



XIV

COLÓQUIO TÉCNICO-CIENTÍFICO

VI Encontro de Extensão do UniFOA

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL:
A NOVA FRONTEIRA DA CIÊNCIA BRASILEIRA
6 e 7 NOVEMBRO

TRABALHOS COMPLETOS
HUMANAS E SOCIAIS
APLICADAS

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

ANAIS DO XIV COLÓQUIO TÉCNICO CIENTÍFICO DO UniFOA

**Trabalhos completos:
Humanas e Sociais Aplicadas**

Novembro de 2020
FOA

EXPEDIENTE

FOA

Presidente

Dauro Peixoto Aragão

Vice-Presidente

Eduardo Guimarães Prado

Diretor Administrativo - Financeiro

Iram Natividade Pinto

Diretor de Relações Institucionais

Alden dos Santos Neves

Superintendente Executivo

Josiane da Silva Sampaio

Superintendência Geral

José Ivo de Souza

Relações Públicas

Maria Amélia Chagas Silva

UniFOA

Reitora

Úrsula Adriane Fraga Amorim

Pró-reitor Acadêmico

Carlos José Pacheco

Pró-reitor de Pesquisa e Pós-graduação

Bruno Chaboli Gambarato

Pró-reitora de Extensão

Maria Cristina Tommaso de Carvalho

Editora FOA

Editor chefe

Laert dos Santos Andrade

Editora Foa

www.unifoa.edu.br/editorafoa

FICHA CATALOGRÁFICA

Bibliotecária: Alice Tacão Wagner - CRB 7/RJ 4316

C718a Colóquio técnico científico do UniFOA.

Anais do XIV Colóquio técnico científico do UniFOA: trabalhos completos: humanas e sociais aplicadas. recurso eletrônico]. / Centro Universitário de Volta Redonda, novembro de 2020. Volta Redonda: FOA, 2020. 118p.

Comitê organizador: Bruno Chaboli Gambarato; Otavio Barreiros Mithidieri; Igor Dutra Braz; et al

ISBN: 978-65-88877-18-0

1. Trabalhos científicos. 2. Humanas. I. Fundação Oswaldo Aranha II. Centro Universitário de Volta Redonda. III. Título.

CDD – 001.42

COMITÊ ORGANIZADOR

Presidente do XIV Colóquio Técnico-Científico

UniFOA

Bruno Chaboli Gambarato

Presidente do VI Encontro de Extensão do

UniFOA

Otávio Barreiros Mithidieri

Coordenador Geral do evento

Igor Dutra Braz

Comissão Organizadora

Alexis Aragão Couto

Ana Carolina Dornelas Rodrigues Rocha

Ana Lucia Torres Devezas Souza

Claudio Delunardo Severino

Dario Aragão Neto

Debora Cristina Lopes Martins

Elton De Oliveira Rodrigues

Emanuel Santos Junior

Fabricio Santos Valadares de Queiroz

Juliana Cunha de Jesus

Laert dos Santos Andrade

Lizandro Augusto Leite Zerbone

Luciana Pereira Pacheco Werneck

Marcelo Augusto Mendes da Silva

Marcos Kazuiti Mitsuyasu

Rodrigo Cesar Carvalho Freitas

Shane Aparecida Soares Goulart

Wendel dos Santos Dias

Comitê Científico Externo

Adriano Willian da Silva Viana Pereira (IFPR)

Aline Raybolt dos Santos (UFRJ)

Daniele Cruz Bastos (UEZO)

Eliza Prodel (UFF)

Ésoly Madeleine Bento dos Santos (UFF)

Heitor Buzetti Simões Bento (USP)

Helena Naly Miguens Rocha (UFF)

Inara Russoni de Lima Lago (UFOB)

Iranildes Daniel dos Santos (ITV-VALE S/A)

Oscar Aurelio Mendoza Reales (COPPE/UFRJ)

Pedro Augusto de Carvalho Mira (UFF)

Sergio Roberto Montoro (FATEC-SP)

Comitê Científico Interno

Adilson Gustavo do Espirito Santo

Alexandre Alvarenga Palmeira

Aline Rodrigues Gomes

Ana Carolina Dornelas Rodrigues Rocha

Ana Lucia Torres Devezas Souza

Anderson Gomes

André Barbosa Vargas

Bruna Casiraghi

Carlos Eduardo Costa Vieira

Claudia Yamada Utagawa

Cláudio Luis de Melo Silva

Dimitri Ramos Alves

Bruno Chaboli Gambarato

Ana Carolina Callegario Pereira

Elton Bicalho de Souza

Emanuel Santos Junior

Francisco Roberto Silva de Abreu

Heitor Buzetti Simões Bento

Igor Dutra Braz

Janaina da Costa Pereira Torres de Oliveira

Kamila de Oliveira do Nascimento

Luciana Pereira Pacheco Werneck

Lucrecia Helena Loureiro

Marcilene Maria de Almeida Fonseca

Marcos Kazuiti Mitsuyasu

Maria Aparecida Rocha Gouvêa

Michel Alexandre Villani Gantus

Otávio Barreiros Mithidieri

Marcos Guimarães de Souza Cunha

Rhanica Evelise Toledo Coutinho

Sandro Rosa Corrêa

Rogério Martins De Souza

Sergio Ricardo Bastos de Mello

Shane Aparecida Soares Goulart

Sirlei Aparecida de Oliveira Bubnoff

Marcelo Augusto Mendes da Silva

Silvio Henrique Vilela

Sonia Cardoso Moreira Garcia

Tallita Vassequi da Silva

Tereza Cristina Favieri de Melo Silva

Venicio Siqueira Filho

SUMÁRIO

DESENVOLVIMENTO DE UMA PROPOSTA TIPOGRÁFICA PARA PLACAS DE SINALIZAÇÃO NO BRASIL: O IMPACTO DA LEGIBILIDADE NA SEGURANÇA DO TRÂNSITO	5
INTRAEMPREENDEDORISMO: UMA ANÁLISE DA PERCEPÇÃO DO GESTOR DE UMA MULTINACIONAL DO RAMO DE TECNOLOGIA	15
PESSOAS EM SITUAÇÃO DE RUA: OS DESAFIOS PARA AS POLÍTICAS DE PROTEÇÃO E A EXPERIÊNCIA DO ABRIGO MUNICIPAL SEU NADIM DE VOLTA REDONDA	23
O USO DAS REDES SOCIAIS NO TRABALHO: UM ESTUDO SOBRE A INTERFERÊNCIA NO DESEMPENHO DOS PROFISSIONAIS E O IMPACTO NA PRODUTIVIDADE	31
TELEVISÃO NO INTERIOR E A PARTICIPAÇÃO DO PÚBLICO: UMA ANÁLISE DO RJ1 – TV RIO SUL.....	39
O ESPAÇO DA MULHER NO JORNALISMO ESPORTIVO: ANÁLISE DA COBERTURA TELEVISIVA DO FUTEBOL BRASILEIRO	46
JORNALISMO CULTURAL E SUAS RELAÇÕES COM AS CULTURAS POPULAR E DE MASSA	53
SERVIÇO SOCIAL E A INCLUSÃO DA PESSOA COM TRANSTORNO DO ESPECTRO AUTISTA: O PAPEL DA FAMÍLIA.....	61
O SERVIÇO SOCIAL NAS EMPRESAS CAPITALISTAS	70
O ESCRITÓRIO DA CIDADANIA EM FACE DOS DESAFIOS DA PANDEMIA: UMA ESTRATÉGIA DE SUCESSO E EXEMPLO UTILIZANDO PLATAFORMA DIGITAIS.....	77
PRÁTICA EDUCOMUNICATIVA POR ALUNOS DE JORNALISMO UNIFOA E DO ENSINO MÉDIO: PRODUÇÃO DE CONTEÚDO PARA SALA VERDE DO UNIFOA	82
O MINISTÉRIO PÚBLICO DOS PAÍSES DA <i>COMUNIDADE DOS PAÍSES DE LÍNGUA PORTUGUESA</i> (CPLP): UM ESTUDO COMPARADO.....	90
O ATUAL CENÁRIO DO ESPORTE BRASILEIRO E A IMPLEMENTAÇÃO DE PROJETO DE CLUBE EMPRESA	97
O JORNALISMO DE MODA, AS REDES SOCIAIS E OS INFLUENCIADORES DIGITAIS: UMA ANÁLISE DA REVISTA HARPER'S BAZZAR.....	104
O DIREITO FUNDAMENTAL ÀS NOVAS TECNOLOGIAS: ENTRE O HOMEM PRIMITIVO E A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL	111



Desenvolvimento de uma proposta tipográfica para placas de sinalização no Brasil: o impacto da legibilidade na segurança do trânsito

Fernando Henrique Leite Silva¹; Marcos Kazuiti Mitsuyasu¹

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.
fernandohenriquepr2@gmail.com

RESUMO

A tipografia é um dos campos mais importantes do design, pois está intrinsecamente relacionada com a comunicação textual. Ela é capaz de definir como um texto será lido através da forma de seus caracteres. Em placas de sinalização, o principal objetivo é transmitir informações rapidamente, desviando o mínimo da atenção do condutor e evitando acidentes causados por distração. Utilizar uma tipografia apropriada é imprescindível para esta situação, pois uma fonte tipográfica com maior índice de legibilidade pode tornar a leitura mais eficiente e assertiva. O presente trabalho visa analisar as famílias tipográficas empregadas no trânsito brasileiro e propor uma nova alternativa. Como metodologia de apoio ao trabalho, utilizou-se o design *thinking* defendido pelo Technology Strategy Board, além de ferramentas projetuais apresentadas por Vianna et. Al e pela IDEO. Durante o processo de construção da tipografia, empregou-se técnicas de criação de tipos dos autores Henestrosa, Meseguer e Scaglione. Foi feito um estudo bibliográfico sobre ergonomia e legibilidade na tipografia, com ênfase em leitura à distância. Para validar hipóteses que surgiram durante o estudo, elaborou-se um questionário com o objetivo de avaliar similares tipográficos utilizados no trânsito. Observou-se que aspectos como altura-x e espaço de abertura afetaram a percepção de legibilidade, sendo que as tipografias que possuíam valores generosos nestes aspectos obtiveram uma melhor performance. Por fim, deu-se início ao processo de criação de uma tipografia voltada para as placas de sinalização brasileiras, sendo ainda necessário avaliar a performance em comparação as fontes aceitas pelo Conselho Nacional de Trânsito.

Palavras-chave: Design *thinking*. Tipografia. Ergonomia. Leiturabilidade. Segurança viária.

1. INTRODUÇÃO

A tipografia é um dos segmentos mais importantes do design, pois está diretamente relacionada com a comunicação textual moderna. Atualmente há uma variedade de famílias tipográficas que são de fácil acesso para todos, como por exemplo a Verdana e Times New Roman, projetadas para textos digitais e impressos, respectivamente.

Para manter uma boa legibilidade, cada meio que uma tipografia é exibida demanda algumas características tipográficas, e.g., um texto para mídias digitais deve suportar traços mais finos por conta da menor densidade de pixels da tela. É necessário que as formas tipográficas sejam elaboradas com contraste, mantendo uma singularidade para cada caractere e melhorando a experiência de leitura.

Placas de trânsito não são diferentes: elas requerem que o usuário obtenha a informação rapidamente, evitando que desvie sua atenção do trânsito por muito tempo. A tipografia empregada nas placas pode afetar drasticamente este tempo de leitura, sendo a razão de se utilizar fontes sem serifas, pois quanto menor a quantidade de detalhes nas formas das letras, menor a distração.

Muitas das fontes projetadas para o trânsito são registradas com licença de uso proprietário, sendo necessário adquirir uma licença individual para cada computador que utilizar a tipografia. Isto faz com que o uso de uma fonte seja custoso, tornando inacessível sua aplicação em todo trânsito Brasileiro. Portanto, a criação de uma tipografia de licença aberta para o trânsito brasileiro torna-se uma opção viável.

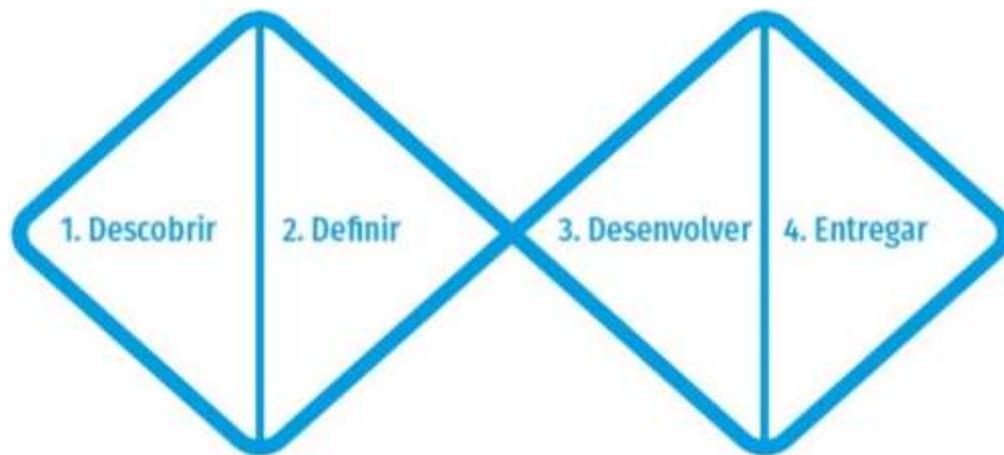
À vista disso, o presente trabalho tem como objetivo analisar a legibilidade das tipografias empregadas nas sinalizações de trânsito no Brasil e dar início à criação de uma nova tipografia para o trânsito brasileiro, com licença de uso aberta. O design *thinking* em diamante duplo foi utilizado como metodologia base.

2. METODOLOGIA

A metodologia básica deste trabalho foi o design *thinking*, defendido pelo Technology Strategy Board (2015). Desta forma, o projeto foi estruturado em quatro etapas, possuindo duas aberturas e dois fechamento, formando um diamante duplo (fig. 1).

Durante a etapa inicial, descobrir, utilizou-se duas ferramentas de imersão descritas por Vianna et. Al (2012): pesquisa exploratória e pesquisa *desk*. Trata-se de recursos que ajudam a identificar e analisar o problema. Obteve-se um referencial teórico embasado em pesquisas científicas e análises empíricas sobre legibilidade, dando ênfase para a relação entre sinalização viária, ergonomia e tipografia. Algumas das hipóteses geradas nesta fase foram testadas através de um formulário.

Figura 1 – Cronologia das etapas do design *thinking* em duplo diamante



Fonte: Technology Strategy Board (2015, p. 6), tradução nossa

Tal questionário teve como objetivo analisar os problemas que agentes envolvidos no trânsito sofrem, tratando de questões relacionadas às placas de sinalização. Elaborou-se perguntas para o participante discursar sobre os problemas que sofre, além de questões mais específicas sobre legibilidade.

A etapa de definir teve como base ferramentas desenvolvidas pela IDEO (2015), como: encontrar temas, cujo objetivo é a busca por padrões repetidos ao longo da fase anterior, e fichas de insight, registrando e avaliando ideias.

A etapa de desenvolvimento foi caracterizada pela parte criativa. Utilizou-se as técnicas de criação de tipos descritas por Henestrosa, Meseguer e Scaglione (2014), levando em consideração os principais insights gerados pela segunda etapa.

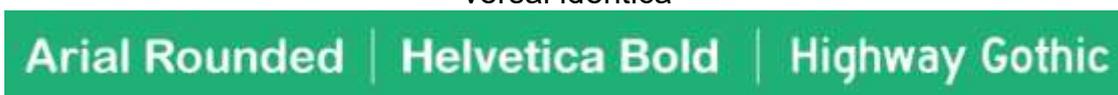
Por fim, a etapa de entrega aborda a conclusão do projeto, finalizando os arquivos e expondo o resultado. Uma vez que o trabalho ainda está em andamento, esta etapa não está concluída.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Através da etapa de descobrir, identificou-se que, segundo o Contran (2014), as famílias tipografias aceitas na sinalização indicativa brasileira são: *Standard Alphabets for Highway Signs and Pavement Markings* (conhecida por Highway Gothic), Arial Rounded e Helvetica, ilustradas na figura 2.

Estas tipografias não foram otimizadas para a leitura de trânsito. Tanto a Arial Rounded quanto Helvetica são fontes desenvolvidas para texto de leitura estática. Já a Highway Gothic foi desenvolvida entre as décadas de 1940 e 1950 para as rodovias norte-americanas. Apesar de haver inúmeros estudos identificando problemas de legibilidade em sua forma, esta fonte ainda é padrão nas rodovias continente.

Figura 2 — Tipografias aceitas em placas de trânsito no Brasil, com altura de versal idêntica



Fonte: Elaborado pelo autor

Observou-se que as tipografias aplicadas no trânsito brasileiro possuem margem para melhorias, aprimorando a leitura a distância, especialmente para idosos e indivíduos com visão limitada.

Nos EUA, no início da década de 1990, Donald Meeker e James Montalbano desenvolveram em conjunto uma tipografia otimizada para o trânsito, a fim de aumentar a legibilidade sem alterar o tamanho das placas, substituindo o uso da Highway Gothic. Este projeto culminou na criação da Clearview (fig. 3).

Figura 3 – Comparativo de placas utilizando ambas as fontes, com altura de versal idêntica



Fonte: Elaborado pelo autor

Uma pesquisa conduzida por Dobres et. Al (2017), comparando ambas as tipografias mencionadas e avaliando a precisão relativa ao tempo de leitura, mostrou que a tipografia de Meeker e Montalbano é mais eficiente. Os resultados apontaram

que os participantes levaram menos tempo para identificar uma palavra escrita com a Clearview do que com a Highway Gothic. O padrão se repetiu entre todas as faixas etárias que fizeram parte do estudo, a qual variou de 36 até 74 anos.

A legibilidade é um dos tópicos mais importante para a construção de uma tipografia. Há uma série de fatores que colaboram para a criação de uma tipografia de melhor leitura, como a altura do caractere e espaço de abertura.

A altura do caractere pode ser dividida em duas: a altura de versal e altura-x. O primeiro se trata da altura dos caracteres maiúsculos e é utilizado como referência ao projetar uma placa, seguindo o manual do Contran (2014). Já a altura-x aborda a altura base das letras minúsculas. Quanto maior o seu valor, maior será a percepção de tamanho de um texto. No entanto, existe um limite no qual a altura das minúsculas começa a interferir na legibilidade em letras com ascendentes e descendentes, uma vez que o contraste entre algumas letras diminui (BEIER, 2016).

O espaço de abertura se trata da quantidade de espaço negativo dentro de uma tipografia. Quanto maior a abertura, mais legível o texto se torna, pois aumenta o contraste entre as formas. Algumas letras que são mais afetadas pela abertura são: /a/, /c/, /d/, /e/, /g/ e /m/. Ao analisar similares tipográficos avaliando este fator (fig. 4), identificou-se que as tipografias aceitas em placas de sinalização no Brasil possuem valores de abertura baixos, podendo prejudicar a leitura.

Figura 4 – Avaliação do espaço de abertura nas letras /a/, /c/, /e/ e /m/ de oito tipografias; o espaço em rosa representa o espaço de abertura da letra



Fonte: Elaborado pelo autor

O fator de condição adversa é a capacidade da tipografia suportar distorções de desfoque. Refere-se a acessibilidade de uma tipografia para pessoas com

complicações de visão, como miopia, astigmatismo e hipermetropia, ou condições extremas de ofuscamento por excesso de luminosidade (D'AGOSTINI, 2018).

Figura 5 – Teste de três níveis de desfoque (nenhum, baixo e médio, respectivamente)



Fonte: Elaborado pelo autor

Após executar um teste de desfoque em placas escritas com as tipografias do trânsito brasileiro e outras de uso comum, elaborou-se uma análise empírica de legibilidade. Observou-se que os exemplares com maior altura-x e espaço de abertura eram mais legíveis, sobretudo sob desfoque mediano e severo (fig. 5).

A fim de validar esta hipótese, elaborou-se uma pesquisa em formulário para quantificar a performance de leitura destas tipografias. Foram feitas quatro perguntas abordando as seguintes condições de leitura: normal, desfoque gaussiano, normal com mudança de cor e desfoque de movimento, conforme indica a figura 6. Cada pergunta possuía seis placas com a mesma mensagem, apenas alterando a tipografia. Cabia ao participante marcar a opção de mais fácil leitura.

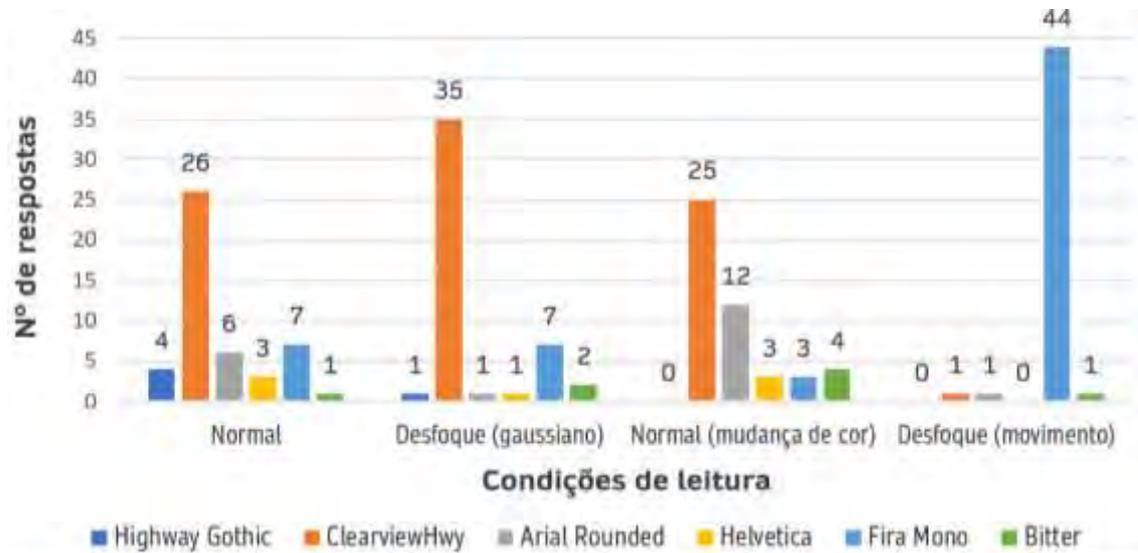
Figura 5 – Tipos de condições apresentadas no questionário



Fonte: Elaborado pelo autor

A divulgação do questionário foi feita on-line, dando preferência a participantes com envolvimento no trânsito. Obteve-se 47 participantes ao todo.

Figura 6 – Quantificação das respostas do questionário sobre facilidade de leitura; o número de cada coluna expressa o total de participantes que identificaram esta opção como mais fácil de se ler



Fonte: Elaborado pelo autor

O resultado dessa pesquisa (fig. 7) expressou o esperado pelo referencial teórico: a tipografia projetada para melhorar a legibilidade em placas de trânsito, Clearview, superou as demais nas condições de leitura normal, desfoque gaussiano e normal com mudança de cor. Acredita-se que o desempenho da Fira Mono na condição de desfoque de movimento seja por conta de ter um espaçamento maior.

