu objeto – que já foi tratado inúmeras vezes –, mas sim na aplicação do método marxiano para compreensão de um elemento social a partir de seu caráter principalmente econômico.

3. Resultados e Discussão

3.1. Contextualização da imprensa brasileira e os jornais do Grupo Globo

O Brasil nunca foi um país integrado geograficamente de fato, sobretudo quando se trata da sensação de pertencimento, já que “há 200 anos, o Brasil não existia” (GOMES, 2007, s.p) e a política brasileira orientava manter o país sem caminhar com os próprios comandos para não disseminar ideias de revolução e independência. No entanto, no ano de 1808, a Imprensa Régia, que era canal oficial, foi criada e, com ela, outros dois jornais também decorreram. São eles: A Gazeta do Rio de Janeiro e o Correio Brasiliense. Até o ano de 1808, ocorreram falhas tentativas de imprensa, mas a partir disso os jornais começaram a ganhar força e visibilidade entre o povo letrado. O jornalismo que nasceu no Brasil era de origem doutrinária e propagandista, esquecendo o primordial: informação. Com a transição da imprensa, as empresas jornalísticas despertaram a visão de que o seu leitor é o seu principal cliente e alvo. Assim, se empenharam em produzir conteúdo de qualidade e que fosse direcionado para o público central. Dessa forma, Freyre indica que:

De onde pode quase desprezar-se o que, nos primeiros jornais brasileiros, tornou-se retórica política, doutrina partidária, elogio de homens públicos, para salvar-se desses jornais, os informes de interesse social constituídos por anúncios, através dos quais particulares anunciavam novos tipos de veículos recebidos da Inglaterra, novos tipos de vinhos importados da França, queijos,

óculos, sapatos, porcelana, talheres, vindos da Europa para um Brasil a adquirir maior abrangência e maior requintes nos seus usos e hábitos de nação civilizada” (2012, p.)

Desde então, os jornais funcionam como um sistema, que produz informação apenas para o público que o convém. Dessa maneira, a figura do sujeito sem classe, sem acesso à educação e sem poder (já malvisto na sociedade que estava inserido), foi se deturpando e sendo manipulada a cada noticiário, diário ou semanal, com uma rapidez veloz, corroborando para a perpetuação da desigualdade. Como nos ensina Freyre, “anúncios de compra, venda e aluguel de escravos, em que sempre figuravam as palavras mucama, moleque, bonita peça, rapaz pardinho, rapariga de casa de família” (2012, s.p) estavam sempre presentes nos jornais.

O modo como a figura marginalizada é colocada nos anúncios demonstra o caos com as palavras e a escolha de usá-las. Até os dias de hoje, os jornais se promovem de eufemismos para dissertar sobre o sujeito à margem, quase sempre esgrachando sua imagem e provocando reações revoltantes. O cuidado com a escolha dos verbos característicos não se faz presente nos títulos e textos.

A partir do breve contexto sobre a imprensa brasileira, será iniciado o debate e análise dos jornais do Grupo Globo. Sua primeira edição era dominical e falava sobre a política do país e a modernização que ocorria naquela época, segundo o memorial da história do jornal. Dentro de seu vasto compilado de nomes de jornais publicados diariamente estão: O Globo, Extra e Expresso, já suas versões online: “oglobo.com”, “G1” e “globo.com”. Apesar de todos pertencerem ao mesmo fundador, Irineu Marinho, eles possuem características gráficas, textuais e editoriais diferentes e direcionadas a públicos distintos.

O jornal Extra detém uma linguagem coloquial e simples, fala sobre o cotidiano, contando os fatos ocorridos na cidade do Rio de Janeiro. O portal de notícias online “globo.com” é de cunho geral, buscando atingir todos os públicos, porém com restrições de linguagem, sendo mais formal. Já o jornal Expresso é literalmente direcionado aos públicos mais populares. Possui textos curtos e fáceis, com linguagem simplificada. O jornal O Globo e sua página online é dirigida a públicos formais. O portal G1 une todos os jornais do grupo em um só, direcionado para o leitor misto de interesse geral. Em contraponto às características expressas por esse veículo principal, pode-se perceber, em suas publicações, a constante repetição de termos ofensivos e que distorcem as notícias, principalmente de quem mora na

periferia ou em regiões de carência de recursos, sendo que “o gueto, ou periferia, constituem uma espacializada racialização, onde o estigma racial e a significação moral da diferença são reforçados pela estruturação da desigualdade racial” (MARTINS, 2015). Essa estruturação, além de estar enraizada desde a imprensa nascente, também é manipulada na política e, conseqüentemente, na economia. No contexto atual, o jornalismo tem papel fundamental, já que ele pode difundir estratégias que proponham a mudança de paradigmas sociais, propagando igualdade e liberdade, no lugar de explorar significados torpes e constatações erradas.

Pode-se dizer, então, que numa sociedade cujos princípios são traçados pela estética do mercado, a exclusão social é por si só uma violência provocada pela estrutura social, que reflete no cotidiano por intermédio da privação das classes subalternas no acesso aos bens materiais, simbólicos e sociopolíticos. Ainda que sublinhar a cultura da pobreza como fator atrelado à natureza, neste caso, desvie a atenção das próprias relações de poder e alimente as políticas públicas que perpetuam a desigualdade e a incivilidade social ancoradas no imaginário que fixa a pobreza como marca da inferioridade, a mercê da filantropia pública, de um sistema social em crise (PAOLI; TELLES, 2000).

3.2. Análise dos jornais

Para a composição desse trabalho serão analisados distintamente títulos de matérias veiculadas em jornais considerando sua área geográfica e social de impacto e a origem e tendência. A análise será feita num âmbito mais simples e textual, num objetivo primário de ilustrar e exemplificar comportamentos e posturas como demonstrado a seguir:

Figura 1- Notícia do G1

Empresário usou nomes falsos e comprou fubá para esconder 760 kg de cocaína em contêiner, diz PF

Droga seguiria à Europa, mas foi interceptada pela Receita Federal no Porto de Santos (SP). Bruno Lamego Alves, de 32 anos, foi preso por suspeita de organizar o esquema. Ele nega os crimes.

Por José Claudio Pimentel, G1 Santos
30/05/2019 05h19 - Atualizado há uma hora



Fonte: (Site G1, portal de notícias/ 2019)

No dia 05 de maio deste ano foi publicado no portal G1, site de notícias, uma matéria sobre a prisão do empresário Bruno Lamego. Acusado por esconder 760kg de cocaína em contêiner e utilizar-se de nomes falsos para afastar a responsabilidade de seu nome. O G1 descartou da manchete termos como: “traficante”, “suspeito de tráfico de drogas”, isso porque Bruno faz parte da classe favorecida do país. A droga ilícita seria enviada a Europa, para pessoas financeiramente privilegiadas, apesar do crime óbvio, ele foi poupado de maior repercussão com ênfase na sua profissão, e não no crime. Por conseguinte, é possível supor que se trata de um indivíduo da alta classe, protegido pelo sistema que o rodeia. O site buscou preservar dessa forma a imagem do empresário acusado, porém, essa não é a realidade de todos no país, afinal fatores como condições financeiras e o local de residência são usados como parâmetros para a produção das manchetes.

De acordo com o Art. 33 da Lei nº 11.343/ 2006, é considerado tráfico de drogas:

Art. 33. Importa, exportar, remeter, preparar, produzir, fabricar, adquirir, vender, expor à venda, oferecer, ter em depósito, transportar, trazer consigo, guardar, prescrever, ministrar, entregar a consumo ou fornecer drogas, ainda que gratuitamente, sem autorização ou em desacordo com determinação legal ou regulamentar.

Segundo a lei, Bruno foi preso acusado por tráfico de drogas e por coordenar uma quadrilha. Contudo, a manchete não abordou isso. Pelo contrário, o destaque foi dado a sua ocupação profissional.

A desigualdade está enraizada no país, desde a formação social do Brasil. Os jornais escrevem para o público que lhes convém e os consomem, as pessoas da classe dominante não são nomeadas como “traficantes”, porém, as consideradas sem classe dentro do meio que vivem, cidadãos à margem da sociedade, são, além de serem suscetíveis à exposição nas mídias.

Os jornais exercem forte poder de influência, perante os seus leitores e são veículos formadores de opinião. O objetivo é gerar informação, ser um veículo de comunicação inserido no apartidarismo, e por essa razão a imparcialidade é um dos requisitos dentro de uma redação, não sendo permitido se posicionar em nenhum dos lados, a intenção é apenas noticiar os fatos. Não obstante, a realidade é outra, pois é nítida a segregação imposta nas manchetes, que conseqüentemente ajudam na

conservação da desigualdade no cenário social. É notório que a imparcialidade é nula ou revestida em discurso para manutenção das desigualdades, em especial quando se tratar das formas distintas de se referir aos indivíduos protagonistas das matérias diárias.

Aquele que é considerado “pobre”, “marginal”, ou “sem educação e cultura” está submetido à lógica de atribuição de diferentes adjetivos que já estigmatizam antes mesmo de uma condenação, por exemplo. O jovem apreendido não foi chamado de traficante, mesmo tendo cometido um crime no patamar de um e, ainda, teve sua profissão destacada, por ser uma ocupação valorizada no Brasil.

Figura 2- Notícia do G1

Universitários são presos por tráfico de drogas na Zona Oeste do Rio

Suspeitos estavam com meio quilo de maconha e até réplica de fuzil. Vizinhos denunciaram trio durante festa no Recreio dos Bandeirantes.

Fonte: (site G1, portal de notícias/ 2015)

A Zona Oeste do Rio de Janeiro é uma área municipal que ganhou visibilidade nos anos 90, com a popularização do bairro Barra da Tijuca, em que “o surgimento de uma nova centralidade urbana decerto reorganiza territorialmente a dinâmica econômica da cidade” (FRÚGOLI JR., 2001; ROLNIK E FRÚGOLI, 2011). Desse modo, o bairro ganhou os moradores que ascendiam financeiramente e logo se tornou berço principal de pessoas com maior poder aquisitivo. Assim, “o desenvolvimento da Barra da Tijuca opera a partir de um planejamento cuja finalidade é criar, mais do que um espaço para “negócios financeiros”, um padrão de “qualidade de vida” pautado em valores “mais modernos” (O Globo, 6/9/14).

Portanto, conclui-se que a área geográfica que a matéria faz referência e para quem ela se direciona é uma área com relevância social e econômica. A matéria fala de um crime cometido por jovens oriundos da Zona Oeste, presos por narcotráfico, comércio de substâncias consideradas ilícitas e que portavam ainda réplica de um fuzil. De acordo com a quantidade de substâncias encontradas pelos policiais e considerando as leis nacionais do Brasil, os jovens foram autuados por crime de tráfico. Ainda assim, quando referenciados pela matéria eles são apresentados

primeiro como universitários e depois como suspeitos, quando já poderiam ser classificados como traficantes.

A apresentação de bairros como Barra da Tijuca e Recreio dos Bandeirantes feita inicialmente, contextualiza o fato de que os jovens universitários moradores de lá seriam supostamente oriundos de famílias economicamente favorecidas, ou seja, protegidos por uma sociedade que constantemente discrimina o diferente e exalta o que é superior, sendo qual for o motivo, inclusive financeiro. Esses jovens foram tratados como suspeitos que de fato cometeram e lembrados por sua carreira acadêmica, protegidos pelos muros de seus condomínios numa abordagem que diminuí sua culpa e iliba julgamentos.

A mídia como figura formadora de opinião, orienta seus leitores de acordo com aquilo que deseja seja movida por patrocínio, ou por tendências pessoais do jornalista. A busca por uma participação mais consciente do enunciador na produção da notícia vem sendo objeto de estudo e de intuito de uma parcela de estudiosos.

“Cicília Peruzzo (1998) iniciou o resgate crítico dessa “participação” dos agentes midiáticos na “construção da cidadania”. Sua conclusão reforça a esperança de que a utopia da mídia cidadã deixe de ser “quimera” (ilusão, fantasia), concretizando-se através de processos capazes de evidenciar que “o homem e a mulher encerram a potencialidade de ser sujeitos da história” (p. 23). Assumindo a parte que lhes compete nessa caminhada, Peruzzo & Almeida (2003) e Peruzzo (2004) vêm mobilizando a comunidade acadêmica no sentido de observar e refletir sobre as experiências de “comunicação para a cidadania”. (MELO, 2016, p.351)

4. Conclusão

No Brasil, a condição financeira e ocupação no mercado de trabalho são colocadas em pauta em diversas situações, especialmente quando tratados de prisões ou escândalos. Os jornais falham ao utilizar-se de tratamentos distintos entre as pessoas ao noticiar um fato. Observa-se, assim, a parcialidade desses veículos e a segregação realizada por eles.

Diante da realidade, se faz evidente a configuração textual de forma que transporta o leitor a pensar o sujeito de formas opostas, somente devido a construção de pensamento. O país possui extensa desigualdade social, que é sustentada por

opiniões e pontos de vista sem base crítica, apenas firmado na impressão e preconceito.

Nesse sentido, o questionamento final que se coloca é no sentido de avaliar, a partir da análise feita com o uso do método marxiano, a quantas anda o discurso da imparcialidade jornalística no Brasil, vez que este requisito tão primordial pode ser interpretado atualmente como um forte mantenedor das desigualdades sociais, sobretudo quanto à classe e cor, dentro do território brasileiro.

Referências

ARANTES, Otília; VAINER, Carlos; MARICATO, Ermínia. **A cidade do pensamento único**. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

FREITAS, Ricardo Oliveira de. **Periferia da periferia: mídias alternativas e cultura de minorias em ambientes não metropolitanos**. Santos, Cadernos de Ciências Humanas, 2007. Disponível em <
http://www.uesc.br/revistas/especiarias/ed17/ricardo_oliveira.pdf > Acesso em: 28 de maio de 2019.

FREYRE, Gilberto. **O escravo nos anúncios de jornais brasileiros do século XIX**. São Paulo: Global Editora, 2012.

GOMES, Laurentino. **1808**. São Paulo: Planeta, 2007. Disponível em: <
<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/urbana/article/view/8635320> >
Acesso em 03/06/2019.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

MARTINS, Rosana. **Mídia comunitária e novas construções periféricas sociais no Brasil**. São Paulo: Revista Novos Olhares, 2015. Disponível em: <
www.periodicos.usp.br/novosolhares/article/download/102196/102421 > Acesso em: 28 de junho de 2019.

MELO, José Marques de. **Mídia, cidadania e utopia no Brasil**. Campina Grande: SciELO Books, 2016. Disponível em: < <http://books.scielo.org/id/kcdz2/pdf/sousa-9788578794880-10.pdf> > Acesso em: 28 de maio de 2019.

POCHMANN, Márcio. **O mito da grande classe média: capitalismo e estrutura social**. São Paulo: Boitempo, 2015.

RUBIM, Antoni Albino Canelas. **A contemporaneidade como idade média**. Bahia: Artigos Publicados em Periódicos (Poscultura), 2000. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/icse/v4n7/03.pdf> > Acesso em: 28 de maio de 2019.

SAID, Edward W. **Cultura e imperialismo**. São Paulo: Companhia de Bolso, 2011.

SILVEIRA, Ada Cristina Machado da; SCHWARTZ, Clarissa; GUIMARÃES, Isabel Padilha. **Jornalismo no "país da periferia": noticiabilidade, ambivalência e liminaridade**. Rio de Janeiro: Revista Alceu, 2016. Disponível em: < <http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/art%2056-72.pdf> > Acesso em: 28 de maio de 2019.

PIMENTEL, José Cláudio. **Empresário usou nomes falsos e comprou fubá para esconder 760 kg de cocaína em contêiner, diz PF**. G1, Santos, 30 maio 2019. Disponível em < <https://g1.globo.com/sp/santos-regiao/noticia/2019/05/30/empresario-usou-nomes-falsos-e-comprou-fuba-para-esconder-760-kg-de-cocaina-em-conteiner-diz-pf.ghtml> > Acesso em: 01 de junho de 2019.

Universitários são presos por tráfico de drogas na Zona Oeste do Rio. G1, Rio de Janeiro, 07 jun 2015. Disponível em < <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2015/06/universitarios-sao-presos-por-trafico-de-drogas-na-zona-oeste-do-rio.html> > Acesso em: 01 de junho de 2019.

Logística reversa do centro de tratamento de resíduos sólidos de Barra Mansa

Reverse logistics of solid waste treatment center of Barra Mansa

SANTOS, P. T.¹; OLIVEIRA, T. M.²; CARREIRO, E. L. P.³

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.

paullotarcia@bol.com.br

tainaramariano.oliveira@hotmail.com

eduardo.carreiro@foa.org.br

RESUMO

O presente trabalho objetiva compreender como funciona o processo de logística reversa no Centro de Tratamento de Resíduos Sólidos de Barra Mansa-RJ. Para isso, utilizou-se a pesquisa exploratória, com o intuito de proporcionar maior familiaridade com o problema, com vista a torná-lo explícito. Com relação ao procedimento técnico, utilizou-se o estudo de caso, dado que permite o conhecimento relevante e abrangente de um objeto, de maneira que permite seu uso geral e preciso. Ademais, empregou-se a pesquisa qualitativa para poder analisar os fenômenos com consideração do contexto. Os dados foram coletados por meio da aplicação de entrevista semiestruturada ao Coordenador de Resíduos Sólidos do SAAE de Barra Mansa e ao Engenheiro Responsável pelo CTR-BM. A entrevista é um processo de conversação efetuada face a face, de maneira metódica, proporcionando ao entrevistado verbalmente a informação necessária. Os principais resultados foram a apresentação do funcionamento do processo de logística reversa do centro de tratamento, a apresentação de um estudo de caso e a compreensão do funcionamento. Como resultados, verificou-se que a instalação do CTR-BM é relevante para o município de Barra Mansa e para a região Sul-Fluminense, pois possibilita a destinação adequada dos resíduos sólidos que antes eram enviados para os lixões municipais.

Palavras-chave: Aterro sanitário. Logística reversa. Sustentabilidade.

ABSTRACT

The present search aims to understand how the reverse logistics process works at Barra Mansa-RJ Solid Waste Treatment Center. For this, the exploratory research was used in order to provide greater familiarity with the problem, with a view to making it

explicit. Regarding the technical procedure, the case study was used, since it allows the relevant and comprehensive knowledge of an object, so that it allows its general and precise use. In addition, qualitative research was used to analyze the phenomena with consideration of the context. Data were collected by applying a semi-structured interview to the Barra Mansa SAAE Solid Waste Coordinator and the Engineer Responsible for CTR-BM. Interviewing is a methodical face-to-face conversation process, providing the interviewee verbally with the necessary information. The main results were the presentation of the operation of the treatment center reverse logistics process, the presentation of a case study and the understanding of the operation. As a result, it was found that the installation of CTR-BM is relevant for the municipality of Barra Mansa and for the Sul-Fluminense region, as it enables the proper disposal of solid waste that was previously sent to municipal dumps.

Keywords: Landfill. Reverse logistics. Sustainability.

1. Introdução

A sociedade atual tem convivido com padrões de consumo voltados para a compra e a crescente utilização de produtos com ciclos de vida cada vez mais reduzidos e de embalagens descartáveis. Esses novos modelos têm gerado uma grande quantidade de resíduos sólidos urbanos (RSU) (GONÇALVES et al, 2013).

Dado o aparecimento dos impactos ambientais, as organizações têm sido cada vez mais cobradas a terem um controle efetivo da gestão do ciclo completo de seus produtos (LAVEZ et al, 2011). Sendo assim, o setor empresarial destaca em discussões o problema da sustentabilidade ambiental (SHIBAO et al, 2010).

Nesses debates, surge a Logística Reversa, que ganha espaço nas conversas sobre gestão ambiental e sustentabilidade, principalmente, por responsabilizar as empresas pelos produtos pós-consumo, assegurando que os produtos vendidos sejam recolhidos e enviados para reutilização ou destinação segura (DEMAJOROVIC et al., 2012).

Contudo, as empresas não serão capazes de controlar todos os processos de retorno dos produtos e de dar destino a todos os que desenvolvem após serem consumidos. Sendo assim, surgem os aterros sanitários e políticas públicas para

auxiliar na melhor destinação e reaproveitamento dos produtos (BRASIL, 2010; ABNT NBR 8419/1992).

Com o intuito de estudar a temática na região Sul Fluminense, o presente trabalho visa compreender como funciona o processo de logística reversa no Centro de Tratamento de Resíduos Sólidos de Barra Mansa-RJ. Para isso, entrevistaram-se dois responsáveis pelo centro de tratamento e levantaram-se dados e informações para o embasamento da pesquisa e análise.

Sendo assim, apresenta-se a fundamentação teórica com os tópicos: (1) Logística Reversa; (2) Logística Reversa e Sustentabilidade; e (2) Sustentabilidade e Normatização E Legislação Dos Aterros Sanitários. Na sequência, identificam-se os procedimentos metodológicos e o estudo de caso. Após, finaliza-se a pesquisa com as análises dos resultados e as conclusões.

2. Fundamentação Teórica

2.1. Logística Reversa

O termo Logística Reversa (LR) começou a ser usado na década de 70 e tem ganhado, cada vez mais proporção. Percebe-se que a LR é reconhecida como um complemento do processo logístico e que tem a função de destinar os produtos vendidos após o consumo e no pós-venda. O crescimento da logística reversa traz benefícios para as organizações, clientes, órgãos públicos e, especialmente, ao meio ambiente (LEITE, 2009).

Até a década de 1990, o conceito de logística reversa era trabalhado com o foco nas devoluções de itens que, após a compra pelo cliente, não serviam às expectativas do mesmo, seja por problemas, defeitos ou pelo produto não ser aquilo que era esperado (POZO, 2015).

Segundo Stock (1998) e Lacerda (2009) a logística reversa é um processo que complementa a logística tradicional, pois adiciona ao ciclo tradicional de logística o processo de retorno dos produtos usados dos pontos de consumo até a origem. Ou seja, trata-se de um fluxo inverso ao procedimento tradicional (POZO, 2015). Sendo o principal objetivo dar valor ao produto ou descartá-lo de forma apropriada, dando uma maior atenção às atuais exigências no ambiente dos negócios (LACERDA, 2009).

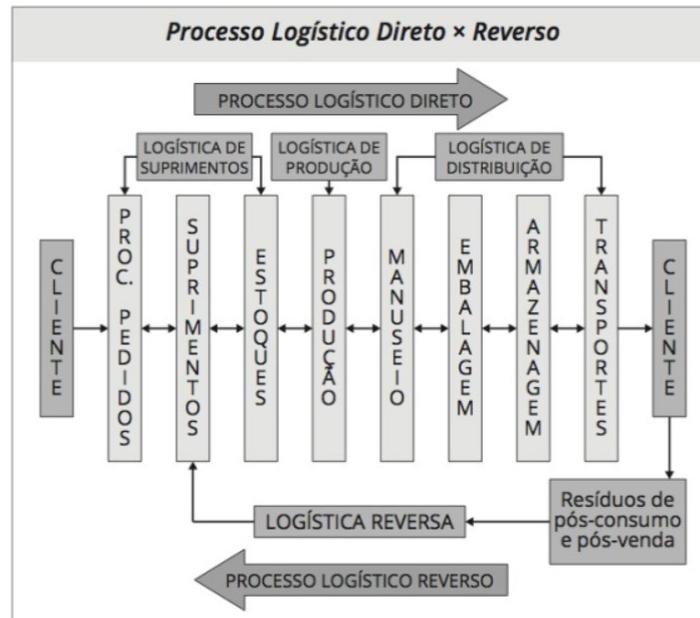
Logística reversa pode ser considerada como uma versão contrária da logística, ou seja, a logística reversa aplica os mesmos recursos como num planejamento convencional. Ambas atuam na área de serviço e estocagem, transporte, armazenagem, fluxo de materiais e sistema de informações, em resumo, trata-se de um novo processo para lucratividade (MUELLER, 2005).

De acordo com Donier (2000), a logística reversa apresenta um novo instrumento para o mercado, com o intuito de dar assistência às empresas, ajudar a controlar a entrega dos produtos e destinar os resíduos. Ressalta-se que a LR, em constante evolução, proporciona possibilidades de negócios voltadas para a sustentabilidade e a responsabilidade para com o meio ambiente.

Ecologicamente, a logística reversa também tem sua influência, porque, por meio dela, as mercadorias usadas são encaminhadas para os destinos corretos, reduzindo, então, a poluição que elas causam ao não retornarem ao período produtivo. Sendo assim, as empresas que aplicam a logística reversa, além de ganharem economicamente, também alcançam a parte social, pois agregam valor a sua imagem, ao adotarem este método (LEITE, 2003).

A implantação da logística reversa, no entanto, necessita ultrapassar muitas adversidades, tais como o desenvolvimento de uma infraestrutura que possa garantir o recolhimento dos resíduos pós-consumo e a identificação de opções para garantir a sua reutilização ou destino seguro, reduzindo os impactos socioambientais. Além disso, muitas vezes, essa prática não é implementada pelo fato de as empresas considerarem sua operacionalização complexa e cara. Afinal, o estabelecimento de fluxos reversos resulta, em grande medida, da coordenação dos diversos participantes da cadeia produtiva (Figura 1) que se disponham a colaborar no processo de retorno dos bens pós-consumo, sejam clientes, intermediários ou consumidores finais (DEMAJOROVIC et al., 2012).

Figura 4 - Processo logístico normal e reverso



Fonte: Pozo (2015)

A informação voltada aos atores da cadeia produtiva, especialmente aos consumidores finais, é um dos elementos fundamentais de qualquer iniciativa na área de logística (DEMAJOROVIC et al., 2012).

Dessa forma, a Logística Reversa (LR) é tema de debate sobre gestão ambiental e sustentabilidade e tem obtido cada vez mais espaço, principalmente, por responsabilizar as empresas pelos produtos pós-consumo, assegurando que os produtos vendidos sejam recolhidos e enviados para reutilização ou destinação segura (DEMAJOROVIC et al., 2012).

2.2. Logística Reversa e Sustentabilidade

Com os novos fundamentos ambientais, a sociedade internacional está internalizando a noção de que o meio ambiente não pode mais ser deixado de lado, ou seja, é necessário agir no planejamento das operações de produção. Os problemas dos resíduos da cadeia de suprimento e o consumo transformaram-se em fatores altamente relevantes, assim todos os resíduos que eram descartados sem custos para o produtor – e sim para a sociedade – passaram a ser considerados, e seus custos e valores (econômico, ambiental e social) passam a exigir que sua logística seja trabalhada, sendo essa uma logística reversa (POZO, 2015).

Segundo Sachs (1993), nas últimas décadas, a sustentabilidade tem sido um dos temas mais discutidos em encontros empresariais, fóruns, seminários acadêmicos e profissionais, com propostas diversas, divulgadas pelas mídias de todo o mundo. Entre os motivos principais para esta conscientização social, está o fato de que os recursos naturais são finitos, e, se não nos preocuparmos agora com o planeta, gerações futuras estarão ameaçadas. Desse modo, tem-se uma nova projeção de desenvolvimento nesse milênio, uma vez que a sustentabilidade entra na pauta dos países, não apenas como desenvolvimento e meio ambiente, mas como forma de desenvolvimento sustentável.

O conceito mais utilizado para definir o desenvolvimento sustentável é o da World Commission For Economic Development (WCED). Para esta comissão, o crescimento sustentável é “um processo de mudança em exploração dos recursos, a direção dos investimentos, a orientação do desenvolvimento tecnológico e a mudança institucional são coerentes com o futuro, e as necessidades atrás” (WCED,1987).

A sustentabilidade vem sendo utilizada com propósitos diversos, nem sempre convergentes (BARONI, 1992). Segundo Herculano (1992), ambientalistas afirmam que a sustentabilidade está sendo exposta de forma equivocada como motivo para o crescimento do negócio e do lucro. Para ser relevante, depende de critérios fundamentais e simultâneos: a igualdade social, ou propósito ecológico e a eficácia financeira (SACHS, 1993).

Sendo assim, a logística reversa deve levar em conta os critérios citados. Contudo, há a necessidade de conscientizar e educar os clientes finais sobre o descarte, bem como criar programas que conscientizem a sociedade sobre os problemas ambientais e sobre as maneiras corretas de descarte dos produtos (LEITE, 2003).

A legislação federal obriga as empresas a fornecerem informações sobre seus respectivos produtos, que orientem os consumidores sobre riscos socioambientais, formas seguras de acondicionamento e caminhos para a devolução dos bens pós-consumo (DEMAJOROVIC et al., 2012).

Os autores Kumar e Malegeant (2006), apresentaram uma pirâmide com opções do que deve ser feito com o lixo (Figura 2). Os itens mais próximos da ponta

da pirâmide são aqueles mais positivos para a sociedade e que contribuem para a sustentabilidade (agregam mais valor).

Figura 5 - Pirâmide de opções de recuperação na cadeia de suprimentos de ciclo fechado.



Fonte: (FARO; CALIA; PAVAN, 2017)

2.3. Logística Reversa e Sustentabilidade

Aterro Sanitário é o processo de acomodação de resíduos sólidos urbanos no solo, causando o mínimo de impacto ao meio ambiente e à saúde pública, de acordo com a norma da ABNT NBR 8419/1992.

Este método de engenharia consiste em abrir cavidades no solo, que são impermeabilizadas com mantas apropriadas, para que não haja vazamentos e possíveis contaminações ao solo, depois é feita a compactação do material descartado, o qual é coberto com a camada de terra para impermeabilização ao final do processo.

No Brasil, os “lixões” a céu aberto se tornaram um dos mais graves problemas ambientais, por isso, foi criada a lei nº 12.305/2010 que instituiu a política nacional de resíduos sólidos (PNRS). Ela designa princípios, normas, instrumentos e objetivos para a gestão e o gerenciamento de resíduos sólidos. Além disso, constitui sua técnica de prioridade: não geração, redução, reutilização do Poder Público, do setor particular e dos consumidores, por meio da responsabilidade compartilhada e o princípio do poluidor-pagador e logística reversa. (BRASIL, 2010).

A Lei nº 11.107/2005 dispõe sobre normas gerais de contratação de consórcios públicos e dá outras providências, permitindo o consórcio entre municípios, com o objetivo de facilitar a gestão desses resíduos, além da utilização de cooperativas ou associações de catadores no trabalho de escolha de resíduos perigosos, por meio do Cadastro Nacional de Operadores de Resíduos Perigosos para estimular a integração do catador nessa ação. Essa lei busca atender a outras legislações e relaciona-se com outros Planos Nacionais, como o de recursos hídricos, saneamento etc (BRASIL,2005).

A Lei nº11.445/07 de Saneamento Básico é composta por diretrizes que atendem à prestação de serviço, de limpeza urbana e controle de resíduos, que devem ser realizados de forma adequada à saúde pública e à proteção do meio ambiente, como um princípio fundamental, em consonância com a Lei nº12.305/10 (BRASIL,2007).

A Lei 12.187/09, que constitui a Política Nacional Sobre Mudanças do Clima na construção de aterros, envolve a alta concentração de gases do efeito estufa (GEE). Essa política veio diminuir o lançamento desses gases na atmosfera. Tal lei cria diretrizes para programas e políticas governamentais. Os programas de Gestão de Resíduos Sólidos têm de seguir esta lei, adotando sistemas e tecnologias que reduzam os impactos, seja na formação do biogás dos aterros, seja no transporte ou no destino de resíduos com grande concentração de carga orgânica (Chorume) (BRASIL, 2009).

A PNRS coincide com as outras legislações vigentes no país, reduzindo os impactos, de forma direta e indireta, que a enorme geração de resíduos sólidos causa ao meio ambiente, aos seus recursos e à saúde pública do país (LEITE, 2015; ECYCLE, 2019).

Antes da implantação do aterro, deve-se obter as licenças exigidas pelos órgãos ambientais, municipais, estaduais ou federais. O conselho Nacional do Meio Ambiente (CONAMA) é o órgão responsável para o licenciamento desta atividade, através das resoluções: CONAMA 01/1986, que trata da responsabilidade, Análise de Impacto Ambiental (EIA), e Relatório de Impacto Ambiental (RIMA) (CONAMA, 1986).

A Resolução CONAMA 237/1997 trata de Licenciamento Ambiental e regulamentação pela política nacional de meio ambiente. A Resolução

CONAMA308/2002 refere-se às diretrizes do licenciamento ambiental e disposição dos resíduos gerados pelos municípios. Além disso, tem-se a concessão de licenças: Licença Prévia, Licença de Instalação (LI), Licença de Operação (LO) (CONAMA, 1997).

Finalizada a obra, solicita-se a licença para funcionar o aterro sanitário, que será concedida, desde que a obra tenha sido implantada de acordo com o projeto licenciado na LI. De posse da LO, o empreendedor poderá iniciar a operação do aterro sanitário.

3. Metodologia

Para o alcance do objetivo apresentado na introdução, utilizou-se a pesquisa exploratória, descrevendo e interpretando os dados coletados na pesquisa e propondo o estudo e novas ideias para os problemas apresentados. A pesquisa exploratória tem o intuito de proporcionar maior familiaridade com o problema, com vista a torná-lo explícito (GIL,2002).

Segundo Gil (2002), o que enfatiza a pesquisa desencadeada não se dispõe de informação suficiente para responder ao problema, ou então a informação disponível se encontra em tal estado de desordem que não pode ser adequadamente relacionado ao problema.

Com relação ao procedimento técnico, utilizou-se o estudo de caso, que possibilita o conhecimento relevante e abrangente de um objeto, de maneira que permite seu uso geral e preciso (GIL,2002).

A pesquisa é qualitativa, pois tem como objetivo interpretar os dados coletados, por meio da observação e descrição. Esse tipo de pesquisa possui o poder de analisar os fenômenos com consideração do contexto (LEITE, 2004).

Já os dados foram coletados por meio da aplicação de entrevista semiestruturada (Anexo I) ao coordenador de resíduos sólidos do Sistema Autônomo de Água e Esgoto (SAAE) de Barra Mansa e ao engenheiro responsável pelo CTR-BM. A entrevista é um processo de conversação efetuada face a face de maneira metódica, proporcionando ao entrevistado, verbalmente a informação necessária. (LEITE, 2004).

3.1. Caso: Centro de Tratamento de Resíduos Sólidos de Barra Mansa (CTR-BM)

O Centro de Tratamento de Resíduos Sólidos de Barra Mansa surgiu da necessidade de se adequar à Lei Federal 12.305/2010 que apresenta a Política Nacional de Resíduos Sólidos.

O descarte inadequado de lixo, no Brasil, já era proibido desde 1954, pela Lei 2.312, de 3 de setembro (Código Nacional de Saúde, 1954); proibição essa ratificada, em 1981, pela Política Nacional do Meio Ambiente, e novamente ratificada, em 2010, pela Lei 12.305 (PNRS, 2010).

A ideia do CTR-BM surgiu na gestão do Prefeito Roosevelt Brasil e foi compartilhada por vários municípios da região Sul Fluminense, uma vez que Barra Mansa tinha uma localização ideal para a implementação do CTR e por proporcionar menor impacto ambiental.

O primeiro passo para a fundação do CTR-BM foi a análise detalhada do terreno, para saber qual a profundidade do lençol freático e para verificar se o solo não era arenoso demais, bem como para se fazer os cálculos de escavação. Com esses dados, pôde-se iniciar a escavação do local que iria receber os resíduos.

A área escavada é compactada e sobre ela é colocada uma manta de polietileno e de alta densidade, seguida de uma camada de pedra britada. Para que haja o fluxo dos gases e líquidos, são instalados canos e calhas para coletar o chorume e o gás metano que será liberado com o acúmulo de resíduos sólidos. A cada 5 metros de altura de resíduos sólidos, é feito um processo de compactação que, após isso, fica com aproximadamente 3 metros de altura. Após a compactação, deposita-se uma camada de 30 a 40cm de argila, que também será compactada para evitar que ocorra vazamento de gases e resíduos e a penetração da chuva, evitando com isso a contaminação e possíveis vazamentos.

O chorume produzido é retirado e transferido para lagos de acumulação e, posteriormente, é tratado e descartado corretamente. Já o gás metano é recolhido e levado, por meio de canos, a motores que o transformam em energia e o encaminham para a rede de distribuição de energia da concessionária. Este processo será repetido até o fim da vida útil do aterro, que deve ser fechado e coberto com uma camada de grama e permanecerá isolado, pois continuará produzindo gás e chorume por, no

mínimo, quinze anos, portanto não se recomenda o uso do terreno para nenhum tipo de construção.

Figura 6 - Centro de Resíduos Sólidos de Barra Mansa



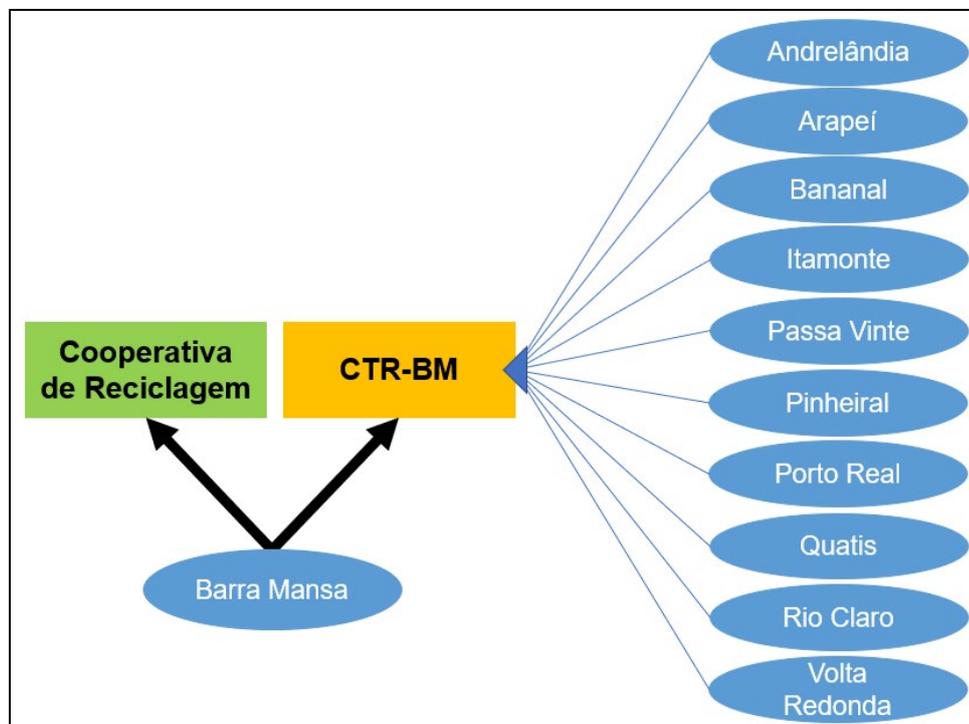
Fonte: Jornal Beira-Rio (2018); Fral (2012).

O CTR-BM possui uma estação de tratamento de chorume, que, atualmente, conta com três lagoas desse resíduo, com tecnologia alemã adotada pela Foxx Haztec (empresa que opera o CTR-BM, cuja intenção é transformar o chorume em água potável - não para consumo humano) (BARRA MANSA, 2019).

Com tecnologia avançada, o CRT-BM passará a produzir biogás, oriundo da decomposição do lixo, que será captado em tubulações e vai gerar 635.000 KWh de energia, volume este capaz de abastecer 4.000 residências por mês. A meta futura é a instalação de mais um motor para duplicar a quantidade de gás captado. Além disso, o centro de tratamento e coleta acondiciona e destina o lixo hospitalar de maneira adequada (BARRA MANSA, 2019).

A separação dos produtos recicláveis é feita por uma cooperativa, fundada junto com o CTR-BM, que tem como objetivo fazer a separação dos produtos para reuso e reciclagem, gerando emprego para as pessoas que moravam no antigo “lixão” de Barra Mansa. Hoje, a cooperativa atende a 52 dos 112 bairros da cidade. Para facilitar o processo de coleta, ela é realizada em dias diferentes dos da coleta do lixo. A cooperativa tem como visão e missão atender a todos os bairros e conscientizar a população para fazer a separação destes produtos.

Figura 7 - Fluxo de Logística reversa e cidades atendidas pelo CTR-BM e Cooperativa de Reciclagem.



Fonte: Elaborado pelos próprios autores (2019)

A unidade do CTR-BM está localizada no terceiro quilômetro da estrada de Bananal/SP e recebe diariamente 750 toneladas de resíduos sólidos, contudo, possui licença ambiental para receber até 950 toneladas por dia. Além da cidade de Barra Mansa, o CTR-BM atende as cidades de Andrelândia, Passa Vinte, Itamonte, Arapeí, Bananal, Quatis, Volta Redonda, Porto Real, Rio Claro e Pinheiral (Figura 4).

4. Resultados e Discussão

O processo de logística reversa vem passando por várias transformações nos últimos anos, antes era um segmento logístico de pós-venda e pós-consumo, e que eram reintegrados ao ciclo produtivo, beneficiando toda a cadeia produtiva (LEITE, 2009). Dessa forma, é de fundamental importância a compreensão do funcionamento do processo de logística reversa no CTR-BM, visto que nem todo lixo produzido no pós-consumo e no pós-venda retornarão para os fabricantes. Sendo assim, descartá-lo de maneira adequada beneficia o meio ambiente, a sociedade e o desenvolvimento sustentável (LACERDA, 2009; LEITE 2003).

Pode-se perceber que a logística reversa é uma peça chave no processo de produção das indústrias, diminuindo o desperdício de matéria-prima, bem como, o reaproveitamento de grande parte de resíduos materiais, que eram descartados de forma inadequada em lixões, mas com a criação dos aterros, passaram a ser encaminhados aos destinos corretos (LEITE, 2003). O CTR-BM cumpre esse papel na cidade de Barra Mansa e para outras dez cidades, pois possibilita a coleta e o encaminhamento dos resíduos ao destino correto.

Com base em todas as definições apresentadas acerca da logística reversa, pode-se ampliar a visão tradicional de retorno dos materiais pós-uso ou pós-consumo, tais como: pilhas, baterias, pneus, que retornam ao próprio fabricante ou a instalações de reciclagem. Porém, em uma visão mais ampla, onde uma gama mais extensa de materiais é descartada no lixo, deve-se recolher e destinar os resíduos sólidos para instalações que façam a triagem, a separação e o reaproveitamento.

O município de Barra Mansa adequou-se à Legislação Federal nº 12.305/2010, no tocante ao destino dos seus resíduos sólidos. Para isso, construiu-se o Centro de Tratamento de Resíduos Sólidos de Barra Mansa, que atende também a vários municípios vizinhos. Assim, é dado um destino adequado a esses resíduos, evitando a poluição do meio ambiente e melhorando as condições sanitárias de toda a região, reduzindo-se a emissão de gases causadores do efeito estufa, principalmente o metano, e possibilitando o cumprimento dos compromissos do país no Acordo de Paris (MMA, 2019).



Percebe-se uma aderência forte entre a construção do CTR-BM e a ideia de logística reversa, observando-se o próprio texto da Lei nº 12.305/2010, antes citada, quando em seu Art. 8º, inciso III, prevê um dos instrumentos da Política Nacional de Resíduos Sólidos, entre outros, a coleta seletiva, os sistemas de logística reversa e ferramentas relacionadas à implementação da responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos.

O CTR-BM conta com uma cooperativa que faz a separação de produtos recicláveis. O trabalho realizado por essa cooperativa é um elemento chave do processo de logística reversa do CTR-BM, pois o material obtido, além de proporcionar renda aos cooperados, reduz o material enviado ao aterro. Além dos ganhos locais, promove uma indústria regional voltada a produtos reciclados e o retorno dos recicláveis aos processos produtivos da indústria, completando o ciclo de vida dos produtos.

Ademais, com a participação da cooperativa, no processo do CTR-BM, percebe-se que pontos superiores da pirâmide de Faro, Calia e Pavan (2017) são alcançados. Para os autores, o aterro sanitário é um elemento importante no processo de logística reversa, contudo, é apenas a base de um processo de logística reversa sustentável. Para um processo efetivo, necessita-se alcançar os pontos superiores da pirâmide como: reuso e reciclagem. Sendo assim, a cooperativa proporciona um destino mais adequado para os produtos descartados. Além disso, o próprio CTR-BM reutiliza o gás metano, como energia e vende para a empresa de energia, e o chorume, que é reaproveitado para a produção de adubo.

Outro elemento importante refere-se aos custos da logística reversa. Com a cooperativa atuando na separação dos materiais aproveitáveis e, desenvolvendo-se uma indústria local de reciclagem, como forma de atender às indústrias da área (principalmente metalúrgicas e indústrias de papel), reduzem-se os custos de transportes e o deslocamento do material segregado a longas distâncias. Dessa forma, os custos totais reduzem-se, colaborando com a viabilidade econômica do empreendimento. Ou, poder-se-ia, mais apropriadamente, chamar esses custos de “investimentos”, na ótica do desenvolvimento sustentável (WCED, 1987).

A logística reversa implementada nesse processo colabora para reduzir custos futuros como a remediação dos impactos negativos atuais e futuros sobre o meio

ambiente, que seriam consequência de um descarte inadequado dos resíduos sólidos em Barra Mansa e na região circunvizinha. Além disso, facilita o processo de logística reversa das empresas, uma vez que nem todas as organizações conseguem controlar o fluxo reverso dos produtos.

5. Conclusão

O presente trabalho teve como objetivo compreender o funcionamento do Centro de Tratamento de Resíduos Sólidos de Barra Mansa. Para isso, buscou-se o conceito de logística reversa e a sua aderência aos princípios de desenvolvimento sustentável, o levantamento da legislação pertinente ao destino de resíduos sólidos, uma análise de uma instalação de recebimento e destinação de resíduos sólidos, no CTR-BM, e inserção deste como parte de um processo de logística reversa de resíduos sólidos.

Como resultados, verificou-se que a instalação do CTR-BM é relevante para o município de Barra Mansa e para a região Sul Fluminense, pois possibilita a destinação adequada dos resíduos sólidos, que antes eram enviados para os “lixões” municipais. Além da destinação dos resíduos, percebeu-se que o aterro gera empregos para as pessoas que trabalhavam nos antigos “lixões” e possibilitou a criação de cooperativas que contribuem para o processo de descarte correto.

O trabalho é relevante, uma vez que não há muitos outros que objetivam compreender o funcionamento da logística reversa do CTR-BM. Além disso, comprova como o desenvolvimento econômico e os problemas ambientais, cada vez maiores, serão determinantes no processo de retorno adequado dos materiais utilizados.

A partir da percepção dos autores da pesquisa, sugerem-se algumas possibilidades para futuras pesquisas. A primeira sugestão seria uma análise mais profunda dos processos do CTR-BM. Outra proposta seria uma pesquisa junto à cooperativa e acerca da reutilização dos resíduos do aterro sanitário.

Embora a pesquisa aumente a compreensão sobre a importância e sobre o funcionamento do CTR-BM, algumas limitações podem ser apresentadas. O trabalho não pesquisou a cooperativa associada ao aterro sanitário, não entrevistou todos os atores do processo de logística reversa e não analisou a visão das empresas, população e das cidades envolvidas no processo. Outra limitação foi que a pesquisa

não levantou dados sobre a reciclagem e o reuso de materiais nas outras cidades atendidas pelo CTR-BM.

Portanto, propõe-se a ampliação dos processos de reciclagem e reuso, tanto para a cidade de Barra Mansa como para as cidades atendidas pelo CTR-BM. Também, indica-se a criação de políticas públicas que incentivem e possibilitem a coleta seletiva em todos os bairros das cidades, pois tal ação proporciona renda e possibilidade de alcançar os níveis mais altos da pirâmide.

Referências

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **Apresentação de projetos de aterro sanitário de resíduos sólidos urbanos**. NBR 8419:1992. Rio de Janeiro: ABNT, 1992.

AGUIAR, A. M. D. S.; FURTADO, C. F. D. C. **Aplicação da logística reversa nas vendas de pneus em fortaleza**. XIII SemeAd. Anais...2010.

BRASIL, 1954 . Lei nº 2312, de 3 de setembro 1954. Código Nacional de Saúde.

BARONI, Margaret. **Ambigüidades e deficiências do conceito de desenvolvimento sustentável**. Revista de administração de empresas, v. 32, n. 2, p. 14-24, 1992.

BRASIL, 2005. Lei no 11.107, de 6 de abril de 2005. **Dispõe sobre normas gerais de contratação de consórcios públicos e dá outras providências**. Disponível em: <>http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2005/lei/l11107.htm>. Acesso em 18.05.2019.

BRASIL, 2007. Lei nº 11.445, de 5 de janeiro de 2007. **Estabelece as diretrizes nacionais para o saneamento básico, cria o Comitê Interministerial de Saneamento Básico, altera a Lei nº 6.766, de 19 de dezembro de 1979, a Lei nº 8.036, de 11 de maio de 1990, a Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, e a Lei nº 8.987, de 13 de fevereiro de 1995, e revoga a Lei nº 6.528, de 11 de maio de 1978**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/lei/l11445.htm>. Acesso em 26.05.2019.

BRASIL, 2009. Lei nº 12.187, de 29 de dezembro de 2009. **Institui a Política Nacional sobre Mudança do Clima - PNMC e dá outras providências.** Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/lei/l12187.htm>. Acesso em 27.05.2019.

BRASIL (2010). Decreto nº. 12.305 de, 2 de agosto de 2010. **Institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos.** Brasília, DF, ago. 2010. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/l12305.htm. Acesso em 18.05.2019.

BRASIL, MMA. **Acordo de Paris.** Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/clima/convencao-das-nacoes-unidas/acordo-de-paris>>. Acesso em 27.05.2019.

CONAMA, 1986. **Resolução CONAMA nº 001, de 23 de janeiro de 1986.** Disponível em: <<https://www.ibama.gov.br/sophia/cnia/legislacao/MMA/RE0001-230186.PDF>>. Acesso em 27.05.2019.

CONAMA, 1997. **Resolução Nº 237, de 19 de dezembro de 1997.** Consultada em: <<http://www2.mma.gov.br/port/conama/res/res97/res23797.html>. Acesso em 27.05.2019>.

DORNIER, Philippe-Pierre, ERNST, Ricardo, FENDER, Michel & KOUVELIS, Panos, **Logística e operações globais.** São Paulo, Atlas, 2000 – acesso em 04/05/19

DEMAJOROVIC, Jacques et al. **Logística reversa: como as empresas comunicam o descarte de baterias e celulares?** RAE-Revista de Administração de Empresas, v. 52, n. 2, p. 165-178, 2012.

ECYCLE. **O que é Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS)?** Disponível em: <<https://www.ecycle.com.br/component/content/article/67-dia-a-dia/3705-o-que-e-politica-nacional-de-residuos-solidos-pnrs-urbanos-descartes-danos-saude-meio-ambiente-qualidade-vida-reciclagem-consumo-instrumento-responsabilidade-produto-metas-lixoes.html>>. Acesso em: 04 jun. de 2019.

FARO, O. EL; CALIA, R. C.; PAVAN, V. H. G. **A Logística Reversa Do Lixo Tecnológico: Um Estudo Sobre a Coleta Do E-Lixo Em Uma Importante Universidade Brasileira.** Revista de Gestão Social e Ambiental, v. 6, n. 3, p. 142, 2017.

FRAL. **Aterro sanitário de Barra Mansa Projeto executivo do aterro sanitário - São Paulo, ano 2012.** Disponível em: < <http://www.fralconsultoria.com.br/projetos/aterro-sanitario-de-barra-mansa-projeto-executivo-do-aterro-sanitario>>. Acesso: 03 jun. 2019.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** São Paulo, v. 5, n. 61, p. 16-17, 2002.

GONÇALVES, M. A.; TANAKA, A. K.; AMEDOMAR, A. DE A. **A Destinação Final dos Resíduos Sólidos Urbanos: Alternativas para a Cidade de São Paulo Através de Casos de Sucesso.** Future Studies Research Journal, v. v.5, n. 2175–5825, p. 96–129, 2013.

Jornal Beira Rio. **Câmara de Barra Mansa Sanciona Lei Que Proíbe Aterro Sanitário-
Jornal Beira Rio** - 21 de fevereiro de 2018. Disponível em:
<<http://jornalbeirario.com.br/portal/?p=56670>>. Acesso em: 03/06/2019.

KUMAR, S.; MALEGEANT, P. **Strategic alliance in a closed-loop supply chain, a case of manufacturer and eco-non-profit organization.** Technovation, v. 26, n. 10, p. 1127–1135, 2006.

LACERDA, Leonardo. **Logística Reversa: Uma visão sobre os conceitos básicos e as práticas operacionais.** p. 1-5, 2009. Disponível em: <<http://www.sargas.com.br>>. Acesso em: 03 jun. 2019.

LAVEZ, N.; SOUZA, V. M de.; LEITE, P. R. **O Papel Da Logistica Reversa No Reaproveitamento Do “Lixo Eletronico” – Um Estudo No Setor De Computadores.** Revista de Gestão Social e Ambiental, v. 5, n. 1, 2011.

LEITE, P. R. **Logística Reversa: Meio Ambiente e Competividade.** São Paulo. Editora Prentice Hall, 2003. Acesso em 03 de junho de 2019.

LEITE, P. R., LAVEZ, N., & SOUZA, V. M. (2009). **Fatores da logística reversa que influem no reaproveitamento do "lixo eletrônico"- um estudo no setor de informática.** XII Simpósio de Administração da Produção, Logística e Operações Internacionais-SIMPOI.

LEITE, R. **PNRS e legislações relacionadas.** Portal de Resíduos Sólidos, 25 nov. de 2015. Disponível em: <<https://portalresiduossolidos.com/pnrs-e-legislacoes-relacionadas/>>. Acesso em: 04 jun. de 2019.

MUELLER, Carla Fernanda. **Logística Reversa, Meio Ambiente e Produtividade.** Grupo de Estudos Logísticos, Universidade Federal de Santa Catarina, 2005.

OLIVEIRA, E. L. *et al.* **Logística Reversa: Uma Análise do Descarte de Baterias e Celulares nos Pontos de Coleta da Claro em Chapecó – SC.** Amazônia, Organizações e Sustentabilidade, v. 2, n. 2, p. 79–95, 2015.

POZO, H. **Logística e Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos: Um Enfoque para os Cursos Superiores de Tecnologia.** São Paulo. Editora Atlas, 2015.

SHIBAO, F. Y.; MOORI, R. G.; SANTOS, M. R. dos. **A logística reversa e a sustentabilidade empresarial.** XIII SemeAd. **Anais...**2010. Disponível em: <http://web-resol.org/textos/a_logistica_reversa_e_a_sustentabilidade_empresarial.pdf> Acesso em: 02 jun. 2019.

SACHS, I. **Estratégias de Transição para o Século XXI – Desenvolvimento e Meio Ambiente.** São Paulo. Studio Nobel – Fundação Para o Desenvolvimento Administrativo, 1993.

STOCKER LAGO, S. M.; FREIRE DA ROCHA JR. DR., W. **Logística reversa, legislação e sustentabilidade: o óleo de fritura residual como matéria-prima para produção de biodiesel.** Gestão e Sociedade, v. 10, n. 27, p. 1458, 2016.

WCED, SPECIAL WORKING SESSION. **World commission on environment and development.** Our common future, 1987.

A Comunicação Social como dispositivo de amplo suporte: a efetividade da informação para o cumprimento da agenda 2030 estruturada pela ONU

Social Communication as Supporting Device: the effectiveness of Information for the UN 2030 Agenda

DUARTE, V. I. C.¹ MACHADO, T. B¹; REZENDE, C. N.;

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.
vi.icd@hotmail.com

RESUMO

As políticas de conscientização e prevenção do meio ambiente estão sendo desenvolvidas ao longo do tempo. Desde o lançamento do Livro Primavera Silenciosa, da escritora Rachel Carson, que denunciou o desaparecimento de pássaros nos campos dos Estados Unidos, provocado por uso de pesticidas na agricultura, cada vez mais, o meio ambiente e a sustentabilidade tem surgido nas pautas governamentais como um dos principais assuntos e como grande preocupação em relação ao futuro do planeta e da humanidade. Desde então, diversas conferências e compromissos entre países vêm sendo realizados. A agenda de 2030, compromisso firmado pela ONU em 2015, é composta por 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável que devem ser atingidos pelos países participantes até 2030. O estudo analisa de que forma o jornalismo e a publicidade estão contribuindo na divulgação, cada um em seu respectivo campo de atuação. Assim, o objetivo desse trabalho é desenvolver uma análise de como o jornalismo e a publicidade estão ajudando a divulgar a agenda de 2030 da ONU e propor um segundo estudo onde serão propostas novas ações.

Palavras-chave: Agenda 2030. Conscientização. Comunicação.

ABSTRACT

Environmental awareness and prevention politics are being developed over time. Since the launch of Rachel Carson's book write of "Silent Spring", which has reported the disappearance of birds in the US fields, caused by pesticide use in agriculture, the environment and sustainability have increasingly emerged on government meeting agenda as a the main issues and as a major concern regarding the future of the planet

and humanity. Since then, various conferences and commitments between different countries have been held. The 2030 Agenda, a commitment made by the UN in 2015, consists of 17 Sustainable Development Goals that must be met by the participating countries by 2030. The study analyzes how journalism and advertising are contributing to the dissemination, each one in their respective field. Thus, the purpose of this paper is to develop an analysis of how journalism and advertising are helping to spread the UN's 2030 Agenda and to propose a second study where new actions will be proposed.

Keywords: 2030 Agenda. Awareness. Communication.

1. Introdução

O crescimento econômico após a Revolução Industrial transformou a sociedade. Com a industrialização em escala, o consumo aumentou possibilitando a melhoria da qualidade de vida. Porém, o uso de recursos prejudiciais ao meio ambiente também cresceu. A exploração por recursos naturais se intensificou prejudicando o meio ambiente e em conjunto a humanidade. De acordo com Valle:

[...] poluição ambiental pode ser definida como toda ação ou omissão do homem que, pela descarga de material ou energia atuando sobre as águas, o solo, o ar, causa desequilíbrio inciso, seja ele curto, seja de longo prazo, sobre o meio ambiente. (2004)

Ou seja, a sociedade é causadora de poluir o meio que vive. Casos recorrentes de desastres ambientais geram enormes problemas sociais. Philip Landrigan, da escola Icahn de Medicina do Hospital de Monte Sinai, afirma que “a poluição é muito mais do que um desafio ambiental; é uma ameaça profunda e generalizada que afeta muitos aspectos da saúde e bem-estar”.

A ONU (Organizações das Nações Unidas), órgão internacional composto por 193 países que se reuniram de forma voluntária para trabalhar pela paz e o desenvolvimento mundial, determinou um conjunto de ações que visam tanto a sociedade como o meio ambiente, a Agenda 2030. Assim a organização busca alcançar uma igualdade em âmbito mundial.

A agenda, composta por 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável – ODS -, busca conscientizar e promover interação entre a sociedade e o meio ambiente. Os objetivos, voltados para a sociedade e o meio ambiente, teve participação da sociedade civil e de grupos interessados onde eles puderam dialogar diretamente com os representantes oficiais. Para isso, houve a inclusão das redes sociais, através da pesquisa global das Nações Unidas “Meu Mundo” que recebeu a participação de mais de 7 milhões de pessoas de todo o planeta. A pesquisa revelou que mais de 70% dos entrevistados possuem idade inferior a 30 anos. O Brasil ocupou a 13ª colocação com 51.612 votos. Sendo 54% com menos de 30 anos, 23% entre 30 e 45 anos e 24% acima de 45 anos.

Porém, é certo que o sucesso da implementação dos ODS dependerá das políticas realizadas por cada país de acordo com suas prioridades e sua realidade, sendo responsabilidade primária deles acompanhar e revisar a nível nacional, regional e global os progressos feitos.

Os objetivos abordam as três dimensões do desenvolvimento sustentável: crescimento econômico, inclusão social e proteção ambiental.

Figura 8 – 17 ODS da Agenda 2030



Fonte: (NAÇÕES UNIDAS, 2015)

Assim, este artigo pretende discorrer como a Agenda 2030 utiliza do jornalismo, publicidade e propaganda para comunicar suas diretrizes analisando os canais de comunicação da ONU no Brasil.

2. A Comunicação da Agenda 2030

Pode-se considerar que a comunicação é feita para que um produto, serviço, ação ou empresa seja conhecido. Sant'Anna (2002, p. 76) diz que a publicidade “[...] serve para realizar as tarefas de comunicação de massa com economia, velocidade e volume maiores que os obtidos através de quaisquer outros meios”. Já a propaganda, Erbolato (1985) define como: “[...] um conjunto de atividades que visam influenciar o homem, com o objetivo religioso, político ou cívico, mas sem finalidade comercial”.

Em outras palavras a ideia é tornar algo público e conhecido. Utilizar a publicidade e a propaganda e o jornalismo tem sido uma estratégia usada por várias empresas em todo o tipo de segmento, seja comercial ou institucional.

A ONU, utiliza de estratégias tanto de publicidade e propaganda quanto de jornalismo para divulgar a Agenda 2030 através de campanhas ou ações realizadas tanto por ela como pela sociedade.

2.1. A Publicidade e Propaganda

Para a análise, foram levantadas as ações nos canais de comunicação eletrônicos: Site oficial, Facebook, Instagram, Twitter, Youtube e E-Mail.

2.1.1. Site

Um dos principais meios utilizados é o site. Nele se encontra todas as informações necessárias sobre a agenda: os objetivos globais e suas respectivas explicações, campanhas que estão sendo realizadas, como fazer parte da ONU e pautas sobre assuntos especiais.

Através do site é possível acessar as plataformas digitais Facebook, Twitter, Youtube, Instagram e Email clicando em seus respectivos logotipo.

2.1.2. Facebook

A plataforma é a que possui maior engajamento, segundo Roberta Caldo, assessora de comunicação da ONU Brasil. As postagens são feitas diariamente e variam entre ações que estão sendo realizadas e notícias. Em agosto de 2019 a página registrou 689.518 curtidas e 695.477 seguidores.

Através do sistema de avaliação da página, observa-se um ponto fraco através das notas baixas, o que pode ajudar a diminuir a credibilidade desse canal de comunicação, além do pouco engajamento percebido pelo número baixo de interações em relação ao número de seguidores.

2.1.3. Twitter

Nessa plataforma os usuários trocam mensagens instantâneas e há atualização constante de notícias. Segundo Comm (2009, p.15), o Twitter permite “[...] aos usuários o envio e a leitura de atualizações pessoais de outros indivíduos de seu contato”. A empresa em abril de 2019 reportou o crescimento de usuários diários em 6%.

O Twitter da ONU Brasil possui um número considerável de seguidores, porém com baixa interação e engajamento, não demonstrando relacionamento com seguidores.

2.1.4. Instagram

Essa é uma rede social de compartilhamento de fotos e vídeos. Segundo uma pesquisa do eMarketer, o Brasil está na terceira posição de maior mercado do Instagram, com 60,1 milhões de usuários.

Contudo, observa-se que o Instagram da ONU Brasil com 546.000 mil seguidores não possui um grande engajamento em suas fotos, mas apresenta um número razoável em relação aos vídeos. As postagens variam falando sobre a Agenda 2030 e parcerias e notícias da ONU que afetam a sociedade.

Observou-se que o engajamento não chega a 12% em relação do público de seguidores da página. Um fator que pode contribuir são as celebridades que seguem a página, possibilitando atrair mais seguidores.

2.1.5. E-mail

Muitas empresas e organizações utilizam essa forma de comunicação com intuito de produzir conteúdo e divulgar de forma gratuita. Uma pesquisa realizada pela Tracto Content Marketing em 2015, afirmou que 62% “acham importante” a geração de leads. Roberta Caldo, utiliza dessa comunicação online para distribuir informações e notícias. Sisto (2010, p. 8) “[...] mas uma das melhores formas de atrair visitantes e convertê-los em Leads é publicando conteúdo sobre o tema. Ela afirma que “[...] os conteúdos têm maior chance de se espalhar de forma viral [...] sem que seja necessário pagar para tal”. O cadastro de e-mails é feito através de formulário presente no site da ONU para envio de informativos quinzenais.

2.1.6. Youtube

A ONU possui uma conta com 47.305 (2019) no Youtube, maior plataforma de exibição e compartilhamento de vídeos. A conta, criada em 02 de junho de 2008, possui cerca de 6 milhões de visualizações. Segundo Roberta Caldo, essa é a plataforma com menor engajamento. A maioria dos vídeos, possui baixo número de visualizações e poucos comentários.

2.1.7. Campanha Geração do Amanhã

Lançada em 27 de setembro de 2017, a campanha realizada pela Tv Globo em parceria Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), tem como objetivo principal trabalhar com os ODS da Agenda 2030. O início da campanha mostrou o curta “Manifesto” com o ator Mateus Solano. No vídeo de 49 segundos, ator fala sobre as diferentes gerações de pessoas e da importância de sermos a geração do amanhã.

Figura 2 – Manifesto



Fonte: (REDE GLOBO, 2019)

A parceria entre a Globo e PNUD, resultou na inclusão do projeto no relatório da UNDP’s Engagement with the Media for Governance, Sustainable Development and Peace” (Engajamento da Mídia na Governança, Desenvolvimento Sustentável e Paz), que conta com 12 projetos. Segundo a reportagem, a campanha Geração do Amanhã é a única da América Latina a figurar o relatório.

Estima-se que a difusão já tenha atingido mais de 100 milhões de pessoas. Segunda a diretora de responsabilidade social da Globo, Beatriz Azeredo “Ela é essencial para que possamos ampliar a comunicação da Agenda 2030 e dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável [...]”

Já Maristela Baioni, representante residente-assistente do PNUD reforça a importância da Globo na difusão do conteúdo, “o alcance da emissora permite uma disseminação do assunto em larga escala e rede nacional, o que nenhum outro canal institucional seria capaz em tão curto espaço de tempo [...]”

Atualmente a campanha está em sua terceira fase desenvolvimento e esse conteúdo pode ser encontrado no site “eusouageraçãodoamanha.globo.com”. O portal também abriga depoimentos da edição atual do REP – Repercutindo Histórias, projeto também da Globo que mostra pessoas envolvidas com os 17 ODS.

2.2. As ações jornalísticas perante à Agenda 2030

O jornalismo, também em parceria com práticas publicitárias, produz materiais com o objetivo de informar a todos, facilitando a reprodução das metas. Porém, os

meios comunicativos aparentam se encontrar defasados e, principalmente, restritos para informar o público com eficácia.

Para exemplificar, no dia 13 de agosto de 2019, a Rede Globo divulgou uma série de reportagens no site G1¹, reproduzidas através do programa Hora 1, que buscam mostrar a realidade mundial e nacional em relação às devidas implementações dos 17 ODS (Objetivos de Desenvolvimento Sustentável) e suas metas. Entre as reportagens efetuadas, nota-se que algumas medidas estão sendo cumpridas pontualmente em algumas áreas profissionais, como a agricultura e a pecuária, mas o conhecimento popular a partir delas ainda é precário.

A partir de uma breve pesquisa no Google², a promoção das iniciativas parte majoritariamente de redes das Nações Unidas, as notícias são direcionadas a uma editoria específica, não atingindo o conhecimento de todos os brasileiros, e campanhas eventualmente ficam às margens da sociedade.

Em vista das realidades documentadas pelo jornalismo desde a aprovação da Agenda 2030 pela comunidade internacional, em 2015, é evidente que a divulgação dos trabalhos e resultados carecem do conhecimento das massas. A forma como as metas são inseridas no contexto brasileiro até a sua eficaz aplicação no país, dependem de uma ampla e forte exposição dos objetivos da ONU. Até o presente momento, são revelados alguns atos comunicativos, bem como informativos, que parecem realmente depender somente de determinados veículos.

3. Metodologia

Para a realização desse estudo, foi utilizado o método de pesquisa bibliográfica, através de livros, periódicos, anais de congressos e sites. Uma análise das redes sociais oficiais da ONU Brasil do dia 14 de novembro de 2018 a 15 de agosto de 2019, bem como dos métodos e periodicidade das postagens feitas na página oficial do órgão na internet.

Como forma de ancoragem do estudo, foi realizada uma entrevista por e-mail, com assessora de comunicação da ONU Brasil Roberta Caldo, observando questões

¹ Disponível em: < <https://g1.globo.com/hora1/noticia/2018/08/13/serie-de-reportagens-mostra-as-17-metas-da-onu-para-desenvolvimento-sustentavel-do-planeta.ghtml> > Acesso em: 16 agosto 2019

relacionadas às ações feitas para disseminação do conteúdo relativo à Agenda 2030, bem como para análise de como tem sido feita a comunicação, tanto no âmbito jornalístico – divulgando –, como no âmbito da publicidade para a propagação e convencimento da importância do papel de cada ator social nesse processo.

Foi ainda realizado um levantamento sobre a utilização dos canais de comunicação da ONU Brasil para a divulgação, convencimento, conscientização e propagação dos compromissos propostos e assumidos pela Agenda 2030.

4. Conclusão

A mídia tornou-se uma aliada na difusão das informações sobre a Agenda 2030, segundo a Nações Unidas³, “tornou-se indispensável para a promoção da governança inclusiva, da paz, do desenvolvimento sustentável e, finalmente, para o alcance da Agenda 2030.” O alcance que ela possui é muito grande e pode atingir um número maior de pessoas.

A ONU utiliza de maneira coerente os canais de comunicação a sua disposição e investe em parcerias tanto com canais de comunicação como a Globo, como pessoas famosas replicando os seus discursos, contudo a estratégia de comunicação não se mostra assertiva. Pela análise feita nas redes sociais da ONU Brasil, o número de seguidores e o engajamento nas curtidas e comentários é muito baixo em todos os seus canais de comunicação.

Através da pesquisa, foi observado que pouco ainda está sendo feito em relação às Políticas Nacionais de Educação Ambiental, para que os objetivos sejam também introduzidos nas escolas e na formação base da geração futura. Em julho desse ano, 2019, o Programa Nacional das Nações Unidas para o Desenvolvimento, lançou junto com a Petrobrás um curso a distância com objetivo de “Aprimorar os conhecimentos de gestores públicos, representantes da sociedade civil organizada e do setor privado em 116 municípios do país para fortalecer políticas e ações que promovam a implementação dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), por meio do “Projeto de Territorialização e Aceleração dos ODS”. (ONU, 2019)

³ Disponível em: <https://nacoesunidas.org/parceria-com-tv-globo-e-destaque-em-relatorio-internacional-do-pnud/>

Resta saber a amplitude da divulgação desse curso para que, além da disseminação da informação, os profissionais da educação possam implementar os 17 ODS na educação base e trabalhar de forma efetiva uma possível mudança social.

Esse estudo aponta a possibilidade de se rever a comunicação e propor uma nova estratégia de comunicação, para que as informações atinjam um maior número de pessoas. Para isso, se propõe uma segunda fase com a realização de pesquisa quantitativa acerca da difusão do que é a Agenda 2030 e de como cada um pode participar em seu dia a dia do cumprimento dos objetivos.

Referências

COMM, J; BURGUE, K. **O poder do Twitter**: estratégias para dominar seu mercado e atingir seus objetivos com um tweet por vez. São Paulo: Gente, 2009. ERBOLATO, Mario. **Dicionário de Propaganda e Jornalismo**. Campinas. Papyrus, 1985. GOOGLE. Disponível em:

https://www.google.com.br/search?q=Agenda+2030&source=lnms&sa=X&ved=0ahUKEwjxlOrVvaHkAhWwK7kGHdyGDAYQ_AUICSgA&biw=1366&bih=651&dpr=1.

Acessado em: 24 ago. 2019.