Levando em consideração os achados das pesquisas sobre legibilidade, deu-se início ao desenvolvimento da tipografia, utilizando a metodologia de criação de tipos de Henestrosa, Meseguer e Scaglione (2014). O início ocorreu através de esboços à lápis. Posteriormente, todos os esboços foram avaliados em quatro aspectos técnicos: espaço de abertura, singularidade dos caracteres, brasilidade e definição das formas. Selecionou-se os esboços que apresentaram a melhor performance na avaliação para a vetorização utilizando o Fontlab 7 (fig. 8).

Figura 8 – Desenvolvimento da tipografia: esboços a lápis e construção da tipografia, no Fontlab 7



Fonte: Elaborado pelo autor

O próximo passo do trabalho será a avaliação em formulário da tipografia criada, comparando-a com as tipografias aceitas na sinalização de indicação no Brasil.

4. CONCLUSÃO

Os achados deste trabalho confirmam a importância em projetar tipografias específicas para o trânsito, dando importância a aspectos pontuais de legibilidade, como espaço de abertura e altura-x.

Através do resultado da pesquisa em formulário, tornou-se perceptível a melhora de performance da Clearview em relação as demais tipografias. Acredita-se que o desempenho superior se deu graças aos conceitos aplicados em sua concepção: altura-x generosa, maior espaço de abertura e espaçamento entre as letras.

O estudo dos aspectos técnicos da legibilidade tornou mais fácil o processo de construção da nova tipografia (fig. 9), uma vez que as decisões criativas já foram norteadas seguindo tais critérios.

Figura 7 – Exemplo de placas utilizando um protótipo da nova tipografia em desenvolvimento



Fonte: Elaborado pelo autor

Como indicação de continuidade a trabalhos futuros, é sugerido a realização de pesquisas *in loco* avaliando a legibilidade de placas de trânsito escritas em tipografias distintas, coletando mais dados e garantindo um ambiente controlado.

REFERÊNCIAS

BEIER, Sofie. Designing legible fonts for distance reading. *In*: DYSON, Mary; SUEN, Ching (ed.). **Digital Fonts and Reading**: Series on Language Processing, Pattern Recognition, and Intelligent Systems. Singapore: World Scientific, abril 2016. v. 1, cap. Chapter 5, p. 79-93. ISBN 9789814759533.

Conselho Nacional de Trânsito (CONTRAN). **Sinalização Vertical de Indicação**. Brasil: Contran, 2014. v. 3. 343 p. ISBN 9788579580765.

D'AGOSTINI, Douglas. **Design de Sinalização**. 1. ed. São Paulo: Blucher, 2018. 368 p. ISBN 9788521210979.

DOBRES, Jonathan; CHRYSLER, Susan; WOLFE, Benjamin; CHAHINE, Nadine; REIMER, Bryan. **Empirical Assessment of the Legibility of the Highway Gothic and Clearview Signage Fonts**. Transportation Research Record: Journal of the Transportation Research Board, College Station, Texas, ed. 2624, p. 1-8, 2017.

HENESTROSA, Cristóbal; MESEGUER, Laura; SCAGLIONE, José. **Como criar tipos: do esboço à tela**. Brasília: Estereográfica, 2014. 152 p. ISBN 9788568809006.

IDEO. **The Field Guide to Human Centered Design**. San Francisco: Design Kit, 2015. 192 p. ISBN 9780991406319.

TECHNOLOGY STRATEGY BOARD (UK). Design Council. **Design methods for developing services**: An introduction to service design and a selection of service design tools. [S. l.: s. n.], 2015. 23 p.



VIANNA, Maurício; VIANNA, Ysmar; ADLER, Isabel K.; LUCENA, Brenda; RUSSO, Beatriz. **Design Thinking**: inovação em negócios. 1. ed. Rio de Janeiro: MJV Press, 2012. 162 p. ISBN 9788565424004.



Intraempreendedorismo: uma análise da percepção do gestor de uma multinacional do ramo de tecnologia

Bruna Rosestolato de Assis¹; Eduardo de Lima Pinto Carreiro¹

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

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo analisar o intraempreendedorismo segundo a percepção de um gestor de uma empresa multinacional do ramo de tecnologia. Para isso, utilizou-se o método descritivo a fim de levantar e estudar as características de um fenômeno ou grupo. Como procedimento técnico, utilizou-se o estudo de caso de uma empresa líder de mercado, a fim de explorar o tema dentro de um contexto real. Os dados foram coletados por meio de entrevista parcialmente estruturada com um profissional que além de gestor da empresa estudada, é professor, autor *bestseller* e palestrante na temática empreendedorismo, e empreendedor. A entrevista é considerada uma ferramenta por excelência na investigação social e tem a finalidade de obter informações sobre determinado assunto, por meio de uma conversa de natureza profissional. Como resultados, observou-se que o perfil empreendedor é uma das *soft skills* mais valorizadas pelo mercado, e estes profissionais são agentes de inovação dentro da empresa. As organizações com características empreendedoras incentivam e recompensam esses profissionais, dando-lhes liberdade para pensarem e agirem de maneira inovadora. Contudo, o intraempreendedorismo está relacionado com a competitividade de uma empresa, e estas ainda são raras e destaques no mercado.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Intraempreendedorismo. Perfil Empreendedor.

1. INTRODUÇÃO

A temática empreendedorismo vem se fortalecendo nos últimos anos devido ao ambiente competitivo e movido à rápida inovação e mudanças tecnológicas que as pessoas e as empresas estão inseridas. Também ganhou relevância ao se

apresentar como uma opção frente ao desemprego, crescente no ambiente de incertezas do cenário econômico atual.

A Teoria do Desenvolvimento Econômico de Schumpeter sustenta a tese de que o empreendedorismo é um dos principais transformadores da economia, responsável por iniciar um importante processo de desenvolvimento econômico por meio da criação de novos produtos, novos processos ou novos negócios (SCHUMPETER, 1947).

Como se vê, o empreendedorismo é normalmente tratado, inclusive na literatura econômica, como um fenômeno associado à criação de um negócio, envolvendo oportunidades e riscos (SEBRAE, 2017). Entretanto, esta não é a única alternativa para empreender, pois é possível ter atitudes e comportamentos empreendedores mesmo não sendo dono, mas, também, estando dentro das organizações já existentes (ANTONCIC; HISRICH, 2001). Esta vertente é chamada de Empreendedorismo Corporativo ou Intraempreendedorismo e, juntamente com o profissional empreendedor ou intraempreendedor, são os objetos de estudo do presente trabalho.

Segundo estudo da escola de negócios IDCE (Instituto de Desenvolvimento de Conteúdo para Executivos) realizado com cinquenta executivos de Recursos Humanos, o Funcionário empreendedor é o perfil mais procurado pelas empresas. Além disso, o levantamento revela que as organizações que buscam desenvolvimento e crescimento nos negócios procuram esse perfil de funcionário e os incentivam internamente, com o objetivo de adquirir competitividade no mercado (EXAME, 2013). Sendo assim, o profissional empreendedor é valorizado por ser inovador, automotivado, alinhado aos objetivos da empresa e focado em oportunidades e melhorias no negócio (LANA, 2010).

Desse modo, considerando a crescente relevância do empreendedorismo para as empresas, o objetivo geral desta pesquisa é analisar o intraempreendedorismo segundo a percepção de um gestor de uma empresa multinacional do ramo de tecnologia.

Este trabalho está estruturado em quatro seções. Nesta primeira seção, introdução, apresentam-se as considerações iniciais acerca do tema, como o problema de pesquisa, as justificativas, objetivo e metodologia aplicada. Na segunda seção indica-se o procedimento metodológico utilizado para o desenvolvimento do

trabalho. Na terceira seção expõem-se os resultados e a discussão obtidos com a pesquisa, apresentando a percepção analítica do gestor entrevistado, bem como as respostas para os questionamentos levantados. Por fim, na quarta seção são apresentadas as principais conclusões sobre o estudo.

2. METODOLOGIA

Com relação aos objetivos, utilizou-se o método descritivo a fim de levantar e estudar as características de um fenômeno ou grupo, sendo eles, o intraempreendedorismo e os intraempreendedores, respectivamente.

Para explorar o tema dentro de um contexto real, realizou-se um estudo de caso em uma empresa multinacional de grande porte do ramo de tecnologia. Por questões éticas, foram estabelecidos critérios de confidencialidade quanto ao nome da empresa e do gestor. O estudo de caso é considerado o delineamento mais adequado para a investigação de um fenômeno atual (YIN, 2001).

O instrumento utilizado para a coleta de dados foi uma entrevista parcialmente estruturada com um empreendedor, professor, autor *bestseller* na temática de empreendedorismo e inovação, e gestor há 13 anos em uma empresa multinacional do ramo de tecnologia. Atualmente gerencia uma equipe de 248 pessoas no cargo de *Business Operation Program Manager*. A entrevista tem a finalidade de que uma das pessoas envolvidas obtenha informações sobre determinado assunto, por meio de uma conversa de natureza profissional.

A entrevista foi realizada de forma *online* mediante agendamento prévio, e foi iniciada com a explicação do problema de pesquisa por parte do entrevistador. Além disso, foi gravada para posterior transcrição e utilização de todas as informações.

Com abordagem qualitativa e a análise dos resultados interpretativa, a pesquisa se referiu principalmente às percepções do gestor com relação ao intraempreendedorismo.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Aos 43 anos, o entrevistado vive o empreendedorismo tanto nos seus negócios e projetos, quanto na organização em que trabalha. Destaca a importância e relevância da temática desta pesquisa nos dias de hoje.

Ao ser questionado sobre o conceito de intraempreendedorismo, compartilha a ideia de Antoncic e Hisrich (2001), de que intraempreendedorismo é o próprio empreendedorismo praticado dentro das organizações já estabelecidas. Empreendedorismo é definido por ele como a arte de criar soluções que irão impactar pessoas e a comunidade ao redor, inseridos em ambiente de mudança e inovação.

O gestor frisa que nem todo dono de negócio é empreendedor, dado que o empreendedor tem atitude, visão inovadora, sabe enxergar a expectativa das pessoas, sejam elas clientes, parceiros, funcionários e fornecedores, e tem habilidades de negociação e planejamento. Ainda, segundo ele, sabem agir de maneira superior aos demais em momentos de crise.

Conforme Hamilton (2008), os empreendedores dentro das organizações, chamados intraempreendedores, apresentam características singulares, como: confiança, habilidades políticas e de negócios, *networking*, inovação. Essa ideia é confirmada pelo entrevistado, sendo ressaltada a importância desses profissionais nas organizações.

Ao ser perguntado sobre como este perfil se destaca dos demais na empresa em que trabalha, o entrevistado complementa com algumas características, como: autonomia, coragem, responsabilidade de dono, proatividade e, especialmente, produtividade. Diz que estes profissionais têm mais foco e concentração e demandam menos tempo para realizar atividades. Além disso, são agentes de mudança e transformação, sugerem processos que podem ser feitos de maneira diferenciada ou melhorada (LANA, 2010), compartilham seus conhecimentos com os colegas, demonstram entusiasmo e fazem questão de serem conhecidos nas demais áreas da organização, definido por ele como pluralidade.

Neste contexto, perguntou-se como os profissionais são estimulados às práticas empreendedoras. Segundo ele, o profissional é avaliado com base no seu desempenho do ano fiscal anterior e nas tendências a sugerir ideias inovadoras e ajudar pessoas no ano fiscal seguinte. Este último ponto levantado é avaliado por meio de uma variável específica interna, a *Help Others to Achieve Your Job* (ajudar outras pessoas a realizarem seus trabalhos), que tem como objetivo estimular o trabalho em equipe e interação e conexão entre pessoas, o que é muito bem visto pela direção da empresa. Contudo, profissionais com bom desempenho podem ser recompensados

com bônus salarial, cursos e treinamentos específicos, MBA (*Master Business Administration*), viagens, mudança de área e até mesmo promoções de cargo.

Sobre a relação entre intraempreendedorismo e vantagem competitiva, o entrevistado é assertivo como Dantas (2008), que diz que uma organização que valoriza o comportamento empreendedor, incentiva que as pessoas proponham ideias, por meio do patrocínio e liberdade para agir, é uma organização mais competitiva (LANA, 2010). Ele confirma esta teoria dizendo que, a organização em que trabalha, com características empreendedoras, é líder de mercado. Entretanto, estas são raras e são destaques no mercado (DORNELAS, 2017).

As organizações com características pouco empreendedoras estão mudando sua forma de atuar, proporcionando um ambiente voltado à inovação. Em contrapartida, na visão do entrevistado, algumas empresas estão sim buscando implementar áreas de inovação, mas a maioria ainda não incentiva o empreendedorismo. Estas são caracterizadas por um modelo arcaico de gestão, recompensando pouco seus funcionários, tanto financeiramente, quanto no desenvolvimento de suas carreiras, além de limitar novas ideias (TIPURIC; BAKOTIC; LOVRINCEVIC, 2013)

As organizações necessitam criar uma cultura de apoio e reconhecimento à inovação e ao empreendedorismo (FERRAZ et. al., 2008). Dentre várias maneiras de incorporar tais iniciativas a cultura da empresa, o gestor sugere a prática de inovação aberta, assim como acontece na empresa em que trabalha. Esta iniciativa proporciona liberdade à comunidade, interna e externa, e incentiva o engajamento nos projetos, reunindo, portanto, as mentes mais brilhantes e com as melhores ideias. Como resultado, tanto os colaboradores como a comunidade externa são recompensados com prêmios, com visibilidade e com reconhecimento.

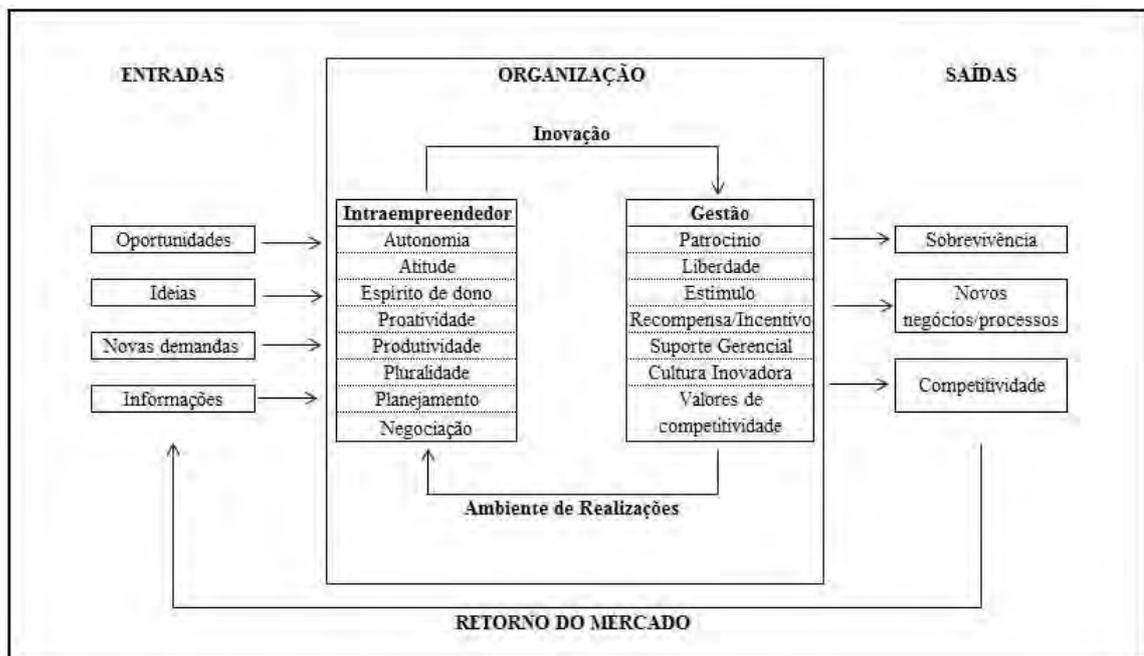
Na visão do entrevistado, o melhor resultado que organizações empreendedoras alcançam, ao contrário dos que pensam em lucro, é a sobrevivência, a perenidade. Em outras palavras, continuar existindo por muito tempo, sem ser "disruptada" (quando novas tecnologias levam empresas antigas ao fracasso) por uma *startup*. Esta inovação pode ser caracterizada por novos produtos, novas práticas ou novas formas de solucionar problemas e, como consequência, maiores lucros.

Por fim, como líder, esclarece que o empreendedorismo, baseado em modelos de negócios de sucesso, pode e deve, ser aprendido e ensinado. Aconselha ainda que, no contexto atual, os profissionais mais procurados são pautados em habilidades comportamentais, os chamados *soft skills*, sendo o espírito empreendedor uma das mais valiosas.

A Figura 1 ilustra, por meio de um sistema, como ocorre o processo intraempreendedor na organização estudada.

Inicia-se o processo a partir de ideias, oportunidades, novas demandas e informações advindas do ambiente externo, que serão processadas dentro do ambiente da organização. Em relação ao ambiente da organização, o profissional empreendedor e a gestão necessitam de um ambiente favorável. Na figura ficam evidentes pontos relacionados ao intraempreendedor e a gestão indicados pelo gestor entrevistado, para que as inovações ocorram de maneira positiva, a fim de gerar sobrevivência, novos negócios e processos, bem como competitividade para a empresa. O ciclo se reinicia com um retorno do mercado, que tende a demandar, cada vez mais, melhorias e novos produtos, serviços ou processos.

Figura 1 - Processo Intraempreendedor na multinacional estudada.



Fonte: Elaborado pela própria autora (2020).

4. CONCLUSÃO

O presente trabalho teve como objetivo analisar o intraempreendedorismo na percepção de um gestor de uma empresa multinacional do ramo de tecnologia. Entende-se a importância do trabalho, uma vez que se abordou uma relevante vertente do tema empreendedorismo, esclarecendo que este não se limita à abertura de um negócio.

De acordo com as teorias levantadas, empreender envolve conceitos de oportunidades, inovação e atitude, e tais conceitos devem ser aplicados dentro de uma organização que busca por competitividade. Por isso o profissional com perfil empreendedor tem se tornado cada vez mais importante e valorizado.

Como resultados, considerando a experiência do gestor entrevistado, confirmou-se que, características singulares como atitude, autonomia, produtividade, pluralidade, habilidades em negociação e espírito de dono destacam os profissionais com perfil empreendedor, e este contempla uma das *soft skills* (habilidades comportamentais) mais valiosas e buscadas pelas empresas na atualidade.

Além disso, as organizações empreendedoras são as que estimulam e recompensam estes profissionais, dando-lhes liberdade para pensarem e agirem de maneira inovadora. Outro ponto importante levantado, foi que o intraempreendedorismo está diretamente relacionado com a competitividade da empresa, dado que, por meio dele, novas ideias, processos ou produtos surjam, garantindo sobrevivência em um ambiente movido à inovação, e conseqüentemente, lucratividade.

REFERÊNCIAS

ANTONCIC, B.; HISRICH, R. D. **Intrapreneurship: construct refinement and cross cultural validation**. Journal of Business Venturing, v. 16, p. 495-527. 2001.

DANTAS, E. B. **Empreendedorismo e intraempreendedorismo: é preciso aprender a voar com os pés no chão**. Local, 2008. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/dantas-edmundo-empreendedorismo.pdf>>. Acesso em: 06 maio 2020.



DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa. 3. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2017.

EXAME, **5 qualidades dos profissionais mais disputados por empresas**. 23 de ago. 2013. Disponível em: <<https://exame.com/carreira/5-qualidades-dos-profissionaismais-disputados-por-empresas/>> Acesso em: 20 maio 2020.

FERRAZ, S. F. F.; COSTA, I. B.; DUARTE, M. F.; OLIVEIRA, A. C. M.; LEOCÁDIO, L. **Práticas e modelo intraempreendedor em uma grande indústria têxtil brasileira**. Congresso Nacional de Excelência em Gestão. Niterói, RJ, 2008.

HAMILTON, B. **Intrapreneurship: Leveraging organizational talent**. Training Journal, p. 49-53, nov. 2008.

LANA, B. M. H. **Intraempreendedorismo: uma análise das percepções do gestor sobre o perfil de seus funcionários**. Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, Rio de Janeiro, Brasil, 35, 2010.

SCHUMPETER, J.A. **The creative response in economic history**. Journal of Economic History, p.149-159. Nov. 1947.

SEBRAE. **Estudos e Pesquisas**, 2017. Disponível em:<https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/relatorio-especial-oempreendedorismo-e-o-mercado-detrabalhodetalhe52,5cdfda0e84ebe510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 19 maio 2020.

TIPURIC, D.; BAKOTIC, D.; LOVRINCEVIC, M. **Multiple Stakeholder Orientation and Corporate Entrepreneurship: An Empirical Examination**. 9th. European Conference on Management Leadership and Governance: Austria, 2013.

YIN, Robert K. Estudo de caso: planejamento e métodos. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.



Pessoas em situação de rua: os desafios para as políticas de proteção e a experiência do Abrigo Municipal Seu Nadim de Volta Redonda

Flávia Fernandes dos Passos Cesar¹; Daniele Ribeiro do Val de Oliveira Lima Santa Barbara¹

*1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.
flaviafpassos@hotmail.com*

RESUMO

Esse estudo teve como objetivos fomentar reflexões sobre a condição de vida das pessoas em situação de rua; avaliar a política e as ações ofertadas para a alteração desse cenário; e sistematizar informações que contribuíssem na construção do perfil das pessoas em situação de rua acolhidas no Abrigo Municipal Seu Nadim, de Volta Redonda. A motivação para esse estudo se deu a partir da experiência obtida enquanto estagiária de Serviço Social no Abrigo Seu Nadim, pois as múltiplas expressões da questão social vividas pelas pessoas em situação de rua ali atendidas, nos exigiu a ampliação dos repertórios de análise para esse fenômeno tão antigo e complexo. Fizemos uso combinado das metodologias de pesquisa qualitativa e quantitativa. Assim, recorreremos a pesquisa bibliográfica, documental e a observação participante, sob aprovação do Comitê de Ética e Pesquisa do UniFOA através do CAAE 29471420.2.0000.5237, para a problematização do tema e realizamos coleta de informações e produção de dados que configuraram um perfil atual dos acolhidos no abrigo, para um contraponto com o perfil constituído em pesquisa de âmbito nacional realizada em pelo Ministério do Desenvolvimento Social no ano de 2008. Apesar dos avanços da Política Nacional para a População em Situação de Rua e das políticas públicas voltadas para essa população, ainda se faz necessário um maior debate sobre ações de enfrentamento às expressões das questões sociais, pois reconhecemos que o fenômeno da população de rua é o resultado mais perverso das violações de direitos dos cidadãos. E o assistente social, como profissional que tem o compromisso ético em defesa dos direitos humanos, da liberdade e da cidadania, em defesa de uma intervenção mais humanizada, sem preconceito e discriminação, tem o seu trabalho presente na vida desse segmento populacional.

Palavras-chave: População em situação de rua. Acolhimento institucional. Questão social.

1. INTRODUÇÃO

O tema proposto neste estudo traz uma complexidade de análise e debate, pois se configura no entrecruzamento de múltiplas dimensões: política, social, de saúde, econômica e, por que não, identitária. Foi discutido sobre um segmento social visível “a olhos nus”, mas invisíveis para o reconhecimento efetivo de sua condição cidadã: as pessoas em situação de rua.

Segundo Tarachuque (2012) o termo “morador de rua” expressa ao longo da história uma “ideia de baixa estima” e “viver de favor”, conformidade, conformação e objeto de assistencialismo. Também é caracterizado pelo desconhecimento dos direitos a condições mais dignas. Já para Silva (2009, p. 41) estar nas ruas é se “defrontar com dúvidas desgastantes sobre valor próprio e o significado da existência”. Segue o autor com a reflexão de que a angústia das ruas é alimentada “por encontros com os domiciliados que constantemente fazem os moradores de rua lembrar-se de onde se situam em relação aos outros” (SILVA, 2009, p. 41).