HORA1. Disponível em: <https://g1.globo.com/hora1/noticia/2018/08/13/serie-de-reportagens-mostra-as-17-metas-da-onu-para-desenvolvimento-sustentavel-do-planeta.ghtml>. Acessado em: 24 ago. 2019

ONU. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/orgaos-brasileiros-acompanham-implementacao-nacional-de-objetivos-globais/>. Acessado em: 20 jul. 2019

ONU. Disponível em: ONU. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/orgaos-brasileiros-acompanham-implementacao-nacional-de-objetivos-globais/>. Acessado em: 05 set. 2019

REDAÇÃO, Nações Unidas. Meu Mundo: Mais de 7 milhões de pessoas participam de pesquisa global da ONU sobre futuro do planeta. Disponível em: <
<https://nacoesunidas.org/meu-mundo-mais-de-7-milhoes-de-pessoas-participam-de-pesquisa-global-da-onu-sobre-futuro-do-planeta/>>. Acesso em 14 de agosto de 2019.

REDAÇÃO. Rede globo. **Objetivos Globais: perguntas e repostas**. Disponível em <
[https://redeglobo.globo.com/Responsabilidade-Social/eu-sou-geracao-do-
amanha/noticia/objetivos-globais-perguntas-e-respostas.ghtml](https://redeglobo.globo.com/Responsabilidade-Social/eu-sou-geracao-do-amanha/noticia/objetivos-globais-perguntas-e-respostas.ghtml)> Acesso em 16 de
abril de 2019

VALE, Cyro Eyer do. **Qualidade Ambiental: ISO 14000**. 5ª ed. São Paulo: Senac, 2004.

SANT'ANNA, Armando. **Propaganda – Teoria, Técnica e Prática**. Cengage Learning,
2009.



Realidade e linguagem desdobradas em “Um sopro de vida”

Reality and language spreaded in “Um sopro de vida”

DA COSTA, C.L.S.¹, GOMES, R. A².

1- UFF, Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ.

2- UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.

carolinaurianoscosta@gmail.com

aliner Gomes@gmail.com

RESUMO

Este artigo apresenta (e representa) uma das possíveis leituras de “Um sopro de vida”, livro póstumo de Clarice Lispector, uma das grandes escritoras da literatura brasileira contemporânea. Este estudo, fundamentado no pensamento de Maurice Blanchot, no livro *A parte do fogo* (1997), considera que a palavra no espaço literário perde sua concepção comum e é destruída para ganhar um outro significado que se faz presente num outro universo da realidade literária. Aqui, a literatura transgride, funda seu próprio universo e convida o leitor a viver uma outra experiência em que o espaço, tempo e linguagem constituem-se desdobrados, possibilitando vivenciar o outro do mundo. Nesse sentido, a escrita literária de Lispector, nessa obra, movimenta-se infinitamente, em sua própria superfície, em um eterno devir. A palavra em *Um sopro de vida* perde seu sentido real e se consolida no espaço literário. Portanto, através da leitura da fortuna crítica da autora e da concepção teórica de Blanchot, observa-se que o leitor experimenta o movimento puro dessa escrita clariceana marcada pela densidade introspectiva e comprometida com o ser e com a linguagem.

Palavras-chave: Clarice Lispector. Linguagem. Realidade literária.

ABSTRACT

This article presents (and represents) one of the possible readings of “A breath of life,” a posthumous book by Clarice Lispector, one of the great writers of contemporary Brazilian literature. This study, based on the thinking of Maurice Blanchot, in the book “A parte do fogo” (1997), considers that the word in literary space loses its common conception and is destroyed to gain another meaning that is present in another universe of literary reality. Here, the literature transgresses,

making its own universe, and invites the reader to live another experience in which space, time and language are unfolded, making it possible to experience the other of the world. In this sense, Lispector's literary writing in this work moves infinitely on its own surface in an eternal becoming. The word in "Um sopro de vida" loses its real meaning and consolidates itself in the literary space. Therefore, by reading the author's critical fortune and Blanchot's theoretical conception, it is observed that the reader experiences the pure movement of this Claricean writing marked by introspective density and committed to being and language.

Keywords: Clarice Lispector. Language. Literary reality.

1. Introdução

O último livro de Clarice Lispector, publicado postumamente, em 1977, *Um sopro de Vida (pulsações)*, revela em suas primeiras páginas a escrita subjetiva, dúbia e misteriosa de uma das autoras mais reverenciadas da literatura contemporânea brasileira.

Angústia e encantamento costumam ser os sentimentos que conduzem aquele que lê Clarice a fazer algumas reflexões e a se comover e a se locomover a buscar leituras e entendimento de uma obra que não permite rótulos. Ela é o que é. E não cabendo em definições e conceitos tradicionais, esta obra permite ao leitor experimentar um universo diferente, criado no plano da introspecção e nas diversas camadas que a linguagem pode ter.

Deste livro, resultado da reunião das diversas anotações de Clarice, desfruta-se do "sugo" das palavras e das imagens a que ele evoca. Ele nos indaga por não sabermos o que ele é, e nos perturba porque, a cada frase e a cada parágrafo, podemos nos tornar incrédulos de nossa própria capacidade de compreensão e tentados a retornar ao seu início. É uma obra que surpreende, a partir do momento que nos despe de nosso anterior estado de incredulidade para o reconhecimento de que este é um livro para ser degustado, apreciado aos poucos, ou até (quem sabe?), infinitamente, oferecendo a possibilidade de muitas releituras.

A natureza singular da escrita de Clarice Lispector que ora é silêncio, ora é movimento, aproxima-se da concepção de palavra, de linguagem e de literatura de

Maurice Blanchot. Para Blanchot, a palavra é uma força detentora de significações e ambiguidades, como considera em seu livro *A parte do fogo*:

Além de cada momento da linguagem poder se tornar ambíguo e dizer coisa diversa do que diz, o sentido geral da linguagem é incerto, não sabemos se ela expressa ou se representa, se é uma coisa ou se a significa; se está ali esquecida ou se se faz esquecer apenas para ser vista; se é transparente por causa do que diz ou clara pela exatidão com que o diz, obscura porque diz demais, opaca porque nada diz (...) portanto, sua irrealidade é princípio de ação e incapacidade de agir: assim como a ficção é em si verdade e também indiferença com relação à verdade (...) ¹

A palavra cria e aniquila, vive e morre, num movimento contínuo, para que, ao se esvaziar, também se torne ideia e uma outra realidade, a realidade metamorfoseada na qual a literatura se insere. É na instabilidade, na capacidade de formar e de se transformar, que a linguagem literária se funda, pois não tem um fim em si, se direciona para além de si mesma e para fora.

Uma análise minuciosa e atenta de *Um sopro de vida* será feita neste artigo que, fundamentado na fortuna crítica da autora e no pensamento de Maurice Blanchot, abordará como se consolidam os desdobramentos da linguagem e da realidade literária nesta relevante obra de Clarice Lispector.

2. Um sopro de vida: a linguagem desdobrada e suas pulsações

Um sopro de vida (pulsações) é dividido em três partes: *O sonho acordado é que é a realidade; Como tornar um sonho acordado; e, o Livro de Ângela*. Na primeira parte, o livro se inicia com a seguinte epígrafe: “Quero escrever movimento puro”. O leitor é colocado em contato com uma das ações mais presentes da narrativa: o processo da escrita e da criação. Na introdução do livro, temos um narrador que apresenta a sua angústia inicial em escrever e criar: “Eu escrevo como se fosse para salvar a vida de alguém. Provavelmente a minha própria vida. Viver é uma espécie de loucura que a morte faz. Vivam os mortos, porque neles vivemos.”²

Antes das três partes presentes em um sumário, temos uma espécie de prefácio, que apresenta do que se trata o livro: “silencioso” e “recém-saído do nada”.

¹ BLANCHOT, Maurice. *A parte do fogo*. Tradução de Ana Maria Scherer. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

² LISPECTOR, Clarice. *Um sopro de vida (pulsações)*. Rio de Janeiro: Rocco, 1999, p.13.

Narrado em primeira pessoa, apresenta duas vozes pontuais – Autor e Ângela – e, ainda, uma voz narrativa, ou, como chama Blanchot, uma voz que é um neutro, aparentemente invisível, mas é quem organiza o discurso, que está por trás do texto.

Portanto, neste artigo, será usado o conceito de narrativa e de voz narrativa fundamentados por Blanchot:

(...) a narrativa seria como que um círculo neutralizando a vida, aquilo que não quer dizer, sem relação com ela, mas se reportando à ela por uma relação neutra. Dentro deste círculo, o sentido do que é e do que é dito está, não obstante, bem dado, mas a partir de um recuo, de uma distância onde são antecipadamente neutralizados todos os sentidos e toda falta de sentido(...) É como uma palavra que não clareia nem obscurece.³

Ao tomarmos os conceitos abordados por Maurice Blanchot, observaremos na referida obra de Lispector que Autor e Ângela produzem seus discursos muitas vezes de forma desconexa, centrados na experiência interior e nos estados da consciência individual. Nesse aspecto, Nádia Batella Gotlib, uma das grandes estudiosas da escritora, aponta que,

talvez o principal desse livro, que ela chama de ‘pulsações’, seja exatamente esse seu caráter de texto impermeável a qualquer classificação tradicional, em que o narrador (...) perde o fio de uma possível lógica inteligível dos fatos e, assim, tal como em *Água Viva*, atinge um ponto mais próximo do clímax do sumo da linguagem ou do silêncio, estilhaçadamente(...).⁴

De acordo com a assertiva de Gotlib, em oposição às narrativas tradicionais, a linguagem no texto de Clarice encontra-se e desencontra-se com o leitor, constrói e desconstrói o sentido, num desdobramento cíclico que perpassa toda a narrativa. Os discursos e pensamentos dos personagens começam e terminam um no outro, numa escrita marcada pelo vazio:

Para escrever tenho que me colocar no vazio. Neste vazio é que existo intuitivamente. Mas é um vazio terrivelmente perigoso: dele arranco sangue. Sou um escritor que tem medo da cilada das palavras: as palavras que digo escondem outras – quais? talvez as diga. Escrever é uma pedra lançada no poço fundo⁵.

³ BLANCHOT, Maurice. *L’entretien infini*. Paris: Gallimard, 1969, XV, p.556 - 567 Tradução de Maria Lúcia Wiltshire de Oliveira, dezembro de 2009, p.1.

⁴ GOTLIB, Nádia Batella. *Clarice: Uma vida que se conta*. São Paulo: Ática, 1995, p.474.

⁵ LISPECTOR, Clarice. *Um sopro de vida (pulsações)*. Rio de Janeiro: Rocco, 1999, p. 15.

Essa escrita que rompe com uma visão tradicional de escritura e de narrativa está relacionada ao conceito de literatura e linguagem de Blanchot. Segundo Blanchot (2009) a palavra no espaço literário perde sua concepção comum e é destruída para ganhar um outro significado que se faz presente num outro universo, numa realidade literária. Aqui, a literatura transgredir, funda seu próprio universo e convida o leitor a viver uma outra experiência, em que espaço, tempo e linguagem constituem-se desdobrados, possibilitando vivenciar *o outro do mundo*, como explica Tatiana Levy sobre a teoria de Blanchot:

A linguagem da ficção – seu elemento real – coloca o leitor com a irrealidade da obra, com esse mundo imaginário que toda narrativa evoca. E é por isso que a palavra literária, em vez de representar o mundo, apresenta o que Blanchot denomina “o outro de todos os mundos”. Os personagens, as situações, as sensações nos são apresentados de forma a nos fazer senti-los, a nos fazer vivê-los. Justamente, por esse motivo, essa experiência é profundamente real. Dessa maneira, pode-se afirmar que a linguagem literária não se refere a um objeto ausente, pois evoca o objeto em seu esplendor, em sua realidade plena.⁶

Ao experimentarmos *o outro do mundo* em *Um sopro de vida* entramos no espaço da escrita literária. Nesse lugar, o tempo é o da linguagem, que não segue uma progressão cronológica, é eterno em seu movimento de nulidade, de não ser nem um presente, nem passado, como nos é dito no início do livro, “Hoje está um dia de nada. Hoje é zero hora.⁷”. A linguagem é marcada pela impossibilidade de se autodenominar. O próprio ato de escrita é direcionado ao encontro do desconhecido, como observamos nestas passagens “Cada novo livro é uma viagem. Só que é uma viagem de olhos vendados em mares nunca dantes revelados – a mordida nos olhos, o terror da escuridão é total.⁸”

Temos a sensação de que a narrativa é contada por ninguém, ela fala ao neutro e se situa no espaço do neutro. Nesse sentido, é dado à linguagem o poder de causar estranhamento à compreensão e, ao ter poder e ao causar estranhamento, a

⁶ LEVY, Tatiana Salem. *A experiência do fora: Blanchot, Foucault e Deleuze*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011, p. 20.

⁷ *Ibid.*, p. 13

⁸ *Ibid.*, p.16

linguagem também confunde, já que, fundada no espaço do neutro, não conseguimos distinguir se o que nos é narrado perturba ou elucida.

Esse espaço do neutro, conceituado por Blanchot, funda-se no desmoronamento do sujeito cartesiano, dos valores e das certezas. Ao criar uma realidade da própria criação do ato de escrever, com personagens que figuram o criador e criatura e ainda uma outra voz, estabelece-se uma relação neutra, em que há, ao mesmo tempo, escritor, narrador e personagens, em que um é o começo e o fim do outro.

Ainda na primeira parte do livro, o narrador explica os motivos que o levaram a escrever, remetendo-se ao nome do livro, e explicando o seu desejo por uma nova coisa que justifique sua existência e busca por significar e ressignificar a vida:

Vós me obrigais a um esforço tremendo de escrever; ora, me dê licença, meu caro, deixa eu passar. Sou sério e honesto e se não digo a verdade é porque esta é proibida. Eu não aplico o proibido mas eu o liberto. As coisas obedecem ao sopro vital. Nasce-se para fruir. E fruir já é nascer.(...) Eu quero a verdade que só me é dada através de seu oposto, de sua inverdade. E não aguento o cotidiano. Deve ser por isso que escrevo.⁹

Observamos que neste processo de urgência que é a escrita, há um desejo de ser e de se misturar ao discurso literário, como se vida e morte rugissem, desesperados, resultando neste anseio pela criação e por uma outra realidade.

Viver é mágico e inteiramente inexplicável. Eu compreendo melhor a morte. Ser cotidiano é um vício. O que é que eu sou? sou um pensamento. Tenho em mim o sopro? tenho? mas quem é esse que tem? quem é que fala por mim? tenho um corpo e um espírito? eu sou um eu? 'é exatamente isto, você é um eu', responde-me o mundo terrivelmente. E fico horrorizado.¹⁰

O narrador se questiona quanto à sua forma, existência e à sua importância como criador, duvidando de sua autoridade no processo de criação. Há uma resposta da realidade que o cerca, afirmando que aquele que escreve e que cria também é um ser criado. Aqui, fica evidente a presença de um outro que narra, uma voz neutra, que cria esta interrogação de quem é o sujeito que escreve, se inscreve e também se anula na sua própria escrita.

⁹ Ibid., p. 18

¹⁰ Ibid., p. 19.

O resultado disso tudo é que vou ter que criar um personagem – mais ou menos como fazem os romancistas e através da criação dele para conhecer. Porque eu sozinho não consigo: a solidão, a mesma que existe em cada um, me fez inventar. E haverá outro modo de salvar-se? senão o de criar as próprias realidades?¹¹

No livro *A parte do fogo*, Maurice Blanchot discute a experiência dessa relação entre autor, leitor e obra, afirmando que o leitor deseja na obra literária “descobrir algo desconhecido, uma realidade diferente, um espírito separado que possa transformá-lo e que ele possa transformar em si.¹²” O leitor busca a voz de um outro, que perturba e que não se define, uma voz nula. De fato, quem lê *Um sopro de vida* se depara com um certo tipo de pureza do discurso, uma pureza que vem da escrita que cria, recria e destrói para se fazer outra. A obra está em movimento, é viva, mas ao mesmo tempo caminha para a destruição, para a morte. É o que parece que Clarice deseja nos mostrar:

Será que estou com medo de dar o passo de morrer agora mesmo? Cuidar para não morrer. No entanto eu já estou no futuro. Esse meu futuro que será para vós o passado de um morto. Quando acabardes este livro chorai por mim um aleluia. Quando fechardes as últimas páginas deste malogro e afoito e brincalhão livro de vida então esquecei-me. Que Deus vos abençoe então e este livro acaba bem. Para enfim eu ter repouso. Que a paz esteja entre nós, entre vós e entre mim.¹³

Terminando a introdução, o leitor é avisado que este livro de vida é “malogro”, “afoito” e “brincalhão”, adjetivos que transmitem a ideia de que a linguagem, assim como a vida, fracassa, precipita-se e brinca conosco, e que, cumprida a sua missão, é permitido que se transformem a voz, o leitor e a própria linguagem e a escrita da obra, para além desta realidade: “Estou caindo no discurso? que me perdoem os fiéis do templo: eu escrevo e assim me livro de mim e posso descansar.”

Ao trazer a figura da morte para seu texto, Clarice expressa sua consciência de que ao escrever se está mais próxima da vida e da morte, que por trás de toda a sua vontade de permanecer em vida, não nega o seu desejo de alcançar a paz vinda do descanso eterno da morte. Confunde-se o desejo da escritora com o desejo da própria

¹¹ Ibidem.

¹² BLANCHOT, Maurice. *A parte do fogo*. Rio de Janeiro: Rocco, 1997, p.297.

¹³ LISPECTOR, Clarice. *Um sopro de vida (pulsações)*. Rio de Janeiro: Rocco, 1999, p. 21.

escrita de fazer-se ser para deixar de ser, o que chama Blanchot da verdade da linguagem:

(...) a linguagem é a vida que carrega a morte e nela se mantém. Se quisermos trazer a literatura ao movimento que torna acessíveis todas as ambiguidades, ele está ali: a literatura, como a palavra comum, começa com o fim que, somente ele, permite compreender. Para falar, devemos ver a morte, vê-la atrás de nós. Quando falamos, nós nos apoiamos num túmulo, e esse vazio do túmulo é o que faz a verdade da linguagem, mas ao mesmo tempo o vazio é realidade e a morte se faz ser. Existe ser – isto é, uma verdade lógica e expressável – e existe um mundo porque podemos destruir as coisas e suspender a existência. É nisso que podemos dizer que existe ser, porque existe o nada: a morte é a possibilidade do homem, é a sua chance, é por ela que nos resta o futuro de um mundo realizado; a morte é a maior esperança dos homens, sua única esperança de serem homens.¹⁴

A linguagem literária se realiza na negação do real, destrói o objeto e sua representação e passar a ser outra, numa realidade que já não é mais a que conhecemos, mas a realidade da escrita literária. Ao tentarmos representar uma coisa, um ser ou um objeto através da linguagem, já não estamos mais falando dele, pois ao nomeá-lo também o estamos negando. Mata-se essa coisa, esse ser ou objeto no mundo real para lhe dar uma outra existência que antes não estava presente e que só existe pelo viés da literatura.

(...) a linguagem literária é feita de inquietude, é feita também de contradições. Sua posição é pouco estável e pouco sólida. De um lado, numa coisa, só se interessa por seu sentido, por sua ausência, e essa ausência ela desejaria alcançar absolutamente nela mesma, querendo alcançar em seu conjunto o movimento indefinido de compreensão.¹⁵

Sob a visão de Blanchot, no trecho supracitado, observamos com clareza a palavra em *Um sopro de vida* perder seu sentido real e se fazer ser no universo literário, negando as demais formas de realidade. Ao negar o real para se inventar o real do mundo literário, estabelece-se o paradoxo da literatura: ser presença ao se consolidar por si mesma e ser ausência ao negar a realidade para se tornar ela mesma. A literatura precisa desta tensão de vida e morte presente no âmago da

¹⁴ BLANCHOT, Maurice. **A parte do fogo**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997, p.323.

¹⁵ Ibid., p. 313.

palavra e da linguagem literária para existir e desdobrar-se para o fora, constituindo-se o outro do mundo.

3. Estrela acesa ao entardecer: veio de um mistério e partiu para outro ¹⁶ – considerações finais:

Ao finalizar este trabalho, após a análise de *Um sopro de vida*, da fortuna crítica e das reflexões do pensamento de Blanchot, descobrimos que a preciosidade deste livro está na amplitude de indagações e de leituras que ele suscita. Esta riqueza de sentidos, ambiguidades e incompletudes são tão latentes que, sem dúvida, há muito ainda a ser pensado e discutido sobre como Clarice Lispector utilizou a escrita literária e fundou nela uma realidade tão singular como a deste seu último livro, publicado após sua morte.

Estamos diante de uma narrativa complexa, que foge das classificações tradicionais, que causa estranhamento ao leitor não apenas por apresentar uma realidade tão singular mas também por propiciar a experiência do processo da criação dos personagens e suas inquietações, clímax e transformações. Entretanto, mais importante do que observar como a linguagem de Clarice Lispector nos estranha, é comprovar o como o seu dizer possibilita tantos outros dizeres. É indiscutível que a leitura de Lispector não cabe apenas em algumas poucas análises e discussões.

Como bem observamos no pensamento de Blanchot, a literatura nega o real e, pelos seus desdobramentos, cria uma nova realidade. Não se pode compreendê-la em sua totalidade, dissecá-la, dispor de tudo o que ela pode nos oferecer. Ela possui sua realidade e sua linguagem que, em seu espaço e tempo, movimenta-se infinitamente, em sua própria superfície, em um eterno devir.

Assim, pode-se afirmar que a narrativa de Clarice em *Um sopro de vida* aproxima-se da concepção de Blanchot sobre a literatura e linguagem. A escritora nos conduz aos tormentos e inquietações do processo de escrita e criação através dos personagens Ângela e Autor e ainda um outro narrador que parecem formar uma única força criadora. Ao sermos conduzidos ao íntimo dos personagens e as suas

¹⁶ Referência ao poema "Visão de Clarice Lispector" de Carlos Drummond de Andrade em homenagem à autora.

descobertas entendemos que estamos diante de um outro do mundo, e que este outro, que nos é revelado ali, não termina, é eterno em uma outra realidade, a realidade literária.

Ao deixar os escritos de *Um sopro de vida* a serem publicados após sua morte, Clarice Lispector, entre tantos outros vislumbres que nos causa, nos leva a experimentar o movimento puro de sua escrita. As reticências no final do livro acentua o movimento da narrada marcado pelo devir, enfatizando o interesse da autora pela eternidade. Sendo assim, *Um sopro de vida* permanece oferecendo ao leitor a possibilidade de vivenciar a experiência da realidade desdobrada, por meio da linguagem, em tantos outros do mundo em que a literatura pode criar.

Referências

ANDRADE, Carlos Drummond de. **Visões de Clarice Lispector**. In:_____. Discurso de Primavera e algumas sombras. 2.ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1978, p.49-50.

BLANCHOT, Maurice. **A parte do fogo**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

_____. **L'entretien infini**. Paris: Gallimard, 1969, XV, pp.556-567. Tradução de Maria Lúcia Wiltshire de Oliveira, dezembro de 2009.

GOTLIB, Nádia Batella. **Clarice: uma vida que se conta**. São Paulo: Ática, 1995.

LEVY. Tatiana Salem. **A experiência do fora: Blanchot, Foucault e Deleuze**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011.

LISPECTOR, Clarice. **Um sopro de vida**. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.

_____. **Água viva**. Rio de Janeiro: Rocco, 1998.

NIETZSCHE, Friedrich Wilhelm. **Humano, demasiado humano: um livro para espíritos livres**. Tradução, notas e posfácio Paulo César de Souza. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

NUNES, Benedito. **O drama da linguagem; uma leitura de Clarice Lispector**. São Paulo: Ática, 1995.

Meio ambiente e ações educomunicativas com alunos do ensino médio

Environment and educommunicative actions with high school students

FARIA, F. P. P.; FERREIRA, S. L.; NEVES, I. A.; VIEIRA, T. R. B.;

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.

fernandapaivapfaria@gmail.com

salete.ferreira@foa.org.br

igor_altomare@hotmail.com

tawane.brasil@hotmail.com

RESUMO

Este trabalho tem por objetivo apresentar ações educomunicativas desenvolvidas junto a alunos do ensino médio. Parte-se do questionamento se práticas educomunicativas são realmente capazes de estimular jovens a se sentirem parte do meio em que vivem, se reconhecendo como agente modificador da sua realidade, principalmente a partir da escola? Acredita-se que práticas educomunicativas impulsionam reflexões e mudanças de atitude junto aos jovens na escola. Esta pesquisa resulta de um PIC cujo objetivo destinava-se a propiciar o desenvolvimento de práticas educomunicativas por acadêmicos da disciplina de Educomunicação, do 4º ano de Jornalismo do UniFOA, junto a alunos do ensino médio, sobre a temática meio ambiente, onde os alunos deveriam criar vídeos sobre problemas ambientais encontrados na localidade onde residem e apresentar possíveis soluções. Dos 28 alunos: 93% consideraram os temas abordados (meio ambiente e cidadania) como muito importantes; 82% demonstram que passaram a pensar de forma diferente sobre os assuntos; destes, 32% disseram ter mudado sua maneira de interagir com o meio. Sobre os vídeos elaborados por eles, 93% responderam que influenciaram o modo como enxergam o meio ambiente e as relações humanas com o mesmo. Desse modo, as ações implementadas constituíram-se em ações educomunicativas e confirmaram a hipótese desse estudo.

Palavras-chaves: Educomunicação. Ensino médio. Meio ambiente. Produção de vídeos.

ABSTRACT

The aim of this study was to present educommunicative actions practiced with junior High School students. Firstly the group inquired whether educommunicative practices really could stimulate teenagers in making themselves feel as part of the ecosystem we live in, and mainly as active agents in the change of the reality since High School. We believe that educommunicative actions help teenagers to reflect and change habits during school. The present work is result of an Extension Project which objectified to promote educommunicative practices about environment to the fourth-grade junior students in High School by upperclassmen from UniFOA, Volta Redonda – RJ. As part of the proposal of the project, students had to make video clips reporting current environmental issues in their own neighborhoods, and also to come up with a solution. Out of 28 students: 93% classified themes like “environment” and “citizenship” as very important; 82% said that the project changed their minds; and 32% said that it changed their behavior with the environment around them. In addition, 93% answered that the video clips influenced in the way of seeing the relation between environment and human relationships. To sum up, the group could establish that the implemented activities were positive as educommunicational actions, confirming, then, the previous hypothesis of the study.

Keywords: *Educommunication. High school. Environment. Video making.*

1. Introdução

Pode-se dizer que a educomunicação ainda é um conceito em construção muito trabalhado nas academias, indo além do sinônimo de educação frente aos meios de comunicação, e ainda se diferencia de educação midiática ou tecnológica. O termo educomunicação surgiu na década de 1980 formulado pela UNESCO “[...] para designar todo o esforço do campo educativo em relação aos efeitos dos meios de comunicação na formação de crianças e jovens” (SOARES, 2014, p. 11).

A partir de 1999 houve uma evolução no entendimento do que seria, de fato, a educomunicação, que passou a denominar “[...] um campo de intervenção social na interface entre a comunicação e a educação” (SOARES, 2014, p. 16). Este conceito foi confirmado pelo Núcleo de Comunicação e Educação da USP (Universidade de São

Paulo) através de pesquisa com especialistas latino-americanos de doze países entre os anos de 1997 e 1999. A pesquisa demonstrou a inter-relação entre a comunicação e a educação, um espaço que atribui direito à comunicação, em qualquer contexto da vida social (SOARES, 2014).

Com base no exposto, este trabalho tem por objetivo apresentar ações educacionais desenvolvidas pelos acadêmicos do 4º ano do Curso de Jornalismo do Centro Universitário de Volta Redonda – UniFOA, com alunos do 3º ano do ensino médio do Colégio Estadual Baldomero Barbará, em Barra Mansa, RJ.

Parte-se do questionamento se práticas educacionais são realmente capazes de estimular jovens a se sentirem parte do meio em que vivem, se reconhecendo como agente modificador da sua realidade, principalmente a partir da escola? Acredita-se que a partir de práticas educativas baseadas no diálogo e na participação, aliadas a tecnologia, ou seja, de ações educacionais seja possível impulsionar reflexões e mudanças de atitudes junto aos jovens na escola.

1.1. Educomunicação: história e conceito

A respeito da educomunicação Gómez (2014, p. 11) menciona que é um campo “[...] capaz de ativar capacidades e competências voltadas a produzir discursos e linguagens que coloquem em linha os conteúdos escolares e a sociedade inclusiva”. Desse modo, a educomunicação trabalha a reflexão inclusive dos próprios meios de comunicação. Na perspectiva do autor, há-educomunicação quando a relação entre as salas de aula e comunicação constroem a emancipação cidadã por meio da alfabetização midiática. Segundo Aparici (2014, p. 37):

A educomunicação apresenta a filosofia, a prática da educação e da comunicação baseadas no diálogo e na participação, que não exigem somente tecnologias, mas também uma mudança de atitudes e de concepções pedagógicas e comunicativas. (KAPLÚN, 1998, *apud* APARICI, 2014)

Pode-se entender que o diálogo e a tecnologia são empregados para que se chegue a atitudes reflexivas e, assim, ao conhecimento. Para isso torna-se necessária a participação ativa dos envolvidos no processo, que estabelecem indagações, questionam-se, buscam alternativas, ou seja, promovendo novas concepções de entendimento e de ação.

Para Soares (2014), a educomunicação trata de assuntos complexos, principalmente voltados para temas transversais referentes a assuntos que perpassam por todas as áreas do conhecimento e vivenciados pela sociedade como o meio ambiente. Assim, o autor comprova, por meio de estudos científicos realizados pelo NCE-ECA/USP (Núcleo de Educação e Comunicação da USP), a efetiva importância da educomunicação na construção das habilidades comunicativas de discentes e docentes:

E, nesse sentido, o conceito vem sendo apresentado como um aliado no processo de gestão pedagógica das reformas pretendidas, oferecendo substancial contribuição para a formação do jovem, na medida em que, pelas experiências de uma comunicação compartilhada, abre para ele novas possibilidades de leitura e construção do mundo. (SOARES, 2014, p.53).

Desse modo, compactua-se com a afirmação do professor Ismar Soares que, em mais de quarenta anos de debates e pesquisas a respeito do tema, a disciplina educomunicação permite que a juventude se sinta parte do meio em que vive, se reconhecendo como agente modificador da sua realidade, principalmente a partir da escola. O presente assunto será abordado no tópico 3 que se segue.

1.2. A educomunicação como ferramenta de educação ambiental

Segundo Ismar Soares, o termo educomunicação “[...] designa um campo de ação emergente na interface entre os tradicionais campos da educação e da comunicação”, o qual, de acordo com o mesmo autor, mostra-se como “[...] um excelente caminho de renovação das práticas sociais que objetivam ampliar as condições de expressão de todos os seguimentos humanos, especialmente da infância e juventude” (SOARES, 2014, p. 15).

O debate a respeito da relação entre infância/juventude e a comunicação pauta-se como uma questão de contínuo interesse do referido autor no âmbito da pesquisa educacional. Dessa forma, o pesquisador afirma que o fomento de condições que propiciem o aumento de expressão da juventude a fim comprometê-los com o seu próprio processo educacional, ou seja, com seu autodesenvolvimento, é visto como uma meta no Brasil (SOARES, 2014).

Ismar de Oliveira baseia-se nas informações presentes em livro referendado pela Unesco¹ sobre o tema quando:

Aponta para o fato de que as novas gerações, quando orientadas por adultos significativos para elas (pais, professores, gestores de projetos na área da mídia e educação), têm optado por assumir suas responsabilidades na construção de um mundo mais intensamente comunicado, contribuindo para que os meios de informação estejam a serviço da edificação de uma sociedade mais humana, pacífica e solidária (SOARES, 2014, p. 15).

Nesse contexto, Soares (2014) responsabiliza a relação da tríade ensino-juventude-mundo como norteadora do referido processo formativo, o qual é, na essência, transformador. No presente tópico, propõem-se a abordar a educomunicação como ferramenta para a educação ambiental e a iniciativa dos jovens frente à conscientização da bandeira.

Em *Educomunicação: o conceito, o profissional, a aplicação: contribuições para a reforma do Ensino Médio* (2014), Soares expõe que o conceito sobre “juventude”, enquanto indicador de uma fase específica da vida humana, foi sendo debatido e construído com o passar dos anos, principalmente nos finais dos séculos XIX e XX. Tal processo teria ocorrido por “[...] um lado à organização do trabalho no mundo industrial e, de outro, ao fortalecimento e universalização da instituição escolar”. O jovem era, então, visto como um “[...] sujeito que havia deixado a adolescência e precisava receber uma preparação imediata (preferencialmente escolarizada) para ingressar no mercado de trabalho” (SOARES, 2014, p. 23).

Ainda na referente obra supracitada, é reiteradamente ratificado que a educomunicação trabalha com base em uma perspectiva transdisciplinar², ou seja, uma intercomunicação entre disciplinas a fim de se alcançar um exercício mais amplo da cognição humana (SOARES, 2014). O autor também complementa que entre os

¹ Soares (2014) debruça-se sobre as conclusões do livro assinado pela Unesco e dedicado ao tema da relação ente infância/juventude e a comunicação, intitulado *Youth Engaging with the World: Media, Communication and Social Change* (Unesco, Nordicom, Sweden, 2009).

² Princípio teórico que busca uma intercomunicação entre as disciplinas, tratando efetivamente de um tema comum (transversal). Ou seja, na transdisciplinaridade não existem fronteiras entre as disciplinas (EDUCABRASIL, 2001). Disponível em: <<https://www.educabrasil.com.br/transdisciplinaridade/>>. Acesso em: 18 de ago. 2019.

assuntos que dizem respeito ao tema destacam-se questões como ética, saúde, meio ambiente etc.

No capítulo 7, intitulado *Tratamento educ comunicativo para o tema do meio ambiente*, o autor dispõe de maior atenção à educação ambiental. Dessa forma, a título de exemplo, Ismar (SOARES, 2014) introduz ao leitor o relato a respeito de um encontro realizado na Fundação Helio Augusto de Sousa (FUNDHAS) para um programa de formação de educ comunicadores, em São José dos Campos, em abril de 2010. Essa reunião objetivava estimular os gestores e docentes da instituição na identificação, entre as manchetes da primeira página do jornal *O Estado de S. Paulo*³, matérias referentes à área ambiental. Após a seleção imediata de quatro entre os dez títulos na capa, os educadores da FUNDHAS constataram, nas palavras de Soares (2014), que:

- a) a mídia pode converter-se num excelente auxílio ao docente em aulas de diferentes conteúdos, especialmente se ao professor é dada a oportunidade de consultar fontes diversas (no caso, a Internet, outros jornais, o rádio e a TV);
- b) o tema do meio ambiente deve ser trabalhado a partir do entendimento de que o ser humano integra a paisagem em que está historicamente inserido;
- c) pela análise dos aspectos abordados em cada chamada das matérias, somente é possível tratar o tema do meio ambiente com base em uma visão interdisciplinar e transdisciplinar das questões em foco;
- d) no caso do uso da educ comunicação como procedimento, a edição do jornal em questão poderia oferecer subsídios para uma série de trabalhos com uso dos recursos midiáticos, levando os estudantes a produzir informações relevantes próximas à sua realidade (SOARES, 2014, p. 74).

Soares (2014) complementa que os docentes participantes da atividade puderam pressupor que a mídia poderia – e pode – servir como importante ferramenta no processo educativo nos mais variados temas, haja vista que colabora com a elaboração de visões interdisciplinares e transdisciplinares.

Ademais, o desfecho dos professores quanto ao tópico “b”, veio ao encontro com a preocupação do presente grupo ao realizar uma atividade prática com os alunos do terceiro ano do Colégio Estadual Baldomero Barbará, em Barra Mansa (RJ). De acordo com as considerações de Soares (2014, p. 74):

³ Edição de 15 de abril de 2010 (SOARES, 2014, p. 73).

[Os gestores e docentes] demonstraram também concordar com o princípio segundo o qual o tema do “ecossistema” deveria ser trabalhado a partir do entendimento de que o ser humano integra a paisagem em que está historicamente inserido (cuidar do meio ambiente é cuidar do homem, onde quer que ele esteja: na montanha, no mar ou, mesmo, numa sala de aula).

Desde o princípio do projeto com os estudantes, um dos objetivos era – além de transmitir a mensagem sobre o conceito de educomunicação, preservação do meio ambiente etc – fazê-los compreender a importância de se verem como parte do ambiente, integrantes do “ecossistema”, também responsáveis pela proteção do meio, pela vigilância e por praticarem hábitos mais conscientes.

2. Metodologia - Ação Comunicativa no Colégio Baldomero Barbará

Tal como apresentado no tópico anterior, o principal objetivo de um projeto de educomunicação é dinamizar o ensino para que seja possível facilitar a compreensão do conteúdo e potencializar o aprendizado. Ainda que esteja em evidência, nem sempre as temáticas relacionadas à preservação do meio ambiente são atrativas aos olhos dos jovens estudantes. Por isso, nada mais pertinente do que transformar a educomunicação num vetor de disseminação de conhecimento sobre o assunto.

Com a proposta de fomentar a consciência crítica sobre o meio em que vivem, o projeto em questão foi aplicado em uma turma do 3º ano do Ensino Médio, do Colégio Baldomero Barbará. A turma era composta por 28 alunos com idades entre 17 e 19 anos. O professor de Biologia disponibilizou sua aula para realização do projeto, cujo objetivo destinava-se a: propiciar o desenvolvimento de práticas educacionais por acadêmicos da disciplina educomunicação, do 4º ano de Jornalismo do UniFOA, junto a alunos do ensino médio.

Segundo dados do Censo/2018⁴, o Colégio possui alimentação para os alunos; água filtrada; água, energia e esgoto da rede pública; lixo destinado à coleta periódica e acesso à internet. Também apresenta equipamentos como TV, DVD, projetor multimídia, copiadora, aparelho de som e câmera fotográfica. Suas dependências incluem quadras de esportes, salas de aula, laboratório de informática, refeitório,

⁴ <https://www.qedu.org.br/escola/172381-ce-baldomero-barbara/censo-escolar>

auditório, banheiros, cozinha, além de uma biblioteca equipada com variados livros à disposição dos alunos.

O projeto de educomunicação foi ministrado em dois encontros na biblioteca, onde, logo na entrada, via-se três cartazes com fotos e dizeres de Paulo Freire reforçando a importância e o poder da educação. E foi nesse espírito de aprendizado que o trabalho foi apresentado aos alunos.

Inicialmente foi realizada uma breve introdução sobre conceitos básicos da educomunicação e sobre a importância da preservação do meio-ambiente. A fim de contextualizar o papel do homem frente à preservação, foi exibido aos alunos o documentário “Ilha das Flores”, dirigido por Jorge Furtado. Clássico do cinema brasileiro, este documentário apresenta de maneira didática a responsabilidade do ser humano frente aos problemas ambientais e sociais brasileiros.

Após a exibição do documentário, abriu-se um debate acerca da temática ambiental e dos deveres frente ao meio ambiente. Os alunos foram provocados a pensarem medidas que poderiam ser propostas para melhoria do meio em que vivem. Foram divididos em grupos e apresentados à proposta do projeto: realizar um vídeo com até dois minutos de duração, evidenciando um problema ambiental em seu bairro e uma possível solução.

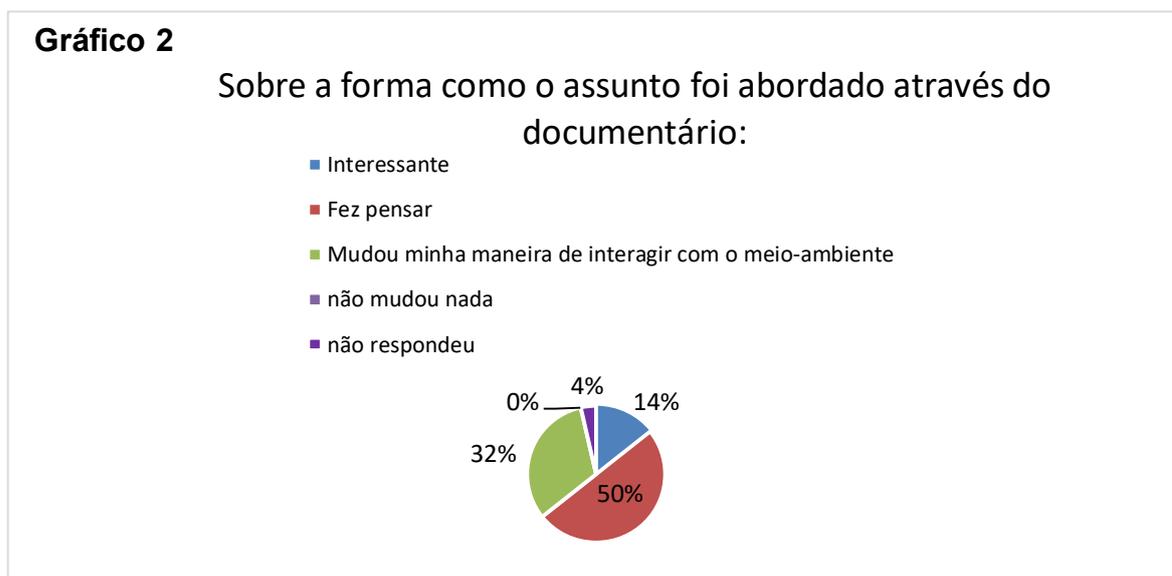
O segundo encontro com a turma aconteceu duas semanas depois, quando os alunos apresentaram cinco vídeos e foi notável o empenho na produção do trabalho. Cada grupo e cada vídeo abriu espaço para novos debates sobre o meio ambiente, deixando claro que a consciência crítica dos alunos estava mais aguçada do que antes, no primeiro encontro.

Ao final do segundo encontro os alunos responderam um questionário com nove questões objetivas e discursivas sobre o projeto realizado, por meio do qual foi possível avaliar o impacto do conteúdo apresentado sobre a turma. Serão demonstradas a seguir duas dessas questões. Inicialmente foi perguntado sobre a relevância do projeto conforme ilustra o Gráfico 1:



Fonte: Elaborado pelos autores.

Percebe-se no Gráfico 1 que os alunos em sua maioria (93%) consideraram os temas abordados (meio-ambiente e cidadania) como muito importante. Foi questionado também se os alunos já conheciam o documentário “Ilha das Flores”. Dos 28 alunos, nenhum conhecia (100%) o documentário. Segundo o professor, a iniciativa de apresentar o filme foi bastante pertinente: “[...] percebi que a turma se mostrou sensibilizada pela temática”. Deste modo, nota-se que os alunos responderam de maneira positiva à exibição do documentário, conforme mostra-se no Gráfico 2:



Fonte: Elaborado pelos autores.

O Gráfico 2 retrata a opinião a respeito de como o conteúdo foi exposto. Nota-se que em maior número as respostas de (82%) dos alunos demonstram que passaram a pensar de forma diferente sobre o assunto, sendo que 32% destes deixaram claro que mudaram sua maneira de interagir com o meio-ambiente. Outros 14% consideraram interessante à forma como a temática foi abordada. Esse retorno é reforçado pela resposta com maior incidência entre os alunos (50%), pois revelaram



que os fizeram pensar, como ilustra o (Aluno C, 2019): “[...] com o olhar mais crítico e nos inserindo no meio ambiente para que a partir de agora possamos pensar mais sobre pequenas atitudes”.

Cabe ressaltar que em outra pergunta dissertativa, por meio da qual foi questionado se o documentário e os vídeos elaborados pelos colegas influenciaram o modo como enxergam o meio ambiente e as relações humanas com o mesmo. Quase em sua totalidade 93% responderam que sim, e entre as justificativas mais contundentes, apresentaram: “[...] devemos cuidar mais porque muita coisa que acontece é por nossa causa” (Aluno A, 2019); “[...] mudei totalmente a maneira de ver o meio ambiente” (Aluno B, 2019) e “Fazendo com que eu mude minhas ações e pensamento acerca do meio-ambiente” (Aluno C, 2019). Somente dois alunos responderam de forma negativa a esta questão, alegando que já refletiam sobre a importância do meio ambiente mesmo antes da apresentação do projeto.

3. Resultados e Discussão

Com base nos resultados das pesquisas e na qualidade dos cinco vídeos elaborados pelos (28) alunos do ensino médio, do Colégio Baldomero Barbará, constatou-se, de uma maneira geral, que o trabalho realizado junto a estes alunos aumentou a conscientização/reflexão dos mesmos em relação às questões ambientais e sobre uma possível interferência para a melhoria do meio ambiente, uma vez que passaram a se enxergar como parte deste meio e com isso responsáveis pelo mesmo. Desse modo, constituiu-se em uma ação efetivamente educacional, fazendo com que o objetivo do projeto elaborado pelos alunos do 4º ano de Jornalismo, na disciplina de educação fosse alcançado: “[...] propiciar o desenvolvimento de práticas educacionais junto a alunos do ensino médio”.

O intuito do trabalho em apresentar uma experiência pedagógica diferenciada para os jovens do Colégio Estadual Baldomero Barbará, tendo como tema o Meio Ambiente, mostrou-se eficaz ao confirmar a hipótese de que com ações educacionais torna-se possível impulsionar reflexões e mudanças de atitudes junto aos jovens na escola, além de responder a indagação inicial mostrando-se capaz de estimular jovens a se sentirem parte do meio em que vivem, se reconhecendo como agente modificador da sua realidade, principalmente a partir da escola. Este estudo

não se encerra aqui e para aprofundar essa teoria o projeto será aplicado com outras turmas do ensino médio deste mesmo Colégio.

Agência Financiadora: FOA/UniFOA Centro Universitário de Volta Redonda

Referências

APARICI, Roberto. **Educomunicação: para além do 2.0**. São Paulo: Paulinas, 2014.

GÓMEZ, Guillermo Orozco. **Educação: recepção midiática, aprendizagens e cidadania**. São Paulo: Paulinas, 2014.

MENEZES, Ebenezer Takuno de; SANTOS, Thais Helena dos. **Verbetes transdisciplinaridade**. Dicionário Interativo da Educação Brasileira - Educabrazil. São Paulo: Midiamix, 2001. Disponível em: <<https://www.educabrazil.com.br/transdisciplinaridade/>>. Acesso em: 18 de ago. 2019.

SANTANA, Ana Lucia. **Trasnsdisciplinaridade**. Disponível em: <https://www.infoescola.com/educacao/transdisciplinaridade/>. Acesso em: 20/08/2019.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Educomunicação: o conceito, o profissional, a aplicação: contribuições para a reforma do ensino médio**. São Paulo: Paulinas, 2014.

Educação ambiental nas escolas produção de conteúdo para a sala verde do Unifoa
Environmental education in schools content production for the Unifoa green room

FERREIRA, S. L.¹; SILVA, A. J.G.¹

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, R.J.

salete.ferreira@foa.org.br

anajulhagama@gmail.com

RESUMO

Sendo a Sala Verde do UniFOA um espaço de veiculação de conteúdo socioeducativo em relação as questões ambientais, inclusive por meio de um instrumento de comunicação, que são os vídeos, questiona-se: A Educomunicação poderá realmente ser aliada a educação do ensino médio na produção de vídeos realizados pelos alunos? Essa estratégia de Educomunicação (vídeo) poderá ser usada para o desenvolvimento de habilidades dos alunos, na formação do senso crítico, quanto às questões ambientais brasileiras e principalmente do local onde habitam? Como de fato, a Educomunicação pode ser inserida no ambiente educativo do Colégio Estadual Baldomero Barbará? Acredita-se que a partir do emprego da técnica de comunicação (vídeo) adotada pela educomunicação, junto aos alunos do Colégio Estadual Baldomero Barbará (R.J.), especificamente na turma do segundo ano do ensino médio, será possível desenvolver olhares mais conscienciosos a respeito das questões ambientais existentes na região onde esses educandos residem e que esses olhares se materializem na produção de vídeos que serão disponibilizados à Sala Verde do UNIFOA. Nesse sentido este artigo visa apresentar os resultados de um projeto de iniciação científica desenvolvido no ensino médio, sobre educomunicação voltada para a educação ambiental, na disciplina de biologia. Este trabalho é resultado de um projeto de iniciação científica junto ao ensino médio, tanto os alunos quanto o professor de biologia, que acompanhou todo o processo, consideraram que foi importante à realização deste projeto no Colégio. Elencou-se algumas respostas que representam o teor da tabulação do questionário respondido pelos 28 alunos da turma: Para o aluno S “Fez com que eu mude minhas ações e pensamentos a cerca do meio ambiente” e “Achei super interessante o jeito que o tema foi abordado”; Aluno Z “Com um olhar mais crítico e nos inserindo no meio ambiente para que a partir de

agora possamos pensar mais sobre pequenas atitudes”; Aluna B “Eu conheci problemas de minha cidade que nem imaginava antes”. Desse modo, o projeto desenvolvido alcançou seu objetivo, respondeu as questões propostas e confirmou os pressupostos iniciais.

Palavras-chaves: Educomunicação. Ensino médio. Meio ambiente. Produção de vídeos.

ABSTRACT

As UniFOA's Green Room is a space for the dissemination of socio-educational content in relation to environmental issues, including through a communication tool, which are the videos, the question is: Educommunication can really be combined with high school education in production. videos made by students? Can this Educommunication (video) strategy be used for the development of students' skills, in the formation of critical sense, regarding Brazilian environmental issues and especially where they live? How in fact can Educommunication be inserted into the educational environment of the Baldomero Barbará State College? It is believed that from the use of the communication technique (video) adopted by the educommunication, with the students of the Baldomero Barbará State School (RJ), specifically in the class of the second year of high school, it will be possible to develop more conscientious looks about the existing environmental issues in the region where these students live and that these looks materialize in the production of videos that will be made available to the UNIFOA Green Room. In this sense, this article aims to present the results of a scientific initiation project developed in high school, about educommunication focused on environmental education, in the discipline of biology. This work is the result of a project of scientific initiation with the high school, both the students and the biology teacher, who accompanied the whole process, considered that it was important to carry out this project at the College. Some answers are presented that represent the tabulation content of the questionnaire answered by the 28 students of the class: To student S "It made me change my actions and thoughts about the environment" and "I found it super interesting the way the theme was approached "; Student Z "With a more critical eye and inserting ourselves in the environment so that from now on we can think more about small attitudes"; Student

B "I have known problems in my city that I never imagined before". Thus, the developed project achieved its objective, answered the proposed questions and confirmed the initial assumptions.

Financing Agency: CAPES; FOA / UniFOA Volta Redonda University Center.

Keywords: Educommunication. High school. Environment. Video making.

1. Introdução

Com o passar dos anos a população mundial vem aumentando chegando a 7,6 bilhões de habitantes em 2017 (ONU) e com isso as necessidades de produtos e serviços também cresceram. Para atender essa demanda as indústrias ampliam seu processo de produção extraindo recursos da natureza de forma exacerbada. O resultado final desses produtos disponíveis no mercado para consumo é o lixo. Segundo dados da Organização das Nações Unidas (ONU), por meio do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA) “[...] todos os anos, as cidades em todo o mundo geram 1,3 bilhões de resíduos sólidos. Segundo as estimativas da agência, a quantidade de lixo deve chegar a 2,2 bilhões de toneladas até 2025”.

Diante desse cenário torna-se premente a população aprender a consumir conscientemente e a dar destinação segura aos resíduos sólidos, pois muitos são abandonados nas margens dos rios, queimados produzindo fumaças tóxicas ou mesmo depositados em terrenos baldios atraindo animais roedores e moscas, como também poluindo os lençóis freáticos, chegando por vezes a poluir os mananciais de abastecimento hídrico. Essas situações tornam-se mais críticas nos países de baixa renda, conforme os dados levantados pela ONU (2012).

Desse modo, trabalhar a conscientização ambiental, quanto aos problemas, riscos e soluções que atenuem os danos causados ao ecossistema, perpassa pela educação na construção do sujeito ecológico - indivíduo que adota um estilo de vida ecologicamente orientado para práticas adequadas ao meio ambiente (CARVALHO, 2010). Assim, ao empregar a educação ambiental nas escolas, de preferência desde o Ensino Fundamental, pode-se aumentar as chances de melhoria na qualidade de vida das gerações futuras.

Colaborando para que essa perspectiva se estabeleça junto aos educandos a educomunicação poderia ser utilizada na construção da cidadania em torno de questões ambientais, promovendo um campo de intervenção social fomentando as habilidades comunicativas/reflexivas que esses sujeitos possuem (SOARES, 2011). A educomunicação por meio do emprego de técnicas comunicativas, utilizando-se pedagogicamente dos meios de comunicação, colaboraria para o desenvolvimento de projetos socioeducativos e ambientais junto a professores e alunos.

Visando o incentivo à implantação de espaços socioambientais para atuarem como potenciais centros de informação e formação ambiental o Ministério do Meio Ambiente (MMM) desenvolveu o projeto Salas Verdes. Esse espaço pode ser pleiteado para disponibilizarem, de forma democrática, informações ambientais que “[...] ofereça a possibilidade de reflexão e construção do pensamento/ação ambiental” (MMM). Na cidade de Volta Redonda o Centro Universitário de Volta Redonda, UniFOA, foi a primeira instituição de Ensino a sediar uma Sala Verde.

Nesse espaço, denominado Sala Verde Paraíba do Sul, em homenagem ao principal Rio da região e por sua importância para todo o estado do Rio de Janeiro. Esta sala é multidisciplinar, e onde o UniFOA trabalhar com a questão socioambiental na prática dentro e fora da instituição, oferecendo ao público interno: alunos e funcionário e externo: escolas, grupos, associações, dentre outros, “[...] a oportunidade de conhecer, discutir, debater e, principalmente colocar em prática o conceito real de sustentabilidade” (SALA VERDE, UNIFOA, 2018), esses conceitos são disponibilizados no site da Instituição, por meio de visitas, palestras, vídeos, oficinas e outras metodologias disponibilizadas no local.

Sendo a Sala Verde do UniFOA um espaço de veiculação de conteúdo socioeducativo em relação as questões ambientais, inclusive por meio de um instrumento de comunicação, que são os vídeos, questiona-se: A Educomunicação poderá realmente ser aliada a educação do ensino médio na produção de vídeos realizados pelos alunos? Essa estratégia de Educomunicação (vídeo) poderá ser usada para o desenvolvimento de habilidades dos alunos, na formação do senso crítico, quanto às questões ambientais brasileiras e principalmente do local onde habitam? Como de fato, a Educomunicação pode ser inserida no ambiente educativo do Colégio Estadual Baldomero Barbará?

Portanto, acredita-se que a partir do emprego da técnica de comunicação (vídeo) adotada pela educomunicação, junto aos alunos do Colégio Estadual Baldomero Barbará (R.J.), especificamente na turma do segundo ano do ensino médio, será possível desenvolver olhares mais conscienciosos a respeito das questões ambientais existentes na região onde esses educandos residem e que esses olhares se materializem na produção de vídeos que serão disponibilizados à Sala Verde do UNIFOA. Nesse sentido este artigo visa apresentar os resultados de um projeto de iniciação científica desenvolvido no ensino médio, sobre educomunicação voltada para a educação ambiental, na disciplina de biologia.

1.1. Justificativa:

Com base nos dados apresentados na introdução desse estudo é preciso encontrar alternativas para que nos próximos anos ocorra desenvolvimento de forma sustentável. As práticas de reutilização e recuperação dos produtos comercializados pode ser um dos caminhos a ser trilhado pela sociedade para minimizar os danos ambientais. Porém para que essa, como outras, ideias sejam colocadas em prática e alcancem os resultados esperados cada indivíduo deve fazer a sua parte, para isso, o assunto deve ser abordado de forma contundente na sociedade e nas escolas.

Dada a importância do tema e sua relevância para a coletividade, realizar estudos que verifiquem sua abordagem por meio da Educomunicação nas escolas brasileiras contribui para que se perceba o quanto essa ciência colabora para a reflexão ambiental e para um posicionamento mais adequado em relação às práticas que lhes dizem respeito. Tal panorama propiciará mais elementos que fomentarão questionamentos e debates ou mesmo sugestões de novas abordagens Educomunicativas a respeito do tema. Espera-se dessa forma, que com esse estudo possa-se contribuir um pouco mais para seu aprofundamento e ainda com a conscientização dos alunos envolvidos na pesquisa.

1.2. Educomunicação

O termo educomunicação ainda está sendo moldado, dada as suas multiface que evolui com suas novas aplicações. O termo foi utilizado pela primeira vez pela UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura), na

década de 1980 para “[...] designar todo o esforço do campo educativo em relação aos efeitos dos meios de comunicação na formação de crianças e jovens” (SOARES, 2014, p. 11).

No Brasil a educomunicação tomou força e expandiu a partir dos estudos do professor e pesquisador Ismar de Oliveira Soares, do Núcleo de Comunicação e Educação da USP (NCE-ECA/USP), que designa o termo como “[...] campo de ação emergente na interface entre os tradicionais campos da educação e da comunicação”, conforme o autor esse novo campo do conhecimento representa “[...] um excelente caminho de renovação das práticas sociais que objetivam ampliar as condições de expressão de todos os seguimentos humanos, especialmente da infância e juventude” (SOARES, 2014, p. 15). Esse conceito foi confirmado pelo Núcleo de Comunicação e Educação da USP por meio da aplicação de uma pesquisa junto a especialistas latino-americanos de doze países, durante os anos de 1997 a 1999. (SOARES, 2014)

Esse campo de atuação desenvolve habilidades que empoderam grupos sociais desguarnecidos de voz, com prática de linguagens e de discursos, junto à sociedade (GOMEZ, 2014). A partir do diálogo, de reflexões e do uso das tecnologias da informação e da comunicação fomentam-se reflexões, até mesmo sobre os meios de comunicação, aprendendo suas técnicas para utilizá-las na promoção da cidadania desses grupos apresentados a educomunicação. (APARICI, 2014).

2. Metodologia:

Para a escolha da metodologia pautou-se em Cervo (et al, 2007, p. 27) que a define como um caminho ou “[...] a ordem que se deve impor aos diferentes processos necessários para atingir um certo fim ou um resultado desejado.” Desse modo, a metodologia utilizada neste trabalho teórico foi dividida em duas etapas, sendo a primeira qualitativa, a partir do levantamento bibliográfico.

O levantamento bibliográfico constituiu-se da análise e leitura de livros, matérias da internet e/ou artigos sobre educomunicação e educação ambiental na escola, escritos por teóricos do assunto. Entende-se por levantamento bibliográfico o estudo de obras escritas, bem como de matéria constituída por dados primários e secundários que possam ser utilizados pelo pesquisador (FACHIN, 2005).

Além da pesquisa bibliográfica empregou-se a pesquisa-ação, que corresponde a “[...] uma estratégia para o desenvolvimento de professores e pesquisadores de modo que eles possam utilizar suas pesquisas para aprimorar seu ensino e, em decorrência, o aprendizado de seus alunos” (TRIPP, 2005, p. 445). Nesse sentido foram desenvolvidas duas oficinas para ensinar a elaboração de vídeos educativos ambientais, junto com a orientanda deste projeto, para seus colegas de turma e o professor da disciplina de biologia, do Colégio Estadual Baldomero Barbará em Barra Mansa, R.J.. A pesquisa-ação contemplou a descrição de todas as fases do projeto de iniciação científica desenvolvido, que serviram de base para a apresentação dos resultados encontrados.

Optou-se pela turma 2003 do segundo ano do ensino médio por ser o ciclo em que a orientanda desse projeto estava cursando. A escolha da disciplina de biologia deu- devido ao conteúdo do projeto ser mais pertinente a essa área de conhecimento (meio ambiente).

Utilizou-se de duas aulas da disciplina, a primeira para explicar do que se trata a educomunicação; abordar questões sobre ambientais (o homem e seu habitat, legislação e acidentes) e para ensinar como elaborar vídeo com o celular. Para ministrar essa oficina foram convidados três alunos do quarto ano do Curso de Jornalismo do UniFOA e a aluna do ensino médio orientanda deste projeto.

Foi solicitado aos alunos que pesquisassem a respeito de alguma questão socioambiental existente em seu bairro e apontassem uma possível solução, após, deveriam se reunir em grupo de no máximo seis integrantes e produzir um vídeo a respeito, com criatividade, clareza e no máximo dois minutos. O segundo encontro foi destinado à apresentação dos vídeos elaborados e comentários a respeito da experiência vivenciada pela turma e o professor.

2.1. Projeto Educação Ambiental nas Escolas Produção de Conteúdo para a Sala Verde do UniFOA

A partir do projeto de iniciação científica promovido pela CAPES junto ao ensino médio e a intenção de demonstrar aos alunos da disciplina educomunicação, do 4º ano de Jornalismo do Centro Universitário de Volta Redonda, UniFOA, como seria a

execução de ações educacionais criou-se esse projeto que tomou forma e alcançou bons resultados como poderá ser percebido ao final desse artigo.

Os alunos do UniFOA, junto com a orientanda desse projeto ministraram conceitos sobre educação e abordaram a importância da preservação ambiental, na primeira oficina no colégio. Com a finalidade de executar uma ação educacional procurou-se contextualizar o conteúdo meio-ambiente com a atuação do homem e empregou-se de recursos tecnológicos que auxiliaram na compreensão do que vem a ser um instrumento da comunicação social, o gênero documental, exibindo o vídeo “Ilha das Flores”, dirigido por Jorge Furtado.

A partir da exibição do vídeo fomentou-se o debate a cerca da temática proposta, com vias a reflexão do assunto e da percepção de que cada ser humano encontra-se inserido e interferindo nesse cenário, seja positiva ou negativamente. Em seguida foram passadas técnicas de filmagens pelo celular e os alunos convidados a produzirem seus próprios vídeos investigativos a respeito de questões ambientais da localidade onde moravam.

3. Resultados

O segundo encontro com os alunos do Colégio Estadual Baldomero Barbará, ocorreu quinze dias após a primeira oficina e apresentaram o resultado de cinco vídeos. Foram várias as questões ilustradas nessas produções, onde os alunos figuraram como artistas principais apontando situações que não tinham sido percebidas antes da provocação desse projeto, com as quais conviviam sem se questionarem a respeito ou mesmo identificá-las, embora colocavam em risco a população de seus bairros, sendo produzidas pelos próprios moradores mesmo que prejudicando o seu dia-a-dia.

O poder público também foi mencionado na ausência de políticas de prevenção quanto a enchentes, ou mesmo de correção de casos como córregos gerados em nascentes que recebiam esgotos e os conduziam ao Rio Paraíba do Sul e ainda a construção de um condomínio que prejudicavam todo o bairro com lamas que entravam nas casas dos moradores em época de chuvas. A partir dessas constatações os alunos fizeram várias sugestões de melhorias que independiam do

poder públicas exclusivamente, baseadas em pesquisas científicas e apontamentos da disciplina de biologia.

Após a apresentação dos vídeos outro debate foi realizado e os alunos demonstraram uma postura mais crítica e reflexiva a respeito das questões ambientais e do quanto à presença do homem nesse meio pode interferir para sua harmonia ou destruição. Consideraram-se parte integrante desse contexto e o quanto poderiam fazer a partir dessa constatação por meio de pequenas ações, que já haviam iniciado. Agindo assim, identificaram que contribuiriam para a melhoria ambiental fossem na escola, no bairro, ou na cidade. Perceberam-se com uma nova postura, agindo e inclusive, conscientizando as pessoas a respeito de novas práticas ambientais. Essas ponderações foram confirmadas no questionário que esses 28 alunos responderam no final da oficina.

Tanto os alunos quanto o professor de biologia, que acompanhou todo o processo, consideraram que foi importante à realização deste projeto no Colégio. A seguir algumas respostas que representam o teor da tabulação do questionário respondido pelos 28 alunos da turma: Para o aluno S “Fez com que eu mude minhas ações e pensamentos a cerca do meio ambiente” e “Achei super interessante o jeito que o tema foi abordado”; Aluno Z “Com um olhar mais crítico e nos inserindo no meio ambiente para que a partir de agora possamos pensar mais sobre pequenas atitudes”; Aluna B “Eu conheci problemas de minha cidade que nem imaginava antes”; Aluna M “Foi muito boa a experiência nos fez refletir em como nossas atitudes influenciam e afetam a nós mesmos e a população de um modo geral”; Aluno T “É preciso sim, uma conscientização por parte da população. Mas, também para cobrarmos do governo”; Aluna M “De uma forma diferente, criativa e divertida conseguimos retratar um assunto sério” e Aluno P “Que podemos fazer mais e dar mais valor a natureza, pois poluímos ela fazendo com que revide e a culpa é nossa. Então devemos mudar muitas coisas na qual achamos ‘normal’”. No parecer do professor a atividade: “Creio que tenha despertado uma reflexão sobre os problemas locais (bairros onde residem), sem que eles deixassem de pensar globalmente”.

Na análise dos vídeos elaborados, dois se sobressaíram em termos de criatividade e edição, porém todos foram indicados para exibição no espaço Sala

Verde do Portal do UniFOA, após avaliação de conteúdo realizada pelos alunos de jornalismo.

4. Conclusão

A partir das atividades educacionais desenvolvidas no Colégio Estadual Baldomero Barbará; da observação do comportamento dos alunos no segundo encontro; do teor dos vídeos elaborados pelos mesmos e das respostas apresentadas no questionário de avaliação do projeto desenvolvido, pode-se dizer que o mesmo alcançou seu objetivo tendo como resultado a produção de cinco vídeos para o Espaço Sala Verde.

Confirmou ainda, que a Educomunicação caracteriza-se como uma ciência aliada a educação no desenvolvimento de habilidades comunicativas junto aos alunos e na formação do senso crítico quanto às questões ambientais. Portanto, ratifica-se a hipótese de que a partir do emprego da técnica de comunicação (vídeo) adotada pela educomunicação, junto aos alunos do Colégio Estadual Baldomero Barbará (R.J.), especificamente na turma do segundo ano do ensino médio, foi possível desenvolver olhares mais conscienciosos a respeito das questões ambientais existentes na região onde esses educandos residem e globalmente.

Agência Financiadora: CAPES; FOA/UniFOA Centro Universitário de Volta Redonda

Referências

APARICI, Roberto. **Educomunicação: para além do 2.0.** São Paulo: Paulinas, 2014.

CARVALHO, Isabel Cristina de Moura. **Sujeito ecológico: a dimensão subjetiva da ecologia.** São Paulo: Cortez, 5ª. ed. 2010. Coleção Docência em Formação. Disponível em: <<http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/me4655.pdf> > . Acessado em julh. 2018.

CERVO, Amado Luiz; SILVA, Roberto da; BERVIAN, Pedro A. **Metodologia Científica** . S. P. 6 Ed. Pearson. 2007.

FACHIN, Odília. **Fundamentos de Metodologia**. S. P.: Saraiv, 5 ed. 2005.

Projeto de Educação Ambiental na Escola. Recanto das Letras. Gurupi – TO, Agosto de 2008. Disponível em: < <https://www.recantodasletras.com.br/artigos/1112201>>. Acessado em: dez. 2017.

GÓMEZ, Guillermo Orozco. **Educação: recepção midiática, aprendizagens e cidadania.** São Paulo: Paulinas, 2014.

Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (Pnuma). Disponível em: <<https://www.terra.com.br/noticias/ciencia/onu-alerta-para-quantidade-de-lixo-urbano-produzido-no-mundo,982806fa2945b310VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html>>. Acessado em: julh. 2018.

MMM. **Projeto Salas Verdes.** Ministério do Meio Ambiente. Disponível em: <[http://www.mma.gov.br/educacao-ambiental/educacao-ambiental/salas-verdes](http://www.mma.gov.br/educacao-ambiental/educacao-ambiental/educacao-ambiental/salas-verdes)> . Acessado em: jul. 2018.

Rádio ONU. População Mundial Atingi 7,6 bilhões de habitantes. Disponível em: <<http://www.unmultimedia.org/radio/portuguese/2017/06/populacao-mundial-atingiu-76-bilhoes-de-habitantes/#.WjMrj9-nFPY>>. Acessado em: dez. 2017.

Registro de Projetos de Educação Ambiental na Escola. Ministério da Educação. Secretaria de Educação Fundamental, Departamento de Políticas da Educação Fundamental, Coordenação-Geral de Educação ambiental. 2001. Disponível em: <http://www.crmariocovas.sp.gov.br/pdf/pol/registro_projetos.pdf>. Acessado em: dez. 2017.

Sala Verde do Centro Universitário de Volta Redonda. Disponível em: < <http://web.unifoa.edu.br/salaverde/salaverde.asp>>. Acessado em: jul. 2018.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Educomunicação, o conceito, o profissional, a aplicação contribuições para a reforma do Ensino Médio.** São Paulo. Paulinas. 2011.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Educomunicação: o conceito, o profissional, a aplicação: contribuições para a reforma do ensino médio.** São Paulo: Paulinas, 2014.

SOARES, Ismar de Oliveira. **A Educomunicação** - Ministério do Meio Ambiente. Disponível em: < <http://www.mma.gov.br/port/sdi/ea/esa/htms/educom.htm> > . Acessado em jul. 2018.

ONU alerta para quantidade de lixo urbano produzido no mundo. EcoDesenvolvimento.org. Disponível em: < <http://www.ecodesenvolvimento.org/posts/2012/novembro/onu-alerta-para-quantidade-de-lixo-urbano?tag=economia-e-politica> > . Acessado em: dez. 2017.

TRIPP, David. Pesquisa-ação: uma introdução metodológica. **Educação e Pesquisa**, São Paulo, v. 31, n. 3, p. 443-466, set./dez. 2005. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/ep/v31n3/a09v31n3.pdf> > . Acessado em: jul. 2018.

Vamos Cuidar do Brasil. Conceitos e Práticas em Educação ambiental na Escola. **Um Olhar Sobre A Educação Ambiental Nas Escolas**. Brasília, UNESCO. 2007. Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização e Diversidade do Ministério da Educação. Disponível em: < http://www.unoparsetelagoas.com.br/educacao_%20ambiental/download/publicacao_3.pdf#page=58 > . Acessado em: dez. 2017.

Educomunicação como ferramenta de ensino ao Volta Redonda Futebol Clube

Educommunication as a teaching tool for Volta Redonda Futebol Clube

SILVA, M. A.¹; ARIEIRA, A. A.S¹

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.
andremoreira.jo@gmail.com

RESUMO

Este artigo tem como tema uma parceria do Volta Redonda Futebol Clube e o Centro Universitário de Volta Redonda (UniFOA), mais especificamente, com o curso de Jornalismo. Entre os dias 18 e 23 de junho de 2019, nas cidades de Resende, Itatiaia e Pinheiral, foi realizada a 3ª Edição da Copa Voltaço e, para auxiliar na cobertura e as demais atividades ligadas à assessoria de comunicação do clube do Sul do Estado do Rio de Janeiro, foi desenvolvido este projeto que tem como base conceitos de educomunicação. Conceito este que visa utilizar a comunicação para propagar ensinamentos e conhecimentos, o que foi feito através de palestras antes das partidas da competição em questão e ensinamentos práticos realizados durante todo o campeonato. Vale destacar que, a Copa Voltaço, é uma competição sub-13 e sub-14, ou seja, um ambiente propício para o aprendizado de novos profissionais da comunicação.