De acordo com o primeiro Encontro Nacional das Pessoas em Situação de Rua, a caracterização da “população em situação de rua” é a de ser um grupo populacional heterogêneo, composto por pessoas com experiências e realidades diferentes, mas que tem em comum a condição de pobreza e vínculos familiares interrompidos ou fragilizados (SANTOS, 2001).

É preciso compreender que apesar da vivência nas ruas ser uma realidade histórica, no contexto do sistema capitalista ela se configura associada à expressão da questão social, mediada pela exploração e desigualdade social, pois como define lamamoto (2013) a questão social é o conjunto das expressões das desigualdades da sociedade capitalista madura enraizada na produção social que é cada vez mais coletiva e sua riqueza cada vez mais privada. Segundo Montañó (2012), a “questão social”, a miséria, a pobreza, e todas as manifestações delas, não são vistas como resultado da exploração econômica, mas como fenômenos autônomos e de responsabilidade individual ou coletiva dos setores por elas atingidos. Isso desloca

o problema de uma realidade macro social para uma culpabilização do sujeito, o que gera estigmas e preconceitos.

O atendimento às pessoas em situação de rua é respaldado constitucionalmente, e instituído através Lei Orgânica da Assistência Social – LOAS (1993). A Assistência Social, constante do tripé da Seguridade Social Brasileira, é política pública, direito do cidadão e dever do Estado, que deve garantir a universalização dos direitos sociais.

O Sistema Único de Assistência Social e a Política Nacional de Assistência Social, aprovados em 2004, são marcos importantes das políticas públicas, e preveem programas e serviços específicos a essa população. Se a LOAS regulamenta os artigos 203 e 204 da Constituição Federal de 1988, que trata da assistência social, o SUAS e a PNAS materializam as diretrizes da LOAS. E a LOAS, posteriormente, recebeu alteração para a inclusão da obrigatoriedade da formulação de programas de amparo à população em situação de rua, por meio da Lei n 11.258/05, de 30 de dezembro de 2005 (BRASIL, 2008, p. 6).

Destarte, cabe à Assistência Social o desenvolvimento de programas e serviços sociais que cubram, reduzam ou previnam exclusões, riscos e vulnerabilidades sociais bem como atendam às necessidades emergentes ou permanentes decorrentes de problemas pessoais ou sociais de seus usuários, visando garantir o seu acesso aos direitos sociais e o desenvolvimento de sua autonomia (BRASIL, 2005). De acordo com Sposati (2008), a implantação do SUAS e da PNAS conferem à proteção social especial de alta complexidade o patamar de atendimento assistencial destinado a famílias e indivíduos que se encontram em situação de risco pessoal e social, e no caso dos serviços voltados à população em situação de rua serão priorizados aqueles que possibilitem a organização de um novo projeto de vida, visando criar condições para adquirirem referências na sociedade brasileira, enquanto sujeitos de direito (BRASIL, 2004, p. 37).

A luta pela visibilidade e reconhecimento desse grupo social como cidadãos se fortalece com esses avanços históricos, e culmina com a aprovação da Política Nacional da Pessoa em Situação de Rua em 2009.

2. METODOLOGIA

Esse estudo contou com pesquisa bibliográfica e observação participante, além da pesquisa documental e análise de dados quantitativos e qualitativos. A pesquisa aconteceu a partir da experiência de estágio no Abrigo Municipal Seu Nadim, em Volta Redonda-RJ, que forneceu a base de análise do serviço na ponta da execução, e da implantação da política, em nível mais abrangente.

A partir da análise dos prontuários dos usuários, conseguimos traçar um panorama de quem é a pessoa em situação de rua na cidade, considerando apenas os usuários que estão vinculados ao acolhimento institucional no ano de 2020, número total de 15. Esse número foi justificado pelo desligamento e evasão de usuários que não estavam de acordo com as regras de isolamento social implementados pelo abrigo, conforme decretos e normativas técnicas expedidas pelos Órgãos competentes, tais como: Nota Pública Processo 71000.018129/2020-74 Medidas de Prevenção ao Coronavírus nas Unidades de Acolhimento Institucional e Caderno de Informações e Orientações sobre o Atendimento e Acolhimento Emergencial à população em situação de rua no contexto da pandemia da Covid 19, ambos do Ministério da Mulher, Família e Direitos Humanos.

Fizemos um contraponto com uma pesquisa nacional já realizada, o Censo POP Rua, Pesquisa Nacional sobre a População em Situação de Rua (MDS, 2009), e uma outra, de âmbito estadual, que foi o Terceiro Censo de População em Situação de Rua em Belo Horizonte – MG (PBH, 2014).

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Segundo Brasil (2015), abrigo institucional é o acolhimento provisório, previsto para pessoas em situação de vulnerabilidade social, rua e desabrigo, por abandono, migração e ausência de residência, ou para pessoas em trânsito e sem condições de se sustentarem. O Abrigo Municipal Seu Nadim acolhe pessoas maiores de 18 anos até 59 anos, de ambos os sexos, e desenvolve projeto de trabalho cuja execução tem como objetivo promover a reinserção social, o resgate dos vínculos familiares perdidos e o resgate da cidadania e dignidade de pessoas, prioritariamente do município de Volta Redonda, que estejam vivendo em situação de rua. Para atingir esse intento, o abrigo trabalha integrado à rede sócio assistencial do município e

articulado a outras políticas setoriais. A rede de serviços socioassistenciais deve ser entendida “como um conjunto de serviços oferecidos pelas diferentes políticas setoriais, que de forma complementar e articulada, promove o atendimento às demandas e necessidades do cidadão a partir da mobilização das ações locais”. (SANTA BARBARA et al, 2016. p.5).

O perfil das pessoas em situação de rua, tanto nossa amostra local, quanto os dados analisados da pesquisa nacional, mostram que são majoritariamente homens, negros ou pardos, com idade entre 30 e 60 anos, com baixa escolaridade (normalmente nível fundamental incompleto) e quanto ao tempo de permanência nas ruas, em ambas o período de até um ano prevaleceu, o que sugere o contínuo aumento de pessoas vivendo essa experiência, num contexto de desigualdade, desemprego e violências, seguido do tempo superior a 5 anos, o que nos alerta, conforme aponta Escorel (2003), para constantes e cumulativas desvinculações, com vivências invisíveis, naturalizadas e banalizadas em sua miséria e isolamento. Sobre o indicador acerca da motivação para ida para as ruas, há correspondência das três pesquisas (a nacional, a estadual mineira e a amostra local). Os motivos são associados primeiramente ao uso álcool e drogas, aos vínculos familiares rompidos/fragilizados e ao desemprego.

Ao pensarmos a organização familiar/estado civil, nas amostras nacional e local e vimos que a maioria se declara solteira (nacional) ou 100% solteira (local), o que denota a jovialidade de parte do grupo e ainda a não preocupação com formalidade civil. Um dado refletido na amostra do Abrigo Seu Nadim, é que dos prontuários analisados, um terço deles tinha registro da existência de filhos. E quando, durante o estágio, conversávamos com os usuários, todos os que tinham filhos relataram não conviver ou não ter convivido com eles, o que nos faz pensar sobre o abandono material e afetivo dessas crianças e adolescentes, pois quando questionados sobre onde os filhos estavam, sugeriam o exercício do cuidado pela mãe ou família extensa, ou mesmo, a institucionalização.

Durante a pesquisa nos deparamos com aquilo que Rosa et al. (2005) identificou como três tipos de situações quanto à permanência na rua: ficar na rua - circunstancialmente; estar na rua - recentemente; ser da rua - permanentemente. O tempo vivido nas ruas é um elemento agravante, pois quanto mais tempo permanecem,

maiores as probabilidades de uma vinculação permanente. O tempo relacionado a rua é muito variável, e muitos querem voltar a uma vivência social sem marcas de vulnerabilidade ou violências, ou seja, ter uma casa, ter um emprego que sustente ao menos as suas necessidades básicas de saúde, não viver estigmatizado, dentre outros. Contudo, as amarras decorrentes da situação de rua, tais como o álcool, as drogas, os preconceitos, entre outros, sempre dificultam a mudança efetiva de suas trajetórias.

4. CONCLUSÃO

Esse estudo demonstrou que um conjunto de fatores, de forma combinada, propulsiona a ida de pessoas para viver nas ruas, fazendo destas um espaço de sobrevivência. Vivemos uma conjuntura de retrocesso de direitos, que afeta diretamente a população em situação de rua. Além disso, há invisibilidade dos serviços já existentes, e se eles não forem conhecidos, perdem eficácia. Essa população passa por diversas desigualdades e por isso o cuidado de não banalizar e não culpabilizar o usuário, os colocando como geradores dos próprios problemas, visto que as dificuldades vivenciadas por essa camada da população - apesar dos avanços no terreno da assistência social - são geradas pela a falta de condições do Estado em proporcionar serviços que assegurem a cidadania e evitem que mais pessoas dependam dessa política, não os deixando ainda mais fragilizados pelas expressões da questão social.

Avaliamos que o trabalho no abrigo poderia ter melhor êxito, se as políticas estivessem efetivamente organizadas de forma intersetorial, investidas de orçamento e compromisso com a garantia de direitos, pois assim, o abrigo seria um espaço excepcional e temporário de atendimento, como é previsto na legislação. Qual o objetivo dos abrigos. Ser um espaço de acolhimento para esse segmento, ou ser uma resposta imediata, estratégia higienista de limpeza dos espaços públicos?

REFERÊNCIAS

BRASIL, Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à fome. **Política Nacional de Assistência Social** – PNAS: Brasília, 2004.



BRASIL, Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome. **NOB/SUAS**: Brasília, 2005.

BRASIL, Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome. **Política Nacional Para Inclusão social da População em Situação de Rua**. Brasília, 2008.

BRASIL, Ministério do Desenvolvimento Social. **Primeiro censo e pesquisa nacional sobre a população em situação de rua**. Brasília: MDS/Sagi, Meta, abr. 2009.

BRASIL, Secretaria Municipal de Ação Comunitária – SMAC. **Serviço de Acolhimento Institucional Abrigo Municipal Seu Nadim**: Volta Redonda, 2015.

SCOREL, S. **Vivendo de teimosos**: moradores de rua da cidade do Rio de Janeiro. In: No meio da rua: nômades, excluídos e viradores. Org. Marcel Bursztyrn. Rio de Janeiro: Garamond, 2003

IAMAMOTO, M. V. **Renovação e Conservadorismo no Serviço Social**. Ensaios críticos. 12 ed. – São Paulo: Cortez, 2013.

MONTAÑO, Carlos. Pobreza, "Questão Social e seu enfrentamento. **Revista Serviço Social e Sociedade**, Cortez: São Paulo, n. 10, p.270-287, 2012.

PREFEITURA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE. PBH. **3º Censo de População em situação de Rua e Migrantes**. Belo Horizonte. 2014. (Acesso em 27/08/2020:<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:1ER4lotxG40J:portalpbh.pbh.gov.br/pbh/ecp/noticia.do%3Fevento%3Dportlet%26pAc%3Dnot%26idConteudo%3D154144%26pIdPlc%3D%26app%3Dsalanoticias+&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>).

ROSA, AS; CAVICCHIOLI, MGS; BRÊTAS, ACP. O Processo saúde-doença-cuidado e a população em situação de rua. **Revista Latino-am Enfermagem**, 2005

SANTA BARBARA, D. R; NETO, D. A; FARIAS, A. A; TEDESCHI, P. O. **Caderno de Serviço da Rede Socioassistencial de Volta Redonda**. UniFOA: Rio de Janeiro, 2016.

SANTOS, José Vicente T. A violência na escola: conflitualidade social e ações civilizatórias. In: **Educação e Pesquisa**. v.27. n.1: São Paulo. Jan./jun. 2001.



SILVA, M. L. L. Trabalho e população em Situação de Rua no Brasil. São Paulo: Cortez, 2009.

SPOSATI, A. **Modelo brasileiro de proteção social não contributiva: concepções fundantes.**In. Concepção e gestão da proteção social não contributiva no Brasil. Brasília: MDS/UNESCO, 2008.

TARACHUQUE, Jorge. **Bioética E vulnerabilidade Da População em Situação De Rua.** Dissertação (Mestrado), Pontifícia Universidade Católica Do Paraná: Curitiba, 2012.



O uso das redes sociais no trabalho: um estudo sobre a interferência no desempenho dos profissionais e o impacto na produtividade

Patricia Nunes Costa Reis¹; Jessica Lopes Mota¹; Nei Aparecida Silva Ricc¹

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

patricia.nunes@foa.org.br

RESUMO

O uso da comunicação através redes sociais invadiram o ambiente de trabalho. Contudo, pesquisas demonstram, que os gestores encontram dificuldades em dimensionar o impacto dessas ferramentas no desempenho dos colaboradores, por não disporem de indicadores que evidenciam a curto prazo, as atividades que não contribuem para a efetiva realização das tarefas. O objetivo geral desta pesquisa foi identificar como a utilização das redes sociais interfere na produtividade e no desempenho dos colaboradores. Para o cumprimento dos objetivos deste projeto, utilizou-se uma pesquisa bibliográfica abrangendo autores que arrazoam sobre os temas: Comunicação, Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC), Redes Sociais, Gestão de pessoas, Liderança e Desempenho. Após análise, observou-se que as relações trabalhistas sofre influência do avanço das tecnologias de informação e comunicação. Validou-se a problemática da pesquisa pelo fato de ser possível estabelecer critérios para o adequado uso das redes sociais no ambiente de trabalho, mesmo diante da diversidade das gerações, por meio de implementação de códigos de conduta. Confirmou-se a hipótese de que desenvolver estudos sobre o uso das redes sociais no trabalho contribui para melhoria do acesso às informações e à comunicação empresarial; além de refinar o desempenho dos profissionais na intenção de impactar positivamente na produtividade. Concluiu-se que a grande preocupação das organizações contemporâneas é que cada vez mais os colaboradores utilizam as redes sociais durante o expediente, acarretando insegurança sobre as informações sigilosas e a queda da produtividade, levando-se em conta que redes sociais funcionam como “distrações” desviando o foco dos colaboradores de suas obrigações. que em relação às proibições, há gestores que defendem a utilização com cautela, mediante a criação e implementação de códigos de conduta acerca dos limites de uso das redes sociais. Pontua-se, contudo, que tal

discussão demanda ser repensada, além de se criar estratégias setoriais visando o fortalecimento da cultura organizacional, ao esclarecer aos seus colaboradores quanto ao limite entre a relação pessoal e a profissional.

Palavras-chave: Tecnologia da Informação e Comunicação. Redes Sociais. Gestão de pessoas. Liderança. Desempenho.

1. INTRODUÇÃO

O uso da comunicação das redes sociais tais como *facebook*, *twitter*, *WhatsApp*, *Instagram*, *skype*, *hangouts*, *linkedin*, *teams* entre outros invadiram o ambiente de trabalho das empresas. Talvez por conta do avanço inevitável da tecnologia, muitas vezes, fica difícil acompanhar a mudança de comportamento dos profissionais no ambiente de tarefa.

Acontece, que a maioria das organizações possui no seu quadro de colaboradores, no mínimo, 4 (quatro) gerações trabalhando juntas. Assim, a diversidade etária se faz completa no ambiente corporativo, evidenciando diferenças. Uma que mais chama a atenção é a dificuldade que os *baby boomers* enfrentam com as novidades tecnológicas e, pelo fato de serem mais focados em atingir metas, ao contrário da extrema facilidade dos colaboradores oriundos da geração Y e dos Z neste campo, pelo fato de terem crescido com a modernização das mídias e expansão da internet.

Culturalmente, esses indivíduos, também chamados de Nativos Digitais têm a necessidade constante de se manterem conectados definindo culturalmente a comunicação digital e interatividade podendo contribuir ou prejudicar o andamento a comunicação, da produtividade e da relação interpessoal no trabalho. Inclusive existem pesquisas visando interpretar o comportamento da geração provinda da evolução tecnológica. A Geração Y, por exemplo, é dotada de valores e comportamentos interligados nas redes sociais.

De um ponto de vista mais amplo, acredita-se que a excessiva utilização das redes, somada as tecnologias disponíveis e a facilidade do acesso à internet por meio de celulares, *tablets*, *notebooks*, podem contribuir para desatenção e baixo desempenho dos colaboradores, visto favorecer a distração dos integrantes das equipes que são vulneráveis e se deixam influenciar pelas tecnologias, a ponto de prejudicar habilidades

e competências tidas como essenciais a todo profissional que deveria, em tese, entender que o objetivo empresarial é mais importante que o objetivo pessoal.

Dentro desse contexto, a problemática da pesquisa foi a seguinte: é possível estabelecer critérios para o uso adequado das redes sociais no ambiente de trabalho diante da diversidade das gerações tecnológicas em prol do aumento da produtividade e harmonia do ambiente de tarefa?

Partiu-se da hipótese, de que desenvolver estudos sobre o uso das redes sociais no trabalho possa contribuir não só para a melhoria do acesso às informações, à comunicação empresarial, além de refinar o desempenho dos profissionais de modo a impactar positivamente na produtividade.

O objetivo geral desta pesquisa foi identificar como a utilização das redes sociais interfere na produtividade e o desempenho da equipe na visão dos gestores contemporâneos. Já os objetivos específicos têm como meta: (I) Analisar a influência das redes sociais no ambiente corporativo contemporâneo; e, (II) Identificar como os gestores monitoram o uso da tecnologia a favor do aumento da produtividade.

A fim de melhor entender as diversidades das gerações, segue na figura 1, características das gerações conforme entendimento de Zemke (2008).

Figura 1 - Linha do tempo das gerações

	Baby Boomers	Geração X	Geração Y	Geração Z
Período de nascimento	a partir do fim da II Guerra Mundial (1945)	a partir da década de 1960	a partir da década de 1980	a partir da década de 1990 e nos anos 2000
Palavra-chave	ESTABILIDADE	MUDANÇAS	TECNOLOGIA	CONECTIVIDADE
Principais características	educação rígida, valores sólidos, obstinação, responsabilidade, dificuldade em lidar com mudanças.	entendimento da tecnologia como uma nova aliada, ruptura com os paradigmas das gerações anteriores, maturidade, independência, busca pela liberdade e pelos direitos.	postura desafiadora e competitiva, facilidade de adaptação, capacidade de se dedicar a várias e diferentes tarefas ao mesmo tempo, ambição.	individualidade, desapego, não desejam estabilidade, ansiedade, velocidade como estilo de vida, redes sociais como principal forma de expressão e interação.

Fonte: Adaptado de Zemke (2008)

Se necessário que a liderança envide esforços em analisar as expertises de cada geração na intenção de melhor ajustar a conduta necessária para o desenvolvimento das atividades por meio de comunicação transparente.

Ademais, comunicar é o processo de tornar comum a um ou mais indivíduos determinada informação. Cabe à gestão da comunicação das organizações repensar as estruturas organizacionais em vigor, a fim de melhor informar a seus colaboradores sobre os reflexos positivos e negativos das redes sociais, pelo fato de "boa parte de nossos problemas resulta de comunicações inadequadas, inoportunas ou falhas". (LACOMBE, 1989, p.210).

1.1 Tecnologia da Informação e Comunicação

Há algo de muito interessante na Tecnologia de Informação (TI). Desde meados do Século XX, a TI vem revolucionando a natureza, os limites e a estrutura do trabalho e da sociedade em geral.

De acordo com Reis, (2014), o sucesso das organizações atualmente está vinculado à velocidade em que as informações são assimiladas e pela rapidez em que são tomadas as decisões. A nova era envolve o conhecimento e a informação. Quase todas as atividades que são realizadas pelo ser humano, direta ou indiretamente, são auxiliadas pelo uso de computadores, redes para transmissão de dados e *softwares*.

1.1.1. Redes Sociais

É sabido que as empresas estão utilizando as redes sociais para estreitar e fidelizar relacionamento com seus clientes e colaboradores, tendo em vista que essa ferramenta está se transformando em um fenômeno global, contemporâneo e dinâmico, cujo valor é destacado pelo significativo número de usuários.

A figura 2, evidencia o percentual da presença e uso das redes sociais em 251 empresas brasileiras de médio e grande porte. Observa-se que a pesquisa foi realizada pelo Instituto Brasileiro de Inteligência de Mercado (Ibramerc) em 2010.

Figura 2. Gráfico - Redes sociais preferidas no mundo empresarial



Fonte: <http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/moci/article/download/2115/1315> > Acesso em: 25 mai. 2019.

Diante desse cenário, em que é possível identificar que à época da pesquisa (2010) os traços da influência da utilização do *Twitter*, *facebook* e *Youtube* eram mais presentes nos ambientes e nas práticas profissionais, verifica-se se a utilização destas nas empresas reflete no ambiente e no desempenho organizacional.

É inegável, que a grande maioria de autores reconhece que o uso da tecnologia e da inovação faz parte da estrutura empresarial tanto das grandes como dos pequenos negócios. Hoje, muito se discute, o papel da liderança diante dos novos avanços tecnológicos que são utilizados na contemporaneidade.

1.2. Desempenho

As novas tecnologias já são consideradas grandes propulsores dentro das organizações; uma vez que possibilita a melhoria dos processos, de forma a serem realizados com muito mais agilidade e efetividade. A utilização das redes de comunicação digital e a necessidade constante de se manter conectado demonstram notavelmente um crescimento do uso dentro das empresas nos últimos anos (YOUNG, 2011).

Contar com toda essa tecnologia permite que haja maior desempenho dos colaboradores uma vez que otimiza o cotidiano das tarefas pois acelera a comunicação. Em contrapartida, esta intensa utilização, somada as tecnologias disponíveis e o fácil acesso podem contribuir para distração e baixo desempenho dos colaboradores.

De acordo com Rummler e Brache (1994) para que o desempenho seja gerenciado de forma eficaz, uma organização deverá ter um sistema de

gerenciamento do desempenho humano com respectivas medidas para garantir sua efetiva administração.

2. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Percebeu-se que ainda existe certa resistência quanto ao uso das redes sociais nos ambientes corporativos. A grande preocupação das organizações e dos gestores contemporâneos é a frequência com que os colaboradores acessam durante o horário de trabalho, o que gera insegurança sobre as informações sigilosas e a queda da produtividade levando em consideração que o colaborador poderia estar cumprindo suas atividades práticas ao invés de estar navegando nas redes sociais.

A geração Y, também conhecida como geração tecnológica, está sempre conectada, pois se desenvolveram em meio à era da informação e avanços tecnológicos. (OLIVEIRA, 2010). E o que dizer da geração Z, que começa a ingressar no mercado de trabalho; essa nova geração de "nativos digitais" possui uma identidade virtual, não diferenciam a vida *on-line* da *off-line*:

O convívio entre as gerações no mesmo ambiente de trabalho, por um lado, é benéfico em função da diversidade, integração e vivência de diferentes perspectivas, mas por outro lado, pode gerar conflitos. Dessa forma, é possível afirmar que o que importa agora é a educação, a informação e a conscientização dos colaboradores para a importância destas redes para a produtividade da empresa.

3. CONCLUSÃO

No que se refere às proibições de uso das redes sociais no contexto corporativo, há gestores que defendem a utilização com cautela, mediante a criação e implementação de códigos de conduta acerca dos limites de uso das referidas redes sociais. Pontua-se, contudo, que tal discussão demanda ser repensada, além da necessidade de se criar estratégias setoriais a fim de fortalecer a cultura organizacional, ao esclarecer aos seus colaboradores quanto ao limite entre a relação pessoal e a profissional.

Por tais motivos, faz-se mister que haja cooperação entre os atores da relação empregatícia, para que as novas tecnologias não configurem uma ferramenta de



desunião, litígios e impasses, mas como sendo um instrumento de crescimento, interação positiva e motivação entre os pares.

REFERENCIAS

COVEY, S. R. **Liderança baseada em princípios**. Rio de Janeiro: Campus, 2002. COVEY, Stephen R. Os sete hábitos das pessoas altamente eficazes. São Paulo: Best Seller, 2003 14ª edição p 121-182.

HAMPTON, D. R. **Administração: comportamento organizacional**. São Paulo: McGraw-Hill, 1991.

LACOMBE, F. J M.; HEILBORN, G. L. J. **Administração Princípios e Tendências**. ed. São Paulo: Saraiva, 2019.

LOWENTHAL, 2010. **The Evolution and Influence of Social Presence Theory on Online Learning**. Disponível em: <http://www.patricklowenthal.com/publications/evolution_social_presence.pdf> Acesso em 05/09/2019.

MEDEIROS, J. B.; TOMASI, C. **Comunicação Empresarial**. São Paulo: Atlas. 2009.

MAYER, V. F.; MARIANO, S. R. H. **Técnicas de Comunicação e Negociação**. 1. ed. Rio de Janeiro: Fundação CECIERJ, 2008. v.1.

OLIVEIRA, A. C. **Tecnologia de informação: competitividade e políticas públicas**. Revista de Administração de Empresas, v. 36, n. 2, p. 34-43, 1996.

OLIVEIRA, S. **Geração Y. O Nascimento de uma nova versão de líderes**. São Paulo. Integrare. Editora, 2010.

REIS, P.N.C. **Contribuição do sistema de informação acadêmica na gestão docente: Os fatores que explicam o grau de aceitação do SIA utilizado nos processos de apoio à gestão docente**. Latvia, European Union: Novas Edições Acadêmicas, 2014.



RIBEIRO, P. Q.; VIEIRA, A. A.; OLIVEIRA, E. S.; VIEIRA JÚNIOR, E. M.; OLIVEIRA, N. S.; ALVES, R. S. **O Papel da Tecnologia da Informação na Gestão de Pessoas**. VI Jornada Acadêmica 2012.

SILVA, S. M. **A Vida como uma Obra de Arte**. Revista Científica/FAB. Curitiba, v. 2, p. 1, 2006.

TOMASI, C.; MEDEIROS, J. B. **Comunicação Empresarial**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

YOUNG, K. S. et al. **Dependência de Internet: Manual e Guia de Avaliação e Tratamento**. Porto Alegre, RS: Artme, 2011.

ZEMKE, R.O. **Respeito às gerações**. In: MARIANO, S.R.H.; MAYER, V.F. (Org.). **Modernas Práticas na Gestão de Pessoas**. Rio de Janeiro, 2008.



Televisão no interior e a participação do público: uma análise do RJ1 – TV Rio Sul

Angélica Aparecida Arieira Silva¹; Rhenzo José Nogueira¹

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.
angelica.arieira@gmail.com

RESUMO

O Sul Fluminense recebe, diariamente, o sinal da Globo pela TV Rio Sul, afiliada em Resende. A emissora exibe duas edições do telejornal RJTV, que contam com a participação do público. Este trabalho buscou compreender as mudanças ocorridas no telejornal RJ1 entre os anos de 2016 e 2020 com o uso do *WhatsApp* como canal de interação com o telespectador. Ainda teve como objetivos, analisar essas participações a partir do uso do aplicativo de mensagens, comparar a colaboração do público entre aquilo que se considera factual ou não e levantar os principais assuntos dessa interação. Assim sendo, foi realizada uma análise das edições do telejornal presentes no Globoplay, uma revisão bibliográfica e entrevistas com profissionais da TV Rio Sul. Tais entrevistas foram analisadas e autorizadas pelo Comitê de Ética em Pesquisa e Seres Humanos (CEP) do UniFOA sob o registro 326681420.100000.5237. Foi observado que houve um aumento no número de espaços para a participação do público e que conteúdos não-factuais, porém de prestação de serviço são os que mais reverberam em colaborações. Considerou-se que o telejornalismo local vem buscando se aproximar das redes sociais através deste tipo de colaboração, se fazendo presente em multiplataformas. Assim, há uma busca pela audiência na televisão, mas de outra forma, atraindo o telespectador por meio de novas ferramentas.

Palavras-chave: Telejornalismo local. Jornalismo participativo. RJTV. TV Rio Sul. Rede Globo.

1. INTRODUÇÃO

O Sul Fluminense recebe o sinal da TV Globo através da TV Rio Sul, afiliada em Resende. A emissora produz, além de outros programas, dois telejornais: RJ1, ao meio-dia, e RJ2 às 19h10 de segunda a sábado. Em 2015, seguindo uma tendência das afiliadas da emissora carioca, foi lançado um número de *WhatsApp* para que os

telespectadores pudessem participar com o envio de colaborações a partir de todas as cidades da região. Com o passar dos anos, acredita-se que, por conta de fatores como o avanço da tecnologia e a redução de equipes de reportagens, o público passou a atuar, além de colaborador, como um primeiro apurador dos acontecimentos. Além disso, a produção do telejornal também foi alterada conforme os avanços da tecnologia e com uma maior possibilidade de participação do telespectador, em sua maioria, por fotos e vídeos. O trabalho tem como objetivo analisar as mudanças ocorridas na produção do telejornal da TV Rio Sul, RJ1, entre os anos de 2016 e 2020 com a difusão da *internet*, justamente pelo lançamento do *WhatsApp* da emissora ter sido feito em setembro de 2015. Essa pesquisa justifica-se pela quantidade pequena de estudos acerca do jornalismo da TV Rio Sul, com ênfase no RJ1. Poderá contribuir, ainda, com estudantes de comunicação e futuros pesquisadores da área de jornalismo local e jornalismo participativo em televisão

2. METODOLOGIA

A metodologia utilizada neste trabalho foi uma revisão bibliográfica e uma análise quanti-qualitativa das edições do telejornal ao longo da primeira semana do mês de março, escolhido por ser um mês, geralmente, sem feriados, entre 2016 e 2020 como forma de levantar quais foram os resultados das participações dos telespectadores no telejornal. Resultados esses apresentados em quadros e gráficos apresentando, entre outros, o tempo, a forma como a notícia foi ao ar. Além disso, foram realizadas entrevistas com funcionários da TV Rio Sul como forma de compreender como funciona a colaboração do público antes de ir ao ar pela televisão. Estas entrevistas foram devidamente analisadas e autorizadas pelo Comitê de Ética em Pesquisa em Seres Humanos (CEP) do UniFOA sob o registro do número 326681420.100000.5237.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A pesquisa foi dividida em capítulos que falam sobre a televisão e o telejornalismo brasileiro com destaque para as emissoras regionais desde suas criações até os dias atuais, a Rede Globo, seu processo de regionalização do jornalismo local, a TV Rio Sul e a trajetória do jornalismo participativo no mundo e,

em seguida, no Brasil. Após a análise de 36 edições do telejornal RJ1, entre 2016 e 2020, foram construídos quadros com o objetivo de detalhar as colaborações dos telespectadores. A partir desses quadros, três gráficos apresentaram, detalhadamente, a quantidade de produtos enviados pelo público, a forma como foram exibidos no ar e as editorias mais abordadas pelos telespectadores. Dessa forma, foi possível identificar alguns pontos importantes do telejornal local.

3.1.A TV Rio Sul e o RJ1

A TV Rio Sul foi inaugurada em 1º de dezembro de 1990. A emissora afiliada da Globo cobre 24 cidades da região Sul Fluminense. Segundo Garcia (2020), o primeiro programa exibido localmente foi um boletim de notícias que ia ao ar geralmente à tarde. Depois, vieram as duas edições do RJTV e um novo boletim, mas com assuntos comunitários. A partir de então, a TV Rio Sul passou a ter um contato mais próximo do público.

O RJ1, que em 1996, tinha cinco minutos de duração, atualmente tem um espaço de 60 minutos na programação. O telejornal da hora do almoço alcança mais de 220 mil telespectadores diariamente com pautas destinadas à comunidade (TV RIO SUL, 2020). A partir do *WhatsApp* da TV Rio Sul há a possibilidade de participar dos telejornais. Segundo Teixeira (2020), são cerca de 56 mil mensagens mensais que chegam à redação, além de outros telespectadores que ligam para o telefone fixo ou vão até à sede da emissora, em Resende.

Figura 8 – Sede da TV Rio Sul, em Resende.



Fonte: TV Rio Sul, 2017.

Fato é que o *WhatsApp* ou as redes sociais (*Facebook*, *Instagram* ou *Twitter*) chegaram e ocuparam seus lugares no jornalismo. Quanto mais informação correta, com qualidade e credibilidade, quem ganha, sempre, é o telespectador.

3.2. Análise do RJ1

O número de participações nesse sentido (vídeos, fotos e perguntas em entrevistas), exposto pelo Gráfico 1, cresceu entre 2016 e 2020, com exceção do ano de 2018, quando a TV Rio Sul dedicou parte do espaço do RJ1 para a cobertura de um temporal em Resende. Além disso, o significativo número de fotos em 2019 é consequência da relação entre os 50 minutos disponíveis para o telejornal local na época e a falta de conteúdos factuais no feriado de Carnaval, sendo assim, deixando a participação do público ocupar um tempo maior no jornal.

O Gráfico 1 a seguir apresenta a quantidade de fotos, vídeos e perguntas realizadas durante entrevistas que partiram do público.

Gráfico 1 – Material enviado pelo telespectador



Fonte: elaborado pelos autores.

Alguns conceitos como valores-notícia, por exemplo, se fazem presente durante o telejornal. No dia 05 de março de 2019, feriado, por exemplo, foram 25 imagens enviadas por telespectadores que foram exibidas no RJ1, cerca de cinco minutos destinado a apresentar apenas este tipo de conteúdo. Essa situação pode ser explicada por um valor-notícia, o “dia noticioso”. Segundo Traquina (2008, p. 90), “cada dia jornalístico é um novo dia. Há dias ricos em acontecimentos com valor-notícia e outros dias pobres em acontecimentos com valor-notícia.” Ainda de acordo

com Traquina (2008), nessas ocasiões “empobrecidas de assunto”, as pautas pré-programadas são aquelas que vão tomar conta do noticiário. No caso do dia 05, as fotos de moradores do Sul Fluminense no Carnaval tiveram espaços ampliados o que explica o critério trazido pelo autor.

Ainda a título de exemplo, em 2018, a participação do telespectador passou a ser introduzida no quadro “Diversão & Arte”, exibido às sextas-feiras e que traz dicas de eventos culturais na região Sul Fluminense. A parte denominada “Dica da Galera” foi um espaço criado com a intenção de que houvesse uma maior interação e que o público tivesse a oportunidade de sugerir suas próprias dicas de cultura. Na edição de 09 de março, dos 12 minutos e 26 segundos do “Diversão & Arte”, um minuto foi colaborativo com vídeos de duas cidades: Vassouras e Volta Redonda. Essa configuração de participação em um quadro com dicas culturais pode ser considerado o valor-notícia humor, pois, de acordo com Erbolato (1991) *apud* Bisol (2020), apresenta o critério de entretenimento.

Já o Gráfico 2, apresenta um número próximo de VT's ao longo dos períodos analisados, mas um aumento na quantidade de entradas ao vivo e entrevistas em estúdio. Teixeira (2020) constata que houve um crescente de participações ao vivo desde que assumiu o comando do RJ1, em setembro de 2019. Além disso, as entrevistas com profissionais dos mais diversos ramos, que pulou de duas em 2016 para quatro em 2020, pode ter relação com o tempo do jornalístico, que desde 30 de setembro de 2019 passou a ter 60 minutos de duração.

Gráfico 2 – Resultado da participação

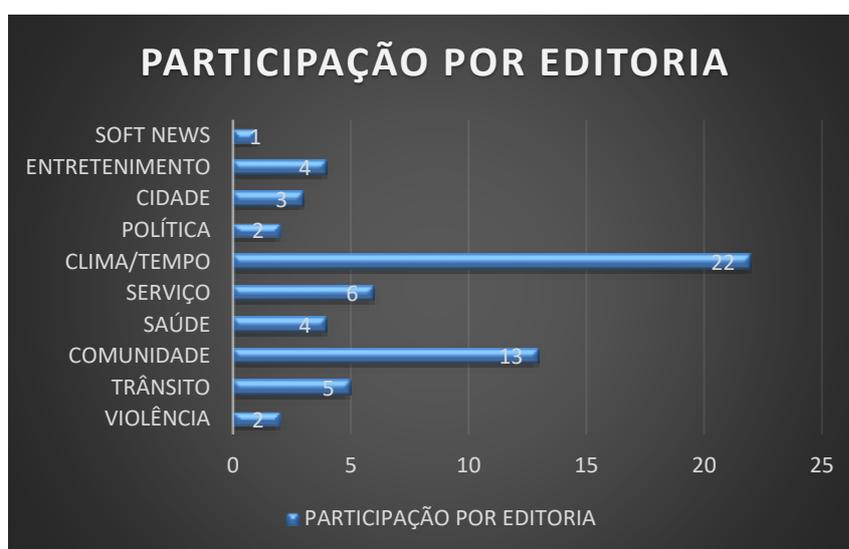


Fonte: elaborados pelos autores.

Teixeira (2020) elencou durante a entrevista que as participações dos telespectadores que mais chegam à redação estão relacionadas às editorias de comunidade, trânsito e violência. Porém, durante a análise, observa-se que as editorias de clima/tempo, comunidade e pautas relacionadas a serviço foram as que mais tiveram a colaboração do público.

Dos 61 momentos em que a colaboração do público apareceu ao longo dos cinco anos analisados, 35 foram pautas “frias”, que se relacionam com outro valor-notícia segundo Erbolato (1991) *apud* Bisol (2020), a oportunidade, que são matérias “frias” que podem ser utilizadas depois e não no mesmo dia em que são feitas, como as “quentes.” Veja no Gráfico 3:

Gráfico 3 – Participação por editoria



Fonte: elaborados pelos autores.

4. CONCLUSÃO

Visto isso, considera-se que ambas as hipóteses que permeiam essa pesquisa foram comprovadas. Evidentemente o público ganhou mais espaço no RJ1, comprovado pela análise, no entanto, esse tempo maior pode ser consequência do aumento também do tamanho do telejornal local, ou seja, em uma região que não tem a ocorrência diária de conteúdos factuais, a colaboração do público pode ser uma opção para preencher o espaço. O RJ1 é um espaço para, obviamente, as notícias da região Sul Fluminense, mas, também, prestação de serviço público e assuntos comunitários, quando há uma maior participação. O telespectador vê no RJ1 uma



oportunidade de contribuir com o jornalismo e se ver na televisão, o que acaba sendo um dos objetivos de a produção do jornal local insistir para que o público colabore porque as pessoas ficam esperando suas participações passarem no “RJ.”

Vê-se ainda que o uso do *WhatsApp* se tornou indispensável na construção do RJ1 e que a TV Rio Sul a partir da cabeça de rede, TV Globo, seguirá buscando novas tecnologias para serem utilizadas nessa ferramenta como forma de aproximar ainda mais o telespectador e fazer com que haja um fluxo ainda maior em conteúdo e informação. Até mesmo visando essa perspectiva, essa pesquisa se faz necessária para entender essa produção de notícias no RJ1 – TV Rio Sul a partir da participação do público no ano de 2020, mas esse trabalho não se finaliza aqui pois essa é uma vertente do telejornalismo que seguirá passando por constantes evoluções.

REFERÊNCIAS

BISOL, Laísa Veroneze. **Crítica da Mídia**. Soluções Educacionais Integradas, 2020.

GARCIA, Ana Paula Pereira: entrevista [outubro de 2020]. Entrevistador: Rhenzo José Nogueira. Volta Redonda, 2020. Entrevista concedida à monografia “Televisão no interior e a participação do público: uma análise do RJ1 – TV Rio Sul” do curso de Jornalismo do UniFOA.

TEIXEIRA, Carlos Jefferson da Silva: entrevista [setembro, 2020]. Entrevistador: Rhenzo José Nogueira. Volta Redonda, 2020. Entrevista concedida à monografia “Televisão no interior e a participação do público: uma análise do RJ1 – TV Rio Sul” do curso de Jornalismo do UniFOA.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. V2. Florianópolis: Insular, 2008.

TV RIO SUL. **RJ1**. 2020. Disponível em: <https://www.comercialonline.tv.br/Imagens/Programas/Programas_1_Patrocinio_20200714180506.pdf>. Acesso em: 03 de outubro de 2020.



O espaço da mulher no jornalismo esportivo: análise da cobertura televisiva do futebol brasileiro

Stella Arantes Aragão¹; Iandra Rocha Araujo¹

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

RESUMO

A presença de figuras femininas à frente dos programas de jornalismo esportivo é um processo que acontece lentamente e é influenciado por uma série de fatores externos. Atualmente, é possível ver uma quantidade maior de jornalistas mulheres apresentando telejornal esportivo, mas é muito comum vê-las exercendo a função de repórter, o que já não se pode dizer o mesmo na função de comentarista. Cada área de atuação é permeada de uma série de fatores que vão além do debate sobre patriarcado e ausência de oportunidades para as mulheres. Nesse sentido, buscando compreender mais desse processo no meio jornalístico, a partir de sua historicidade e de análises quantitativas sobre a atuação feminina, este trabalho buscou analisar o espaço da mulher em programas esportivos em formato de debate, enquanto apresentadoras. Alguns critérios para essa análise quali-quantitativa foram estabelecidos, como o real espaço que a jornalista tem de fala, tal como suas opiniões e posicionamentos. Assim sendo, foi realizada uma análise dos programas "Jogo Aberto", transmitido na Rede Bandeirantes e o "Gazeta Esportivo", transmitido na Tv Gazeta, em que as jornalistas apresentadoras são a Renata Fan e Michelle Giannella, respectivamente. Foi observado, entre outros resultados, que em um programa há mais espaço que o outro, e que, em nenhum deles, teve a participação de outra mulher como comentarista.

Palavras-chave: Jornalismo esportivo. Telejornalismo esportivo. Mulher no jornalismo esportivo.

1. INTRODUÇÃO

Seguindo o tema proposto e, levando em consideração que o jornalismo esportivo e a editoria conseguem unir profissionais e telespectadores, principalmente

no futebol, esporte mais popular em território brasileiro, considera-se que o exercício jornalístico no esporte também perpassa certos graus de pressão pelo público, devido ao alto consumo desse tipo de informação. Sendo um meio majoritariamente masculino, tanto na produção do conteúdo, como no consumo, o espaço das mulheres vem sendo conquistado de forma vagarosa, porém, já é uma realidade em muitos programas, como pretende-se demonstrar nesta pesquisa. Apesar de ser essencial que essa questão seja avaliada como um processo histórico voltado à característica patriarcal na sociedade brasileira, é importante levar em consideração que essas alterações sociais, frutos de ação de pioneiras que rompem com o paradigma, são também afetados por inúmeros fatores externos que não se interligam apenas ao histórico de subordinação da posição de mulheres em relação aos homens. Esse aspecto da análise proposta aqui, é, então, fundamental para não criar ligações diretas entre o passado e o presente, sem levar em conta os aspectos críticos que entrelaçam a história da participação das mulheres no meio da comunicação desportiva.

A pesquisa foi realizada a partir da análise de dois programas do gênero desportivo que apresentam, em suas organizações, mulheres como apresentadoras. Essa análise foi alicerçada por levantamento bibliográfico prévio, sobretudo no que se refere ao caráter histórico do telejornalismo, nos veículos de comunicação da área de esportes – as habilidades e competências exigidas para a área – e, ainda, no aspecto do papel feminino nos meios sociais, contemplando as questões sobre o percurso da luta e as implicações sobre trabalho e gênero.

2. METODOLOGIA

Foi realizada uma análise quali-quantitativa, usando o levantamento bibliográfico inicial e, posteriormente, combinando com a técnica de análise de conteúdo, sendo construída a partir de uma hipótese que coloca como uniforme os parâmetros de atuação do trabalho feminino no jornalismo esportivo, independentemente da emissora. Com isso, foram analisados os programas "Gazeta Esportiva" e "Jogo Aberto", exibidos no período de 03 de fevereiro de 2020 a 14 de fevereiro de 2020, o que são 20 programas, 10 de cada emissora. A seguir, foi realizada uma pesquisa exploratória que foi baseada em busca de dados sobre os programas

em questão para abordar o espaço que as jornalistas têm dentro dos debates relacionados ao futebol. Essa análise foi realizada por meio de gráficos e tabelas.

Os itens que compõe a tabela produzida para a análise foram escolhidos com base nas seguintes descrições: a) tempo de fala: foi contabilizado todo o tempo de fala de cada apresentadora durante todo o programa com o objetivo de analisar quanto tempo cada jornalista fala em cada programa; b) discurso: foi analisado a fim de compreender quantas vezes a jornalista coloca em pauta uma questão e quantas vezes ela complementa alguma fala; c) espaço da Jornalista no Programa: foi compreendido a partir das interrupções que sofrer em sua fala; d) domínio dos conceitos e técnicas jornalísticas: item que se relaciona com as habilidades e competências da jornalista. Esses critérios de análise foram elaborados a partir de compreensões sociais sobre o espaço da mulher enquanto jornalista e, também, sobre conceitos que desenvolvem habilidades e competências do jornalista, conforme Portaria n.444 de 2018.

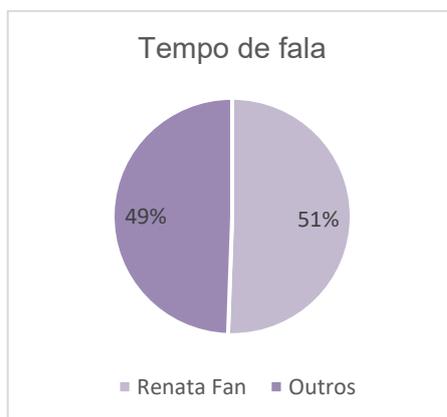
A partir da construção de 44 tabelas, foram feitos gráficos com os resultados de cada coluna, juntando somatórios e comparações de um critério com outro. A partir dessa análise dos somatórios e comparações, os dois programas tiveram seus resultados comparados.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Ao longo do trabalho foram desenvolvidos dois capítulos sobre o jornalismo esportivo e a mulher na profissão, em que o referencial teórico foi construído como base referências em diversos livros e artigos que tratam especificamente do jornalismo esportivo e que abordem sobre sua história aplicação em veículos, assim como também foi utilizado referências sobre o formato de programa televisivo e história da mulher dentro desta área de atuação. Autores como Paulo Coelho (2011), Tubino, Garrido e Tubino (2007), Christiana Pedroza (2017) e Heleieth Saffioti (2013), foram as principais referências para esta pesquisa.