Palavras-chave: Educomunicação. Assessoria de imprensa. Comunicação. Jornalismo

ABSTRACT

This article has as its theme an extension project carried out in a partnership of Volta Redonda Futebol Clube and the Volta Redonda University Center (UniFOA), more specifically, with the Journalism course. Between June 18 and 23, 2019, in the cities of Resende, Itatiaia and Pinheiral, the 3rd Edition of the Voltaço Cup was held and, to assist in the coverage and other activities related to the communication office of the Southern Club of the State of Rio de Janeiro, this project was developed based on concepts of educommunication. This concept aims to use communication to propagate teachings and knowledge, which was done through lectures before the

matches of the competition in question and practical lessons throughout the championship. It is worth mentioning that the Voltaço Cup is an under-13 and under-14 competition, that is, a favorable environment for the learning of new communication professionals.

Keywords: *Educommunication. Press office. Communication. Journalism.*

1. Introdução

O presente artigo traz como tema a experiência de um projeto de educomunicação dentro da assessoria de comunicação do Volta Redonda Futebol Clube. Mais especificamente em um recorte temporal dos dias 18 a 23 de junho, quando foi realizada a Copa Voltaço, a maior competição das categorias sub-13 e sub-14 do Brasil. Antes de se detalhar alguns pontos sobre as estratégias adotadas pelo departamento do clube da Cidade do Aço, destacam-se alguns conceitos da assessoria de imprensa esportiva e da educomunicação, para que seja possível elucidar os objetivos, temática e metodologias aplicadas.

A assessoria de comunicação é uma parte importante dentro da engrenagem que ajuda um clube ou agremiação esportiva “fora das quatro linhas” ou “fora das quadras”. Com ela, que trabalha a maior parte do tempo em contato com diversos outros departamentos como o de gestão, técnico, esportivo, médico e marketing, é feito o contato com a imprensa (através de notas oficiais, releases e o contato diário com os jornalistas) e os torcedores (através das redes sociais e site oficial). Ou seja, a assessoria de comunicação é a porta-voz oficial de qualquer empresa, independente do seu segmento. No caso abordado por este artigo, o esporte. Como citam os autores Barbeiro e Rangel (2013), o assessor faz a ponte com o jornalista e eles ainda citam algumas de suas funções.

O assessor de imprensa faz a ponte entre o jornalista e seu assessorado, seja um equipe ou um atleta. Vamos começar com o trabalho do assessor de um clube. Ele precisa conhecer muito bem o dia a dia do time que o contratou e manter um contato diário com o diretor do clube para que nenhum fato passe despercebido. Tudo que for de interesse do público, do torcedor, será de interesse também da imprensa. Portanto, o assessor deve encaminhar às redações essas informações. Em início de campeonato, ele envia a todos a todos os veículos de seu mailing a história do clube no campeonato, ficha

completa de todos os jogadores, novos contratados, nome e cargos dos dirigentes do clube, nome e cargo dos integrantes da comissão técnica e também de seus telefones de contato. Esse profissional deve manter um arquivo com dados históricos do clube, estatísticas dos jogos do time, participação em campeonatos, histórico dos atletas e cadastro dos veículos de comunicação. (BARBEIRO;RANGEL, 2013, p.90)

Feita essa pequena contextualização sobre a importância, o papel e parte das funções da assessoria de comunicação, fala-se sobre o trabalho desenvolvido pelo departamento do Volta Redonda Futebol Clube que, como na maioria dos times de menor investimento e porte do Brasil, conta com poucos profissionais que acabam acumulando funções.

No Esquadrão de Aço, alcunha que carrega o clube do Sul do Estado, são apenas dois profissionais para desempenhar, resumidamente, as seguintes funções: confecção de releases, notas, postagens em redes sociais; criação de postagens, peças publicitárias, cobertura fotográfica e em vídeo; além do contato com a imprensa, mídia training e auxílio junto aos atletas. Portanto, como na Copa Voltaço, a competição que fora estudada por esse artigo, contava com mais de 50 partidas, algumas em horários simultâneos, cerca de 600 atletas e 18 times, ficava inviável o trabalho de apenas dois profissionais. Com isso, foi feito o convite do departamento de comunicação do clube à coordenação do curso de Jornalismo do Centro Universitário de Volta Redonda (UniFOA) para que fosse desenvolvido um projeto de inicialmente piloto, onde, os alunos do curso auxiliariam a assessoria de comunicação do Volta Redonda em toda a demanda da Copa Voltaço.

Esse projeto, por sua vez, ao ser aceito, contou com elementos de educomunicação, pois, antes de tudo, se tratava de um momento de aprendizado teórico e prático para os quase 20 alunos que estiveram, literalmente, em campo junto com o departamento de comunicação do Volta Redonda. E, somando os conhecimentos adquiridos em sala ao longo dos anos de ensino no UniFOA e aos passados pelos responsáveis pela comunicação do clube, foi feito um trabalho que englobou: fotografia esportiva, participação em entradas ao vivo nas redes sociais do clube, desenvolvimento de releases, notas e publicações.

Para que esse projeto fosse concebido com sucesso, como destacado anteriormente, se utilizou de uma nova prática do jornalismo e um assunto recorrente

em artigos científicos, a educomunicação. Esta prática tem como objetivo agregar conhecimento através de atividades ligadas à comunicação e aqui se utiliza a definição publicada no site Observatório da Imprensa, feito por Michel Carvalho, que é jornalista, professor na Rede Educafro/BS e mestre em Ciências da Comunicação pela USP.

A educomunicação é um novo campo de intervenção social que pode agregar todos os profissionais que pretendem entender a educação formal, informal e não formal dentro do ecossistema comunicativo. Entendendo ecossistema comunicativo como o espaço abstrato de interação no qual ocorre a prática comunicativa, isto é, o entorno educacional em que as pessoas estão envolvidas. Diante do enxugamento das redações e a necessidade dos jornalistas buscarem novas áreas de trabalho, a educomunicação surge como uma alternativa de emprego.(CARVALHO, M. 2014, p1)

Atualmente, a educomunicação tem se tornado um tema de debate que, leva a crer, no novo modo operante do profissional da comunicação. Jornalista este que está preocupado não só na produção de conteúdo, mas em ações educacionais perante à sociedade. A educomunicação pode ser definida também como um campo tanto teórico quanto prático, que tem como objetivo utilizar a educação como forma de promover mídia e comunicação, o que foi realizado na Copa Voltaço. Esta metodologia foi aplicada ao passar conhecimentos para os alunos do curso do UniFOA e eles desenvolveram atividades presentes no dia a dia de uma assessoria de comunicação.

A autora Dalla Costa (2015) cita como também é papel do jornalista estar conectado com práticas ligadas à educomunicação, destacando que essa é uma das novas demandas da profissão. E o autor Michel Carvalho (2014) destaca que todo jornalista acaba, sendo, por excelência, um ótimo educador.

Todo jornalista é por excelência um educador, basta observar como as pessoas formam seus pontos de vista baseados no que assistem, acessam e leem. A educomunicação pode despertar o caráter pedagógico intrínseco ao profissional de imprensa. O jornalista que tiver essa consciência pode contribuir muito com projetos de mídia-educação, articulando a comunicação em sua relação dialógica e não apenas como sinônimo de informação. (CARVALHO, M. 2014, p1)

Feita a contextualização nesta introdução sobre o papel da assessoria de imprensa, os conceitos da educomunicação e como ela se tornou um assunto

recorrente de debate nas práticas jornalísticas, destaca-se agora o objetivo, metodologia e alguns pontos do projeto realizado.

Primeiro, ao longo do projeto, um dos objetivos era o de entregar um material de qualidade e conseguir realizar a cobertura da Copa Voltaço com excelência, já que a mesma contava com grandes clubes do Brasil, como Flamengo, Fluminense, Internacional, Corinthians, Grêmio, Bahia e outros. E, por isso, recebeu a atenção da mídia local e de outros estados. Portanto, além de haver a comunicação pelas mídias do clube, havia um contato diário com a imprensa nacional e que foi realizado com êxito.

Sobre o aprendizado com os jovens alunos do UniFOA, o grande objetivo foi proporcionar conhecimento prático, em primeira instância, e mostrar a aplicação de muitos assuntos abordados em sala de aula. E, por meio de relatos dos mesmos, percebe-se que este também foi um objetivo alcançado. Já que, além das experiências, os alunos também tiveram matérias publicados no site oficial do Volta Redonda e fotos postadas nas redes sociais do clube.

Como metodologia para a realização deste projeto de educomunicação foram realizadas palestras aos alunos do UniFOA antes da Copa Voltaço e conversas antes de cada partida para elucidar dúvidas e gerar conhecimento aos acadêmicos. Além disso, foi desenvolvida uma escala de funções e divisão das tarefas a serem utilizadas.

Portanto, pode-se salientar que, através da educomunicação aplicada neste projeto da Copa Voltaço e do curso de Jornalismo, foi gerado o conhecimento, o que é o grande objetivo desta metodologia, como cita a autora Dalla Costa (2015).

A partir do entendimento que a educomunicação é um campo do conhecimento que apresenta interseções com o mundo de trabalho do jornalista, tendo em vista que são crescentes os projetos institucionais educamunicativos, de responsabilidade social, que emergem dentro das corporações de comunicação, propõe-se discutir o paralelo que se estabelece entre as novas práticas jornalísticas e ações educamunicativas dentro das organizações. (DALLA COSTA, R. M, 2015; p.2)

2. Metodologia

Entre os dias 18 e 23 de junho de 2019, nas cidades de Resende, Itatiaia e Pinheiral, aconteceu a terceira edição da Copa Voltaço, a maior competição de futebol

sub-13 e sub-14 do Brasil. O evento esportivo reuniu cerca de 600 atletas, teve mais de 50 jogos e 18 times na disputa. Dentre eles, grandes equipes do futebol nacional, como: Flamengo, Fluminense, Corinthians, Bahia, Internacional, Grêmio e outras.

O campeonato, organizado pelo Volta Redonda Futebol Clube, tem como objetivo promover partidas para categorias que não possuem muitos jogos e competições ao longo do ano. E, assim, promover o desenvolvimento de atletas da categoria de base.

Feita esta contextualização, chega-se ao objeto de análise: a atuação do departamento de comunicação do clube. O mesmo, em parceria com o curso de Jornalismo do Centro Universitário de Volta Redonda, promoveu um projeto piloto para que alunos, do 1º ao 4º ano, estivessem inseridos no contexto da competição atuando junto à assessoria, mídias sociais e marketing do Voltaço.

E, através de um projeto de educomunicação, realizou-se diversas atividades visando o aprendizado prático e teórico de quase 20 alunos. Os mesmos estiveram sob a supervisão dos membros do departamento de comunicação do Volta Redonda e realizaram atividades como: releases e crônicas esportivas, postagens em mídias sociais, fotografia esportiva, entrevistas para rádios, entrevistas em vídeo e participação de lives (entradas ao vivo nas redes sociais do Voltaço).

Para que os resultados esperados (o ganho em conteúdo, ensino e vivência dos alunos e, claro, o desenvolvimento das atividades ligadas à comunicação da competição) fossem alcançados, o projeto contou com algumas estratégias, como: a utilização de uma escala de trabalho e divisão das funções jornalísticas e de comunicação para os alunos, processos de revisão e checagem realizados pelos membros da assessoria de comunicação do clube.

Além disso, antes da competição, foi realizada uma palestra para que fosse passado o “briefing” do campeonato, a explicação de diversas funções e procedimentos realizados pela assessoria do clube, o que promoveu ensino teórico para os alunos antes da bola rolar. E, antes de cada partida, também foram realizadas conversas para detalhar cada uma das atividades que seriam realizadas nos dias das partidas.

3. Resultados e Discussão

Para destacar alguns dos resultados alcançados pelo projeto, nada melhor do que destacar os trabalhos publicados pelos próprios alunos do UniFOA no site oficial do Volta Redonda Futebol Clube. O que demonstra, de forma prática, o aprendizado tirado de uma cobertura esportiva e práticas jornalísticas. E, claro, com resultados práticos ligados à educomunicação.

Figura 1 - Notícia publicada no site do Voltaço - Texto do Aluno do 4º ano de Jornalismo do UniFOA, Matheus Suominsky.



O CLUBE HISTÓRIA ELENCO VOLTAÇO TV LOJA SEJA SÓCIO NOTÍCIAS BASE TRANSPARÊNCIA Q

Flamengo vence Madureira de virada no sub-13 e avança na Copa Voltaço

Voltaço Notícias

Com a vitória o Rubro-Negro chega às semifinais do torneio

Por Matheus Suominsky

O duelo carioca das quartas de final do sub-13 reservou grandes emoções no estádio do Trabalhador, nesta sexta-feira. O Madureira saiu na frente, mas o Flamengo virou a partida no segundo tempo e avançou para a semifinal do torneio.

Na busca por uma vaga na final, o Rubro Negro irá enfrentar o Athletico-PR. A partida será novamente no Estádio do Trabalhador, em Resende, às 10h.

O jogo

O Flamengo iniciou a partida pressionando o Madureira em busca do primeiro gol. A equipe criou algumas chances, exigindo bastante das defesas do goleiro adversário, que se saiu bem durante a primeira etapa. O tricolor suburbano teve apenas uma oportunidade clara para abrir o placar e não desperdiçou. O meia Gabriel fez um belo gol da entrada da área.

Precisando balançar a rede, o Rubro-Negro continuou pressionando. Próximo da metade do segundo tempo, a insistência do time surtiu efeito e os Carotos do Ninho empataram a partida. O Flamengo seguiu atacando o Madureira e a luta foi recompensada. Bill, que saiu do Voltaço para a equipe carioca, fez bela jogada individual e virou a partida para o Fla.

Oartilheiro ressaltou a garra da equipe no final da partida: "Entramos de cabeça fria, escutamos o professor, executamos dentro de campo o que ele pediu e conseguimos a virada."

Voltaço Copa Voltaço

Fonte: (<http://voltaco.com.br/flamengo-vence-athletico-paranaense-e-esta-na-final-da-copa-voltaco-sub-13/>)

Figura 2 - Notícia publicada no site do Voltaço - Texto do Aluno do 1º ano de Jornalismo do UniFOA, Nathan Alves e com foto do aluno de 1º ano de Jornalismo do UniFOA, Samuel Freitas.



Fonte: (<http://voltaco.com.br/nos-penaltis-inter-supera-flamengo-e-esta-na-final-da-copa-voltaco-sub-14/>)

Figura 3 - Notícia publicada no site do Voltaço - Texto do Aluno do 1º ano de Jornalismo do UniFOA, Nathan Alves e com foto do aluno de 1º ano de Jornalismo do UniFOA, Samuel Freitas.

Nos pênaltis, Inter supera Flamengo e está na final da Copa Voltaço sub-14

Voltaço Notícias

Goleiro Cassio defendeu uma cobrança e comandou a vitória colorada

Por Nathan Alves

Sobrou emoção na semifinal entre Flamengo e Internacional, pela categoria sub-14. Após empate em 1 a 1 no tempo normal, a equipe gaúcha venceu por 4 a 2 nos pênaltis e se classificou para a decisão da Copa Voltaço 2019.

Na final, o Colorado irá enfrentar o Fluminense. A partida será no estádio do Trabalhador, em Resende, às 10h30.

O JOGO

No primeiro tempo da partida, o Flamengo abriu placar em boa jogada individual de Andriel, camisa 7, que driblou o marcador e finalizou de fora da área no canto do goleiro Cassio.

Na segunda etapa, o Internacional pressionou a equipe Rubro-Negra e conseguiu o empate em uma bola parada. Cadu bateu falta da intermediária e surpreendeu Vitor, que não conseguiu fazer a defesa.

Com o placar igual no tempo normal, a vaga na final foi decidida nos pênaltis. Aí prevaleceu a estrela de Cassio, goleiro Colorado, que defendeu uma cobrança e contou com a sorte em outro pênalti que foi na trave. Vitória do Internacional por 4 a 2.

Foto: Samuel Freitas

Como citado na introdução e na metodologia, foi utilizado uma escala para determinar as funções de cada estudante. Abaixo, um modelo simplificado do que foi utilizado.

Escala (Copa Voltaço) - dia 20 de junho

Local	Estádio	Horário	Função	Grupo de Alunos
Resende	Trabalhador	8h00	foto e vídeo	Nome dos alunos disponíveis no dia em destaque
Pinheiral	CT J. Havelange	10h00	reportagem	Nome dos alunos
Itatiaia	Municipal	14h00	redes sociais	Nome dos alunos
Resende	Resendinho	10h00	foto e vídeo	Nome dos alunos
Itatiaia	Municipal	16h00	redes sociais	Nome dos alunos

4. Conclusão

Conclui-se que, por se tratar de uma nova prática dentro do jornalismo, a educomunicação se mostrou importante na cobertura da Copa Voltaço e, provavelmente, será temática nos próximos planejamentos do departamento de comunicação do clube. Além disso, o grupo de alunos do UniFOA se mostrou interessado em seguir com o projeto agora em formato de extensão universitária que une aprendizado e práticas da comunicação, neste caso específico, esportiva.

Na intenção de ratificar a educomunicação como uma ferramenta que pode ser potencializada, utiliza-se a citação da autora Dalla Costa (2015) sobre a importância de que práticas como as exemplificadas na Copa Voltaço se repitam:

Para que práticas educacionais de fato sejam consolidadas nas organizações, é fundamental a implementação de ações conjuntas entre profissionais da educação, educadores e jornalistas. Atenta-se, por outro lado, que quando se fala em projetos de comunicação e educação, geralmente, o jornalista aparece de forma apagada, como coadjuvante. Ainda não se associa a figura desse profissional como mediador de ações educacionais, agente transformador que integra todo o processo de aprendizagem e formação dos sujeitos. (DALLA COSTA, R. M, 2015; p.9)

Tendo os objetivos sendo alcançados e a vivência e depoimento dos alunos, professores e profissionais de comunicação positiva, entende-se que o projeto tem tudo para se manter e até mesmo ser ampliado.

Referências

DALLA COSTA, R. M. **Estudos de Recepção: uma metodologia de análise dos meios de comunicação e a cultura escolar.** In: SCHMIDT, M. A.; GARCIA, T. M. B.; HORN, G. B. Diálogos e Perspectivas de Investigação. Ijuí: Unijuí, 2008, pp. 95 -119.

FIGARO, R.; GROHMANN, R.; NONATO, C. **As mudanças no mundo do trabalho do jornalista.** São Paulo: Atlas, 2013.

SOARES, I. O. **Educomunicação - conceito, o profissional, a aplicação.** São Paulo: Paulinas, 2011.

BARBEIRO, Heródoto e RANGEL, Patrícia. **Manual do Jornalismo Esportivo. 2 ed.** São Paulo: Contexto, 2013.

CARVALHO, M. **Educomunicação abre possibilidades para jornalistas.** Portal Observatório da Imprensa, 2014. Disponível em: <http://observatoriodaimpresa.com.br/jornal-de-debates/_ed815_educomunicacao_abre_possibilidades_para_jornalistas/> Acesso em: 08 de setembro de 2019.

DALLA COSTA, R. M. **A educomunicação e as novas práticas jornalísticas: um campo de interseções.** Revista Mídia e Cotidiano. Artigo Seção Temática. Número 7. Nov., 2015.

MOREIRA, A. **As Transformações No Jornalismo Esportivo do Século XXI: Estudo de caso da Assessoria De Imprensa.** Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Rio de Janeiro - RJ. 2015.

MOREIRA, A. **As transformações no jornalismo esportivo do século xxi. Estudo de caso da assessoria de imprensa.** Trabalho de Conclusão de Curso, Curso de Jornalismo. Centro Universitário de Volta Redonda (UniFOA), 2015.

Auditoria contábil: aspectos relevantes na fiscalização das contas patrimoniais

Accountig audit: relevant aspects in the inspection of asset accounts

CUNHA, C. A. S.¹; MARTINS, D. C. L.¹; LEÃO, A. F. S.¹

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.

catianadasilveira@bol.com.br

debora.martins@foa.org.br

augusto.leao@foa.org.br

RESUMO

Este estudo tem como objetivo demonstrar a importância da Auditoria em conjunto como o controle interno como ferramenta para uma melhor gestão administrativa. Acredita-se, como hipótese, que através das técnicas, métodos e relatórios de auditoria e controle, podem-se prevenir informações distorcidas que geram conclusões erradas e danosas para o processo de tomada de decisão nas organizações. A metodologia utilizada é baseada em levantamento bibliográfico composto por livros, com vistas a ressaltar as diferenças e similaridades entre os conceitos dados pelos autores pesquisados. Conclui-se que a Auditoria Contábil de contas patrimoniais é de suma importância para prevenção de erros e fraudes e permite dificultar (auxiliar nos problemas), identificar (detectar) e corrigir irregularidades.

Palavras-chave: Auditoria. Contas Patrimoniais. Erros. Fraudes.

ABSTRACT

This study aims to demonstrate the importance of Audit together as internal control as a tool for better administrative management. As a hypothesis, it is believed that through auditing and control techniques, methods and reports, it is possible to prevent distorted information that generates erroneous and harmful conclusions for the decision-making process in organizations. The methodology used is based on a bibliographic survey composed of books, with a view to highlighting the differences and similarities between the concepts given by the authors researched. It is concluded that the Accounting Audit of asset accounts is of paramount importance

for the prevention of errors and fraud, and it makes it difficult (to help with problems), to identify (detect) and correct irregularities.

Keywords: *Audit. Patrimonial Accounts. Errors. Frauds.*

1. Introdução

O objeto deste estudo é a Auditoria Contábil, cujo tema é “Auditoria Contábil: aspectos relevantes na fiscalização das Contas Patrimoniais”, apresentado inicialmente como trabalho de conclusão de curso. Nesse sentido a auditoria contábil exige, portanto, muita competência, responsabilidade e profissionalismo, o que justifica este estudo objetivando estudar e investigar o quanto a auditoria contábil é importante, pois através dela será verificado se a entidade está agindo dentro dos padrões das normas internas e da legislação pertinente. Com este estudo pretende-se contribuir com a melhoria de ensino das instituições por meio do mesmo. A relevância existe porque, por meio dela, os erros e fraudes futuros podem ser evitados pela empresa, consistindo em um trabalho preventivo.

2. Metodologia

Na elaboração deste trabalho, optou-se pelos métodos de pesquisa bibliográfica, pois trata-se de uma estratégia de pesquisa necessária para a elaboração e condução de qualquer pesquisa científica, visando à construção da plataforma teórica do estudo. Assim descreve Martins e Theóphilo (2009, p.54):

Uma pesquisa bibliográfica procura explicar e discutir um assunto, tema ou problema com base em referências publicadas em livros, periódicos, revistas enciclopédias, dicionários, jornais, sites, cd's, anais de congressos etc. Busca conhecer, analisar e explicar contribuições sobre determinado assunto, tema ou problema.

Vergara (2007, p.48), enfatiza que a pesquisa bibliográfica é o estudo sistematizado desenvolvido com base em material publicado em livros, revistas, jornais, redes eletrônicas, isto é, material acessível ao público em geral. Fornece instrumental analítico para qualquer outro tipo de pesquisa, mas também pode esgotar-se em si mesma.

Já no que diz respeito à pesquisa documental, corroboram os autores a seguinte definição:

A estratégia de pesquisa documental é característica dos estudos que utilizam documentos como fonte de dados, informações e evidências. Os documentos são dos mais variados tipos, escritos ou não, tais como: diários; documentos arquivados em entidades públicas e privadas; gravações; correspondências pessoais e formais; fotografias; filmes; mapas etc. (MARTINS e THEÓPHILO; 2009, p. 55).

Como pode-se observar, as duas formas de pesquisas são bem semelhantes, diferenciando-se apenas pela natureza de suas fontes, já que a pesquisa documental utiliza materiais advindos do próprio autor do trabalho, que ainda não passaram por análise ou que podem ser reelaborados de acordo com as necessidades do que está sendo pesquisado.

3. Resultados e Discussão

3.1. Auditoria

A atividade de auditoria é bastante dinâmica e está em permanente mutação, o que requer maior atenção dos órgãos específicos ligados a essa área, com finalidade de padronizar e estabelecer os procedimentos, fortalecer o sistema de auditoria e mercados de capitais, bem como, verificar, através de documentos e relatórios, se as normas internas estão sendo seguidas, observando a necessidade de melhoramento destas normas e com o exame das demonstrações econômico-financeira fornecem informações confiáveis aos proprietários e sócios.

A auditoria é um ramo da Contabilidade, uma técnica contábil que averigua a exatidão dos registros e demonstrações contábeis e tudo relacionado com o controle do patrimônio da empresa. A palavra auditoria vem do latim, “audire” que significa ouvir. “Auditoria é uma especialização contábil que visa analisar a eficiência e eficácia do controle patrimonial implantado com o objetivo de expressar uma opinião sobre determinado dado”. (ATTIE, 2006, p. 25).

Abrange uma grande variedade de especializações dentre as quais pode-se citar: Auditoria Contábil, Auditoria Interna ou Operacional, Auditoria Externa ou Independente, Auditoria Ambiental, Auditoria das Demonstrações Contábeis, Auditoria

Fiscal e Tributária, Auditoria Operacional, e Auditoria de Gestão, que constituem apenas uma especialidade do mesmo procedimento adotado, direcionado para um caso específico.

3.2. Controle Interno

O controle interno consiste em procedimentos e organização adotados como planos permanentes da empresa prevenindo que funcionários possam causar possíveis problemas pessoais ou financeiros e incorrer em atos ilícitos. Nesse sentido, o Controle Interno é composto de procedimentos, métodos ou rotinas com o intuito de proteger os ativos, produzindo dados contábeis confiáveis para ajudar a administração na condução ordenada dos negócios da empresa. O *Institut Français des Experts Comptables* assim define:

O Controle Interno é formado pelo plano de organização e de todos os métodos e procedimentos adotados internamente pela empresa para proteger seus ativos, controlar a validade dos dados fornecidos pela Contabilidade, ampliar a eficácia e assegurar a boa aplicação das instruções da direção. (CREPALDI, 2007, p.269).

Pode-se dizer que o controle interno é a “ferramenta” utilizada para manter, controlar e supervisionar as atividades empresariais, tanto no plano empresarial quanto nas normas e princípios contábeis podendo ser: contábil na proteção patrimonial e/ou administrativa na eficiência operacional. Quanto maior se torna a empresa, mais complexa será a estrutura organizacional necessária para controlar as operações de forma eficiente, se fazendo relevante a criação de relatórios, indicadores e análises consistentes, os quais darão ao administrador uma visão geral dos processos da empresa, facilitando, assim, a tomada de decisão por parte dos mesmos. (PAGLIATO; 2011, p.95).

Pode-se observar a diferença entre erros e fraudes: erros são atos não intencionais, já as fraudes são atos intencionais nas transações, adulterações e nos demonstrativos contábeis. O que as distingue é o elemento vontade, na intenção ou não de praticar a ação (FERREIRA; 2008; p.79). Assim, o administrador deve estar atento para identificar possíveis erros primários e caso não os identifique o auditor, através de seu planejamento, identificará erros e fraudes nos processos.

O elemento vontade é, portanto, a principal diferença entre erro e fraude, onde a responsabilidade primária é da administração que, para controlar ou eliminar, deve implementar um controle interno eficiente apoiado a um sistema contábil adequado. A realização de auditoria deverá apresentar um parecer das demonstrações dos resultados contábeis, com seus critérios, caso sejam relevantes e, em seguida, informar ao administrador imediatamente para tomar as devidas providências.

Há uma diferença entre fraude temporária e permanente. Para que a fraude seja permanente, o autor deve realizar fraude nos registros contábeis, para que a fraude não seja percebida nos balanços contábeis (FERREIRA; 2008; p.80). As fraudes temporárias são mais fáceis de identificar a partir de uma análise minuciosa dos registros. É preciso ter mais atenção às de natureza permanente, as quais são realizadas por pessoas ligadas ao registro, que tem o poder de modificar os relatórios para que não apareçam as movimentações das fraudes. Para evitar e eliminar tais fraudes, é imprescindível que haja um sistema adequado de controle interno que dividirá as funções a fim de dificultar as atividades de fraude. (FERREIRA; 2008; p. 80).

Segundo Almeida, (1996, p. 57) as limitações do controle interno são, principalmente, com relação ao conluio de funcionários na apropriação de bens da entidade, resultam de falhas de controle, uma vez que funcionários podem alterar dados do sistema, omitindo informações e falsificando relatórios, o que gera risco interno e evidencia a limitação do controle interno. Daí a importância de ter, além de eficiência nos procedimentos, pessoal competente e qualificado para “levar adiante de forma eficiente e econômica os procedimentos prescritos”. (ATTIE, 2007, p. 189).

No que diz respeito aos pontos relatados, mesmo no caso de a empresa ter um excelente sistema de controle interno, o auditor deverá executar os procedimentos mínimos de auditoria. (CREPALDI, 2007, p. 284). Nesse sentido, para Cordeiro (2013, p.76), não é recomendável a adoção de questionários padronizados, devendo existir a adequação a cada tipo de empresa, acreditando que é bastante variável a vida em cada organismo econômico. Questionamentos que podem ser aplicados: Avaliação Geral da empresa; Rotinas de Vendas, de Recebimentos, de Compras, de Pagamentos a Fornecedores, de Recursos Humanos, de Controles de Estoques, de Controles de Custos, de Controles do Imobilizado e de Controles das Disponibilidades conforme listados no Quadro 1, a seguir:

Quadro 1 - Questionamentos aplicados.

Questionamentos	Descrição
Avaliação geral da empresa	Verificação das atribuições e responsabilidades dos funcionários, seções, divisões, departamentos e se a gerência e/ou filiais estão claramente definidas nos manuais internos de organizações; incluindo os procedimentos sobre as principais atividades da empresa (vendas, recebimentos, compras, pagamentos, salários, registros contábeis, etc.); se a empresa utiliza um manual de contabilidade (estrutura das contas, quando cada conta deve ser debitada e creditada, modelos padronizados das demonstrações contábeis e relatórios gerenciais internos e as práticas contábeis utilizadas) com o propósito de permitir o registro ordenado e consistente de suas transações.
Vendas	Averigua se foi feito um estudo para concessão do crédito ao cliente antes de ser processada a venda a prazo (a fim de minimizar as perdas de contas a receber com clientes duvidosos), se as informações nas notas fiscais como quantidades, preços, cálculos, impostos, nome e endereço do cliente, etc., são conferidas de maneira que possam reduzir a possibilidade de ocorrência de erros.
Recebimentos	Verifica se os controles atuais asseguram que sejam tomadas providências para as contas a receber em atraso; se os controles existentes garantem que os recebimentos de vendas a prazo sejam imediatamente depositados na conta corrente bancária da empresa, se existem controles adequados sobre as vendas à vista e se os controles atuais garantem que os recebimentos sejam contabilizados na época devida.
Compras	Averigua se o sistema de controles assegura que sejam formalizadas apenas as compras previamente aprovadas e nas melhores condições de mercado; se os controles internos garantem que os bens que passam a ser de propriedade da empresa ou serviços a ela prestados sejam as obrigações resultantes dessas transações imediatamente contabilizadas e se o funcionário da contabilidade, que emite o voucher de lançamento contábil confere a sequência numérica dada nas notas fiscais.
Pagamentos	Observa a existência da segurança de que somente as compras efetivamente recebidas e de acordo com seus instrumentos formalizadores são liberadas para pagamento; os controles internos asseguram que os documentos sejam pagos na época devida; se existem controles adequados na guarda, preparo e assinatura de cheques e, ainda, se os controles asseguram que os pagamentos sejam contabilizados em seu período de competência.
Folha de Pagamento	Verifica se as funções relativas à folha de pagamento estão claramente definidas e segregadas; se existem controles que assegurem a não-superavaliação dos salários pagos (como alterações da folha de pagamento incluindo admissão, demissão, horas extras, entre outras) e se os controles internos garantem que as folhas de pagamento sejam contabilizadas em seu período de competência.

Fonte: Almeida (1996)

Lopes de Sá (2007, p.112), corrobora que os exemplos de questionamento usados pelos auditores podem ser realizados de acordo com o ramo de atividade da

empresa auditada e que não há um modelo padrão. Nesse sentido, o autor sugere um exemplo como: análise geral do controle dos registros básicos, análise de controles das disponibilidades, do controle dos clientes, de controle dos estoques, de controles dos bens de rendimento, de controle do imobilizado técnico, do controle de capital próprio, do controle de custos e do controle das receitas.

3.3. Algumas contas básicas que podem gerar uma boa Auditoria

As Contas Patrimoniais representam os Bens, os Direitos, as Obrigações e o Patrimônio Líquido. Dividem-se em Ativas e Passivas e são elas que representam o Patrimônio da empresa num dado momento, mediante o Balanço Patrimonial. (RIBEIRO, 2010, p.48).

No balanço, podem-se encontrar muitas contas que são classificadas segundo os elementos do patrimônio que registram, e agrupadas de maneira para facilitar o conhecimento e a análise da situação financeira da companhia, dentre as quais pode-se identificar: Auditoria de Caixas e Bancos; Auditoria de Contas a Receber; Auditoria dos Estoques; Auditoria de Contas a Pagar; e, Auditoria do Patrimônio Líquido. Estas contas representam indicadores comuns a qualquer tipo de Balanço Patrimonial das organizações, e devem sempre ser investigadas como boa medida de auditoragem.

3.4. Parecer de Auditoria

A avaliação das contas mencionadas anteriormente irá fornecer subsídios para formar o parecer de auditoria é o instrumento pelo qual o auditor expressa sua opinião, em obediência às normas de auditoria. Após a realização de todo o trabalho de campo, reunindo provas e evidências sobre as demonstrações contábeis, é que o auditor determina seu entendimento sobre a representatividade e o conjunto dos mesmos. Seu exame de campo, concluído por intermédio de programa de trabalho, o endereça à obtenção de informação e fatos que determinam seu posicionamento e o impelem a análises, pesando e medindo efeitos decorrentes das informações obtidas, objetivando formar uma opinião sobre as demonstrações contábeis com base na avaliação das conclusões atingidas pela evidência de auditoria obtida e expressar claramente essa opinião através de relatório de auditoria por escrito que descreve a base para a referida opinião, são objetivos do parecer de auditoria. (ATTIE, 2011, p.93).

Conforme a Resolução CFC no 1.231/09, o parecer do auditor, em condições normais, contém quatro parágrafos, sendo eles: Primeiro parágrafo, Segundo parágrafo, Terceiro parágrafo e Quarto parágrafo. (ATTIE, 2011, p.98).

O primeiro parágrafo determina e referencia o propósito de trabalho do auditor e a responsabilidade por ele assumida, enquanto o segundo parágrafo determina a abrangência do trabalho de auditoria e a forma pela qual o trabalho foi direcionado. Logo, o terceiro parágrafo determina a opinião do auditor sobre o trabalho realizado. E, por último, o quarto parágrafo determina o parágrafo da opinião do auditor quanto às demonstrações contábeis examinadas e descritas no primeiro parágrafo do parecer.

As normas do parecer dos auditores independentes determinados pela Resolução CFC nº 700, de 24/04/1991¹, indicam que o parecer se classifica, segundo a natureza da opinião em: parecer sem ressalvas, parecer com ressalvas, sendo esses os mais importantes, parecer adverso e parecer com abstenção de opinião.

Almeida (1996, p. 382 e 383), seguindo os preceitos da Resolução CFC nº 700, classifica os tipos de pareceres da mesma forma, ou seja, com ressalva, sem ressalva e adverso. Há apenas uma modificação de nomenclatura em relação ao parecer com abstenção de opinião, que, para esse autor, recebe o nome de negativa de parecer.

Para efeito deste estudo, serão analisados somente os pareceres com ressalva e sem ressalva, por serem considerados os mais relevantes pelos autores da área. O parecer sem ressalva, de acordo com Attie (2011, p. 95-96), demonstra que o auditor, ao emitir o parecer, está convencido de que a empresa elaborou suas demonstrações financeiras de acordo com o que preconiza os Princípios de Contabilidade e as Normas Brasileiras de Contabilidade, ou seja, não foram encontrados dados ou informações que apresentassem erro ou fraude.

Ainda sobre o parecer sem ressalva, ele sempre será emitido quando o auditor verificar que as demonstrações contábeis assim como a facilidade do desenvolver do trabalho são adequadas.

Por outro lado, o parecer com ressalva visa obter evidência de auditoria apropriada e suficiente, demonstrando que as distorções, individualmente ou em conjunto, são relevantes, mas não generalizadas nas demonstrações financeiras.

¹ Disponível em: www1.cfc.org.br/sisweb/sre/docs/RES_700.doc

(ALMEIDA, 2012, p.436). Os motivos de ressalva no parecer do auditor estão relacionados a não obediência aos Princípios de Contabilidade, limitações impostas ao auditor impedindo-lhe ao exame integral das demonstrações financeira.

4. Conclusão

Após a realização deste estudo, foi possível perceber que a auditoria é realmente uma ferramenta extremamente importante para combater erros e fraudes nas entidades, isso porque, através da Auditoria de Caixas e Bancos; de Contas a Receber; dos Estoques; de Contas a Pagar e do Patrimônio Líquido, o auditor poderá fornecer à empresa auditada um parecer da real situação e a mesma poderá, a partir desse, documento traçar estratégias para resolver os problemas que forem apontados.

Neste contexto, com base nos autores apresentados neste estudo, ratifica-se a importância da auditoria contábil, como um dos ramos da ciência contábil, que busca, através de sua técnica e seus relatórios, fornecer dados e informações, objetivando demonstrar a preocupação das empresas no que tange à prevenção de erros e fraudes.

Acredita-se que o presente estudo servirá de base para novas pesquisas no ramo da auditoria, no que diz respeito aos reflexos de como prevenir a empresa de ser vítima de erros e fraudes, preservando a imagem da mesma perante seus sócios, acionistas, consumidores e seus investidores, e a correlação que poderá ser feita com os concorrentes.

Este estudo possui limitações, pois trata-se de uma revisão bibliográfica. Em função disso, recomendam-se estudos futuros e talvez até mesmo a realização de uma atividade prática dentro de uma empresa que tenha interesse em descobrir a importância da auditoria para o bom funcionamento de suas atividades.

Referências

ALMEIDA, Marcelo Cavalcanti, **Auditoria: Um curso moderno e completo**, textos exemplos e exercícios resolvidos, 5ª Edição, Editora Atlas S.A. 1996.

_____. **Auditoria: Um curso moderno e completo**, 8ª Edição, Editora Atlas S.A. 2012.

ATTIE, Willian, **Auditoria: Conceito e Aplicações**, 3º edição, Editora Atlas S.A. 2006.

____ **Auditoria: Conceito e Aplicações**, 6º edição, Editora Atlas S.A. 2011.

____ **Auditoria Interna**, 2º edição, Editora Atlas S.A. 2007.

CORDEIRO, Cláudio Marcelo Rodrigues. **Auditoria Interna e Operacional – fundamentos, conceitos e aplicações práticas**. Editora Atlas S.A. 2013.

CREPALD, Silvio Aparecido, **Auditoria Contábil – teoria e prática**, 4ª Edição, Editora Atlas S.A. 2007.

FERREIRA, J Ricardo, **Auditoria: Teoria e questões comentadas**, 6º edição, atualizado de acordo com a Lei nº 11.638/07, Editora Ferreira, 2008.

MARTINS, Gilberto de Andrade; THEÓPHILO, Carlos Renato, **Metodologia da Investigação Científica para ciências sociais aplicadas** - 2º edição, Editora São Paulo: Atlas S.A. 2009.

PAGLIATO, Wagner. **Manual de Auditoria – Apresenta as alterações introduzidas pela Lei 11.638 - Nova Leis das S/A**. Editora Ciências Modernas LTDA. 2011.

RIBEIRO, Osni Moura. **Contabilidade Básica Fácil – atualizado conforme Lei nº 11.638/ 2007 e medida provisória nº449/2008, convertida na Lei nº 11.941/2009**. 27ª edição, Editora Saraiva. 2010.

SÁ, Antônio Lopes. **Curso de Auditoria**. 10ª edição, Editora São Paulo: Atlas S.A. 2007.

VERGARA, Sylvia Constant, **Projetos e Relatórios de pesquisa em Administração**, 9ª edição, Editora Atlas S.A.2007.

Ensino

A visão dos alunos do UniFOA sobre a aplicabilidade dos Fenômenos de Transportes na Engenharia Civil: relato de uma atividade de prática textual no período 2019.1

The UniFOA students' view on the applicability of Transport Phenomena in Civil Engineering: an account of an textual practice activity in the 2019.1 period

MOTA, I. O.¹

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.
izabeldamota@yahoo.com.br

RESUMO

Este artigo se propõe a apresentar os resultados e a discussão de uma atividade realizada na disciplina de Fenômenos de Transportes, realizada no final do período letivo de 2019.1. A atividade consistiu na elaboração de um texto individual e manuscrito sobre a aplicabilidade dos Fenômenos de Transportes na Engenharia Civil. A atividade teve como foco a valorização da interdisciplinaridade e a transversalidade como oportunidade do desenvolvimento da consciência crítica e reflexiva dos participantes. Apesar da resistência ao ato de escrever, os resultados apontaram que 90% dos estudantes compreenderam não somente o foco do exercício, mas também demonstraram plena ciência da importância da disciplina em diversas aplicações técnicas. Ainda que as estruturas cognitivas ligadas às ciências exatas estejam associadas a metodologias de raciocínio lógico, uma possível estratégia para romper com o preconceito com a prática textual seria a introdução deste exercício no cotidiano acadêmico objetivando o desenvolvimento das competências comunicacionais dos futuros profissionais.

Palavras-chave: Contextualização. Estratégia didática. Práticas textuais. Competências comunicacionais.

ABSTRACT

This paper shows the results and the discussion of an activity carried out in the discipline of Transport Phenomena, held at the end of the 2019 school year.1. The activity consisted in the elaboration of an individual and manuscript text on the applicability of the Transport Phenomena in Civil Engineering. The activity focused on

the valorisation of interdisciplinarity and transversality as an opportunity for the development of critical and reflexive awareness of the participants. Despite resistance to writing, the results showed that 90% of the students understood not only the focus of the exercise, but also demonstrated full knowledge of the importance of the subject in various technical applications. Although the cognitive structures associated with the exact sciences are associated with logical reasoning methodologies, a possible strategy to break with the prejudice with the textual practice would be the introduction of this exercise in academic everyday, aiming the development of the communication skills of future professionals.

Keywords: Contextualization. Didactic strategy. Textual practices. Communication skills.

1. Introdução

Os Fenômenos de Transportes englobam três temáticas intimamente relacionadas: a mecânica dos fluidos, que abarca o transporte de momento, a transferência de calor que trata do transporte de energia e a transferência de massa, que diz respeito ao transporte de espécies químicas. Embora esses três tópicos tenham sido desenvolvidos independentemente como ramos da física clássica há tempos, seu estudo unificado encontrou lugar como uma das ciências fundamentais da engenharia. Esse desenvolvimento, por sua vez, com menos de meio século de idade, continua a evoluir e ser aplicado em diversas áreas do conhecimento (BIRD et al, 2004).

De acordo com o Conselho Federal de Engenharia e Agronomia (CONFEA), o engenheiro civil é o profissional responsável por projetar, gerenciar e executar projetos de construção ou reformas, acompanhando todas as etapas desde a análise do solo e estudo da insolação e da ventilação do local até a definição dos tipos de fundação e os acabamentos. Especifica as redes de instalações hidráulicas, de saneamento, elétrica e define os materiais a serem utilizados. Calcula os efeitos dos ventos e das mudanças de temperatura na resistência dos materiais usados na construção, chefia equipes de trabalho, supervisiona prazos, custos, padrões de qualidade e de segurança (CONFEA, 1973).

Por sua relevância, não há praticamente nenhum setor da engenharia e até mesmo da atividade humana que não seja, de certo modo, afetado por questões

associados à Mecânica dos Fluidos, à Transferência de Calor e de Massa, ou seja, que não envolva interações de massa e de energia entre seus componentes (BRAGA FILHO, 2012), por isso a disciplina de Fenômenos de Transportes é parte integrante do núcleo de conteúdos básicos dos cursos de graduação em engenharia.

Mais do que as informações sobre esses assuntos, os estudantes de engenharia precisam entendê-los, para que em sua vida profissional sejam capazes de orientar suas aplicações. Além disso, sabe-se que a comunicação é fundamental na formação dos atuais acadêmicos e futuros engenheiros, e tal prática envolve não somente a oralidade, mas também a produção gráfica e escrita (YALVAC et al., 2006; VAN HATTUM-JANSSEN & LOURENÇO, 2008).

Tendo em vista que boa parte do curso de engenharia é voltado para cálculos, resolução de problemas, análises e criação de modelos, e que a maioria desses estudantes não apresentam afinidade com o ato de escrever, foi proposto aos alunos do 4º período de engenharia civil do UniFOA a elaboração de um texto individual e manuscrito sobre a aplicabilidade dos fenômenos de transportes na engenharia civil. O presente artigo traz portando os resultados e a discussão desta atividade.

2. Metodologia

O presente estudo de caso é fruto de uma ação de ensino realizada no período letivo de 2019.1, no curso de graduação de engenharia civil do UniFOA, utilizada como componente de avaliação de aprendizagem e estratégia para a melhoria do ensino da disciplina de fenômenos de transportes.

A atividade proposta consistiu na produção de uma redação individual e manuscrita, acerca da aplicabilidade dos fenômenos de transportes na engenharia civil. Na ocasião a turma era composta por 13 alunos, dos quais 10 aceitaram participar da atividade, que foi realizada ao final do período letivo. Não foi estabelecido um número mínimo e máximo de linhas.

3. Resultados e Discussão

O primeiro resultado observado no presente estudo foi a “estranheza” relatada por todos os alunos com relação a proposta de elaboração de uma redação, já que eles cursam engenharia. Romper esse preconceito foi o primeiro desafio da atividade.



Ainda que as estruturas cognitivas ligadas às ciências exatas estejam associadas a metodologias de raciocínio lógico que se interconectam na busca por objetivos e respostas técnicas, não se deve privilegiar o aspecto puramente lógico em detrimento de habilidades textuais. A habilidade de se comunicar aliada ao conhecimento técnico é um talento muito valorizado pelas organizações. Ter sucesso na profissão está claramente ligado à capacidade de difundir informações e decisões com objetividade e clareza, tanto de forma oral quanto escrita (AGOSTINHO et al., 2015).

Por isso, foi necessário discutir sobre a importância das práticas de leitura e escrita fundamentais à formação de todos os profissionais nas mais diversas áreas do saber (VIEIRA, 2011), e realizar um debate sobre a importância das competências comunicacionais na engenharia. Após discussão, os alunos concordaram com a relevância do assunto na área técnica, porém continuaram afirmando preferência por “cálculos” e “coisas mais objetivas”, situação também observada por em Ribeiro et al. (2010).

As composições apresentaram entre 13 e 58 linhas, todas apresentaram introdução e desenvolvimento, porém apenas cinco apresentaram conclusão. De forma geral, os textos se apresentaram de forma coerente e coesos, duas composições apresentaram gírias e expressões populares e apenas uma fugiu ao tema proposto. Os assuntos abordados foram condensados no Quadro 1, no qual também é apresentado o número de composições que apresentaram os respectivos conteúdos.

Quadro 9 – Assuntos abordados nos textos.

Assuntos	Número de textos
Hidráulica	9
Máquinas de fluxo	6
Saneamento	5
Conforto térmico nas construções	5
Materiais de construção civil	4
Hidrologia	3

Apesar de se tratar de uma disciplina do núcleo de conteúdos básicos dos cursos de graduação em engenharia, o ensino e a aprendizagem dos fenômenos de transporte não constituem tarefas fáceis (D'ÁVILA, 1991). Mesmo assim, diante dos assuntos abordados nos textos, fica claro que alguns alunos conseguiram extrapolar aos conteúdos trabalhados em sala de aula, tais como hidráulica, máquinas de fluxo, saneamento e conforto térmico, fazendo conexões com conteúdos que não constituem assuntos da ementa da disciplina, tais como materiais de construção e hidrologia.

Após a atividade, os alunos declaram ter tido dificuldades em estruturar as ideias. Porém, os resultados apontaram que os estudantes foram capazes de estabelecer relações entre diversas disciplinas em torno de um tema, ou seja uma área enriqueceu o conhecimento de outra e o resultado foi a construção de um saber mais robusto, transversal e interdisciplinar.

Assim, verifica-se que a aprendizagem deve ser pensada como um processo de mudança, provocado por estímulos diversos, mediado por emoções, capaz de manifestar transformações no comportamento do indivíduo para formação de uma postura crítica-reflexiva (FLEURY & FLEURY, 2001).

4. Conclusão

Os resultados da atuação dos alunos durante a atividade apontaram que boa parte dos estudantes associam a imagem do engenheiro civil ao profissional que

apenas projeta, calcula e executa obras. Frases como: “se eu gostasse de português estaria causando letras” foram diversas vezes ouvidas durante a ação.

Uma possível estratégia para romper com o paradigma de que acadêmicos de engenharia não precisam saber escrever bem é fazer com que eles vivenciem essa prática em seu cotidiano acadêmico. Para que assimilem que a comunicação escrita bem elaborada possibilita ao profissional que se expresse e desenvolva por inteiro sua capacidade de comunicar-se.

Com relação a aplicabilidade dos fenômenos de transportes na engenharia civil, foi verificado que 90% dos alunos compreenderam não somente o foco da atividade, mas também apresentaram plena ciência da importância da disciplina em diversas aplicações técnicas.

Por fim, verifica-se a certeza de que ato de ensinar nem sempre resulta no aprendizado do aprendiz, pois na dinâmica da aprendizagem a figura principal não é quem ensina, mas sim quem necessita aprender. Desta forma cabe ao professor reconhecer as dificuldades de seus alunos para que então sejam pensadas estratégias didáticas para modificação, dinamização e melhora das práticas do ensinar.

Referências

AGOSTINHO, M.; AMO-RELLI, D.; RAMALHO, D. **Introdução à engenharia**, 1. ed. Rio de Janeiro: Lexikon, 2015.

BIRD, R.B., STEWART, W.E. AND LIGHTFOOT, E.N. **Fenômenos de Transporte**, 2a ed. LTC, Rio de Janeiro, 2004.

BRAGA FILHO, W. **Fenômenos de transporte para engenharia**, 2 ed. Rio de Janeiro: LTC, 2012.

CONFEA. **Resolução nº 218**, de 29 de junho de 1973. Regulamenta as atribuições profissionais inseridos nos sistema Confea/Crea. Disponível em: <<http://www.confea.org.br/>>. Acesso em: 17 de julho 2019.

D'ÁVILA, S.G. **Ensino de termodinâmica para engenheiros químicos**, I Encontro de Termodinâmica do Sul do Brasil, pág. 9, UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, Brasil, 1991.

FLEURY, M. T. L.; FLEURY, A. **Construindo o conceito de competência**. Revista administração contemporânea, Curitiba , v. 5, p. 183-196, 2001.

RIBEIRO, A. E. & VILLELA, A. M. N. **“Engenheiro não sabe escrever”**: estereótipos improdutivos e o ensino de português. In: XV Encontro nacional de didática e prática de ensino. Belo Horizonte, UFMG, abril de 2010.

VAN HATTUM-JANSSEN, N.; LOURENÇO, J. M. **Peer and self-assessment for first-year students as a tool to improve learning**. Journal of professional issues in Engineering education and practice. p. 346-352, 2008.

VIEIRA, A. A arte da escrita técnica. Revista de Sistemas de Informação da FSMA, v. 1, n. 8, p. 22-30, 2011.

YALVAC et al. **Teaching writing in a laboratory-based engineering course with a how people learn framework**. New directions for teaching and learning, n. 108, p. 59-72, 2006.

Corrida de Orientação numa escola pública de Resende: Primeiras aproximações

Orientation running in a public school located in Resende: First approaches

CÂNDIDO, C. M.¹; PARAÍSO, M. A.²; SOUZA, G.C.¹; SOMBRA, F.L.B.²

IFRJ, Instituto Federal do Rio de Janeiro. 2- UniFOA Centro Universitário de Volta Redonda

RESUMO

Historicamente a educação física escolar brasileira privilegia suas ações nos esportes de quadra: Basquetebol, Voleibol, Handebol e Futsal. Dessa forma, a presente pesquisa emerge da prática educativa em desenvolvimento em uma escola pública do interior do estado do Rio de Janeiro, cujo objetivo é investigar a possibilidade da corrida de orientação como um possível conteúdo para as aulas de educação física escolar. Tal proposição busca ampliar o cenário das experiências corporais dos estudantes da Educação Básica, especificamente do Ensino Médio. Assim, apresenta como propósito a promoção da inclusão de outros conteúdos nas aulas de educação física escolar. No que pese à questão metodológica, cabe frisar que nos aproximaremos do relato de experiência, visto que este modo de pesquisar possibilita o estabelecimento da relação significativa entre o sujeito e o fenômeno da investigação. Com relação aos instrumentos da pesquisa utilizar-se-á a roda de conversa e do caderno de campo. Espera-se com esse estudo a ampliação dos conteúdos da educação física escolar para além dos esportes de quadra. Sabendo que o presente projeto envolve seres humanos, informamos que foi submetido ao Comitê de Ética sob o CAAE: 19749019.2.0000.5237.

Palavras-chave: Educação Física. Ensino. Corrida de Orientação

ABSTRACT

Historically Brazilian school physical education has privileged its actions in indoor sports: Basketball, Volleyball, Handball and Futsal. Thus, the present research emerges from the educational practice under development in a public school in the interior of the state of Rio de Janeiro, whose objective is to investigate the possibility of orienteering as a possible content for school physical education classes. This proposition seeks to broaden the scenario of corporal experiences of students of

Basic Education, specifically High School. Thus, its purpose is to promote the inclusion of other content in school physical education classes. Regarding the methodological issue, it should be emphasized that we will approach the experience report, since this mode of research enables the establishment of a meaningful relationship between the subject and the research phenomenon. Regarding the research instruments, the conversation wheel and the field notebook will be used. This study is expected to expand the contents of school physical education beyond court sports. Knowing that this project involves human beings, we report that it was submitted to the Ethics Committee under CAAE: 19749019.2.0000.5237.

Keywords: Physical Education. Teaching. Orientation Running

1. Introdução

O presente relato emerge da experiência social (SANTOS, 2010) que está em desenvolvimento em uma escola pública do interior do estado do Rio de Janeiro e, portanto, objetiva discutir a corrida de orientação como um possível conteúdo para as aulas de educação física escolar.

A justificativa para o desenvolvimento do presente relato procede da pesquisa realizada por Tahara, De Carvalho Soares e Darido (2018, p. 99), que ao investigar a “produção acadêmica sobre as práticas corporais de aventura (PCA) em periódicos científicos nacionais, visando qualificar e quantificar o número total de artigos publicados sobre esta temática” concluíram que há uma carência de trabalhos que versam sobre as práticas corporais de aventura no ambiente escolar.

Diante do exposto, é importante frisar que buscamos ampliar as práticas corporais² hegemonicamente desenvolvida nas escolas brasileiras, pois historicamente a educação física escolar tem privilegiado os esportes de quadra: Basquetebol, Voleibol, Handebol e Futsal. Para Tahara, Cangliari e Darido (2017, p. 3)

² Prática corporal nesse estudo é entendida como uma oposição a mera ação biologizante, pois “são identificadas como manifestações culturais que enfocam a dimensão corporal, característica não presente na perspectiva dos pesquisadores que utilizam o conceito de atividade física; Buscam superar a fragmentação identificada na constituição do ser humano e denotam uma crítica a forma de organização da vida contemporânea e seus desdobramentos no corpo” (LAZZAROTTI et al, 2010, p. 18-19).

os esportes mencionados, “historicamente sempre foram tratados como conteúdos hegemônicos na maioria das aulas de Educação Física escolar no Brasil”.

Nessa linha de pensamento, alguns autores (BLAIA; DE SANTANA, 2008) observam que as aulas de educação física escolar, em sua maioria, ainda reproduzem os esportes desenvolvidos em clubes no intuito de privilegiar o gesto técnico e a formação de atletas. Tais autores ainda reforçam que a referida tendência reproduz um viés vinculado à prática esportivista e de massificação do esporte.

De outro modo, Tahara e Darido (2016, p. 115) reiteram a importância das práticas corporais de aventura, pois essas práticas possuem relação com a história dos seres humanos e, por isso, “tal temática poderia e deveria ser enfatizada dentro das aulas de Educação Física na escola”.

Assim, com o propósito de promover a inclusão de outros conteúdos nas aulas de educação física escolar e, no intuito de superar a barreira histórica imposta pelos esportes tradicionais, De Freitas *et al.* (2016) considera que as práticas corporais de aventura promovem aulas dinâmicas além de proporcionar a autoconfiança, o desenvolvimento das competências de liderança, o estímulo ao trabalho em grupo, a sociabilidade, o respeito ao limite individual, dentre outros.

No que pese à questão metodológica, cabe frisar que nos aproximaremos do relato de experiência, pois para Silva e Molina Neto (2014), o conhecimento emerge da reflexão sobre a experiência. A esse respeito Molina Neto (2010) considera que, os relatos de experiência possibilitam o estabelecimento da relação significativa entre o sujeito e o fenômeno da investigação e reitera que o referido procedimento metodológico permite a produção de conhecimento a partir das ações educativas, visto que se desenvolve a partir das intervenções nos ambientes escolares. Cabe ressaltar que, sabendo ser esse projeto um estudo que envolve seres humanos, foi submetido ao Comitê de Ética sob o número: 19749019.2.0000.5237.

2. Corrida de Orientação: Primeiros Passos

O presente relato é fruto das experiências de quatro educadores que acreditam na possibilidade de viabilizar a prática da corrida de orientação como alternativa nas aulas de Educação Física. Compartilhar parte dos caminhos percorridos até o

momento é uma forma de incentivar que outros professores lancem mão deste conteúdo ao longo da Educação Básica.

Sendo assim, descremos o processo de inserção da corrida de orientação no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro (IFRJ), especificamente do campus avançado Resende, localizado no sul fluminense. Começamos pela apresentação de algumas informações sobre a instituição e seu entorno, a fim de facilitar a compreensão sobre as dinâmicas adotadas tanto nas aulas de Educação Física, quanto no projeto de extensão relativo à disciplina.

Em ambos os casos o objetivo é desenvolver a prática da corrida de orientação como uma atividade corporal saudável e prazerosa, entendendo-a também como alternativa de educação para o lazer e para o meio ambiente. Vale destacar que a proposta se efetiva em diferentes campi, lançando mão da utilização de áreas de preservação ambiental e espaços públicos de lazer.

Também é importante esclarecer que estamos nos referindo apenas a um recorte das ações que acontecem em torno da corrida de orientação no IFRJ, inclusive se trata dos desdobramentos de um projeto que teve início no campus Nilo Peçanha, localizado no município de Pinheiral, também no sul do estado. Em Resende, as atividades tiveram início no ano de 2018 com a chegada dos alunos do Ensino Médio Integrado ao Curso Técnico em Guia de Turismo, sendo incluída no plano de curso do primeiro ano. De acordo com a Base Comum Curricular Nacional (BNCC) a corrida de orientação deve ser trabalhada ao longo da Educação Básica, o que fica explícito nas menções relacionadas ao esporte de aventura.

Paralelamente a modalidade também ganhou atenção no campo da extensão, se tornando um projeto de oferecimento anual que se encontra na segunda versão. O primeiro intitulou-se “Corrida de orientação: natureza e ação” e o atual chama-se “IFRJ em ação: vivências corporais no Parque das Águas de Resende”. Vale destacar que em ambas as versões, a corrida de orientação é o principal atrativo do projeto. O público alvo é constituído pela comunidade IFRJ e pela população em geral, sobretudo alunos de outras escolas públicas.

Para que se compreenda como o oferecimento da modalidade se tornou possível, é preciso evidenciar que os educadores responsáveis por sua realização já foram, ou ainda são praticantes e admiradores da modalidade. A decisão de leva-la

para as aulas de Educação Física aconteceu a partir do reconhecimento acerca de seu potencial educativo, o que também inspirou o oferecimento em nível de extensão.

Dito de outro modo, a corrida de orientação no ambiente escolar, sobretudo com a participação da comunidade, vem contribuir com as propostas de intervenção quanto à reflexão e conscientização dos usos dos espaços de preservação ambiental e de lazer, bem como sobre e compreensão da natureza em ambientes urbanos. A corrida de orientação, sendo um esporte, que vai além do uso do corpo para a corrida, também desenvolve aspectos cognitivos e sócio-afetivos.

Segundo Silva (2011) trata-se de um esporte que teve origem na Suécia em meados do século XIX, através de militares. Ao final do mesmo século a orientação se tornou um esporte de competição com adesão maior dos militares, mas rapidamente ampliou para uma larga participação de civis. Sua prática consiste em um indivíduo passar por pontos demarcados previamente com objetos chamados prismas, no menor tempo possível, utilizando um mapa confeccionado com simbologia específica e uma bússola para se orientar. O mapa de orientação ainda recebe uma legenda universal específica para este fim, de maneira que o praticante deve interpretar o mapa através do uso das legendas e então escolher pela melhor rota até alcançar os pontos especificados no mapa. Desta forma, o indivíduo deve tomar decisões rápidas, sob tensão e correr em terrenos variados, seja asfalto, terra, barro, grama, areia, dentre outros (SILVA, 2011).

Um aspecto que vem chamando atenção tanto nas aulas de Educação Física, quanto na execução do projeto é que para a maioria das pessoas, o contato oferecido é o primeiro com o esporte. Em geral os participantes demonstram satisfação em vivenciar a atividade. Trata-se de um esporte pouco difundido, muitas vezes desconhecido até para os professores de Educação Física que acompanham seus alunos na atividade.

2.1. Especificidades da experiência com o ensino

No cenário das aulas a modalidade é trabalhada no segundo bimestre das turmas de primeiro ano do ensino médio. Como o espaço é um fator primordial para a realização da corrida de orientação, esclarecemos que as aulas acontecem parte externa do campus, que funciona nas instalações de um antigo clube de lazer.

Lembramos que a modalidade é originalmente praticada em espaços abertos, preferencialmente em meio à natureza. Considerando as especificidades do esporte a dimensão da escola é limitada. No entanto, a existência de árvores, grama e alguns equipamentos de lazer favorecem sua realização, pelo menos em nível de apresentação.

Os tópicos contemplados nas aulas são: história, conceito e modalidades; regras básicas e material utilizado; noções básicas da constituição de um mapa – simbologia/legenda/escala; localização e orientação do mapa; leitura e interpretação do mapa. Como é possível observar o conteúdo tem um potencial interdisciplinar que engloba diferentes matérias como geografia, matemática, biologia, história, língua portuguesa, entre outras.

Mas, no que diz respeito à prática, clarificamos que apesar de já ter ocorrido uma aproximação bastante significativa com a disciplina Geografia, ainda existe um longo caminho a ser percorrido para efetivar o diálogo com as demais disciplinas. Em geral as limitações tem relação com os próprios planos de curso, cujas convergências precisam ser ajustadas para que o trabalho interdisciplinar se torne possível, o que não configura tarefa simples.

No que se refere à abordagem, começamos através de uma aula expositiva com apresentação em *power point*. No encontro seguinte os alunos se dividem em grupos e confeccionam mapas da escola, como se estivessem fazendo uma planta baixa do prédio e da área externa do campus. No terceiro contato são montados percursos nos mapas desenhados por eles e no quarto a atividade é realizada no espaço do Parque das Águas. Na quinta aula a intenção é praticar a modalidade no espaço da outra escola, que conta com uma reserva ambiental, onde se torna possível a experimentação de um nível técnico mais avançado em relação às vivências anteriores.

Dentre as limitações encontradas para avançar no oferecimento da modalidade, destacamos justamente a questão do espaço, pois, os viáveis diariamente se tornam desinteressantes aos alunos à medida que vão aprimorando o nível técnico.

2.2. Especificidades do Projeto de Extensão

Tanto a versão “Corrida de orientação: natureza e ação”, quanto o “IFRJ em ação: vivências corporais no Parque das Águas de Resende” foram submetidas a editais internos da instituição, obtendo aprovação com auxílio de recursos financeiros voltados à aquisição de materiais. Na primeira edição, o projeto ainda foi contemplado com um monitor bolsista, na ocasião um aluno do ensino médio. O mesmo recebeu um treinamento a fim de se tornar capaz de fornecer explicações ao público durante a realização das oficinas.

A frequência de oferecimento da atividade é semanal, funcionando com agendamento prévio. A duração da oficina é de aproximada de 2 horas. Como evidente no título atual, o local onde acontece o projeto é um parque urbano. O mesmo abre diariamente, no horário de 6:00h às 22:00h, o que possibilita o atendimento de grupos em diferentes turnos. O espaço fica situado numa área central da cidade, sendo de fácil acesso.

Além de discentes, docentes e servidores técnicos do IFRJ, a comunidade externa é atendida. Os estudantes das escolas municipais constituem o público mais efetivo. Também temos atendido alunos de Volta Redonda e grupos de escoteiros.

Os objetivos específicos até agora foram:

- a) Mapear a área do Parque das Águas para a prática de corrida de orientação;
- b) Realizar oficinas com a comunidade interna e externamente ao IFRJ Resende;
- c) Realizar oficinas sobre meio ambiente;
- d) Capacitar professores de Educação Física para desenvolverem a corrida de orientação no ambiente escolar.
- e) Oferecer aos participantes experiências diversificadas de práticas corporais no espaço do Parque das Águas de Resende;
- f) Educar para o Lazer e pelo Lazer;
- g) Proporcionar desenvolvimento pessoal e social dos participantes;
- h) Contribuir com a aquisição de equipamentos esportivos para o IFRJ Resende;
- i) Participar de eventos de extensão e pesquisa do IFRJ, com o intuito de divulgar as atividades desenvolvidas em caráter de extensão;
- j) Realizar uma aproximação da comunidade acadêmica com o entorno do campus.

Levando em conta a capacitação de professores, informamos que foi oferecida uma oficina de confecção de mapa, através do aprendizado dos recursos do programa OCAD. A mesma foi possível em virtude da parceria existente entre os campi Resende e Nilo Peçanha, rendendo frutos muito positivos, inclusive alguns dos professores que participaram da formação já estão colocando o que aprenderam em prática.

No que se refere à preocupação com o meio ambiente, isto acontece em função do mesmo ser essencial para a prática da corrida de orientação, tanto que uma de suas regras é justamente “preservar o meio ambiente”.

No que se refere à dinâmica de execução esclarecemos que:

- a) São fornecidas informações gerais sobre a escola, incluindo a divulgação dos cursos e as formas de acesso. Em seguida tem início uma roda de conversa sobre Lazer e sobre a importância dos parques urbanos.
- b) No segundo momento os alunos recebem explicações sobre a corrida de orientação. São fornecidas informações sobre a modalidade, incluindo regras básicas, interpretação do mapa, pontos cardeais, escala do mapa, dentre outros, de modo que fique evidente a relação deste esporte com saberes das disciplinas biologia, geografia e matemática. Por fim, os participantes são convidados a colocar os conhecimentos em prática na execução de um percurso;
- c) Ao retornar, os participantes são direcionados às vivências livres que incluem a experimentação de badminton, *frisbee*, vôlei, dentre outros, conforme o tempo disponível;
- d) Objetivando avaliar o encontro é realizada uma roda de conversa ao término das vivências. Neste momento o objetivo é identificar pontos positivos e negativos observados pelos participantes. Também fica como sugestão que em momento posterior, o professor/coordenador responsável pelos alunos peça uma redação sobre a percepção dos mesmos em relação à experiência.

3. Relevância e impacto na formação dos alunos

Possibilitar que a Corrida de Orientação faça parte do currículo da disciplina de Educação Física é um modo de enriquecer as experiências de aprendizagem, contribuindo

para uma conscientização dos valores agregados ao esporte em questão, configurando-se também uma forma de “derrubar” os muros da escola para uma experimentação comunitária e extensionista das vivências das aulas de educação física. Trata-se ainda de um modo de romper com os conteúdos esportivos, que historicamente predominam na escola. Como a vivência se configura como novidade para maioria dos alunos, se estabelece condições mais igualitárias, encorajando a participação de alunos, que muitas vezes se mostram reticentes a outras propostas.

Considerando o viés da formação profissional a que também se propõe a instituição em questão, cujo objetivo é formar cidadãos e profissionais técnicos de nível médio do Eixo Tecnológico Turismo, Hospitalidade e Lazer, respeitando os princípios educativos, científicos e sociais e com os requisitos do mundo do trabalho, consoante com as demandas da região, o projeto envolvendo a corrida de orientação é mais uma ferramenta para contribuir com a formação plena dos alunos, sobretudo para o bolsista. Isto porque as opções de lazer que requisitam guias de turismo na região estão diretamente relacionadas com práticas esportivas em meio à natureza, por isso, cabe à instituição que oferece o Curso Técnico em Guia de Turismo Integrado ao Ensino Médio, proporcionar vivências nestes espaços, valorizando o meio ambiente e despertando a consciência no que diz respeito à preservação.

4. Instituições parceiras, relação com a comunidade externa

No desenvolver das atividades conquistamos parcerias com a Agência do Meio Ambiente do município, que inclusive fica localizada nas dependências do Parque das Águas. A mesma contribui disponibilizando, quando requisitada, palestras sobre Parques Urbanos e Unidades de Conservação. Também conquistamos a parceria da Secretaria Municipal de Educação, que através da coordenadoria de Educação Física, promove a participação dos alunos das escolas municipais.

5. Breves considerações

Partindo do pressuposto de que o presente projeto foi desenvolvido no ano de 2018 como experiência pedagógica e, nesse segundo semestre pretendemos desenvolvê-lo articulado ao viés investigativo, consideramos que:

- Primeiro, percebemos que a Corrida de Orientação é um conteúdo possível de ser desenvolvido com os estudantes do Ensino Médio;
- Segundo, a observação assistemática nos permitiu perceber que a Corrida de Orientação despertou o interesse dos(as) estudantes e tornou as aulas dinâmica e prazerosa, pois para a maioria dos(as) adolescentes que participaram das atividades, tratou-se do primeiro contato com o esporte;
- Terceiro, apesar dos obstáculos referentes às dificuldades de material (bússola e espaço físico), a satisfação dos participantes nos incentiva a continuar. Também temos observado que a execução do projeto tem favorecido a divulgação tanto do esporte, quanto da instituição, que é nova na região;
- Quarto, o potencial da Corrida de Orientação para o desenvolvimento humano e pós humano (meio ambiente), visto que demonstra possíveis articulações com o comprometimento com a formação integral dos(as) estudantes;
- Quinto, a referida prática corporal possibilita a ação interdisciplinar, pois ao se constituir a partir do ambiente externo a escola, permite que os docentes de Geografia, Matemática, dentre outras articulem ações junto ao projeto e, simultaneamente amplia o diálogo entre os pares contribuindo para a efetivação e enriquecimento da proposta, sobretudo a de extrapolar os conteúdos hegemônicos da Educação Física e também os muros da própria instituição;

Por fim, a Corrida de Orientação favoreceu o contato com a comunidade, visto ser fundamental que os(as) estudantes tenham percepções do meio onde estão inseridos e adquiram a percepção e a consciência sobre as ações necessárias para a melhoria da realidade local em que habitam.

Referências

BRASIL. Base Nacional Comum Curricular: Ensino Médio. Brasília: MEC/Secretaria de Educação Básica, 2018.

BLAIA, C.; DE SANTANA, Wilma Santos. Subsídio para a Implementação da Corrida de Orientação nas Aulas de Educação Física, v. 8, 2008. **Disponível em:**

<http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/pde/arquivos/2326-8.pdf>. Acessado em 16/08/2019.