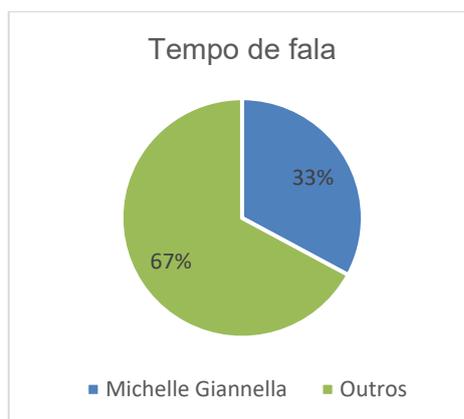
3.1. Discussão comparativa entre os resultados das apresentadoras

A seguir, o resultado em porcentagem por meio de gráfico do tempo de fala da jornalista Renata Fan.

Gráfico 1: Tempo de fala da jornalista Renata Fan

Fonte: elaborada pelas autoras.

A seguir, o resultado em porcentagem por meio de gráfico do tempo de fala da jornalista Michelle Giannella.

Gráfico 2: Tempo de fala da jornalista Michele Giannella

Fonte: elaborada pelas autoras.

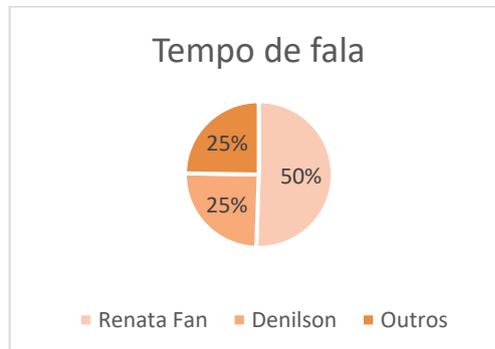
A jornalista Renata Fan, do programa Jogo Aberto, tem muito mais tempo de fala ao longo do programa que a jornalista Michelle Giannella, do Gazeta Esportiva, assim como possui muito mais iniciativas de fala. Apesar disso, Michelle tem mais complementação de fala do que a Renata, visto que ela quase não inicia os debates e questionamentos do programa, porém, participa com comentários a mais na fala dos outros jornalistas. O número de interrupção fica bem próximo entre as duas jornalistas, contudo, deve-se levar em consideração que a Renata participa bem mais, logo é menos interrompida que a Michelle. Por fim, a jornalista do Jogo Aberto tem o domínio de conceito e técnicas jornalísticas em todos os programas, o que não acontece com

a jornalista do Gazeta Esportiva, que aparenta ter dificuldade de se posicionar perante as câmeras e não saber alguns conceitos ligados ao jornalismo esportivo.

3.2. Discussão comparativa entre os resultados das apresentadoras em comparação com os apresentadores

Com o preenchimento das tabelas referentes à análise das duas jornalistas, houve necessidade de estender o método para realizar comparações com os homens que dividem tela com as apresentadoras. Nesse caso, foi escolhida a figura de Denilson, que é ex-jogador de futebol e comentarista do programa "Jogo Aberto", e Celso Cardoso, que é jornalista e comentarista do programa "Gazeta Esportiva". Em um dos programas, a ausência de Celso Salgado foi substituída por Alexandre Silvestre e em outro, por Osmar Garrafa, já que o intuito da análise é uma comparação entre gêneros e não entre figuras específicas.

Gráfico 3: Comparação do tempo de fala da jornalista Renata Fan e do comentarista Denilson.

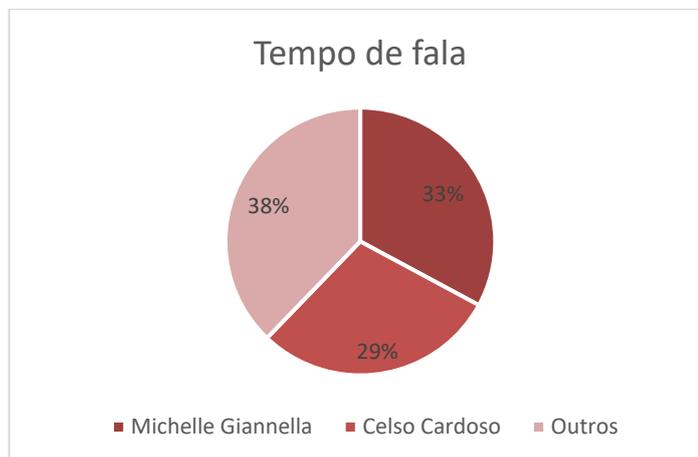


Fonte: elaborado pelas autoras.

No programa Jogo Aberto, a jornalista Renata Fan e o comentarista e ex-jogador de futebol Denilson, possuem o domínio dos conceitos e técnicas jornalísticas. Ambos são interrompidos quase que a mesma quantidade, porém, a jornalista tem praticamente o dobro de tempo de fala que o ex-jogador. Levando em consideração que a Renata apresenta o programa sozinha nos 20 minutos iniciais, o que é em média 10 minutos por programa (os outros 10 minutos são reportagens), o tempo de fala de ambos em comentários e discussões é proporcional. Renata tem mais iniciativa de fala que Denilson, visto que é ela quem conduz os debates. Já a complementação de fala,

a jornalista também sai na frente do ex jogador de futebol, em que a maioria das vezes ela traz uma informação a mais ao que foi falado por outro comentarista.

Gráfico 4: Comparação do tempo de fala da jornalista Michelle Giannella e do jornalista Celso Cardoso.



Fonte: elaborado pelas autoras.

No programa Gazeta Esportiva, Michelle Giannella e o jornalista Celso Cardoso, possuem praticamente o mesmo tempo de fala, porém, a iniciativa é maior pelo jornalista, já que ele que inicia a maioria dos debates e assuntos e visto isso, a complementação de fala da jornalista é maior, pois apesar de não iniciar os debates, ela participa com comentários e informações. Por participar mais dos debates no geral, Celso Cardoso é mais interrompido que a Michelle Giannella, que não tem domínio de conceitos e técnicas em nenhum programa, ao contrário do jornalista que, apesar de ficar sentado o programa inteiro e não precisar se portar perante as câmeras, possui o domínio de conceitos ligados ao jornalismo esportivo.

4. CONCLUSÃO

Essa pesquisa mostrou que, atualmente, as mulheres são mais representativas nos telejornais esportivos brasileiros, mas ainda em menor quantidade, em que, apenas as jornalistas apresentadoras participam do programa, sendo todos os outros convidados homens, entretanto, existe em grande escala a participação feminina como repórter.

Conclui-se, aqui, que não é uniforme os parâmetros de atuação do trabalho feminino no jornalismo esportivo, a depender da emissora, uma vez que a Renata Fan

tem muito mais espaço dentro do programa e da própria emissora, isso se dá pelo fato da jornalista ter conseguido moldar e ficar à frente do programa desde o seu início, em 2007. Entretanto, esse resultado pode mudar caso seja realizada a mesma pesquisa em alguns meses ou anos, pois é um produto de processo histórico. Portanto, pode-se dizer que existe um formato nessas emissoras que proporciona um debate mais igualitário. As causas para essa posição mais igualitária de uma dessas emissoras são inúmeras, provém de fatores externos e histórico

É importante destacar que as questões relativas à estética das jornalistas, ou qualquer aspecto que faça menção às características físicas delas, como seus corpos, formas de se vestir e de se comportar, não são levados em consideração para essa análise, mas, entretanto, a título de consideração final, seria injustificado não perceber que essas questões estéticas das figuras analisadas seguem um parâmetro normativo. Assim, esse apontamento, por si só, já demonstra que essa pesquisa não pretende findar a questão da mulher dentro do jornalismo, mas sim pesquisar sobre diferenças entre formatos de programas produzidos por duas emissoras distintas. O que resta, porém, é, talvez, uma certeza de que há muito dos aspectos sobre esse assunto que mereçam análises detalhadas.

REFERÊNCIAS

COELHO, Paulo Vinicius. **Jornalismo esportivo**. 4. ed. rev. e atual. São Paulo: Contexto, 2011. (Comunicação)

PEDROZA, Christiana Lamoglia Sobral. **Mulheres no jornalismo esportivo: os desafios e dificuldades da profissão**. Rio de Janeiro, 2017.

SAFFIOTI, Heleieth. **A mulher na sociedade de classes**. 3. ed. São Paulo: Expressão Popular, 2013. 528 p.

TUBINO, Manoel José Gomes; GARRIDO, Fernando Antônio Cardoso; TUBINO, Fábio Mazon. **Dicionário enciclopédico Tubino do esporte**. São Paulo: Senac Rio, 2007



Jornalismo cultural e suas relações com as culturas popular e de massa

Mariana Gonçalves de Lima¹; Ana Luiza Peres Rossi¹; Ana Beatriz Guimarães Ramos¹; Jeniffer Marcatto de Souza Couto¹; Stella Arantes Aragão¹

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

marianagoncallvesslima@hotmail.com

RESUMO

O jornalismo cultural é a vertente jornalística especializada nos fatos relacionados à cultura local, nacional e internacional, em suas diversas manifestações - como artes plásticas, música, cinema, teatro, televisão, folclore e afins. A cobertura centrada na agenda e no entretenimento dificulta o tratamento contextualizado e menos estereotipado de temáticas relacionadas à cultura popular. O propósito desta pesquisa é identificar problemas enfrentados pelo jornalismo cultural, tal como seu papel na sociedade, e relacionar a importância dele para se estabelecer uma prática de jornalismo cultural que valorize mais as culturas locais e regionais.

Palavras-chave: Jornalismo cultural. Cultura popular.

1. INTRODUÇÃO

A cultura abrange interesses multidisciplinares, sendo estudada em áreas como comunicação, história, sociologia, administração, economia, e inúmeras outras. Em cada uma dessas vertentes, é abordada de maneiras distintas e com distintos enfoques. Além disso, a palavra "cultura" também tem sido utilizada em diversos campos semânticos substituindo termos como "mentalidade", "espírito", "tradição" e "ideologia" (Cuche, 2002, p.203). Ainda de acordo com a definição do termo, Santaella infere que a cultura vai além de um fenômeno biológico, incluindo todos os elementos do legado humano maduro que foi adquirido através do seu grupo pela aprendizagem consciente (2003, p. 31). O jornalismo cultural existe em decorrência de uma demanda social. As pessoas têm necessidade de saber o que ocorre pelo mundo para que possam constituir ligações com grupos, comunidades e com o próprio ambiente em que vivem. Também não se pode negar que a prática dessa especialidade é algo que chama a atenção de alguns jornalistas pela possibilidade de "unir o útil ao agradável",

em outros termos, é uma forma de praticar o jornalismo, ao mesmo tempo em que existe a possibilidade de ir a exposições, ouvir CDs, assistir a DVDs, entrevistar artistas e, no final, receber uma remuneração (PIZA, 2003).

No entanto a prática jornalística cultural nem sempre desenvolve o jornalismo de maneira eficaz quando se trata da cobertura de eventos ou manifestações culturais regionais e locais. Para Moraes (2008), a cobertura da mídia no que diz respeito a eventos folclóricos, por exemplo, não há profundidade, tampouco análise. Para a autora, o Brasil é dono de uma extensa riqueza cultural por abrigar vários povos, porém, segundo ela, a veiculação na mídia não é compatível com essa realidade. Quando há cobertura de algum evento cultural, como uma festividade folclórica, por exemplo, a cobertura se limita a uma homogeneização e aplica estereótipos aos fatos. De acordo com as proposições da presente pesquisa, coloca-se como questão norteadora: o jornalismo cultural, nos seus atuais moldes, realiza de maneira satisfatória a cobertura dos movimentos populares culturais?

2. METODOLOGIA

O objetivo do presente artigo se dá com ênfase em discutir e compreender como o jornalismo cultural se relaciona com a cultura popular e de massa e como essa relação impacta as culturas locais e regionais. O projeto apresentará como método utilizado a revisão bibliográfica, com a reunião de obras que tratam sobre o assunto e outros textos usados como referência, com caráter qualitativo e abordagens descritivas e exploratórias, buscando sinalizar suas principais tendências e aspectos

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O jornalismo cultural existe por uma demanda social para que isso aconteça. A sociedade de maneira geral precisa saber o que ocorre no mundo, para que possam constituir relações interpessoais com comunidades, grupos, e com o ambiente em que vivem (MARQUES DE MELO,1991). O consumo de jornalismo não se resume a apenas pautas que versem sobre economia, política, saúde, polícia, dentre tantas outras que se encontram no interior das editorações – e que são muito bem vistas

pelo mercado – essas pessoas também desejam e necessitam consumir artes, espetáculos, livros entre outros assuntos, que são encaixados na editoria de cultura.

Os cadernos de cultura apresentam características específicas quanto ao seu fazer, este diferencia-se do jornalismo comum e por se tratar de cobertura de produtos culturais, é exigido do jornalista um envolvimento maior no produto noticiado e em seu processo produtivo. Miranda descrê que os cadernos diários de cultura assumem a dimensão de um espaço especializado do conhecimento (2005).

Os produtos da indústria cultural são produtos de entretenimento, de “falso lazer, cujo objetivo é a vendagem em larga escala visando o lucro. Por isso, surge a necessidade desta indústria, para ganhar audiência, elaborar produtos que sirvam ao espectador algo agradável, um analgésico passageiro, para que a satisfação seja apenas momentânea, a fim de que surja uma nova necessidade a ser satisfeita por um novo produto (CERIGATTO; SIQUEIRA, 2008).

Acerca desta mesma visão, Bourdieu acrescenta ainda a posição dos jornalistas culturais dentro deste mercado e alerta para a sua importância no processo produtivo e reforça que a ideia mercadológica do jornalismo cultural se faz presente:

A influência do campo jornalístico sobre os campos da produção cultural (sobretudo em matéria de filosofia e de ciências sociais) se exerce principalmente através da intervenção de produtores culturais situados em um lugar incerto entre o campo jornalístico e os campos especializados (literário ou filosófico etc.) (1997, p. 111).

Essa característica de “valor de troca” imprimida à notícia na imprensa atual condiciona sua existência, logo Herom Vargas considera que não é possível a sua feitura sem que haja uma submissão ao sistema econômico que lhe “governa”, ou seja, fora do seu espaço de mercadoria de um sistema capitalista, Vargas infere que:

“(…) como é possível avaliarmos a produção jornalística da área cultural, levando em conta sua característica de produto do sistema capitalista e a manutenção de determinado nível de qualidade que, obviamente, não encontramos nas mercadorias, muito standardizadas e voltadas à mera finalidade hedonista do consumo. Em outras palavras, como manter certo grau de profundidade e reflexão em um produto que teima em ser superficial, por conta das relações de determinação mútua travadas com seu entorno cultural e técnico?” (Idem).

Após passarmos por explanações referentes ao fazer jornalístico cultural, falemos um pouco sobre a sua relação com a cultura local e regional. É importante

que se saiba que há duas regularidades fundamentais para que esta vertente jornalística mantenha suas características, sendo estas: a necessidade de democratizar o conhecimento e segundo, seu caráter reflexivo. Pode-se assim ressaltar a sua função como instrumento social.

Se faz necessária uma análise acerca da cultura sem divisão entre cultura erudita e cultura popular, mas sim realizar-se uma diferenciação entre cultura para as massas e acultura propriamente popular. Acerca do tema, Zumthor, conceitua culturas erudita e popular como:

Na verdade, o que a palavra erudito designa é uma tendência, no seio de uma cultura comum, à satisfação de necessidades isoladas da globalidade vivida, à instauração de condutas autônomas, exprimíveis numa linguagem consciente de seus fins e móvel em relação a elas. Popular, tendência a alto grau de funcionalidade das formas, no interior dos costumes ancorados na experiência cotidiana, com desígnios coletivos e em linguagem relativamente cristalizada. (1993, p. 119).

No entanto, existe claramente a questão das inter-relações entre as culturas. Pode-se encontrar traços de cultura popular no erudito, do massivo no popular e vice-versa, se antes a divisão era entre cultura erudita e cultura popular, agora entra em cena as discussões sobre a cultura de massa, com toda a ambiguidade que o termo massa sugere. A cultura de massa, ou para as massas, seria aquela que se apropria das culturas eruditas e populares as modificando em esquema de produção em série, cortando o seu valor estético com a intenção de ser útil apenas para o consumo momentâneo, banal e instantâneo, ainda de acordo com Bosi (1992, p. 11) “nem a cultura popular tradicional nem a cultura erudita moderna constroem-se a partir de um regime de produção em série com linhas de montagem e horários regulados mecanicamente”, apresentando uma crítica ao modelo industrializado de cultura.

Saber tais informações, podem disponibilizar a concepção da importância de reportar as manifestações regionais, como o folclore e outras menores. Porém, qual a necessidade de publicação sobre as identidades locais, crenças e hábitos? Segundo a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) (2009, p.05), “[...] o contexto da globalização, o aumento das migrações e o crescimento das cidades, os desafios conexos com a preservação da identidade cultural e o fomento do diálogo intercultural adquirem uma nova projeção e tornam-se mais urgentes”.

A mídia é parte importantíssima da disseminação e valorização das culturas, porém ao mesmo passo em que é responsável por essa valorização das identidades e culturas pormenorizadas, ela também é capaz de trazer representações distorcidas e estereotipadas. A Unesco atenta ainda para o fato de que as minorias étnicas, culturas marginalizadas e outros grupos estão ausentes na mídia, "em parte porque não têm acesso aos cargos editoriais, de gestão ou de tomada de decisão quanto ao que é publicado ou não nos veículos de mídia (...)". (2009, p. 20).

Desta maneira, indo em contramão, a mídia além de desenvolver e replicar pautas que sejam vendáveis, dispensam seus esforços em vincular e pautar temas relacionados as tradições culturais apenas nos períodos demarcados no calendário, como as festas de carnaval, festas juninas, festas dos bois, que são as mais conhecidas e pontuais. Woitowicz, sobre esta realidade destaca que: "A cultura como agenda é a principal marca da cobertura noticiosa, atuando muito mais como serviço do que como informação e compreensão dos fenômenos culturais". (2012, p.08).

Pode-se destacar a cobertura que é dada ao carnaval, uma das principais festas populares do Brasil, porém a cobertura é dada com ênfase na quantidade de turistas de outros países que chegam aqui para a festividade, ou focados nas imagens de famosos que estão desfilando nas escolas de samba do Rio de Janeiro e de São Paulo, os trios elétricos conduzidos por famosos, onde "[...] toda a essência tradicional, que liga o presente ao passado de um povo é perdida ou, pelo menos, diminuída" (MORAES, 2008, documento eletrônico).

Reduzindo a cultura a mero entretenimento, contribuindo para uma crise de identidade cultural e, a partir deste ponto de vista, a Unesco destacou três pilares que podem contribuir para a diversidade cultural de uma nação com a participação dos veículos midiáticos, sendo eles a produção de conteúdos inovadores, a ampliação do acesso e a representação equilibrada, tal como segue abaixo:

Em primeiro lugar, há que responder aos imperativos da produção de conteúdos inovadores; em seguida, ampliar o acesso e, finalmente, lograr uma representação mais equilibrada. A produção de conteúdos inovadores deve garantir a integração da diversidade cultural à mídia e às indústrias culturais, privilegiando os conteúdos locais. A ampliação do acesso supõe, dentre outras, medidas coerentes para reduzir a exclusão digital, o acesso à produção e distribuição de conteúdos inovadores e o fomento de novas estratégias de informação e de comunicação que possam garantir a representação de pontos de vista contrários nos debates sobre todos os

temas. A diversidade cultural requer também uma representação equilibrada das diversas comunidades que convivem num determinado país, em conformidade com os princípios da liberdade de expressão e da livre circulação de ideias (UNESCO, 2009, p. 20)

Como o exposto acima citado os veículos de comunicação têm alguns caminhos a seguir para que haja uma exposição das pautas culturais minoritários, sem que sejam estereotipados, esse mecanismo de banalização dos movimentos culturais populares pois as estruturas capitalistas não os considera propriamente cultura. Cultura, para esse sistema, são os produtos pensados no lucro. Isso se dá porque "esta apresentação estereotipada é forma de preceituar a cultura como algo seletivo e próprio às elites" (BARRETO, 1997, p. 77). Assim, como a dificuldade de acesso aos veículos digitais setorizam ainda mais a quem esse conhecimento chega, dificulta também a compreensão e a crítica a essas pautas.

4. CONCLUSÃO

O que ocorre dentro da esfera jornalística é que a natureza essencial das coberturas poderia ser resumida a um desempenho profissional preponderantemente comandado pelas pressões capitalistas, pelas relações de poder estabelecidas pelas empresas jornalísticas e pelo oportunismo publicitário. O que se destaca na cobertura feita por meios de comunicação no Brasil é a reapropriação de uma cultura local e o acondicionamento deste tópico dentro de uma forma pré-determinada, o que acaba por homogeneizar os eventos. Inexiste aprofundamento ou contextualização dos assuntos abordados. O agendamento habitual dos veículos de comunicação, ou seja, pautar temas vinculados às tradições culturais apenas nos períodos previamente marcados nos calendários com as festas mais conhecidas, recobre o que é de mais substancial dentro daquela tradição, o universo de significados que os eventos culturais e folclóricos representam para uma determinada comunidade ou região.

Em suma, cabe ressaltar que a mídia e o jornalismo cultural são peças imprescindíveis para a valorização da diversidade cultural e a promoção de diálogo entre distintas culturas. A consciência dessa diversidade não pode ser banalizada, e as manifestações não podem ser reduzidas ao puro entretenimento, nem a um simples evento do calendário festivo, tal como a UNESCO preceitua, "[...] é necessário



perseverar nos esforços para limitar os estereótipos e os preconceitos a que as comunidades são frequentemente submetidas" (2009, p. 32). É essencial que a mídia e o jornalismo se juntem e unam esforços para a preservação da diversidade cultural, contribuindo para que essa temática tenha maior visibilidade, porém o mais importante: de forma efetiva e adequada.

REFERÊNCIAS

BOSI, Alfredo. Plural, mas não caótico. In: BOSI, Alfredo. *Cultura brasileira: temas e situações*. 2. ed. São Paulo: Ática, 1992.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda, 1997.

CERIGATTO, Mariana Pícaro; SIQUEIRA, Alexandra Bujokas de. **Media literacy: estudando o trailer do cinema no ensino médio**. 2008. 90f. Trabalho de iniciação científica (graduação em jornalismo) – Universidade do Sagrado Coração, Bauru.

CUCHE, Denys. **O Conceito de Cultura nas Ciências Sociais**. Tradução de Viviane Ribeiro. 2 ed. Bauru: EDUSC, 2002.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1973.

MEDINA, C. Leitura crítica. In: LINDOSO, F. (Org.). **Rumos do Jornalismo Cultural**. São Paulo: Summus/Itaú Cultural, 2007. p. 32-35.

MENESES, Ulpiano Bezerra de. **Os "usos culturais" da cultura**. In: YÁZIGI, Eduardo et al (Org.). *Turismo: espaço, paisagem e cultura*. São Paulo: Hucitec, 1996.

MIRANDA, Nadja. **Divulgação e jornalismo cultural**. In: RUBIM, Linda. *Organização e produção da cultura*. Salvador: Eufba, 2005

MORAES, Vaniucha de. **Jornalismo cultural não valoriza tradições**. *Observatório da Imprensa*. 08 abr. 2008. Disponível em: <
http://www.observatoriodaimprensa.com.br/feitos-desfeitos/jornalismo_cultural_nao_valoriza_tradicoes/ > Acesso em: 02 set. 2020.

PIZA, Daniel. **Jornalismo cultural**. São Paulo: Contexto, 2004.