DE FREITAS, Tamires Alvarado et al. Avaliação da implementação de um programa de práticas corporais de aventura na Educação Física escolar. **Arquivos em Movimento**, v. 12, n. 1, p. 4-16, 2016.

MOLINA NETO, V. Etnografia: opção metodológica para alguns problemas de investigação no âmbito da Educação Física. In MOLINA NETO, V.; TRIVIÑOS, A. **A pesquisa qualitativa na Educação Física: alternativas metodológicas**. 3. ed. Porto Alegre: Sulina, 2010.

SILVA, Lisandra Oliveira; MOLINA NETO, Vicente. Os sentidos da escola e da Educação Física para estudantes e docentes de uma rede pública municipal. **Movimento, Porto Alegre**, RS. Vol. 20, n. 4 (jul./set. de 2014) p. 1139-1158, 2014.

SILVA, M. A. F. Esporte orientação: conceituação, resumo histórico e proposta pedagógica interdisciplinar para o currículo escolar. **Trabalho de Conclusão de Curso do curso de licenciatura em Educação Física da Universidade Federal do Rio Grande do Sul**. Porto Alegre, 2011.

TAHARA, Alexander Klein; DARIDO, Suraya Cristina. Práticas corporais de aventura em aulas de educação física na escola. **Conexões: Educação Física, Esporte e Saúde**, v. 14, n. 2, p. 113-136, 2016.

TAHARA, Alexander Klein; DE SENA CAGLIARI, Mayara; DARIDO, Suraya Cristina. Celular, corrida de orientação, Educação Física Escolar: elaboração e avaliação de um material didático. **Arquivos de Ciências do Esporte**, v. 5, n. 1, 2017.

TAHARA, Alexander Klein; DE CARVALHO SOARES, Dandara; DARIDO, Suraya Cristina. Estado da arte: Práticas corporais de aventura e Educação Física escolar. **Arquivos de Ciências do Esporte**, v. 6, n. 3, 2018.

Juventude, Alcoolismo e Lazer: consumo de bebida alcoólica como busca de prazer no lazer

Youth, Alcoholism and Leisure: consumption of alcohol as a pursuit of pleasure in leisure

NACELLI, F. ¹; PEREIRA, A.P.C.¹; PEREIRA, C. A. S.¹

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, R.J.

fnacelli@hotmail.com

RESUMO

Objetivamos revisar e discutir o consumo de bebidas alcoólicas em adolescentes brasileiros, bem como analisar a intervenção na região de Volta Redonda através de uma pesquisa de campo, de cunho qualitativa. O álcool é a bebida mais consumida entre os jovens com início de uso cada vez mais cedo, aumentando o risco de dependência futura, embora seja um substância socialmente aceita. A relação entre juventude, alcoolismo e lazer ganha destaque com incentivo de pais e amigos e publicidades e seus impactos negativos de curto e médio prazo é uns dos grandes fenômenos da atualidade, provocando consequências como o uso de drogas ilícitas. Conclui-se que o consumo abusivo de álcool é um problema de grande impacto a saúde pública e tratar esse uso como prazer no lazer é um fenômeno que sempre existiu, entretanto dissemina cada vez mais.

Palavras-chave: Adolescentes. Uso do Álcool. Prazer. Lazer.

ABSTRACT

We aimed to review and discuss the consumption of alcohol in Brazilian adolescents, as well as to analyze the intervention in the Volta Redonda region through a qualitative field research. Alcohol is the most consumed drink among young people with early use, increasing the risk of future dependence, although it is a socially accepted substance. The relationship between youth, alcoholism and leisure is highlighted with encouragement from parents and friends and publicity and its short and medium term negative impacts are one of the great phenomena of today, causing consequences such as the use of illicit drugs. It is concluded that alcohol abuse is a

problem of great impact to public health and treating this use as pleasure in leisure is a phenomenon that has always existed, however it is spreading more and more.

Key-words: Teens. Use of alcohol. Pleasure. Recreation.

1. Introdução

Esta pesquisa é um recorte de uma dissertação em desenvolvimento em um Curso de Mestrado Profissional Stricto Senso que trata de realidades ligadas ao universo do álcool como droga lícita no Brasil e suas relações como o uso do álcool como meio de lazer. Pesquisas apontam o álcool como a droga mais utilizada por adolescentes e registra um crescente número desse uso de uma maneira mais precoce (ROMERA, 2008; BRUNELLI, ROMERA, MARCELINO, 2013; PINTO JUNIOR, 2013; WILKINSON, 2016). Contudo há uma escassez relativa aos estudos voltados para o lazer e o uso do álcool como forma de lazer. No entanto, não é novidade que, a utilização do álcool vem servindo como ponte para a diversão e neste caso, alguns fatores contribuem para intensificar tal uso. O seio familiar, a relação com os amigos e a publicidades são exemplos relevantes que podem aguçar a escolha do adolescente por este caminho de lazer. Vale destacar que, as atividades de lazer caracterizam-se por uma liberdade relativa de opção, pela percepção individual e subjetiva da expectativa do prazer e pela autonomia e responsabilidade do agente sujeito da ação social.(GUTTIERREZ, 2001).

A palavra lazer provém do verbo francês *loisir*, que significa o que é permitido. O francês *loisir* deu origem à expressão inglesa *leisure*, que se utiliza para significar tempo livre. (DUMAZEDIER,1979).

O lazer nos acompanha desde os primórdios e não é um fator exclusivo da modernidade. Mas o presente projeto possui novas possibilidades de estudo a partir de um trabalho entre a associação lazer, álcool e juventude, permitindo uma análise comparativa e uma discussão aprofundada a partir de elementos subjetivos do lazer, álcool e adolescentes. Assim, quais as relações existentes entre o lazer, álcool e juventude, e de que forma essas possíveis relações podem ser consideradas para uma formulação a uma alternativa pedagógica? Bucher (1992) afirma não existir um

trabalho de prevenção que seja amplo, geral e irrestrito; de acordo com o autor o passo inicial seria definir o que se quer prevenir e para quem se dirige essa prevenção.

2. Metodologia

Para a realização desse estudo, seguimos as etapas da revisão integrativa, com uma pergunta norteadora, amostragem na literatura, coleta de dados, análise crítica do estudo e discussão dos resultados. Foi utilizada uma pesquisa de campo, de cunho qualitativa, por meio de levantamento bibliográfico, através de revisão da literatura e artigos científicos a partir da busca nas seguintes bases de dados: Scielo, Capes Periódico, BVS (Biblioteca Virtual em Saúde), LILACS, PubMed, usando os descritores: Escola, Alcoolismo, Adolescentes e lazer.

Inicialmente totalizou na base Scielo 343 artigos, na base Capes Periódico 128 artigos, na base Bvs 12, na base Lilacs 3 artigos e na base PubMed 44 artigos. Após uma releitura dos artigos, foram excluídos e selecionados 52 como amostra final.

Os critérios de inclusão dos artigos foram publicados nos idiomas português e inglês, no período de 2000 a 2019, apresentando intervenção em consumo de álcool e adolescência e lazer. A busca da coleta de dados foi através de acesso on line e extraímos as seguintes informações: Plataforma, Autor, Tema, Ano, metodologia e contribuição.

3. Resultados e Discussões

O uso ligado ao lazer se vincula por sua vez ao prazer e liberdade, momento propício para a experimentação de drogas e álcool. Discussões sobre o uso de drogas lícitas e ilícitas se reproduzem geralmente em grupos jovens e esses, por sua vez, utilizam seu tempo livre com diversas atividades, e uma delas é o uso de bebida alcóolica, com amigos e familiares, e faz do seu lazer o uso do álcool como habito e prazer. Guttirery (2001, p. 9) compreende a atividade de lazer é essencialmente uma opção íntima, individual, regida pela liberdade.

Marcellino (2000), nos remete a ideia de educar para o lazer e expõe sua inquietude a partir de um olhar crítico e diferenciado ao conceito atual do lazer e distorcido pelo senso comum. Com esse olhar seletivo, o jovem passaria a opinar

ou processar as atividades a qual a cultura em massa caracteriza como lazer, fuga dos problemas pessoais e uso do álcool como prazer no lazer.

Poderia então o jovem ser capaz desenvolver um olhar crítico e tornar como aprendizado? É possível o jovem buscar prazer no lazer sem o uso da bebida alcoólica?

O uso Políticas públicas, escolas, familiares e publicidades podem e devem contribuir em educar o jovem a enxergar o lazer com outro olhar, a processar seu conteúdo e ser capaz em transformá-lo. Publicidades possuem um forte poder e são meios influenciadores quanto uso de bebidas alcoólicas e sua redução na mídia torna umas das estratégias em diminuir o uso e as consequências que o provoca. Escola também é um excelente espaço para desenvolver uma análise crítica sobre os fenômenos simbólicos que o lazer permeia e sua transformação na realidade em cada ser.

Após a aplicabilidade dos critérios de busca dos artigos revisados, o presente projeto é uma revisão bibliográfica com análise qualitativa, com artigos relacionados a temática da investigação sobre adolescentes, escola e o uso de álcool e lazer. Encontramos algumas limitações e uma quantidade mínima de publicações quanto estudos sobre jovens e o uso do álcool como busca de prazer no lazer.

Observou-se na pesquisa de Almeida, Micheli e Andrade (2017), a necessidade de elaboração de outras pesquisas neste campo com o intuito de despertar junto aos pais, nas escolas e na saúde pública, o objetivo de falar sobre o lazer como um espaço em busca de prazer, prazer esse, que vem disfarçado de significado vazio e melancolia.

Além da revisão bibliográfica foi levantado um estudo na região e observou-se quais trabalho são desenvolvidos em relação ao uso e consumo de bebidas alcoólicas entre os adolescentes. Na cidade de Volta Redonda encontramos uma Coordenadoria Municipal de Prevenção às Drogas, com projetos e programas em escolas e postos de saúde. Tal projeto se volta para alunos da rede de ensino municipal e pais. Ressalta ainda uma ONG, como nome Singulares com sede em Resende e Volta Redonda e conta com o projeto “Na Medida” atuando em escolas estaduais e municipais em Barra Mansa e Resende. Tal projeto desenvolve um trabalho do 6º ao 9º ano do Ensino Fundamental e seu foco são atividades com o objetivo de Redução de Danos através

de projetos em sala de aula. Dessa forma, realizou-se uma análise qualitativa dos dados coletados e encontramos tanto nas leituras dos artigos quanto projetos desenvolvidos no município de Volta Redonda, um cenário de intervenção educativa, com possibilidades de informar e provocar através de caminhos de prevenção e conscientização.

Segundo uma gama de autores que se debruçam sobre o tema em questão (Moss; Durman (2009), Malta; Mascarenhas; Porto; Barreto; Neto (2013); Leopoldo; Santos; Almeida; Estigarrribia (2013); Czekailo; Quadros (2014), Cardoso; Malbergier (2014), justifica a escola como uma espaço para reflexão e formação de consciência, e, além disso, apontam um crescente número de uso de álcool mais precoce, devido também o uso de bebidas alcoólicas nas famílias. Família é um forte meio influenciador e seu papel é rico em significados e trazem consigo elementos que contribuem para maior autonomia e atitude crítica. É inegável a influência da família no estímulo ao uso precoce do álcool e pode ser responsabilizado por esse alto consumo. Programas de prevenção necessitam que envolvam a família nessas ações, pois é no ambiente familiar que o jovem aprende os valores éticos e habilidades para o enfrentamento de situações da vida. O papel do álcool não pode ser visto como um alimento ou um complemento nas celebrações, como somente houvesse diversão e prazer consumindo álcool.

Tais estudos nacionais e internacionais têm mostrado que o uso das substâncias com o uso de álcool foi associado a diversas consequências negativas, tais como, evasão escolar, repetências, falta de concentração, notas baixas e faltas ou atrasos. Segundo o estudo realizado por Cardoso e Malbergier (2014) o uso combinado de álcool e tabaco esteve associado a prejuízos escolares significativas, semelhantes aos associados ao uso de drogas ilícitas, como deixar de fazer os deveres escolares e ter por problemas na escola em decorrência do uso de drogas. Já Pechansky, Szobot, Scivoletto (2004) o álcool é uma das substâncias psicoativas mais precocemente consumida pelos jovens e os acidentes automobilísticos são a principal causa de morte entre os jovens entre 16 a 20 anos. O uso de bebidas alcoólicas geralmente ocorre cada vez mais cedo entre os adolescentes, e apontam um crescente número de uso de álcool de maneira mais precoce por volta dos 11, 12 anos.

Conforme os resultados obtidos no II LENAD Levantamento Nacional de Álcool e Drogas em 2012, um dado que merece atenção é o crescimento da população que experimentou álcool mais cedo. Entre os brasileiros adultos em II LENAD em 2006, 13% com menos de 15 anos já tinham experimentado bebidas alcoólicas e em 2012, 22% declarou ter experimentado com menos de 15 anos. Outro dado bastante relevante e associado ao beber em risco refere-se a beber em binge – beber em binge é considerado beber 5 doses ou mais, no caso de homens, e 4 doses ou mais, no caso de mulheres. A Prevalência do beber em binge nos últimos 12 meses na população brasileira em 2006, 45% dos não abstinentes declararam ter bebido em binge alguma vez nos últimos 12 meses – em 2012 subiu para 58% a prevalência do beber em binge na população de bebedores; aumento de 13 pontos percentuais, apesar a lei brasileira, entre elas o ECA, proibir a venda de bebida alcoólicas para menores de 18 anos.

Como este tema é um fenômeno amplo, pois envolve série de variáveis, é possível que a relação entre álcool, juventude e lazer estabeleça outras maneiras de ser avaliada e estudada, com novas possibilidades de estudo a partir desse trabalho.

4. Conclusão

Os dados deste estudo revelam que os jovens apresentam um contato precoce com o uso de bebidas alcoólicas e o primeiro contato geralmente em companhia dos pais, seguido por amigos e publicidades que também possuem um papel significativo. Diversos são os agravos que o álcool provoca nos jovens, e sua quantidade, frequência e tipo de bebida são relevantes no momento do consumo. De acordo com o estudo, o uso abusivo ocorrem em finais de semana, havendo preferência pela cerveja seguida do vinho. Durante o tempo livre o uso abusivo de álcool é visto como uma forma de busca de prazer à diversas práticas do lazer. O lazer rico em significados contribuem para vínculo social, autonomia e construção de identidade. Observou-se uma quantidade reduzida de publicações quanto ao uso de bebidas alcoólicas como forma de prazer no lazer e uma escassez dos fenômenos subjetivos que o lazer proporciona aos jovens. É percebido políticas públicas articuladas com a educação, esporte e cultura, através de programas e ações, com o intuito em promover tal discussão. Contudo é necessário conhecer a realidade tal como aparece



e as diferentes maneiras pelas quais os jovens se aproximam com o álcool para assim atuarmos na promoção à saúde e na prevenção de danos pelo uso e abuso do álcool.

Referências

AUGUSTO, C. A. et.al. Pesquisa Qualitativa: rigor metodológico no tratamento da teoria dos custos de transação em artigos apresentados nos congressos da Sober. Revista de Economia e Sociologia Rural, Brasília, vl.51, n.4, Outubro/Dezembro 2013.

BACAL, S. **Lazer: teoria e pesquisa**. São Paulo: Loyola, 1988.

BUCHER, R. **Drogas e drogadição no Brasil**. Porto Alegre: Artes Médias, 1992.

BRASIL, Ministério da Saúde. **ECA: Estatuto da Criança e do Adolescente**. Maceió, Alagoas, 2010.

BRUNELLI, R.T; ROMERA,L.A; MARCELLINO,N.C. **Lazer, Juventude e Álcool: uma análise das promoções e eventos dirigidos ao público jovem**. Licere, Belo Horizonte, v.16, n.2, jun/2013.

CARDOSO, L.R.D. **Problemas escolares e o consumo de álcool e outras drogas entre adolescentes**. Revista Quadrimestral da Associação Brasileira de Psicologia Escolar e Educacional, São Paulo, vl.18, n.1, 27-34, Janeiro/Abril 2014.

DUMAZEDIER, J. **Lazer e cultura popular**. São Paulo: Perspectiva, 1979.

FREIRE, P. Pedagogia da Autonomia, saberes necessários à prática educativa. 25. ed. São Paulo: Paz e Terra , 2002.

_____ **Pedagogia do Oprimido**. 22. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

GEBARA, A. Norbert Elias e a teoria do processo civilizador: contribuição para a análise e a pesquisa no campo do lazer. Campinas: Autores Associados, 2000.

GUTIERREZ, G. L. **Lazer e prazer: questões metodológicas e alternativas políticas**. Campinas: Autores Associados, 2001.

JOHN B SAUNDERS. et al. **Development of the Alcohol Use Disorders Identification Test (AUDIT): WHO Collaborative Project on Early Detection of Persons with Harmful Alcohol Consumption—II. RESEARCH REPORT. 1993.**

LARANJEIRA, R. et.al. **II Levantamento Nacional de Álcool e Drogas (LENAD)- 2012. Unifesp, São Paulo: Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia para Políticas Públicas de Álcool e Outras Drogas (INPAD), UNIFESP. 2014.**

LEOPOLDO, M.L.A. et.al. **Adolescentes Escolares e o Consumo de Álcool nos Assentamentos Urbanos.** Interacções, Juiz de Fora, Minas Gerais, n.25,125-150, 2013.

MALTA, D.C. et.al. **Exposição ao álcool entre escolares e fatores associados.** Revista Saúde Pública, Brasília, n.48, 52-62,2013.

MARCELLINO, N.C. **Estudos do lazer: uma introdução.** Campinas: Autores Associados, 1996.

_____. **Lazer e educação.** 2.ed. Campinas: Papyrus, 1990.

MARCUSE, H. **La agresividad en la sociedad industrial avanzada.** Madrid: Alianza Editorial. 1971.

ROMERA, L.A. **Juventude, lazer e uso abusivo de álcool.** 2008.137f. Tese de Doutorado - Universidade Estadual de Campinas, São Paulo, 2008.

SAUNDERS, J. B. et.al. **Development of the Alcohol Use Disorders Identification Test (AUDIT): WHO Collaborative Project on Early Detection of Persons with Harmful Alcohol Consumption—II.** Research Report, n.88, 791-804, 1993.

VALDECIR, P. J. **Lazer e Álcool: o perfil dos estudantes de educação física da Universidade Federal do Espírito.** 2013. 28f. Trabalho de Conclusão de Curso - Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória,2013.

WILKINSON, S. **Drinking in the dark: shedding light on young people's alcohol consumption experiences,** Social & Cultural Geography, 18:6, 739-757, 2017.

Psicopedagogia no desenvolvimento de inteligências múltiplas na escola

Psychopedagogy in the development of multiple intelligences in school

CARDOSO, P.P.S.¹

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.
p.phernanda@gmail.com

RESUMO

A Psicopedagogia é um campo de construção de instrumentos de intervenção nas dificuldades de aprendizagem, bem como atua elaborando estratégias de prevenção ao fracasso e abandono escolar. O presente artigo objetiva analisar as potencialidades e as contribuições da Teoria das Inteligências Múltiplas para a atuação do Psicopedagogo no desenvolvimento de competências que colaborem com a otimização da aprendizagem no ambiente escolar. Trata-se da etapa inicial do projeto de pesquisa que visa desenvolver mecanismos pedagógicos para o aprimoramento do atendimento educacional, valorizando a diversidade de aspectos que constituem o perfil do aluno. Os estudos desenvolvidos por Howard Gardner contemplam até o momento nove inteligências múltiplas, sendo elas: linguística, musical, lógico-matemática, espacial, corporal cinestésica, interpessoal, intrapessoal, naturalista e existencial. Para tanto, neste estudo foram realizadas pesquisas bibliográficas e discussão de estratégias de atuação a partir do uso dos jogos pedagógicos. Na parte final do artigo, são apresentados o desenvolvimento da pesquisa e as referidas conclusões.

Palavras-chave: Psicopedagogia. Inteligências Múltiplas. Jogos.

ABSTRACT

Psychopedagogy is a field of construction of instruments for intervention in learning disabilities, as well as working to develop strategies to prevent failure and dropout. The present article aims to analyze the potentialities and contributions of the Multiple Intelligence Theory to the Psychopedagogue performance in the development of competences that collaborate with the optimization of learning in the school environment. This is the initial stage of the research project that aims to develop

pedagogical mechanisms for the improvement of educational care, valuing the diversity of aspects that constitute the student profile. The studies developed by Howard Gardner include nine multiple intelligences so far: linguistic, musical, logical-mathematical, spatial, kinesthetic, interpersonal, intrapersonal, naturalistic and existential. Therefore, in this study we conducted bibliographical research and discussion of action strategies based on the use of pedagogical games. The final part of the paper presents the development of the research and its conclusions

Keywords: *Psychopedagogy. Multiple intelligences. Games.*

1. Introdução

A atuação do psicopedagogo requer um conhecimento interdisciplinar que integre as áreas da Pedagogia, Psicologia, Neurociência, Filosofia e demais ciências no intuito de promover a compreensão do processo de aprendizagem. A Psicopedagogia constrói estratégias de intervenção sobre dificuldades de aprendizagem, bem como estipula estratégias de prevenção ao fracasso escolar.

Portella e Hickel (2010) discorrem quanto à ação da Psicopedagogia, apontando que:

Hoje, a Psicopedagogia Clínica está voltada a toda e qualquer situação que envolva o acontecimento da aprendizagem e suas vicissitudes, pois se originou como resposta a uma demanda, cada vez maior, em relação ao fracasso escolar e aos problemas de aprendizagem. [...] As práticas da Psicopedagogia em relação à escola ocorrem no sentido de prevenir dificuldades, de promover os aspectos facilitadores da aprendizagem, buscando construir estratégias de intervenção junto à equipe pedagógica, para o atendimento das necessidades educativas dos alunos. Inerente às práticas está a postura clínica que envolve a escuta e o olhar atento às modalidades e aos esquemas de ação e significação dos sujeitos implicados na relação de aprendizagem. Em se tratando de espaço escolar considera-se, ainda, os elementos que conformam social e culturalmente sua instituição, o que complexifica o campo de ação do psicopedagogo, pois no contexto escolar é importante considerar a singularidade da estrutura educativa e, sobretudo, sua função social. A Psicopedagogia Clínica no âmbito escolar tem como objetivo assegurar e/ou ampliar as possibilidades de aprendizagem em todas as relações escolares. (PORTELLA e HICKEL, 2010, p. 374-375).

De acordo com Bossa (2007), a Psicopedagogia tem como objeto de estudo a aprendizagem humana, por meio de ações de acompanhamento dos processos de ensino e aprendizagem.

Sobre a atuação do Psicopedagogo Clínico, a autora discorre que:

Nesse trabalho clínico, que se dá em consultórios ou em hospitais, o psicopedagogo busca não só compreender o porquê de o sujeito não aprender algumas coisas, mas também o que ele pode aprender e como. A busca desse conhecimento inicia-se no processo diagnóstico, momento em que a ênfase é a leitura da realidade daquele sujeito, para então proceder à intervenção, que é o próprio tratamento ou o encaminhamento (BOSSA, 2007, p.150).

Quanto à atuação do Psicopedagogo Institucional, faz as seguintes ponderações:

A Psicopedagogia institucional se caracteriza pela própria intencionalidade do trabalho. Atuamos como psicopedagogos na construção do conhecimento do sujeito, que, neste momento, é a instituição com a sua filosofia, valores e ideologia. A demanda da instituição está associada à forma de existir do sujeito institucional, seja ele a família, a escola, uma empresa industrial, um hospital, uma creche, uma organização assistencial (BOSSA, 2007, p.139).

Dessa maneira, o campo de investigação do psicopedagogo engloba a busca pela compreensão da relação existente entre a aprendizagem e a inteligência.

Assim, a análise das dimensões do intelecto perpassa pelo campo da prática educacional, a fim de promover intervenções psicopedagógicas adequadas.

Conforme afirma Antunes (2002), a palavra “inteligência” está relacionada à capacidade do cérebro em compreender as coisas, escolhendo o melhor caminho para desvendar soluções. O referido autor defende que a ideia de inteligência mais defendida no ambiente escolar tem origem no século XX com o teste que media a inteligência, a fim de predizer quais crianças teriam sucesso e quais fracassariam na vida escolar. Tal teste foi denominado Quociente de Inteligência, de modo que a corroborar o embasamento da definição de inteligência como habilidade para resolver problemas ou criar produtos.

Partindo de inquietações sobre o conceito de inteligência, Gardner (1994) através de seus estudos desenvolveu a Teoria das Inteligências Múltiplas (I.M).

A Teoria das Inteligências Múltiplas descreve a grande diversidade de estilos de aprendizagem, bem como preconiza o modo flexível como o processo de ensino deve ser conduzido para alcançar efetivamente todos os alunos.

Gardner (2010) considera a inteligência um potencial biopsicológico de processar informações de determinadas maneiras para resolver problemas ou criar produtos que sejam valorizados por uma cultura ou comunidade. O autor faz uma analogia da inteligência como sendo um computador mental configurado de forma especial, de tal modo que, enquanto a teoria padrão sobre a inteligência postula um computador multiuso, que determina as melhores habilidades da pessoa dentro de um espectro de tarefas, a teoria das Inteligências Múltiplas seria como um conjunto de dispositivos de informática. Assim, para o autor, dentro da concepção das Inteligências Múltiplas ter um ponto forte em um dos dispositivos de informática não significa força ou fraqueza em outro, ou seja, apesar de independentes, uma das outras raramente funcionariam isoladamente.

Deste modo, o presente trabalho tem como objetivo principal analisar as contribuições da Teoria das Inteligências Múltiplas para a atuação do Psicopedagogo, no que tange ao desenvolvimento de competências que colaborem com a otimização da aprendizagem.

2. Metodologia

Considerando a natureza deste estudo, foi realizada uma pesquisa bibliográfica, que, segundo Gil (1988, p. 50), “é desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”.

O artigo está organizado em três seções, além desta introdução. Na primeira seção, são apresentadas as especificidades da Teoria das Inteligências Múltiplas. A segunda trata de modo específico da utilização de jogos, demonstrando as suas contribuições para o desenvolvimento de tais inteligências. Por fim, as considerações finais e conclusões sobre o trabalho serão apresentadas na última seção.

3. Resultados e Discussão

A Teoria das Inteligências Múltiplas refuta o paradigma da inteligência como uma capacidade apenas inata, identificando diferentes formas de inteligência que podem ser desenvolvidas de acordo com o ambiente.

Gardner (1994) sugere que a maioria dos indivíduos possuam como herança genética algumas habilidades básicas em todas as inteligências. O desenvolvimento de cada uma será determinado por condições ambientais.

Em relação às inteligências em si, já mencionei as duas geralmente valorizadas nas escolas seculares modernas e invariavelmente avaliadas pelos testes de inteligência: habilidade em língua (inteligência linguística) e em operações lógico-matemáticas. As outras inteligências são a inteligência musical, a espacial, a corporal-cinestésica (uso do próprio corpo ou de partes dele para resolver problemas ou fazer algo), a interpessoal (entendimento dos outros), intrapessoal (entendimento de si mesmo), a naturalista e uma possível nona inteligência, a inteligência existencial (a que gera e tenta responder às maiores perguntas sobre natureza e preocupações humanas). (GARDNER et al., 2010, pg.19).

A Inteligência Linguística é a capacidade de fazer uso da linguagem para transmitir ideias, expressar sentimentos. De acordo com Armstrong (2001), os componentes centrais dessa inteligência são uma sensibilidade para os significados das palavras, o uso da retórica, metalinguagem, da mnemônica e percepção das diferentes funções da linguagem.

Do mesmo modo, a Inteligência Musical se refere à percepção e expressão por meio da música, habilidades relacionadas à musicalidade, tais como, de composição de melodias e letras, consciência aguçada em relação aos sons, ritmos e timbres, reprodução e apreciação musical.

Em consonância, a Inteligência Lógico-Matemática envolve a destreza no uso do raciocínio lógico, bem como no manejo de números, símbolos para a realização de cálculos complexos, o que, conseqüentemente, proporciona a maestria na resolução de problemas matemáticos. Segundo Armstrong (2001), a inteligência Lógico-Matemática utiliza como estratégia a categorização, classificação, inferência, generalização, cálculo e testagem de hipóteses.

Ademais, a Inteligência Espacial orienta o corpo no espaço através da percepção e da representação dos aspectos visuais e espaciais do mundo de forma

efetiva. Armstrong (2001) exemplifica que tal inteligência envolve sensibilidade à configuração e espaço, bem como às relações existentes entre esses elementos, incluindo a capacidade de visualizar, representando graficamente ideias visuais ou espaciais para orientação em uma matriz espacial.

Já a Inteligência Corporal Cinestésica, caracteriza-se pela habilidade de utilizar e controlar os movimentos corporais para expressar ideias e sentimentos, envolve coordenação motora em artes cênicas, plásticas, dança e esportes, bem como na manipulação de objetos com destreza. Em concordância, Armstrong (2001) aborda que tal inteligência abrange habilidades físicas específicas, como equilíbrio, coordenação, força, destreza, flexibilidade e velocidade, assim como capacidades proprioceptivas e táteis.

Quanto à Inteligência Interpessoal, é a aptidão e sensibilidade para compreender os diferentes temperamentos, humores, anseios, estados emocionais, motivações, desejos de outras pessoas e perceber suas intenções no intuito de interagir com empatia, sabendo como conviver de modo mais apropriado a partir da percepção inicial obtida. Para Armstrong (2001), a inteligência interpessoal pode englobar características como a sensibilidade a expressões faciais, voz e gestos, bem como a capacidade de responder efetivamente a estes sinais de uma maneira adequada.

Em contrapartida, a Inteligência Intrapessoal representa o autoconhecimento, a compreensão de si, capacidade de identificar suas próprias intenções e hábitos inconscientes, bem como distinguir suas emoções, objetivos, sonhos e sentimentos, a fim de formular sua autoimagem e utilizá-la em prol da solução de problemas pessoais.

Por outro lado, a Inteligência Naturalista envolve a habilidade de observação da linguagem da natureza, o interesse pela contemplação das paisagens naturais e seus elementos e fenômenos, identificando a fauna e a flora, bem como a sensibilidade em relação às questões ambientais e de sustentabilidade, a capacidade de identificação da linguagem da natureza.

Outrossim, a Inteligência Existencial está relacionada à capacidade de levantar questionamentos e ponderações sobre a vida e morte, os fundamentos da percepção da realidade e o funcionamento da existência em si, bem como sobre o sentido da vida.

Gardner (1994) ressalva que alguns talentos só se desenvolvem por serem valorizados pelo ambiente, devido às raízes culturais transmitidas por gerações através das interações sociais. O autor endossa que é necessário haver a valorização quanto à importância da individualização para o desenvolvimento das inteligências múltiplas. Devido à diversidade de seus alunos, as escolas deveriam traçar um perfil pedagógico individual para os educandos, a fim de garantir uma educação que estimulasse o desenvolvimento potencial individual.

Os jogos são um recurso psicopedagógico relevante para desenvolvimento das inteligências múltiplas no processo de ensino e aprendizagem.

Antunes (2003) descreve diversas modalidades de jogos para estimular e propiciar o desenvolvimento das dimensões de diversas inteligências concomitantemente.

O jogo é o mais eficiente meio estimulador das inteligências, permitindo que o indivíduo realize tudo que deseja. Quando joga, passa a viver quem quer ser, organiza o que quer organizar, e decide sem limitações. Pode ser grande, livre, e na aceitação das regras pode ter seus impulsos controlados. Brincando dentro de seu espaço, envolve-se com a fantasia, estabelecendo um gancho entre o inconsciente e o real. (ANTUNES, 2003, p. 60).

Sob o ponto de vista da intervenção psicopedagógica, deve-se, por meio da anamnese, mapear o perfil da criança, analisando suas habilidades, a fim de vislumbrar quais competências podem ser desenvolvidas.

Quanto ao estímulo ao desenvolvimento das inteligências:

É da máxima importância reconhecer e estimular todas as variadas inteligências humanas e todas as combinações de inteligências. Nós todos somos tão diferentes em grande parte porque possuímos diferentes combinações de inteligência. Se reconhecermos isso, penso que teremos pelo menos uma chance melhor de lidar adequadamente com os muitos problemas que enfrentamos nesse mundo. Se pudermos mobilizar o espectro das capacidades humanas, as pessoas não apenas se sentiriam melhores em relação a si mesmas e mais competentes; é possível, inclusive, que elas também se sintam mais comprometidas e capazes de reunir-se ao restante da comunidade mundial para trabalhar pelo bem comum. (Gardner, 1995, p.18).

Segundo Antunes (2002), os jogos pedagógicos são desenvolvidos com a intenção explícita de gerar uma aprendizagem significativa, estimulando a construção do conhecimento.

Para o desenvolvimento da Inteligência Linguística, podem ser realizados relatos de experiências vividas, narração de fatos históricos, contação de histórias, jogos de palavras, palavras cruzadas, gincanas, jogos que estimulem o reconhecimento ortográfico ou auditivo, como trava-línguas, rimas, bem como com o aprendizado de um novo idioma.

Quanto à Inteligência Musical, pode ser estimulada por meio de atividades que envolvam a música e ritmos, como cantar, dançar, tocar entoando melodias próprias, parlendas, cantigas de roda, atividades que envolvam gravar e ouvir a própria voz no gravador, criar os próprios instrumentos a partir de matéria-prima reciclável.

Já a Inteligência Lógico Matemática, pode ser trabalhada por meio da solução de problemas, atividades para identificar e quantificar figuras, jogos visuais, jogos de sequência lógica, dominós, enigmas lógicos, jogos de tabuleiro, jogos para identificar conjuntos e apontar elementos intrusos, jogos para ordenar objetos maiores e menores, tangram, jogo dos 7 erros, compreensão do conceito das horas no relógio, jogos de estratégias, assim como a Inteligência Espacial pode ser desenvolvida através de desenhos sob diversas perspectivas e ângulos, bem como discutir trajetos a percorrer, desafios de "perto" e "longe", jogos cartografia, jogos de blocos, jogos para encaixar, jogos de madeira, jogos de labirinto, quebra-cabeças, vídeo games e mapas mentais.

Por sua vez, a Inteligência Corporal Cinestésica pode se desenvolver por intermédio de jogos esportivos, culturais como esconde-esconde, atividades táteis, mímica, competições com dança, jogos de roda e jogos teatrais.

No que diz respeito à Inteligência Interpessoal, pode ser ampliada através de jogos cooperativos, jogos que valorizem o espírito esportivo e a empatia, dinâmicas de grupo, projetos que envolvam a família e comunidade.

Não obstante, o aprimoramento da Inteligência Intrapessoal pode ser obtido com jogos que desenvolvam negociação, sendo intensificada através de atividades de autoavaliação e introspecção, falando sobre seus sentimentos em prol do desenvolvimento da autoestima.

Por outro lado, a Inteligência naturalista requer estímulos como atividades ao ar livre, jogos em que é necessário contemplar, explorar e conviver com a natureza, estipulação da meteorologia, aprendizagem sobre a fauna e a flora, jogos ecológicos que valorizem e conscientizem sobre a importância da preservação ambiental.

Por fim, o estímulo da inteligência existencial ainda vem sendo estudado e, até o momento, sabe-se que pode ser obtido por meio de jogos com sondagem ou provocações filosóficas, levantamento de hipóteses questionadoras, bem como do estímulo ao desenvolvimento espiritual.

4. Conclusão

No âmbito do atendimento psicopedagógico, a utilização da teoria das Inteligências Múltiplas pode ser pactuada como mecanismo de apoio ao processo de aprendizagem.

Cabe ao psicopedagogo fazer uso da observação e da escuta individual apurada para averiguar quais inteligências possuem potencial de desenvolvimento.

Por fim, salienta-se ainda há relevância na utilização das referidas teorias no espaço escolar, tanto para mediação nos processos de ensino e aprendizagem, quanto na reformulação dos mecanismos de avaliação.