SANTAELLA, Lúcia. **Cultura e artes do pós-humano: da cultura da mídia à cibercultura**. São Paulo: Paulus, 2003.

UNESCO. **Relatório Mundial da Unesco: Investir na diversidade cultural e no diálogo intercultural**. Paris: Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, 2009. Disponível em. <<http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001847/184755por.pdf>>: Acesso em: 04 set 2020.

VARGAS, Herom. **Reflexões sobre o jornalismo cultural contemporâneo**. Estudos de Jornalismo e Relações Públicas. São Bernardo do Campo (SP), ano 2, n. 4, dezembro de 2004.

Serviço Social e a inclusão da pessoa com Transtorno do espectro Autista: O papel da família

Maria Gabriela Rodrigues Fonseca¹; Karin Alves Amaral Escobar¹

1 - UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.
gabirf2010@gmail.com

RESUMO

O presente artigo tem o objetivo de apresentar parte das reflexões desenvolvidas no processo de construção do trabalho de conclusão de curso de graduação em Serviço Social, que discute as políticas de atenção e o trabalho do serviço social no campo das políticas sociais voltadas para as pessoas com transtorno do espectro autista. Para a realização dessa análise, foi utilizada como metodologia a pesquisa bibliográfica do tipo qualitativa. As reflexões aqui apresentadas se referem a importância da participação das famílias no processo de cuidado e luta por direitos desses indivíduos. Tendo em vista as dificuldades enfrentadas pelas mesmas, o apoio e a orientação dessas famílias se tornam essencial no processo da garantia de direitos. Processo no qual o assistente social se faz presente, contribuindo para a socialização e a consolidação dos direitos do indivíduo e de sua família, com vistas a viabilizar a inclusão, integração e promoção dessas pessoas.

Palavras-chave: Serviço Social. Autismo. Família.

1. INTRODUÇÃO

O presente artigo tem como objetivo apresentar parte das reflexões desenvolvidas no processo de construção do trabalho de conclusão de curso de graduação em Serviço Social

O trabalho buscou discutir as políticas de atenção e o trabalho do serviço social no campo das políticas sociais voltadas para as pessoas com transtorno do espectro autista.

Dentre os princípios fundamentais que orientam as ações do assistente social a defesa *intransigente dos direitos humanos*; o empenho na eliminação de todas as

formas de preconceito, incentivando o respeito à diversidade, à participação de grupos socialmente discriminados e à discussão das diferenças se constituem referências para a consolidação da cidadania.

Destarte, é fundamental contribuir no processo de visibilidade da questão do “transtorno do espectro autista” reconhecendo esse campo como espaço ocupacional dos assistentes sociais em defesa dos direitos e de políticas sociais voltadas para esse segmento da população.

Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), o Brasil possui aproximadamente dois milhões de autistas, sem que necessariamente tem sido diagnosticados.

O debate do autismo no Brasil se insere no campo das Políticas de saúde mental e se manifesta através da exclusão do indivíduo do sistema produtivo e da convivência social, onde o indivíduo é considerado improdutivo e incapaz (ROSA, 2009).

O autismo é um transtorno global do desenvolvimento, que tem como características principais algumas alterações expressivas na comunicação, na interação social e no comportamento (DEFENSORIA PÚBLICA, 2011).

Por esta razão demanda medidas voltadas à inclusão social, apoio familiar, acompanhamento multiprofissional, entre outras.

2. METODOLOGIA

No que se refere à metodologia do estudo em questão utilizou-se a pesquisa bibliográfica através de levantamento de referências teóricas, publicados por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos relacionados aos objetivos do estudo.

A escolha por esse tipo de pesquisa se deu por várias razões. Inicialmente, realizamos um mapeamento das unidades da política pública no município de Volta Redonda, destinadas ao atendimento de pessoas com transtorno do espectro autista, para identificar se possuíam o profissional assistente social. Identificamos que de cinco unidades, apenas uma contava com o trabalho do assistente social.

Entretanto, outro fator foi decisivo para tipificar a pesquisa como bibliográfica, qual seja, a pandemia da COVID-19, impondo medidas de isolamento e distanciamento social, onde optamos em não realizar a pesquisa de campo baseando o estudo unicamente na pesquisa bibliográfica.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O Transtorno do Espectro Autista (TEA) é uma realidade vivida por toda a família e não somente pela pessoa que possui o transtorno, trazendo impactos no campo emocional, social e econômico.

Várias são as dificuldades enfrentadas por essas famílias e indivíduos envolvendo questões materiais, entre outras necessidades de atenção e cuidado que vão requerer intervenção no campo das políticas públicas.

Podemos identificar a importância da expressiva participação das famílias nas conquistas de direitos para esse segmento. Contribuindo não só para o avanço no campo das políticas públicas, mas, sobretudo na criação de instituições pudessem abrigar, tratar e educar seus filhos (SERRA, 2010).

A tardia implementação de uma política pública destinada à atenção as pessoas autistas e seus familiares fez com que alguns pais se engajassem no empreendimento de iniciativas próprias, como a criação de grupos de divulgação de conhecimentos e ajuda mútua, aos moldes de experiências similares encontradas na Europa e nos Estados Unidos (MELLO, 2005 apud OLIVEIRA et al., 2017, p.708).

No Brasil o primeiro grupo organizado de pais a surgir foi o da Associação dos Amigos dos Autistas (AMA) fundado no estado de São Paulo, para atender pessoas com autismo tanto em terapias quanto na escolarização, em 1983. (MELLO et al., 2013 apud OLIVEIRA et al., 2017, p.709). Posteriormente, influenciando o surgimento de diversas associações similares, como a Associação Brasileira de Autismo (ABRA), Associação Brasileira para Ação por Direitos das Pessoas com Autismo (ABRAÇA), Fundação Mundo Azul, entre outras (CAVALCANTE, 2003 apud OLIVEIRA et al., 2017, p.710).

Desde a formação da AMA, grupos de familiares de autistas vêm se consolidando pelo país, não apenas como fonte de apoio emocional a outras famílias, mas como meio legítimo de angariar recursos públicos, formular projetos de lei, buscar novos tratamentos, pesquisas e atendimentos em saúde e educação, além da produção de conhecimento e tentativa de eliminação dos estigmas e preconceitos associados ao espectro (NUNES, 2014, p.4).

A mobilização dos familiares contribuiu para a aprovação de uma lei federal específica para o autismo - Lei nº 12.764 - que "Institui a Política Nacional de

Proteção dos Direitos da Pessoa com Transtorno do Espectro Autista" representando um marco histórico na luta pelos direitos dos autistas (BRASIL, 2012).

Podemos observar que a atenção destinada a pessoas autistas passou por grandes transformações ao longo dos tempos. Para melhor compreender esse processo, destacaremos três paradigmas de cuidado apresentados por Morani; Tonton (2015).

O primeiro se refere ao paradigma da institucionalização, que consistia em isolar o indivíduo para tratar. Esses cuidados eram prestados através da oferta de atividades sociais, atividades escolares, tratamentos, entre outros. Perdurou até a década de 1960 quando foi substituído pelo paradigma do serviço.

Esse segundo modelo tinha por finalidade a integração deste indivíduo em sociedade, através da percepção que o modelo anterior não promovia mudanças no comportamento, quando os pacientes voltavam para a sociedade. Deste modo, este novo paradigma desenvolvia ações ou meios para este indivíduo retornasse à sociedade. Entretanto, na década de 1980 foi analisado que esse modelo também não produzia os efeitos desejados e promovia a integração social, pois os próprios serviços não estavam adaptados para recebê-los (MORONI; TONTON, 2015).

Partindo desta ideologia surge o paradigma de suporte, com objetivo de promover inclusão das pessoas portadoras de necessidades especiais na sociedade, visando o bem-estar social, econômico, cultural dos mesmos. (MORONI; TONTON, 2015).

É nessa perspectiva que destacamos a importância do Movimento da Reforma Psiquiátrica ocorrido no período da década de 1980 no Brasil que objetivava a revisão das premissas assistenciais e teóricas destinadas a superar o modelo de assistência centrado em práticas de institucionalização, de maneira a promover o resgate da dimensão de cidadania a toda a população considerada portadora de algum tipo de transtorno mental (AMARANTE, apud OLIVEIRA; FELDMAN; COUTO; LIMA, 2017, p.709).

Como decorrência das ações engendradas pelo Movimento da Reforma Psiquiátrica, a saúde mental consolidou-se anos depois como política de Estado, com a promulgação da Lei nº 10.216/01, – sob o marco da Atenção Psicossocial – ancorada em sólidos aparatos jurídicos, políticos e clínicos, que reorganizaram a rede de serviço e inscreveram os Centros de Atenção Psicossocial (CAPS) como as principais estratégias de cuidado em saúde mental.

A consolidação da saúde mental como política de Estado, é um marco de grande importância na trajetória do cuidado da pessoa com transtorno do espectro autista. Produzindo impactos importantes na vida desses sujeitos.

Neste contexto, destacamos a importância que profissionais e família desempenham nesse processo de assistência a pessoa com TEA. Contudo, observamos a tendência de responsabilização da família nesse papel de cuidado e ressaltamos a necessidade de apoio no trabalho juntos a estas.

Historicamente, a família se constitui um campo de intervenção do Serviço Social. A referência aqui adotada para pensar a intervenção com famílias encontra suas bases na teoria social crítica que no contexto do Serviço Social, operou duas mudanças fundamentais para instituir uma nova forma de pensar e trabalhar a família.

A primeira se refere a nova possibilidade de interpretação da demanda. Ou seja, as necessidades trazidas por sujeitos singulares não são mais compreendidas como problemas individuais/familiares. Ao contrário, tais demandas são interpretadas como expressões de necessidades humanas não satisfeitas, decorrentes da desigualdade social própria da organização capitalista. Assim, torna-se possível desvincular-se da ideia que as necessidades expressas nas famílias e pelas famílias são "casos de família" e, por conseguinte, as questões que afligem as famílias não se circunscrevem no campo da competência ou incompetência desses sujeitos (MIOTO, 2010, p. 265)

A segunda mudança decorrente da nova perspectiva teórica refere-se ao redimensionamento exigido em relação à ação profissional, tanto no que diz respeito ao seu alcance como a sua direcionalidade. Com a possibilidade de postular que as soluções dos problemas expressos na família e pela família, só se efetivam, de fato, com a transformação das bases de produção e reprodução das relações sociais - superação do modo de produção capitalista - exige-se que a ação profissional seja pensada na sua teleologia. Ou seja, como propõe Guerra (2000) uma ação profissional que se projeta para além de sua eficiência operativa ou de sua instrumentalidade e seja comprometida eticamente com a transformação social.

Nesse movimento e reconhecendo o terreno sócio-histórico sobre o qual a profissão se movimenta a categoria dos Direitos e da Cidadania passa a mediar o encaminhamento das ações profissionais. Os direitos passam a ser entendidos como

caminhos para a concretização da cidadania por meio de políticas sociais orientadas para o atendimento das necessidades humanas, e o Estado reconhecido como instância responsável por essa garantia e atenção (VIEIRA, 2004; LIMA, 2006).

É nessa perspectiva que o trabalho do assistente social se faz fundamental no trabalho com as famílias das pessoas autistas, tendo em vista que o profissional de Serviço Social a partir de sua intervenção profissional busca orientar e dar apoio as famílias sobre as políticas públicas e os direitos sociais que a pessoa autista, o que é dever do profissional e está presente no Código de Ética.

A ação profissional dos assistentes sociais deve contribuir para a socialização e a consolidação dos direitos do indivíduo e de sua família. Por esse motivo, a atuação desses profissionais não pode estar direcionada apenas aos usuários, mas voltada também para as famílias e comunidade com vistas a viabilizar a inclusão, integração e promoção dessas pessoas (NIETSCHE, 2011).

Segundo Lopes (2020), a atuação do profissional de Serviço Social com pessoas autistas possui o objetivo de desenvolver estratégias para estimular e potencializar recursos do usuário e suas famílias no processo de habilitação, reabilitação e inclusão social, oferecer possibilidades de desenvolvimento de suas habilidades e potencialidades, contribuir na defesa dos direitos e estímulo à participação da pessoa com deficiência no meio social, bem como na busca de eliminação de barreiras, na luta contra o preconceito e discriminação no qual esse público é alvo.

Destacam-se como os principais resultados da pesquisa bibliográfica, a observação de que no Brasil, as iniciativas governamentais propriamente direcionadas ao acolhimento as pessoas autistas desenvolveram-se de maneira tardia. Até o surgimento de uma política pública, esta população encontrava atendimento apenas em instituições filantrópicas ou em instituições não governamentais. Nesse contexto, as famílias se concretizam como protagonistas na luta da efetivação dos direitos das pessoas autistas, e até os dias atuais possuem um papel de grande expressividade nas conquistas desse segmento.

A partir da pesquisa identificamos também que historicamente a família se constituiu como campo de intervenção do Serviço Social que por muito tempo teve uma atuação pautada na perspectiva psicossocial, de responsabilização do indivíduo. Entretanto, a adoção da teoria social crítica, permitiu o avanço do debate

teórico-metodológico da profissão e à construção de seu projeto ético-político transformando essa intervenção na direção de direitos, concretização da cidadania por meio de políticas sociais orientadas para a consolidação dos direitos do indivíduo e de sua família.

4. CONCLUSÃO

Ressalta-se que não basta que estes usuários tenham acesso aos direitos, serviços e programas que lhes são assegurados, é preciso também que se analise a qualidade e a permanência nos mesmos (NIETSCH, 2011). Nesse sentido a intervenção do assistente social não deve se esgotar à mera integração, mas promover de fato a inclusão da pessoa autista.

Para isso atuação desses profissionais não deve abranger somente os usuários, mas deve ser voltada também para as famílias e comunidade, na perspectiva de um olhar ampliado para a realidade do sujeito.

Vale dizer que no processo de transferência gradual das funções de proteção social do Estado para outras instâncias privadas, como o mercado e a sociedade, está inserido a questão da responsabilização da família. É preciso se atentar para a importância do apoio e orientação as mesmas no viés dos direitos sociais, tendo vista que historicamente foram marcadas pela ausência do estado no provimento de políticas públicas. Assim é preciso combater a naturalização dessa responsabilidade da família, contribuindo para a cidadania desses sujeitos.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Política Nacional de Proteção dos Direitos da Pessoa com Transtorno do Espectro Autista. Lei n. 12.764, de 27 de dezembro de 2012. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/l12764.htm>.

Acesso em: 08 out 2020.

DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DE SÃO PAULO, **Cartilha Direitos das Pessoas com Autismo**, 1 ed., Mar. 2011. Disponível em: <https://www.revistaautismo.com.br/CartilhaDireitos.pdf>. Acesso em: 27 abr. 2020



GUERRA, Y. Instrumentalidade do processo de trabalho e Serviço Social. Serviço Social e Sociedade, São Paulo, n. 62, 2000.

LIMA, T.C.S., MIOTO, R.C.T. Direitos, cidadania e necessidades humanas básicas: conceitos imprescindíveis no debate da proteção social. Sociedade em Debate, Pelotas, v.12, n.1, 2006, p.29-49.

MINAYO, M. C. S. et al. Pesquisa Social: teoria, método e criatividade. Petrópolis: Vozes, 2001

MIOTO, Regina Célia Tamasso. **Família, trabalho com famílias e Serviço Social**. SERV. SOC. REV., LONDRINA, V. 12, N.2, P. 163-176, JAN./JUN. 2010. Disponível: <http://unesav.com.br/ckfinder/userfiles/files/trabalho-com-familia-e-servico-social.pdf>. Acesso em: 22/05/2015.

MORANI, Cibele; TONON, Alicia Santolini. O Serviço Social frente ao Transtorno do Espectro Autista na APAE de Presidente Prudente, com vistas ao acesso as políticas públicas e seus direitos adquiridos. Presidente Prudente, 2015.

NIETSCHKE, Alessandra Demétrio. **Estudos Sobre Autismo Na Perspectiva Dos Direitos**. Trabalho de Conclusão de Curso em Serviço Social. Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2011. Disponível em: <http://tcc.bu.ufsc.br/Ssocial303291.pdf>. Acesso em: 17 jun. 2020

NUNES, F.C.F. **Atuação política de grupos de pais de autistas no Rio de Janeiro: perspectivas para o campo da saúde**. 147 p. Dissertação (Mestrado em Saúde Coletiva) - Instituto de Medicina Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2014.

OLIVEIRA, Bruno Diniz Castro de; FELDMAN, Clara; COUTO, Maria Cristina Ventura and LIMA, Rossano Cabral. **Políticas para o autismo no Brasil: entre a atenção psicossocial e a reabilitação**. 2017, vol.27, n.3, pp.707-726. ISSN 1809-4481. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-73312017000300707&script=sci_abstract&lng=pt. Acesso em: 27 abr. 2020



ROSA, Lucia Cristina dos Santos. **Transtorno mental e o cuidado na família**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2008.

SERRA, Dayse. Autismo, família e inclusão. **Polêm!ca Revista Eletrônica**. v.9, n.1, p.40-56, jan/ mar, 2010.

VIEIRA, E. Os Direitos e a política social. São Paulo: Cortez, 2004.



O Serviço Social nas empresas capitalistas

Dayane Mota dos Reis¹; Felipe da Matta de Castro¹

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.
motadayane64@gmail.com

RESUMO

Visa aqui dissertar sobre o trabalho do assistente social nas empresas capitalistas. A implantação do Serviço Social nas empresas está vinculada aos movimentos operários em 1960, mas é a partir de 1970 que identifica uma presença significativa de assistentes sociais nas empresas. No âmbito empresarial, o assistente social intervém no atendimento das expressões da questão social vivenciada pela classe trabalhadora e sua família, assim como em novas demandas de trabalho (atuação nos Círculos de Controle de Qualidade, Programas de Qualidade Total e assessoramento das gerências) determinadas pelo processo de reestruturação do capital. Para atuar no setor de Recursos Humanos o profissional de Serviço Social precisa estar atento às novas exigências do mercado, sem perder de vista a formação profissional crítica, a qual contribuirá para que a atuação profissional dê respostas às demandas institucionais e também construa ações profissionais pautadas nos princípios que norteiam o projeto ético-político profissional, tornando-se dessa forma, um desafio a ser enfrentado pelo assistente social. Diante do exposto, este estudo se propõe a realizar uma revisão sobre a produção teórica acerca do trabalho do assistente social nas empresas privadas no âmbito da reestruturação produtiva, e ainda contribuir ao estudo do trabalho do Serviço Social. Para o desenvolvimento do presente estudo foi utilizado a pesquisa bibliográfica de abordagem qualitativa.

Palavras-chave: Serviço Social. Empresas Capitalistas. Trabalho.

1. INTRODUÇÃO

O profissional de Serviço Social ao se inserir nas empresas capitalistas enquanto espaço sócio-ocupacional, atua no atendimento das expressões da questão social vivenciada pela classe trabalhadora e sua família, manifestadas pelo processo de exploração do trabalhador.

Corroborando com o debate, Amaral e César (2009) ao longo de suas discussões, afirmam que é a partir dos anos de 1970 e, particularmente, nos anos de 1980 que identifica uma presença significativa de assistentes sociais nas empresas. Nesse contexto, o assistente social passa a ser recrutado, pela sua capacidade de “persuasão e convencimento” para realizar o trabalho de elo entre empresa e trabalhador, com o objetivo de garantir a empresa o envolvimento do trabalhador nas metas de produção.

Mota (1985), em extensa e pioneira pesquisa que aborda as determinações do Serviço Social na empresa, ao se referir sobre a absorção desses profissionais, afirma que a empresa passa a requisitar o assistente social para desenvolver um trabalho de cunho assistencial e educativo com o empregado e sua família.

Deste modo, este estudo se propõe a realizar uma revisão sobre a produção teórica acerca do trabalho do assistente social nas empresas privadas no âmbito da reestruturação produtiva, e ainda contribuir ao estudo do trabalho do Serviço Social.

2. METODOLOGIA

Para o desenvolvimento do presente estudo foi utilizado a pesquisa bibliográfica de abordagem qualitativa. Foi optado pela pesquisa bibliográfica por compreender que este tipo de pesquisa abarca toda uma bibliografia já publicada em relação ao tema de estudo, que vão desde publicações avulsas, boletins, periódicos, revistas, livros, dentre outros. Ademais, foi utilizado a abordagem qualitativa, que segundo Minayo (2011) trabalha com o universo de significados, dos motivos, das atitudes, além de responder a questões muito particulares.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Segundo Iamamoto (2015), a gênese do Serviço Social no Brasil, enquanto profissão inscrita na divisão social do trabalho está relacionada ao contexto das grandes mobilizações da classe operária nas duas primeiras décadas do século XX, pois o debate acerca da questão social¹ que atravessa a sociedade nesse período, exige um posicionamento do estado, das frações dominantes e da Igreja.

¹ Segundo Iamamoto (2015), a questão social pode ser definida como o conjunto das expressões das desigualdades da sociedade capitalista madura, que têm uma raiz comum: a produção social é cada

Ao tratar especificamente sobre a inserção do Serviço Social nas empresas, partilha-se do pensamento de Mota (1985), a primeira indagação a ser feita para entender a existência do Serviço Social nas empresas, diz respeito aos serviços sociais mantidos pelas instituições. Ainda nas reflexões da autora citada, a empresa é uma unidade de produção com fins meramente lucrativos, não tendo dessa forma, “vocaçãõ assistencial”, uma atividade que foge de sua especificidade técnica, a de gerar lucros.

Moraes *et al.* (2015) refletem de forma bem pontuada sobre a inserção do Serviço Social na empresa. Ele é introduzido ao SENAI (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial) na perspectiva de adequação dos trabalhadores a gestão empresarial que os ofertava qualificação profissional. Para além de sua atuação assistencialista e o desenvolvimento de atividades de cunho higienistas que visavam o controle da ordem a favor da moral burguesa, os assistentes sociais são potencializados como meio para o alcance da expansão e solidificação da ordem capitalista, através das empresas. Paralelamente a esse processo, surge o SESI (Serviço Social da Indústria), fruto do interesse do Estado em participar e estimular a participação das classes sociais mais desenvolvidas em iniciativas que promovessem o bem-estar dos trabalhadores da indústria.

O assistente social é um profissional que tem como objeto de trabalho as mais diversas expressões da questão social, e tem como limites e possibilidades para o enfrentamento das mesmas as competências teórico-metodológicas, técnica-operativa e ético-políticas. No âmbito empresarial, esse objeto de trabalho não é diferente, o assistente social atua no atendimento das expressões da questão social vivenciada pela classe trabalhadora e sua família, manifestadas pelo processo de exploração do trabalhador.

Aponta-se que com o processo de reestruturação produtiva,² ocorre um deslocamento do Serviço Social para a área de Recursos Humanos. O assistente social, em geral, atua no setor de Recursos Humanos, já que são raras as empresas que contam com um setor específico do Serviço Social.

vez mais coletiva, o trabalho torna-se mais amplamente social, enquanto a apropriação dos seus frutos se mantém privada, monopolizada por uma parte da sociedade.

² Segundo Bastos (2014), é um processo que se dá pelo esgotamento da modalidade denominada rígida, própria do fordismo. A reestruturação produtiva se apoia na flexibilidade dos processos de trabalho, dos produtos e padrões de consumo.