Referências

ANTUNES, Celso. **O jogo e a educação infantil**. São Paulo: Vozes, 2003.

ANTUNES, Celso. **A teoria das inteligências libertadoras**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

ANTUNES, Celso. **Jogos para a estimulação das múltiplas inteligências**. Petrópolis (RJ): Vozes, 1998.

ANTUNES, Celso. **Novas maneiras de ensinar: Novas formas de aprender**. Porto Alegre: Artmed, 2002.

ARMSTRONG, Thomas. **Inteligências múltiplas na sala da aula**. Porto Alegre: Artmed, 2001.

BOSSA, Nadia A. **A Psicopedagogia no Brasil: contribuições a partir da prática**. Porto Alegre: Artmed.

GARDNER, Howard. N. **Estruturas da mente**: a teoria das Inteligências Múltiplas. Porto Alegre: Artes Médicas, 1994.

GARDNER, Howard. **Inteligências Múltiplas**: a teoria na prática. Tradução Maria Adriana Veríssimo Veronese. Porto Alegre: Artes Médicas, 1995.

GARDNER, Howard; SHEN, Jie-Qi; MORAN, Seana. **Inteligências múltiplas ao redor do mundo**. Tradução de Roberto Cataldo Costa e Ronaldo Cataldo Costa. Porto Alegre: Artmed, 2010.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1988.

PORTELLA, Fabiani Ortiz e HICKEL, Neusa Kern. **Psicopedagogia no cotidiano escolar**: impasses e descobertas com o ensino de nove anos. Rev. psicopedag. [online]. 2010, vol.27, n.84, pp. 372-384. ISSN 0103-8486. Disponível em: <<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/psicoped/v27n84/v27n84a07.pdf>> Acesso em: 31 maio 2019.

Metodologias Ativas

Perspectiva teórico-prática em Publicidade: relato de experiência do projeto Sonho de Consumo

Theoretical-practical perspective in advertising: experience report of the Sonho de Consumo project

VENTURELLI, C. E.¹; ARAGÃO, S. A.¹

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, R.J.
aragaostella@gmail.com

RESUMO

O presente trabalho tem como objeto o projeto Sonho de Consumo, realizado no primeiro semestre do ano de 2019 em sua quinta edição, sob a orientação dos professores Edilberto Venturelli e Stella Aragão do curso de Publicidade e Propaganda do UniFOA. Tendo como base a aplicação prática dos conhecimentos teóricos em Publicidade e Propaganda, o projeto proporciona aos alunos a capacidade de estruturação de um evento em Publicidade, com fundamentos em planejamento, criação e execução de um ponto de venda aberto à visitação da comunidade interna e externa. Dessa forma, este trabalho tem como intuito a organização do projeto sob égide do método de relato de experiência como forma de diminuir distâncias entre os campos prático e teóricos dentro da Comunicação Social, sobretudo em Publicidade e Propaganda. O Projeto Sonho de Consumo é realizado anualmente com o segundo ano do Curso de Publicidade e Propaganda e conta com expressiva quantidade de visitantes, ficando exposto durante dois dias, nos quais os alunos se preparam para receber colegas de cursos, familiares, professores e estudantes do nível técnico.

Palavras-chave: Publicidade. Comunicação Social. Prática. Planejamento.

ABSTRACT

The present article has as its objective the Sonho de Consumo project, carried out in the first semester of 2019 in its fifth edition, under the guidance by the teachers Edilberto Venturelli and Stella Aragão of the UniFOA Advertising course. Based on the practical application of theoretical knowledge in Advertising, the project provides students with the ability to structure an event in Advertising, with fundamentals in planning, creating and running a point of sale open to

internal and external community visitation. Thus, this work aims to organize the project under the aegis of the experience reporting method as a way to reduce distances between the practical and theoretical fields within the Social Communication, especially in Advertising. The Consumption Dream Project is held annually with the second year of the Advertising Course and has a significant number of visitors, being exposed for two days, in which students prepare to receive classmates, family, teachers and students from technical level.

Keywords: Advertising. Communication. Praticy. Plainning.

1. Introdução

O projeto de extensão em questão ocorre em sua quinta edição no curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário de Volta Redonda, envolvendo os alunos do terceiro e segundo ano do curso, engajando-os e estimulando-os em experiências práticas para a aplicação dos conhecimentos teóricos além do ambiente da sala de aula. É um projeto idealizado pelos Professores Edilberto Venturelli e Stella Aragão e ocorre anualmente no campus Aterrado, sendo aberto ao público e, portanto, produz visibilidade ao curso de Publicidade e Propaganda e interação com os alunos de outros anos e cursos.

O objeto central do projeto Sonho de Consumo é o incentivo à aplicação prática dos conhecimentos aplicados à Publicidade, estimulando os alunos na criação, no planejamento e na execução de um evento com a duração de 02 (dois) dias que envolve conhecimentos de Planejamento, Criação, Eventos, Psicologia aplicada ao comportamento do consumidor e outras materiais essenciais à prática publicitária.

Um dos objetivos principais do projeto é a produção e o trabalho em grupo em Publicidade, que proporciona ao aluno a possibilidade de trabalhar em vários aspectos com os colegas do curso, aprendendo sobre a convivência e proporcionando a cada aluno o melhor uso de suas habilidades. Para a realização do projeto, os alunos deverão cumprir com tarefas que devem ser previamente planejadas com afincos para que não comprometam com nenhuma parte de execução de seu trabalho; essa característica ensina aos alunos a necessidade do planejamento e de trabalhar conforme os prazos que são estabelecidos.

O presente projeto encontra sua justificativa na interseção entre os conhecimentos práticos e teóricos do curso de Publicidade e Propaganda, além de proporcionar ao curso visibilidade para pessoas que estão de fora. É um momento em que os alunos podem desfrutar da aplicabilidade dos conteúdos de sala de aula e conhecerem um pouco da prática profissional publicitária. O projeto costuma receber, em média, 150 (cento e cinquenta) visitantes por dia.

O método de trabalho do projeto do Sonho de Consumo engloba tanto planejamento em publicidade como aplicação dos conceitos básicos de psicologia aplicada à publicidade e ao comportamento do consumidor. Os alunos trabalham com bibliografia básica e complementar para pesquisa bibliográfica anterior à aplicação dos conhecimentos e executam apoiados em sua própria criatividade.

Os alunos são divididos em quatro grupos, por escolha de afinidades, e a partir daí selecionam todo o material que querem trabalhar: tema, stand, organização, produto, planejamento, aplicação de conteúdo. Um aluno de cada grupo é escolhido para ser o interlocutor dos demais colegas para tratar dos assuntos pertinentes ao trabalho com os professores, mas obviamente o canal é aberto também aos demais alunos.

A avaliação de resultados se dá em todas as etapas de entrega do projeto a ser apresentado no dia do evento, bem como nos dias selecionados pelos professores, em que os alunos são acompanhados de maneira minuciosa. É criada uma folha de avaliação contendo os campos “criatividade”, “stand”, “evidência do produto” e “organização” e os professores convidados ao evento poderão avaliar todos os quatro grupos.

Por se tratar de projeto aplicado especificamente no curso de Publicidade e Propaganda, leva-se em consideração a distinção adotada pela doutrina da comunicação publicitária que disserta a diferença entre publicidade e propaganda, sendo a primeira relacionada com a relação de tornar algo público e a segunda relacionada à disseminação de conteúdo (SANT’ANNA *et al.*, 2016). Evidencia-se, assim, que o termo publicidade aqui aplicado é o que está ligado à ideia de *publicizar*, ou seja, tornar público, notadamente relacionado também à lógica de venda e de mercado, vez que o trabalho é aplicado com ênfase na criação de produtos e relação com os clientes.

Já com relação à aplicabilidade das estratégias trazidas pela psicologia – que é um dos pilares da produção de todo o projeto – e no que tange a práxis publicitária e a interação entre quem cria o conteúdo publicitário e quem o consome, “conhecer os processos pelos quais isso se produz afigura-se fundamental para buscar alternativas que possibilitem à publicidade superar a busca incessante pela mensagem certa e cumprir a sua função de comunicar” (HENNIGEN & COSTA, 2009, p. 119).

2. Metodologia

Com o objetivo único de relatar os processos e etapas do projeto, o método escolhido para figurar como percurso metodológico aqui foi o relato de experiência, dando ênfase especial ao contexto em que o projeto foi aplicado, os atores envolvidos e o detalhamento dos processos de execução essenciais à conclusão eficiente do trabalho proposto.

O relato de experiência é ancorado em um referencial teórico para que se fundamente como perspectiva entre a prática e a teoria dentro de uma determinada ciência, tentando se afastar da subjetividade do indivíduo que executa a experiência para relatar, de forma científica, uma determinada situação.

No caso do projeto Sonho de Consumo, a proposta é trazida dentro do contexto da sala de aula, em que os alunos são divididos por escolha própria em 04 (quatro) grupos. Normalmente, a escolha dos integrantes é feita por afinidade e os professores orientadores não interferem no processo de escolha dos integrantes. Cada grupo, então, pode escolher um tema que orbite a temática infanto-juvenil para figurar como direcionamento para a execução do seu projeto. Os temas disponibilizados são temas que habitam a cultura pop e o cenário de desenhos e personagens infanto juvenis, como por exemplo Harry Potter, Star Wars, Rei Leão, As Meninas Superpoderosas e etc.

Cada grupo, então, deve se organizar de forma a executar as tarefas que são propostas pelos professores. O espaço para planejamento é avaliado, bem como a execução e organização que o grupo demonstra ter. As etapas de planejamento se dividem em:

- 1) Planejamento físico do stand;



- 2) Fundamentação teórica e alinhamento do tema com a perspectiva teórica;
- 3) Elaboração de cartaz do Projeto Sonho de Consumo;
- 4) Elaboração de convites para professores e Reitores;
- 5) Elaboração dos brindes que serão entregues aos visitantes nos dias da execução do projeto;
- 6) Organização e disposição dos integrantes do grupo no dia do evento.

Todas as etapas de planejamento e execução detalhadas são avaliadas pelos professores e compõe parte essencial da nota que será atribuída ao final, como parte de requisito para a obtenção da nota semestral do bimestre em questão. O trabalho foi aplicado, no ano de 2019, no primeiro semestre na disciplina de “Psicologia aplicada à Publicidade e ao comportamento do Consumidor”, no segundo ano do curso de Publicidade e Propaganda, ministrada pelos próprios autores.

Além dos aspectos da comunicação social que são essenciais para o projeto desenvolvido, os alunos também são desafiados a trabalhar nos limites da sustentabilidade e do compromisso responsável com a utilização dos recursos naturais e artificiais. Assim, é imprescindível que as escolhas criativas dos alunos sejam respaldadas na preocupação do uso responsável de materiais, priorizando materiais biodegradáveis e utilizando alternativas recicláveis para a confecção do stand. Para além da necessidade do trato da sustentabilidade e da responsabilidade ecológica como tema transversal em todos os âmbitos da vida acadêmica e social, a temática se coloca como alinhamento de um requisito que deve ser incorporado à criação, traço específico da práxis publicitária.

3. Resultados e Discussão

Aqui, dar-se-á maior ênfase à quinta edição do projeto Sonho de Consumo, que foi realizada no primeiro semestre do ano letivo de 2019. Nesta edição em específico, os temas escolhidos para figurar como objeto dos grupos foram: Superchoque, Rei Leão, Harry Potter e Bob Esponja. Seguindo a linha proposta pelo direcionamento dos professores, os integrantes dos grupos escolheram de forma livre quais temas queriam trabalhar e comunicaram aos professores para que estes acompanhassem todos os procedimentos de execução.

Nos próximos parágrafos será feito detalhamento das escolhas dos grupos conforme avaliação das etapas produzidas por cada um:

O grupo que escolheu o tema do Rei Leão optou por uma abordagem mais voltada para as raízes genéticas que são trabalhadas no longa-metragem. Conforme é dado maior ênfase nos aspectos culturais trazidos pela história do Rei Leão atualmente, a escolha do grupo se alinhou com o uso de materiais recicláveis e que não produzissem grandes impactos no Meio Ambiente, já que se utilizaram de materiais como plantas, folhagens secas, galhos, areia ou qualquer outro material natural que pudesse remeter aos elementos africanos. O produto escolhido pelo grupo foi um suco natural que foi elaborado a partir dos elementos estéticos e linguísticos retirados do contexto do filme.

Outro grupo escolheu como objeto a saga Harry Potter, que proporcionou uma infinidade de possibilidades e alternativas para a confecção do stand por se tratar de um universo com muitas referências, personagens, ambientações e histórias. O produto escolhido para representar o tema foi o chocolate, e os alunos trabalharam com a caracterização e a réplica dos elementos retirados da história de Harry Potter.

O terceiro grupo decidiu pelo desenho animado Superchoque, que trazia elementos da cultura periférica dos Estados Unidos da América e elementos do ambiente escolar e do cenário musical de hip-hop. O grupo trabalhou com artigos artesanais que apresentam ímãs de geladeira para alinhar ao super-poder do personagem principal do desenho, além de terem preparado uma apresentação oral que focasse nos temas que frequentemente eram abordados no desenho, como o racismo e a discriminação que jovens sofrem no ambiente escolar diariamente, seja por questões raciais, estéticas, de classe ou de gênero.

O quarto grupo escolheu o tema baseado no desenho animado do Bob Esponja, alinhando o tema com um profundo teor ecológico com o discurso sustentável para a preservação dos recursos naturais e a priorização de materiais recicláveis na rotina. O uso dos personagens do desenho animado foi alinhado à simpatia que os mesmos trazem para conscientizar acerca do impacto que a produção de lixo traz para o meio ambiente, sobretudo para a vida oceânica. O grupo optou pela caracterização dos integrantes nos personagens e pela réplica do ambiente mais famoso do desenho: a casa do personagem Bob Esponja na Fenda do Biquini.

O evento ocorreu nos dias 16 e 17 de maio de 2019, no segundo andar do campus do Aterrado do Centro Universitário de Volta Redonda, ocupando duas salas de aula e contou com a presença de mais de 150 (cento e cinquenta) visitantes, confirmados por meio de lista de assinaturas. Ainda, o evento recebeu a visita de vários professores dos cursos de Comunicação Social e de demais cursos da IES, bem como a participação de alunos do nível técnico. Todo professor visitante recebia, no início da visita, uma tabela para avaliação que seria levada em consideração para a avaliação final dos grupos. Todos os *stands* também disponibilizaram aos seus visitantes brindes referentes à temática escolhida por cada grupo.

4. Conclusão

O projeto Sonho de Consumo atualmente está em sua quinta edição e demonstra expressivo engajamento dos alunos em todas as etapas de seu desenvolvimento. A realização do projeto se enquadra na categoria de Projeto Experimental em Publicidade e Propaganda, método desenvolvido para a aplicação das técnicas e estratégias em comunicação publicitária. Assim, o fundamento principal para a repercussão e a perpetuação do projeto Sonho de Consumo, de forma anual, se encontra na constatação de que

A formação de equipes, para a troca de experiências e conhecimento nas soluções e administração de problemas apresentados, são comuns em atividades diversas, até mesmo em disciplinas teóricas. No entanto, de tudo aquilo que se realiza durante o curso, o que mais se aproxima da prática profissional é o desenvolvimento dos Projetos Experimentais, pois a interface com um cliente real aumenta a responsabilidade do aluno, e a realização das atividades obriga a concretização de soluções mais elaboradas. (TAVARES, 2002, p. 95)

A aprendizagem do aluno que participa do projeto se dá, também, na ambientação de uma efetiva experiência profissional, com boa aproximação da realidade no que tange a estrutura de um projeto em comunicação publicitária. O convívio com diferentes perfis profissionais, as soluções de problemas que se apresentam ao longo do desenvolvimento do projeto e a capacidade de criatividade dos alunos é posta em prática exatamente para proporcionar uma experiência que possa ir além da teoria. Seguindo o raciocínio,

Vale lembrar que o Projeto Experimental representa, para a maioria dos alunos, o primeiro contato formal com a realidade do mercado, analisando-a como é entendida e praticada, ou não, pelas diferentes organizações. Ele constitui uma prova de habilitação profissional, proporcionando aos estudantes a prática de seus conhecimentos em torno de objetivos estabelecidos, levando-os a vencer desafios e demonstrar sua capacidade técnica e teórica de aplicação do senso crítico na concepção e desenvolvimento da comunicação publicitária. (TAVARES, 2002, p. 96 e 97)

Sendo assim, conclui-se basicamente que a interseção entre teoria e prática se faz fundamental como instrumento de aprendizagem para os estudantes de Publicidade e Propaganda, sendo a experiência de um projeto que seja, de fato, um simulacro da prática em agências de publicidade, essencial para assimilar a teoria e a prática dentro do contexto da comunicação publicitária.

Referências

HENNIGEN, Inês; COSTA, Ângelo Brandelli. **Psicologia e publicidade**: velhos e novos encontros. Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia, (40), 2009, p. 117-123.

SANT'ANNA, Armando; ROCHA JUNIOR, Ismael; GARCIA, Luiz Fernando Dabul. **Propaganda: teoria, técnica e prática**. São Paulo: Cengage Learning, 2016.

TAVARES, Fred. **Discurso publicitário e consumo**: uma análise crítica. MEDIAÇÃO, Belo Horizonte, nº 2, Editora E-papers. 2002. p. 89-98.

Criação de uma Cabine Inteligente para Estudos de Automação e Ensaios Dinâmicos

Creation of an Intelligent Cabin for Automation Studies and Dynamic Tests

CORDEIRO JUNIOR, L. C.¹; SUHET, J. P. M.¹; COSTA, L. M. G.; PAULA JUNIOR, C. H.; SOUZA, D. K. P.

¹ – UERJ, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Resende, RJ.
luiz.cordeiro@fat.uerj.br

RESUMO

Aos poucos, a Indústria 4.0 é implementada no mercado brasileiro, utilizando novas tecnologias e criando fábricas inteligentes, com isso, há uma grande necessidade de capacitação dos profissionais na área de automação industrial. O presente artigo tem como finalidade uma proposta pedagógica para o ensino de automação e pneumática, sem a necessidade de um alto investimento financeiro, para reforçar o curso de graduação de engenharia mecânica. Esta proposta, além da realização de aulas teóricas, desenvolve em conjunto atividades práticas em uma cabine veicular automatizada. Essa cabine tem componentes básicos elétricos e pneumáticos, controlados através de algoritmos por um CLP (controlador lógico programável) e um Arduino UNO, para realização de tarefas propostas, que darão a base para as realizações das atividades mais comuns da automação no ambiente industrial, principalmente o automotivo, demonstrando aos estudantes de engenharia métodos para a realização da automatização de quaisquer processos, sistemas, testes e simulações.

Palavras-chave: Indústria 4.0. Automatização. Programação. Tecnológico.

ABSTRACT

Gradually, Industry 4.0 is implemented in the Brazilian market, using new technologies and creating intelligent factories, thus, there is a great need for training of professionals in the field of industrial automation. This article aims at a pedagogical proposal for the teaching of automation and pneumatics, without the need for a high financial investment, to reinforce the mechanical engineering degree course. This proposal, besides conducting theoretical classes, jointly develops

practical activities in an automated vehicular cabin. This cabin has basic electrical and pneumatic components, algorithmically controlled by a PLC (Programmable Logic Controller) and an Arduino UNO, to perform proposed tasks, which will provide the basis for performing the most common automation activities in the industrial environment, mainly automotive, demonstrating to engineering students methods for automating any processes, systems, tests and simulations.

Keywords: Industry 4.0. Automation. Programming. Technological.

1. Introdução

A automação é a realização de tarefas sem a intervenção humana, com equipamentos e dispositivos que possuem funcionamento autônomo e a capacidade de realizar correções na ocorrência de desvio das condições definidas de operação (PESSÔA, 2014). Fazendo com que se otimize o tempo e tarefas, minimizando, desta forma, os impactos da repetibilidade dos movimentos e processos.

No atual cenário das indústrias brasileiras, a automação é necessária para a efetivação da mais recente revolução industrial, conhecida como Indústria 4.0. E essa nova revolução industrial tem a finalidade de criar fábricas inteligentes, em que todo o processo da manufatura é automatizado.

De acordo com a confederação nacional da indústria, um dos fatores-chaves do mapa estratégico da indústria é a educação, que é o motivo do desenvolvimento desta proposta pedagógica. Conforme foi relatado pela revista FoccoERP, sobre a Indústria 4.0, há uma previsão de substituição e extinção de certas empresas, indústrias e postos de trabalho, assim como a criação de novas empresas.

Em meio às adversidades e desafios frente ao investimento tecnológico nas instituições de ensino superior, muitos professores optam por lecionar através das fundamentações teóricas, porém os especialistas reforçam que as atividades práticas desenvolvem um melhor entendimento dos conceitos teóricos, capacidade de resolução de problemas e de manipulação dos instrumentos (MELO, 2010).

Além disso, hoje é exigido dos profissionais, habilidades criativas bem desenvolvidas e conhecimentos sólidos. Neste sentido, as atividades diferenciadas

sob uma base construtiva buscam formar engenheiros mais críticos e mais habilitados a enfrentar novos desafios.

A partir desta análise, o presente artigo contribui com questões básicas a serem discutidas para o ensino, entre elas:

- A construção de uma cabine automatizada de baixo custo;
- Definir os objetivos principais de ensino, com o intuito de direcionar a proposta de trabalho;
- Dar maturidade ao estudante de autodesenvolver conhecimento nas interfaces software e hardware;
- Dar conhecimento com atuadores, solenoides e outros componentes da área pneumática.

2. Metodologia

A metodologia desta proposta tem como base o método de ensino construtivista, em que o foco é o aluno, sujeito do processo ensino-aprendizagem, no qual o professor seria um participante para mediar à ação do aluno sobre os conteúdos, uma ação portadora do processo de construção que o próprio aluno faz do seu conhecimento (SCHNAID, 2003).

O aprendizado é construído gradualmente a partir de conhecimentos anteriores. Buscando incentivar a independência na busca da compreensão do conteúdo proposto, tendo o professor como um facilitador do conhecimento.

Aplicando no ensino de automação na engenharia, a proposta é o professor expor os objetivos das aulas e recomendar as bibliografias a serem utilizadas. A partir deste ponto, é de responsabilidade do aluno a busca do entendimento do conteúdo e são reservadas às aulas para retirar as dúvidas desenvolvidas ao longo do processo.

As aulas realizadas na cabine automatizada têm como objetivo:

- A realização de atividades de maior representatividade em ambiente industrial;
- Demonstração de ferramentas para a realização de processos, sistemas, testes, simulações e estratégias de controle;

CABINE INTELIGENTE

Para o desenvolvimento do projeto, inicialmente foi utilizado uma cabine de um caminhão, como na Figura 1, para teste de batida de porta com ciclos finitos. Com o objetivo de testar as resistências dos componentes, como porta, dobradiça, trava, entre outros. Após esses testes foram desenvolvidas formas para a automatização da cabine, utilizando sensor de presença priorizando a segurança dos alunos, sensor de umidade para acionar o para-brisa quando houver chuva, sensor crepuscular para uso noturno e entre outros. Como o projeto não tem parceria com nenhum órgão de fomento, a aquisição dos componentes foi através de recursos do próprio professor. Em paralelo, os alunos criadores buscaram a utilização de materiais recicláveis como peças, perfis e acessórios.

Figura 10 – Cabine Inteligente



Fonte: Acervo pessoal.

Na cabine automatizada o aluno trabalhará desde o início com a programação nas linguagens: Ladder e C++, evoluindo para sistemas lógicos como sistemas de contatos, acionamentos temporizados, relés, ações de comandos como "reset" e sensores. Conectando automaticamente com a pneumática, onde são utilizados recursos indispensáveis para a realização de ações como abertura e fechamento de porta, acionamento do pedal de freio e sistema de limpador de para-brisa.

Para aplicabilidade da metodologia foram considerados, inicialmente, disponibilidade de recursos para construção de ensaios, conhecimento de

componentes tanto elétricos, quanto pneumáticos e lógicas de programação. Para estas atividades as ações devem ser baseadas na cabine do caminhão para simular um ambiente industrial. Para melhor conhecimento do conteúdo foi criado um breve resumo, como no quadro 1. Para o conhecimento dos componentes elétricos utilizado foi criado o quadro 2.

Quadro 1: Proposta das Aulas Práticas de Automação.

PRÁTICAS	OBJETIVO
Componentes elétricos	Aprendizado dos componentes elétricos que é a base de informação, entendendo o funcionamento e utilização de cada componente no sistema.
Lógica de Controle	Programação linguagem Ladder no Controlador Lógico Programável (CLP) e linguagem C++ para o Arduino Uno.
Sistemas Pneumáticos	Acionamento de atuadores pneumáticos e interface de solenoides com a automação.

Quadro 2 - Quadro de componentes elétricos.

QTD.	COMPONENTES ELÉTRICOS	QTD.	COMPONENTES ELÉTRICOS
1	Controlador Lógico Programável Micrologix 1000	1	Sensor Limite da porta
2	Fonte 12 VCC	3	Lâmpada 127; 12 Watts
1	Fonte 24 VCC	2	Relés 12V
1	Sensor Fotocélula	1	Arduino UNO E3
1	Sensor Umidade	1	Sensor Limite do acelerador
1	Sensor de Presença	1	Servo Motor S9
1	Circuito Eletrônico Amplificador	1	Display LCD IC2
7	Botões e chaves Painel de comando		

Como mostra a Figura 2, a Cabine possui uma parte interna diferenciada. Nela se encontram 3 painéis, (1) é semelhante ao de uma cabine comum de caminhão, porém com um LCD controlado pelo Arduino, que mostra se está em modo noturno,

modo chuva ou modo verão. No (2) existem botões para programar se a cabine entra no modo automático, onde todas as funções são acionadas automaticamente, ou no modo manual, onde tudo pode ser feito individualmente. No terceiro (3), há o CLP e todos os componentes para controlar automaticamente a cabine. O objetivo da aula nesta etapa é preparar o aluno a entender todos os componentes elétricos e suas funções.

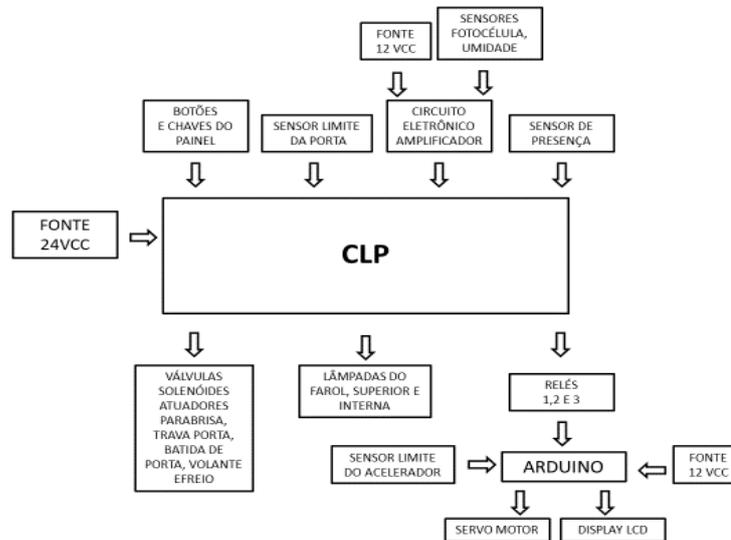
Figura 2 – Parte interna da cabine



Fonte: Acervo pessoal.

Para a parte de lógica de controle é disponibilizado o fluxograma inicial para entendimento de todo funcionamento da cabine, como pode-se observar na Figura 3.

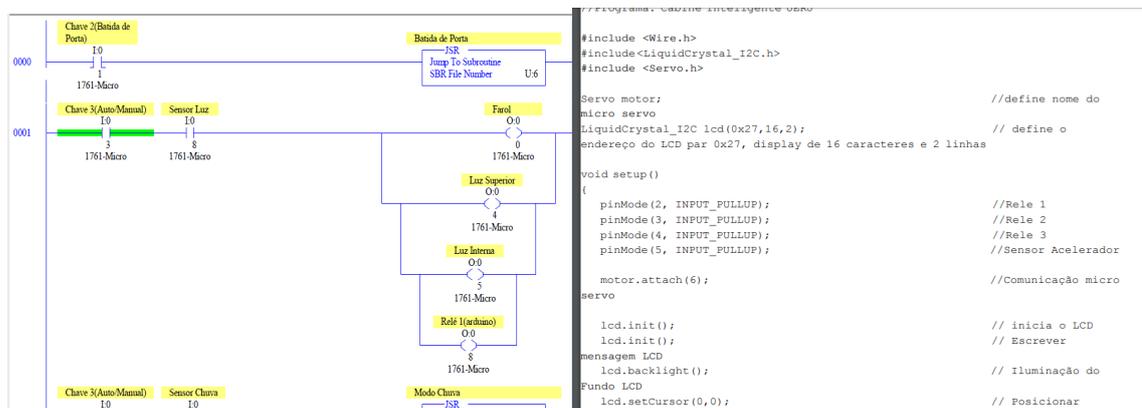
Figura 3 – Fluxograma Geral



Fonte: Acervo pessoal.

Além do fluxograma, é disponibilizado todos os materiais na linguagem de programação Ladder e C++, como na Figura 4, para o estudo de todas as funções e linguagens, que será interface com a pneumática.

Figura 4 – Programação Ladder e C++



Fonte: Acervo pessoal.

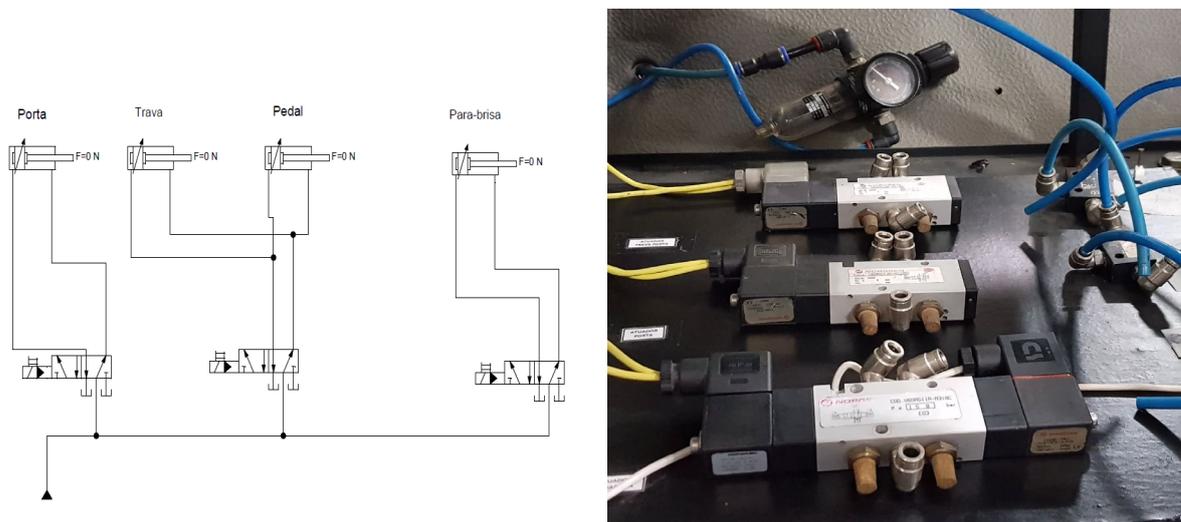
Para a pneumática, que é o último item a ser estudado, as solenoides, que são comandadas pelo CLP, movem os pistões para os pontos escolhidos no tempo certo. Pode-se observar no Quadro 3 que não há muitos componentes, porém é possível ter uma base enorme de estudos pneumáticos.

Quadro 3 - Quadro de componentes pneumáticos.

QTD.	COMPONENTES PNEUMÁTICOS
3	Válvula solenoides
2	Válvula AND
4	Atuador pneumático linear

Na Figura 5, observa-se o sistema pneumático por intermédio de um fluxograma e a distribuição das válvulas, consecutivamente.

Figura 5 – Pneumática embarcada



Fonte: Acervo pessoal.

3. Resultados e Discussão

A proposta do desenvolvimento da cabine inteligente como ensino extracurricular foi apresentada inicialmente para um grupo de alunos ligados diretamente as atuais atividades do Laboratório de Mecânica da UERJ, Campus Resende. Entre estes alunos, alguns dispõem de formação técnica e outros não, o que contribuiu na finalização do conteúdo didático e experimental, em virtude das dificuldades apresentadas pelo grupo.

Dos resultados iniciais, está comprovada a contribuição da cabine na formação acadêmica e na conscientização dos alunos de Engenharia na importância da globalização 4.0.

A tecnologia está presente e cabe a todos buscar a formação necessária, em linha com a evolução tecnológica mundial.

A utilização da cabine, desperta nos alunos a conscientização da necessidade de conhecimento. Dos diversos equipamentos, como controladores lógicos programáveis, sensores de luminosidade e de umidade, componentes pneumáticos, entre outros.

4. Conclusão

Como também descrito por Schnaid (2003), é necessário estabelecer estratégias de ensino integradoras de múltiplos domínios e conteúdo, que sintetiza a própria atividade prática de Engenharia. Esta percepção foi visível e apoiada pelo pequeno grupo de estudantes no qual esta proposta pedagógica foi apresentada.

A metodologia construtivista junto à correlação da teoria com a prática proporciona uma melhor compreensão do conteúdo de automação industrial e torna os alunos mais criativos e mais motivados a aprender, comparando com somente aulas teóricas. Por fim, capacitando o acadêmico com breves conhecimentos práticos, fazendo com que engenheiros mecânicos saiam preparados para a indústria.

O trabalho realizado cumpre com o objetivo de qualificação do profissional de engenharia mecânica na área de automação industrial, dando ênfase na importância de atividades práticas vinculadas com a teoria. Bem como capacita para a Indústria 4.0.

Vale ressaltar que a aplicação desta proposta pedagógica funciona de forma mais satisfatória em pequenos grupos de alunos devido à própria complexidade do experimento.

Referências

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 12**: Segurança no Trabalho em Máquinas e Equipamentos. Rio de Janeiro, 1978.

BERNUY, M. A. C; SOUZA, J. de. **Uma experiência de educação continuada em automação industrial – Bancada didática com CLP**. In: XXXV Congresso Brasileiro de Educação em Engenharia, 2007, Curitiba.

FOCCOERP. **Indústria 4.0**. Disponível em: <http://conteudos.foccoerp.com.br/ebook-industria-4-0>. Acesso em 17 de fev. de 2019.

LAMB, Frank. **Automação Industrial Na prática**. 1ª edição, Porto Alegre: AMGH Editora LTDA, 2015.

MELO, Júlio. De Fátimo Rodrigues de. **Desenvolvimento de atividades práticas experimentais no ensino de biologia – um estudo de caso**. 2010. 75 f. Dissertação de Mestrado, Universidade de Brasília, Brasília, 2010.

ROTHER-NEVES, Max; SILVA, Orlando. F.; BARREIROS, José. A. L. **Metodologia para a construção de protótipos didáticos para os cursos de controle e automação de sistemas**. In: XXXII Congresso Brasileiro de Educação em Engenharia, 2004, Brasília.

PESSÔA, M; SPINOLA, M. **Introdução à Automação: para Custos de Engenharia e Gestão**. 1ª edição, Rio de Janeiro: Elsevier Editora LTDA, 2014.

SCHNAID, F; TIMM, M. I; ZARO, M. Considerações sobre uso de modelo construtivista no ensino de Engenharia: disciplina de projeto com graduandos e mestrados. Revista Renote, Porto Alegre, v. 1, n. 1, p. 1-21, 2003.

NEVES, Cleonor; DUARTE, Leonardo; VIANA, Nairon; LUCENA Jr, Vicente F. de. Os dez maiores desafios da automação industrial: As perspectivas para o futuro. In: II Congresso Norte-Nordeste de Pesquisa e Inovação, 2007, João Pessoa.