Iamamoto (2015) afirma que na atualidade, ocorre uma ampliação das demandas do trabalho profissional: atuação dos assistentes sociais nos Círculos de Controle de Qualidade-CCQ³ em equipes interprofissionais, nos Programas de Qualidade Total⁴. Em conformidade com a autora, Moraes *et al.* (2015) refletem que o assistente social enquanto trabalhador assalariado também vivencia o processo de flexibilização das relações de trabalho, que impõe novas demandas, habilidades e competências.

Discorrendo especificamente sobre os programas de qualidade total, César afirma que: "a execução de programas assistenciais, tendo por base uma ação educativa, é considerada como a função técnica, por excelência, do assistente social, nas empresas" (CÉSAR, 1998, p. 140). Nesse sentido, nas empresas capitalistas de acordo com Amaral e César (2009) são destacados os seguintes programas: Programa de Treinamento e Desenvolvimento (diz respeito a adequação do funcionamento do mercado interno de trabalho e a requalificação da força de trabalho requerida pelos novos métodos de produção); Programas Participativos (pautam-se na gestão da qualidade total, cujo pressuposto é o da satisfação das necessidades dos clientes externos e internos das organizações); Programa de Qualidade de Vida (relaciona-se aos objetivos das empresas de aumentarem a produtividade pautada nas necessidades de "bem-estar" dos trabalhadores); Programa de Clima ou Ambiente Organizacional (relaciona-se aos fatores do "ambiente de trabalho" que afetam o comportamento produtivo); Programa de Dependência Química ("relacionados a conjuntura externa e interna da relação do trabalhador com o trabalho e a própria vida, juntamente com a disseminação das drogas numa proporção crescente [...]") (FREIRE, 2016, p. 87) e Programa de Preparação para Aposentadoria (de acordo com Freire (2016) esse programa relaciona-se à demanda de enfrentamento do fator envelhecimento da força de trabalho a questão de desenvolvimento de novas tecnologias poupadoras da mão de obra).

³ Círculo de Controle da Qualidade é um pequeno grupo formado por pessoas da mesma área de trabalho e nível hierárquico ou por funcionários de diferentes áreas e níveis hierárquicos, que se reúnem voluntariamente e com regularidade para identificar, analisar e propor soluções para problemas de qualidade e de produção (FERRO, 1997, p. 79).

⁴ São programas pautados em uma técnica de administração multidisciplinar, aplicadas no controle do processo de produção das empresas, para obter bens e serviços com melhor qualidade, com objetivo de atender as exigências e a satisfação dos clientes (FERRO, 1997, p. 88).

Outro campo importante de atuação do assistente social nas empresas é a administração de benefícios sociais. O trabalho do assistente social se faz necessário nesse campo, a partir do momento que alguns benefícios estipulam diferentes critérios de elegibilidade, sendo o plano de saúde um prático exemplo. O assessoramento as gerências também se configuram como uma demanda de trabalho ao assistente social nas empresas capitalistas. Para César (1998, p. 126), "é possível perceber a singularidade dos novos papéis que o Serviço Social exerce como é o caso do assessoramento às chefias no trato de questões que extrapolam o âmbito fabril".

Outra premissa importante que concerne ao trabalho do assistente social na empresa é o caráter educativo e orientador. Há autores que se referem a "dimensão pedagógica" do Serviço Social. Sobre esse assunto, Martins (2013) afirma que a dimensão pedagógica do assistente social se desenvolve no marco das práticas educativas formuladoras de cultura, o que para as classes subalternas, cumpre o papel de organizar o processo de classe para si, no qual conquista sua própria consciência, se opondo a ordem do capital.

Freire (2016), ao fazer referência do trabalho do assistente social na empresa, pontua que é exercendo o papel de mediador das relações empregado-empresa que o assistente social intervém na reprodução da força de trabalho. As colocações da autora conduzem a uma percepção que o assistente social "atende plenamente às exigências da empresa, cujo interesse maior é, sem dúvida, a manutenção da desigualdade como condição de dominação" (MOTA, 1985, p. 116-117).

Diante da reflexão exposta, afirma-se que é preciso legitimar o compromisso do assistente social com a classe trabalhadora, para que seu trabalho seja realizado na perspectiva da viabilização e ampliação de direitos e da justiça social. Corroborando com essa ideia, Silva (2015) nos aponta que para atuar no setor de Recursos Humanos, o assistente social precisa estar atento às novas exigências do mercado, sem perder de vista a formação profissional crítica, sendo preciso descortinar as mediações camufladas no plano empírico, onde a intervenção profissional além de dar respostas às demandas institucionais construirá ações profissionais pautadas nos princípios que norteiam o projeto ético-político profissional.

4. CONCLUSÃO

Pode considerar que a requisição dos assistentes sociais no âmbito empresarial relaciona-se aos serviços sociais ofertados pelas empresas, e ao trabalho educativo desenvolvido por tal profissional com os empregados e seus familiares. É diante essa circunstância que o assistente social é requisitado para atuar, pois para a instituição empregadora ele é visto como um mediador das relações empregado-empresa. Observa-se as metamorfoses sofridas nas demandas de trabalho do assistente social nas empresas, tais como: o assessoramento de gerências, atuação nos círculos de controle de qualidade e em programas de qualidade total.

O Serviço Social inserido nas empresas está sob um cenário de grandes lutas. Os obstáculos são muitos, mas ainda assim, acredita-se que seja possível direcionar a atuação profissional nas empresas capitalistas na perspectiva do projeto ético político profissional. A materialização dessa atuação profissional é um grande desafio a ser enfrentado, sendo assim, necessário o desenvolvimento de um trabalho que tenha por principais objetivos a justiça social, a construção de uma nova ordem societária sem dominação, exploração de classe, etnia e gênero, e sem perder de vista o compromisso ético profissional.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Ângela Santana do; CÉSAR, Mônica de Jesus. **O trabalho do assistente social nas empresas capitalistas**. 2009. Disponível em <<http://cressrn.org.br/files/arquivos/G2cm832r29W2oX2IH6P.pdf>>. Acesso em 02 de out de 2020.

BASTOS, Remo Moreira Brito. **Capitalismo e Crise: o banco mundial e a educação como aparelho ideológico na periferia capitalista**. Fortaleza: UFCE, 2014. 151p. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Educação Brasileira, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2014.

CÉSAR, Mônica de Jesus. Serviço Social e reestruturação industrial: requisições, competências e condições de trabalho profissional. In: MOTA, Ana Elizabete (Org.).



A Nova Fábrica de Consensos: ensaios sobre a reestruturação empresarial, o trabalho e as demandas ao Serviço Social. São Paulo: Cortez, 1998. p. 115-148.

FERRO, José Roberto; GRANDE, Márcia Mazzeo. Círculos de Controle da Qualidade no Brasil: sobrevivendo ao "modismo". **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v.37, n.4, p.78-88, out/dez. 1997

FREIRE, Lúcia Maria de B. **O Serviço Social na Reestruturação Produtiva:** espaços, programas, direções e processos do trabalho profissional. São Paulo: Cortez, 2016.

IAMAMOTO, Marilda Vilela. **O Serviço Social na Contemporaneidade:** trabalho e formação profissional. 26. Ed. São Paulo: Cortez, 2015.

MARTINS, Fillipe Perantoni. **Serviço Social e Perfis Pedagógicos: elementos para uma análise crítica.** 2013. Trabalho apresentado ao 3 Simpósio Mineiro de Assistentes Sociais, Belo Horizonte, 2013.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **Pesquisa Social:** teoria, método e criatividade. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

MORAES, Sâmia Bessa de; *et al.* **A efetivação do Serviço Social na empresa: cotidiano e desafios profissionais.** 2015. Trabalho apresentado á 8 Jornada Internacional de Políticas Públicas, Maranhão, 2015.

MOTA, Ana Elizabete. **O Feitiço da Ajuda:** as determinações do Serviço Social na Empresa. São Paulo: Cortez, 1985.

SILVA, Kelly Aurélia da. **O exercício profissional do assistente social inserido nas unidades de RH das instituições públicas de Pernambuco, sediadas em Recife, no contexto da contrarreforma do Estado Brasileiro.** Recife: UFPE, 2015. 101p. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Serviço Social, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2015.



O Escritório da Cidadania em face dos desafios da pandemia: uma estratégia de sucesso e exemplo utilizando plataforma digitais

Dario Aragão Neto¹; Augusto Felipe de Souza Leão¹; Maria Cecília Fontainha De Almeida Gama¹; Luiza Carolina Gama Ferreira¹

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

dario.neto@foa.org.br

RESUMO

Este relato descreve a ação do Escritório da Cidadania no enfrentamento das restrições impostas as atividades de extensão na educação pela pandemia, utilizando meios digitais que se mostraram ao final em uma história de sucesso, a ser relatada e a ser seguida como um modelo de superação. Nesse diapasão relata as medidas adotadas e os resultados obtidos, com o objetivo de demonstrar os caminhos encontrados e os resultados que se mostraram representativos para a instituição, como desenvolvimento inclusive de trabalhos de conclusão de curso com temas atuais, envolvendo o terceiro setor a inteligência artificial.

Palavras-chave: Atividades de extensão. Estratégias de superação. Escritório da Cidadania.

1. INTRODUÇÃO

A Pandemia do Corona Vírus impôs um desafio sem precedentes as instituições de ensino superior no país. Em um primeiro momento, retirou as aulas presenciais, bem como todos e quaisquer atividades de extensão, criando um ensino remoto, através de plataformas digitais, que se mostraram no início como o grande desafio do momento.

Diante deste fato, todos as intuições começaram a implantar plataformas digitais que pudessem substituir a presença do professor em sala de aula, o que ocorreu com a implantação do Teams, no UniFOA. Este desafio permitiu vislumbrar uma série de oportunidades que até então não tinham sido pensadas em termos de ensino aprendizagem, se mostrando cada vez mais em uma oportunidade, do que algo que poderia acabar com o ensino superior no país.

Este quadro inicial negativo foi paulatinamente substituído por uma certa surpresa diante da possibilidade de realizar as mesmas tarefas, sem prejuízo para o corpo docente, e principalmente, sem colocar em risco qualquer um dos atores do processo de ensino aprendizagem. Uma grande oportunidade se apresentava como um novo desafio do século XXI, tanto para as instituições como para todos envolvidos: organização, alunos, professores, e demais agentes externos.

Neste diapasão, ficou o vazio da extensão. O que fazer pela extensão se esta se realiza através do contato real com a comunidade, e com a presença de alunos e professores? Este foi o grande desafio do início do ano para o Escritório da Cidadania do UniFOA, que repentinamente reduziu suas atividades a zero. Não havia mais atendimento presencial, e com isto os estágios e as atividades de extensão deixaram de ser realizadas abruptamente.

Diante destes fatos, o Escritório da Cidadania buscou soluções que no início pareceram inexpressivas, mas que ao longo do tempo se mostraram de enorme utilidade, com um retorno considerável, que permite afirmar que as atividades de extensão possam ser repensadas a partir de novos parâmetros como será visto mais adiante.

2. RELATO DA EXPERIÊNCIA

Assim, diante destas restrições o Escritório da Cidadania orientado pela IES criou uma estratégia que privilegiou as ações, por meio, principalmente da plataforma Teams, e que pudesse atingir o maior número possíveis de alunos, mantendo-se assim, as atividades de extensão, mesmo que na modalidade *on line*. O resultado deste pensar estratégico resultou na realização até a presente data dos seguintes eventos, no período de abril a setembro do corrente ano de 2020. São eles:

1. Projeto TUTELAS COLETIVAS. Este projeto realizou diversos vídeos de depoimentos de associações, apresentação de leis e modelos, através de encontros regulares as quintas feiras, sextas feiras e sábados, atingindo um conjunto de instituições atendidas pelo projeto que hoje já somam cerca de 59 instituições do terceiro setor. Esta conquista é de extrema importância porque além do registro destas instituições o projeto forneceu consultoria e assessoria jurídica, administrativa e contábil para estas instituições em todas

- as suas atividades, com a participação de cerca de 176 alunos, originários dos cursos de Direito, e Ciências Contábeis.
2. Palestra sobre o tema, LÍNGUA PORTUGUESA E LITERATURAS AFRICANAS II: A AFRÍCA QUE FALA INGLÊS, realizada quinzenalmente, nas quartas feiras à tarde, congregando alunos de diversos cursos de graduação e do mestrado, que já somou cerca de 259 alunos participantes.
 3. DEBATE ÉTNICO RACIAL E A CIDADANIA SOB A ÓTICA DO CINEMA III, realizado quinzenalmente, as sextas-feiras, com alunos dos mais diversos cursos de graduação e mestrado, que já somou cerca de 374 alunos participantes.
 4. Palestra sobre os FUNDAMENTOS FILOSÓFICOS II: ESTÉTICA, LEITURA, INTERPRETAÇÃO E TRANSFORMAÇÃO PELA ARTE, realizado quinzenalmente nas quartas feiras, congregando alunos das mais diversas graduações e mestrado, com participação de 291 alunos até o presente momento.
 5. IV DIÁLOGOS NA ACADEMIA, realizado um único evento no dia 28/08/2020, onde congregou 51 alunos das mais diversas graduações, e 3 professores do UniFOA, com 5 convidados externos.
 6. DISCRIMINAÇÃO EM DEBATE, evento realizado no dia 12/06/2020, com a presença de 101 alunos das mais diversas graduações e do mestrado.
 7. VI ENCONTRO UNIFOA DAS RELIGIÕES DE MATRIZ AFRO-BRASILEIRAS: II SEMINÁRIO SOBRE ESTADO LAICO E INTOLERANCIA RELIGIOSA. Evento já consagrado do Escritório da Cidadania com diversas edições, e que neste ano foi realizado no dia 27/08/2020, com a presença de 30 alunos do UniFOA, 9 professores, e 6 convidados externos.
 8. CURSO DE EMPATIA: EU, VOCÊ, NÓS! Evento realizado nos dias 21, 22, 26 e 28 de agosto e 02 de setembro, deste ano. Envolvendo 107 alunos dos mais diversos cursos, e 18 professores do UniFOA.
 9. A EMPODERADA PALAVRA FEMININA. Evento realizado no dia 30/09/2020, com a presença de 26 alunos das mais variadas graduações, e sete professores da UniFOA.
 10. ORÁCULOS DE IFÁ: UMA ABORDAGEM CIENTÍFICA NOS PROCESSOS ADIVINHATÓRIOS. Evento realizado no dia 17/09/2020, com a participação de 8 alunos de diversas graduações e 5 professores do UniFOA.

11. VI ENCONTRO UNIFOA DAS RELIGIÕES DE MATRIZ AFRO-BRASILEIRAS - parte II. Evento realizado no dia 09/10/2020, com a participação de 23 alunos de diversos cursos de graduação, 9 professores e 10 convidados externos.
12. TERÇAS CULTURAIS – ENCONTRO COM A ARTE, evento que se iniciou em setembro, sendo realizado as terças-feiras, com a participação de 63 alunos de diversas graduações e do mestrado

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Estes eventos realizados pelo Escritório da Cidadania permitiram manter viva a extensão, em especial, durante a crise mais aguda da pandemia, nos seus mais diversos segmentos, e principalmente demonstrando que é possível manter viva esta atividade e trazer benefícios à comunidade, pois no computo geral, as atividades desenvolvidas até o presente momento permitiram congregar cerca de 1.509 alunos, desde 15 de março até o mês de setembro do corrente ano, com poucas ou nenhuma flexibilização no *modus operandi* das atividades de extensão.

Na verdade, isto somente foi possível graças uma nova abordagem da ótica de realização das atividades sem haver perda da qualidade e da efetividade como ações de ensino, pesquisa e extensão. Lembrando aqui, que pelo menos dois trabalhos de Conclusão de Cursos (TCC) realizados por alunos do Curso de Contabilidade, expressam resultados obtidos em sede de desenvolvimento de atividades do projeto Tutelas Coletivas. São eles: DETERMINAÇÃO DO PREÇO DE VENDA DE PRODUTOS AO CONSUMIDOR: UM DESAFIO À INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL, CARTILHA DE ENCARGOS TRABALHISTAS PARA ENTIDADES DO TERCEIRO SETOR.

A flexibilização gradual implementada a partir de junho de 2020, com as atividades de atendimento à comunidade puderam resultar no registro de 06 (seis) associações atendidas durante o momento mais crítico da pandemia de forma on line. Assim, os projetos acima citados permitiram uma experiência única e que resultou na fidelização e no engajamento de discentes nas mais variadas temáticas sociais, agregando conhecimento e qualidade no ensino proporcionado pela IES.



REFERÊNCIAS



Prática Educomunicativa por alunos de Jornalismo UniFOA e do Ensino Médio: produção de conteúdo para Sala Verde do UniFOA

**Salete Leone Ferreira¹; FARIA, F. P. P. ¹; NEVES, I. A. ¹; VIEIRA, T. R. B. ¹;
SANTOS FILHO, J.C.N. dos²**

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

2 – CEBB, Colégio Estadual Baldomero Barbará, Barra Mansa, RJ.

salete.ferreira@foa.org.br

RESUMO

Este trabalho tem por objetivo apresentar resultados de segunda ação educacional desenvolvida junto a alunos do Ensino Médio. 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 práticas educacionais 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 educacionais por acadêmicos da disciplina de Educação, 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 a respeito. No final do projeto, os 24 alunos responderam um questionário e quando indagados acerca do tema abordado, 83,3% o consideraram muito importante. Destes, 30% por fazer refletir; 35% tomaram mais conhecimento sobre os problemas do meio ambiente e que precisam cuidar melhor do mesmo; 25% consideraram que o assunto é importante para todos. Ainda, 5% consideraram que o documentário "Ilha das Flores" ajudou bastante na reflexão; e 5% não responderam. O estudo alcançou o objetivo proposto e confirmou a hipótese inicial.

Palavras-chaves: Educação. Ensino Médio. Meio Ambiente. Produção de Vídeos.

1. INTRODUÇÃO

Mesmo com a ampliação da divulgação de trabalhos e textos científicos a respeito da Educomunicação, esta ciência ainda precisa ser amplamente trabalhada na academia de forma que seu entendimento torne-se mais coerente com o que se propõe. Abordar esse conteúdo não tem sido tarefa fácil junto aos alunos do 4º ano de Jornalismo, que apresentam dificuldades para entender que não se trata apenas da junção entre Educação e os meios de comunicação, e que ainda se diferencia de educação midiática ou tecnológica.

Embora a partir de 1999 ter surgido uma evolução no entendimento do que vem a ser a Educomunicação, esta permanece um pouco desconhecida dos profissionais da Comunicação. Para o professor Soares (2014, p. 16), ela representa “[...] um campo de intervenção social na interface entre a comunicação e a educação”. Na tentativa de trazer maior compreensão para a conceituação do profº Ismar Soares, buscamos realizar atividades práticas com os alunos do 4º ano de Jornalismo do UniFOA (2019/2020) e, assim, por dois anos realizamos um projeto educ comunicativo com alunos do 2º e 3º anos do Ensino Médio do Colégio Estadual Baldomero Barbará, em Barra Mansa (RJ).

Desse modo, o objetivo desse trabalho consiste em apresentar ações educ comunicativas desenvolvidas por três acadêmicos do 4º ano do Curso de Jornalismo do Centro Universitário de Volta Redonda – UniFOA, de 2019 (hoje egressos do Curso), e um aluno do 2º ano do Ensino Médio do Colégio Estadual Baldomero Barbará, em Barra Mansa (RJ). Da interação dos acadêmicos da graduação com o aluno do Ensino Médio foi formalizado um projeto de iniciação científica apresentado no Colóquio de 2019.

No trabalho, parte-se do questionamento: práticas educ comunicativas 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 educ comunicativas, seja possível impulsionar reflexões e mudanças de atitudes junto aos jovens na escola.

Este projeto teve início em 2018/2019, quando foi realizado junto a uma turma de alunos do 3º ano do Ensino Médio. Já na segunda etapa, em 2019/2020, foi

realizado com uma turma de alunos do 2º ano. Em 2020, a partir do mês de março não foi possível continuar o contato com o colégio devido o período de quarentena pós Covid-19; desse modo, o trabalho se limitou a essas duas turmas do colégio.

A Educomunicação pode ser empregada para o aprendizado de qualquer assunto e em relação aos conteúdos ambientais não é diferente. Uma indagação presente no Catálogo do Centro de Informação e Documentação - CID Ambiental /MMA⁵, quando aborda o item "04", "Educomunicação nas políticas públicas de Educação Ambiental e Comunicação", a:

Educomunicação Socioambiental é diferente de Marketing institucional da Educação Ambiental, porque se constrói no diálogo e na participação democrática. Desta forma, como ir além de divulgar políticas ou projetos de Educação Ambiental? (MMA, 2008, p. 08).

Uma das respostas poderia ser a de desenvolver projetos como este que está sendo apresentado neste artigo, ampliando sua implantação em outras escolas e de forma sistemática, bem como incentivando os professores a conhecerem a educomunicação para a utilizarem em suas práticas pedagógicas. Quanto aos cursos superiores em Jornalismo e Publicidade e Propaganda, estes também precisam apresentar a educomunicação como uma vertente profissional, expandindo seu campo de atuação, indo além das práticas já consagradas no mercado da comunicação.

2. METODOLOGIA

Esse projeto foi aplicado em uma turma do 2º ano do Ensino Médio, do Colégio Baldomero Barbará. A turma era composta por 25 alunos com idades entre 16 e 21 anos. O professor de Biologia disponibilizou seu horário de aula para realização do projeto, o qual visava à implementação de práticas educacionais por acadêmicos da disciplina de Educomunicação do 4º ano de Jornalismo, do UniFOA, junto aos alunos do 2º ano, sendo que um dos alunos dessa turma também participou

⁵ Brasil. Ministério do Meio Ambiente. Secretaria de Articulação Institucional e Cidadania Ambiental. Programa Nacional de Educação Ambiental. Educomunicação socioambiental: comunicação popular e educação. Organização: Francisco de Assis Morais da Costa. Brasília: MMA, 2008. Disponível em: <https://www.mma.gov.br/estruturas/educamb/_arquivos/txbase_educom_20.pdf>. Acessado em: 16 de outubro de 2020.

do projeto. Este estudo versa sobre a segunda prática educomunicativa implementada no colégio, tendo sido iniciada no ano anterior (2018).

O projeto foi ministrado em dois encontros (19/11 e 03/12/19), sendo o primeiro na biblioteca e o segundo na sala de aula. No primeiro dia, foi realizada uma breve introdução sobre conceitos básicos da Educomunicação e sobre a importância da preservação do meio ambiente. No intuito de contextualizar, foi exibido aos alunos o documentário “Ilha das Flores”, dirigido por Jorge Furtado.

Após o documentário, abriu-se para 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, pelo celular, com até dois minutos de duração, evidenciando um problema ambiental em seu bairro e uma possível solução.

No segundo encontro, duas semanas depois, os alunos apresentaram quatro vídeos e demonstraram desenvoltura na produção dos mesmos. A partir da apresentação dos vídeos, foi reiniciado o debate sobre o homem e sua interação com o meio em que vive. Nesse encontro, os alunos demonstraram maior reflexão que no primeiro.

Ao final, os alunos responderam um questionário com nove questões objetivas e discursivas sobre o projeto realizado, dando subsídios para a avaliação do conteúdo apresentado, sua repercussão junto aos alunos e se a atividade realizada se constituiu em educomunicativa.

O aluno do Ensino Médio Júlio Cesar Nagib dos Santos Filho, que participou deste projeto, elaborou um relato sobre sua experiência, a qual não desdobrou em uma segunda etapa devido ao recesso escolar em decorrência da pandemia do Covid-19:

Embora minha participação no projeto ter sido interrompida por uma pandemia, tive muitas experiências ao longo dos meses de estudo sobre Educomunicação, um tema que eu nunca ouvi falar na minha vida, mas com a sorte de ser apresentado com uma indicação do meu professor de Biologia, conheci. Um tema que me ensinou o valor das coisas, não só pelo fato de agora saber seu significado, mas sim pelo que usamos nesse projeto; não só trabalhamos a educação ligada à comunicação (tecnologia), como vimos um tema polêmico não só no Brasil como no mundo, o “meio ambiente”. Antes de ser interrompido, lembro de ter feito uma matéria de jornal em um trabalho sobre [uma] queimada aqui perto de casa, outra sobre o petróleo invadindo nossas praias... Acredito que esse projeto trouxe para minha

turma conhecimento e consciência, destacou o fato de que precisamos mudar nossas atitudes e nosso planeta.

Além da fala do aluno, Júlio Cesar, que integrou o projeto de PIC com os acadêmicos do Curso de Jornalismo do UniFOA, serão apresentados os resultados de uma pesquisa quantitativa aplicada na sua turma do 2º ano do Ensino Médio. Esses resultados são importantes para ilustrar a eficiência da educomunicação no processo de ensino.

Cabe mencionar, ainda, que os quatro alunos (os egressos e o aluno do E.M.) envolvidos no projeto também contribuem nesta pesquisa como autores. Fato que amplia a importância dessa iniciativa, pois além da teoria ministrada em sala de aula na disciplina Educomunicação e da prática vivenciada no colégio ao realizarem o projeto proposto, os alunos desenvolveram a prática científica.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Nem todas as atividades realizadas como propostas educucomunicativas ocorrem de fato, mesmo que haja interação, debate e o uso da tecnologia. Para que aconteça uma atividade educucomunicativa, Aparici (2014) coloca que esta deve ocasionar mudanças, seja na atitude dos participantes, nas metodologias pedagógicas ou comunicativas:

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, p. 37).

Levando em consideração as colocações de Aparici (2014), o projeto realizado aconteceu em duas aulas da disciplina de Biologia e buscou estabelecer momentos de diálogo em torno de situações atuais ligadas ao meio ambiente e, a partir da apresentação do documentário "Ilha das Flores", outros debates a respeito do ser humano e sua interação com ambiente ao seu redor. Nesse momento, o desejo era que esses alunos se sentissem parte desse todo, como agentes, sempre agindo, interferindo e ocasionando mudanças no meio.

A partir dessas ações estabeleceu-se uma conexão entre a Educação e a Comunicação, além do uso da tecnologia por meio os recursos audiovisuais. Faltava

verificar se propiciaram mudanças no pensar ou agir desses alunos. Para constatar a respeito, os 24 alunos presentes no segundo encontro do projeto responderam um questionário com nove perguntas, cujos resultados foram tabulados e descritos a seguir. Nesta pesquisa serão apresentadas duas das questões aplicadas, que ilustram bem o resultado desta prática educomunicativa.

Quando indagados acerca do tema abordado, 83,3% dos alunos o consideraram muito importante. Destes, 30% por fazer refletir; 35% por adquirir mais conhecimento sobre o problema do meio ambiente e por precisar cuidar melhor do mesmo; 25% que o assunto é importante para todos; 5% que o filme “Ilha das Flores” ajudou bastante na reflexão; e 5% não respondeu.

Os 16,7% que consideraram importante o “bate-papo” sobre Educomunicação e Meio Ambiente, por exemplo, justificaram suas respostas das seguintes formas: 50% “Porque o meio ambiente é importante e precisa ser cuidado/melhorado”; 25% “Nosso aprendizado melhorou, pois tinha coisa que não sabia e fazia pouco caso”; e 25% não respondeu a questão.

Outra pergunta que foi apresentada aos alunos indagou se mudaram algum hábito após as atividades realizadas: 58,3% disseram “não”; 33,3% “sim” e 8,3% não responderam. Dos que disseram não ter mudado seus hábitos, 57% afirmaram ter feito pensar, mas que ainda não sabiam como ajudar; 28,8% informaram ter mudado sua maneira de interagir com o meio ambiente e 14,3% não responderam. Dos 33,3% que disseram “sim” a esta questão, a justificativa ficou em torno de estarem adequando suas práticas em relação ao lixo, separando para a reciclagem ou destinando ao local correto.

O professor da disciplina de Biologia que acolheu o projeto manifestou opinião favorável para que a atividade fosse realizada novamente e considerou que a mesma aumentou a conscientização e reflexão dos alunos a respeito do meio ambiente, que passaram a entender que fazem parte deste meio e que, a partir desta constatação, precisam adotar comportamentos condizentes para sua preservação, mesmo que no primeiro momento ainda não saibam como fazê-lo.

Em termos de resultados práticos, os alunos elaboraram, em grupos, quatro vídeos a respeito de questões ambientais que refletiam a comunidade onde moravam com sugestões de melhorias para os problemas identificados.

Os resultados apresentados evidenciam que a Educomunicação 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”, conforme afirma Soares (2014, p. 15). Ao desenvolver o projeto junto aos alunos do 2º ano do Ensino Médio, eles tiveram a oportunidade de conhecer aspectos relacionados ao meio ambiente e se expressarem a respeito, tanto no debate quanto no vídeo elaborado pelos mesmos.

4. CONCLUSÃO

Com base no projeto implementado e em seus resultados pode-se afirmar que as práticas educacionais são realmente capazes de estimular jovens a se sentirem parte do meio em que vivem, se reconhecendo como agentes modificadores da sua realidade, principalmente a partir da escola.

Desse modo, a hipótese inicial de que a partir de práticas educativas baseadas no diálogo e na participação, aliadas a tecnologia, ou seja, de ações educacionais, foi confirmada. Assim, é possível impulsionar reflexões e mudanças de atitudes junto aos jovens na escola.

Outra constatação a partir dos resultados desse trabalho é de que a interação entre alunos do Ensino Médio com os de nível superior proporciona estímulo e confiança para os que ainda desejam galgar a faculdade. Outro aspecto é de que os acadêmicos de Jornalismo que integraram essa pesquisa, bem como os seus colegas de turma ao conhecerem o projeto e seus resultados, puderam perceber que é possível unir Educação com o Jornalismo, em uma perspectiva profissional, ao perceberem a Educomunicação como prática a ser exercida pelos mesmos.

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** . São Paulo: Paulinas, 2014.



O Ministério Público dos países da *Comunidade dos Países de Língua Portuguesa* (CPLP): um estudo comparado

Cora Hagino¹; Luiz Felipe de Paula Pinto¹; Dean Almeida¹; Juliana Santos¹; Jullia Ferreira¹

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

RESUMO

O objeto de estudo desta pesquisa é o Ministério Público na Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP), em especial nos seguintes países: Brasil, Portugal, Angola e São Tomé e Príncipe. Utilizamos o método comparado e a análise documental das Constituições dos países estudados e as leis orgânicas do Ministério Público. O objetivo do trabalho é observar entre os Ministérios Públicos da Comunidade de Países de Língua Portuguesa a influência da herança da colonização lusitana, além de comparar suas atribuições e seus modos de funcionamento, com destaque para a autonomia deste órgão frente aos demais poderes. Abordaremos também os reflexos da colonização até os dias atuais, na organização do Judiciário, da sociedade, da linguística e, principalmente na estrutura do Ministério Público. Como resultado podemos apontar a influência da colonização lusitana nas instituições estatais, como no caso do Ministério Público. Esta análise contribui para se repensar o papel do Ministério Público brasileiro defronte aos demais países da CPLP.

Palavras-chave: Ministério Público. *Comunidade dos Países de Língua Portuguesa*. *Colonização*.

1. INTRODUÇÃO

O presente estudo busca analisar o Ministério Público da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP), realizando um estudo comparado. O objetivo desta pesquisa é perceber as diferenças e semelhanças destes órgãos e de seus mecanismos de *accountability*, além da autonomia e discricionariedade das instituições e de seus agentes.

Optamos por analisar o Ministério Público de Portugal e as instituições do Brasil, Angola, São Tomé e Príncipe. Esta escolha decorre do processo de colonização e ao observar as diferenças e similaridades podemos perceber as influências do processo colonial.

2. METODOLOGIA

A metodologia usada nesta investigação é qualitativa e os métodos e técnicas de pesquisa utilizados são: o estudo comparado e a análise documental das Constituições dos países estudados e as leis orgânicas do Ministério Público.

2.1.0 Ministério Público de Portugal

O Ministério Público de Portugal tem por função exercer a ação penal, participar na execução da política criminal definida pelos órgãos de soberania, representar o Estado e defender a legalidade democrática e os interesses que a lei determinar. Possui previsão constitucional localizada no Artigo 219.º/1, da Constituição da República de Portugal, além de gozar de um Estatuto próprio que dita suas diretrizes de atuação e seu funcionamento interno, feito após a Revisão Constitucional de 1997, trazendo a lei 60/98 que instituiu o Estado do Ministério Público.

De maneira linear temos como figuras pertencentes ao quadro desse Ministério: o Procurador-Geral da República, a quem compete ações disciplinares sobre os demais magistrados. O Vice-Procurador-Geral da República, os procuradores-gerais-adjuntos, os procuradores da República. Sob outro aspecto considera-se também magistrados do Ministério Público magistrados na forma de procuradores europeus delegados e o representante de Portugal na EUROJUST e respetivos adjunto e assistente.

Noutro giro, o Procurador Geral do Ministério Público português se dá através da escolha do Presidente sob proposta do governo. Sendo sua destituição ocasionada de maneira igual. Cumpre salientar que, a carga orçamentária do MP é elaborada pelo próprio, tendo como base, uma administração autônoma.

Para ingressar na carreira, faz-se necessário o ingresso no Centro de Estudos Judiciários e aprovação na formação. Sendo sua remuneração atrelada ao fator de

merecimento e antiguidade, entretanto a promoção de tais membros pode se dá através também ao desempenho e avaliação dos serviços dos magistrados.

Dentre outras funções inerentes ao MP de Portugal, a defesa da legalidade democrática, é uma delas. Nessa premissa, o mesmo, mostra-se diretamente veiculado à defesa dos direitos difusos e sociais. Existem casos em que há o exercício por parte dos procuradores de jurisdição aos trabalhadores e suas famílias, evidenciando um caráter social. Ademais, a defesa dos direitos das crianças, jovens, idosos, adultos com capacidade diminuída, bem como de outras pessoas especialmente vulneráveis, também mostra um traço peculiar.

Em título de esclarecimento, cabe também, o ato de fiscalizar a constitucionalidade dos atos normativos, e de exercer funções consultivas, nos termos de seu Estatuto. Ademais, a atividade processual dos órgãos de polícia criminal, nos termos do EMP, cabe aferimento do MP, como também de recorrer sempre que a decisão seja efeito de conluio das partes no sentido de fraudar a lei ou tenha sido proferida com violação de lei expressa.

Portanto, o Ministério Público de Portugal apresenta características próprias que, aduzem sua autonomia perante os outros órgãos da administração pública de seu país. Como também na promoção de ser defensor dos direitos e deveres de matéria de ordem pública.

2.2. O Ministério Público no Brasil

O Ministério Público (MP) brasileiro, da forma como conhecemos, teve sua criação com o advento da Constituição de 1988 no art.127, tendo sido evidenciado sua autonomia e independência funcional. Esta independência do MP faz com que ele tenha uma separação dos outros poderes da república, sendo considerado por alguns autores como um quarto poder.

A função do Ministério Público é zelar pela defesa da ordem jurídica, do regime democrático e dos interesses sociais e individuais indisponíveis, sendo que estas funções ampliaram os poderes do MP, uma vez, que no período ditatorial se via tutelado pelo poder Executivo.

O MP tem como figura central o Procurador Geral da República (PGR), sendo que a indicação do nome que ocupará esta função fica a cargo do Presidente da

República, sendo necessária que seja um profissional de carreira, com mais de 35 anos. Após a indicação do nome do PGR pelo Presidente, ele deve ser aprovado por 2/3 dos senadores e assim será concretizada a nomeação do Procurado Geral pelo mandato de dois anos. Cabe ressaltar, que atualmente os Presidentes brasileiros seguem uma regra de indicar o nome do PGR de um dos nomes da lista tríplice elaborada pelos membros do MP, porém, por se tratar de uma regra não abarcada em lei, é facultativo ao Presidente adotar a regra.

Na atualidade, O Ministério Público tem recebido uma atenção midiática não vista anteriormente, uma vez que seu papel como fiscalizador tem servido de pretexto para a atuação de alguns procuradores e assim investigações contra figuras públicas tem sido cada vez mais constante e trazem consigo vários questionamentos sobre o limite dessas ações e a legalidade de alguns de seus atos.

Portanto, observa-se que o modelo de MP brasileiro se destacada pela sua grande autonomia funcional e discricionariedade, que apesar da indicação de seu chefe passar por outros poderes da república, não há mitigação da independência tão preconizada pela Constituição Federal de 1988.

2.3.O Ministério Público de Angola

A História do país e a colonização portuguesa deixaram marcas para além da língua falada e interferem no modo de acesso à justiça e na organização de órgãos de extrema importância como é o caso do Ministério Público. Então, Boaventura de Sousa Santos (2005) demonstra que as linhas que dividem os países nórdicos, colonizadores daqueles colonizados ainda se fazem presente de diferentes formas e impedem a emancipação. O ministério Público Angolano tem sua organização similar ao português e ao brasileiro, muito por conta da ligação linguística e colonial. A autonomia desse órgão é regulamentada pelo Estatuto dos Magistrados Judiciais e do Ministério Público. Ele possui também regulamentação Constitucional, na secção IV. Já em relação às competências incluem a defesa da legalidade democrática, representar o Estado, exercer a ação penal e defender os interesses que lhe forem determinados por lei.

Um dos pontos de grande importância para o entendimento da autonomia do MP é a questão orçamentária, em Angola a proposta de orçamento é elaborada pela

Procuradoria-Geral da República e encaminhada ao presidente da República, ele pode em último caso encaminhar essa proposta à Assembleia Nacional. Tal como o Judiciário, o Ministério Público não possui autonomia financeira. Além disso, a forma de indicação do Procurador Geral da República, cargo máximo de gerência do MP, faz-se importante para o entendimento da organização do órgão, são nomeados pelo Presidente da República sob proposta do conselho superior da respectiva magistratura entre os Chefes de Departamento com estatuto de Magistrado, Procuradores, Juízes Provinciais, e licenciados em direito, com pelo menos, de cinco a oito anos de experiência e tem a duração do mandato até a exoneração pelo Presidente da República. Já o cargo equivalente ao Promotor brasileiro, os Procuradores provinciais da república são nomeados Procuradores provinciais da república adjuntos e magistrados de igual categoria mais antigos e com boa classificação. Enquanto o acesso demais cargos ocorre por meio concurso de provimento e condicionado ao aproveitamento em posterior curso de formação e ou estágio específico.

2.4. O Ministério Público de São Tomé E Príncipe

Até o ano de 1975, São Tomé e Príncipe ainda era uma colônia portuguesa. Hoje o pequeno país busca construir a *res publica* no molde jurídico normativo do Estado Democrático de Direito. Entretanto, em meio ao processo de construção de república, o país ainda sofre as tragédias da colonização (STIPP), evidenciadas na estrutura clientelista e dominação patrimonialista, que junto com o nepotismo sempre foram meios imprescindíveis para garantir o controle da metrópole.

Insta salientar que em São Tomé e Príncipe não há bibliografia jurídica a ser consultada. Isto é, o país ainda utiliza os códigos penal e processual penal da antiga metrópole. Não possui expressões doutrinárias próprias, nem publicações próprias. Não existe editora jurídica em São Tomé e Príncipe, tampouco existe escola ou faculdade de Direito em São Tomé e Príncipe, sendo necessário estudar fora do país, para licenciar-se em Direito. No quadro ministerial existe a figura dos delegados de procuradores da República, que muitas vezes sequer possuem formação jurídica.

O Ministério Público Santomense recebeu assento constitucional no artigo 130 da Constituição de São Tomé e Príncipe trata da Instituição como um fiscal da legalidade representando os tribunais, o interesse público e social.

No que concerne à autonomia funcional de uma instituição garante-lhe organizar-se e estruturar-se de forma independente. Desdobra-se em autonomia administrativa e autonomia financeira. O Ministério Público santomense não possui autonomia financeira; pois, embora participe na elaboração da proposta orçamentária conjuntamente com o Presidente do Supremo Tribunal de Justiça, não possui qualquer poder de gestão dos recursos destinados à Justiça, conforme dispõe o art. 3º da Lei 8/1991. Quanto à autonomia administrativa, esta também não existe, pois depende do Poder Executivo. Esta dependência surge da função de assessoria jurídica e de advocacia administrativa do Governo, uma vez que o Ministro da Justiça possui poderes de orientação sobre o Ministério Público, dando instruções ao PGR sobre ações civis que o Estado seja parte ou autorizando confissão, transigência ou desistência destas mesmas ações (artigo 21 da Lei Orgânica do Ministério Público, Lei n. 9/1991).

3. CONCLUSÃO

Como se pode perceber no estudo comparado entre os Ministérios Públicos dos países da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (Brasil, Portugal, Angola e São Tomé e Príncipe), a autonomia institucional está presente em todos os modelos. O Ministérios Públicos de Angola e São Tomé e Príncipe ainda trazem resquícios do período colonial, reproduzindo o modelo do MP português e mesmo as legislações portuguesas. No caso brasileiro, o MP apesar de ter influência portuguesa (a Constituição brasileira é de 1988, ao passo que a portuguesa é de 1976) foi além, adquirindo cada vez mais independência e autonomia.

Como resultado pode-se perceber que o Ministério Público português mantém o mesmo nível de discricionariedade que a instituição brasileira, ao passo que o Ministério Público brasileiro possui maior autonomia interna que o órgão português. Neste contexto, conclui-se que o Ministério Público brasileiro possui alto grau de autonomia e discricionariedade, superando o MP da antiga metrópole.

AGRADECIMENTOS E/OU APOIO FINANCEIRO

Agradecimento ao Unifoa pelas duas bolsas de pesquisa concedidas aos alunos Juliana Santos e Luiz Felipe de Paula Pinto.

REFERÊNCIAS

CALABRICH, Bruno. **Modelos de Ministérios Públicos e Defensorías Del Pueblo: Volume 2 Ministérios Públicos da comunidade dos Países de língua Portuguesa** 1.ed. Brasília: ESMPU,. 2014.

HAGINO, Córa. **O Ministério Público em uma perspectiva comparada: Brasil e Portugal.** Florianópolis: Sociedade Brasileira de Sociologia, 2019.

KERCHE, Fábio. **O ministério Público Brasileiro e seus mecanismos de accountability.** Caxambu: ANPOCS, 1999.

MOURÃO, Fernando e PORTO WALTER e MANTOVANINI, Thélmer. **As Constituições dos Países de Língua Portuguesa Comentadas.** Brasília: Senado Federal, Conselho editorial, 2007.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Para além do pensamento abissal: das linhas globais a uma ecologia de saberes.** 2005. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-33002007000300004
Acesso em: 10/junho/2020.

VIEIRA, Pedro e LOPES, Edgar. **"Juízes e Ministério Público: Os Estatutos nos países de língua portuguesa"**. 2017.

O atual cenário do esporte brasileiro e a implementação de projeto de clube empresa

Aline Rodrigues Gomes¹; Aline de Souza Cambraia¹; João Felipe Borges Sanches¹; Pedro Lauriano Soares da Costa¹; Thaiane Caroline de Souza¹

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

RESUMO

Esse estudo objetiva, na atual conjuntura do futebol brasileiro, investigar a situação devedora na qual se encontra a grande maioria dos clubes, acumulando dívidas enormes sem projeção de serem quitadas. Os quatro grandes clubes cariocas – Botafogo, Flamengo, Fluminense e Vasco – se destacaram nesse cenário de má gestão por parte das equipes administrativas. Além disso, destacou-se no ano de 2020 uma situação atípica para o futebol brasileiro, pois se instalou um panorama de pandemia, causada pelo vírus da Covid-19, que agravou ainda mais a realidade devedora dos clubes. Como hipótese de solução para esse problema, foi proposta a observação da situação de clubes de futebol profissionais que se tornaram clubes empresas. Nessa fase de desenvolvimento da pesquisa, traça-se um paralelo entre esses quatro grandes cariocas (clubes sociais) e o Red Bull Bragantino (clube empresa). A pesquisa ainda encontra-se em andamento, mas, como resultado preliminar, foi constatado que a gestão mais qualificada de uma estrutura empresarial é uma solução viável para equalizar as dívidas dos clubes e torná-los autossustentáveis. Inclusive, nessa etapa da pesquisa, é possível afirmar que com uma gestão eficiente, até mesmo uma situação de pandemia pode ser superada por um planejamento bem feito.

Palavras-chave: Clube. Empresa. Pandemia. Gestão. Futebol.

1. INTRODUÇÃO

Na contemporaneidade sabe-se que a prática de esportes provém muitos benefícios para a sociedade, sejam eles físicos ou para entretenimento. Dentre esses esportes, o que se destaca como paixão brasileira é o futebol, que se iniciou no Brasil em 1895, e ultrapassa fronteiras produzindo bilhões como receita. “O futebol não é um jogo. O futebol é a poesia do brasileiro. Nossa prosa é o passe. Nosso verso é o drible. Nossa estrofe é o time. Nosso estribilho é o gol. Nossa metáfora é a vida. Falar de futebol é falar de nós mesmos” (KAS, 2005, p.20).

No Brasil, existem inúmeros clubes profissionais e amadores. Os profissionais, são divididos em séries durante a maior competição do país – o Campeonato Brasileiro, mais conhecido com “Brasileirão”. Ao participarem desse campeonato, os clubes mais bem colocados disputam campeonatos fora do país, fato que aumenta os ganhos financeiros dessas equipes. Em 1998, para auxiliar na administração dos clubes esportivos profissionais foi criada a Lei Pelé em 1998, que dentre outras resoluções, obriga os clubes a atuarem como empresas.

O clube empresa é um clube esportivo atuando como uma organização criada para obter lucro através do esporte. Diferentemente de um clube social, o clube empresa é criado como forma de gerenciamento comercial e como uma sociedade comercial (MELO NETO, 1998). Através desses clubes, o futebol deixa de ser apenas um captador de receita e se torna elemento fundamental na formação de imagem de determinada marca. O clube empresa apresenta algumas vantagens como plano de financiamento de dívidas, redução de taxas e multas, apoio na gestão. “A administração de uma empresa pode ser comparada a uma bela partida de futebol. Na empresa, você passa um trabalho para alguém executar e, no campo de futebol, passa a bola para um companheiro” (GUSSO, ZANETTI, 2001, p. 20). Em grande maioria, esses clubes adquirem suas receitas através da venda de bilheteria, patrocínios, venda de materiais de sua marca e de seus sócios.

Os clubes sociais não possuem fins lucrativos, mantém seu foco em torno de um interesse ou atividade de lazer para a sociedade, atuando com um planejamento prévio. Por esse motivo, seus associados contribuem mensalmente com rateio das despesas correntes do clube. No cenário atual, a maioria dos clubes se encontram fechados devido a um movimento de isolamento decorrente da pandemia da

COVID19, o que certamente impactará a economia dos clubes sociais, já que uma possível inadimplência dos sócios contribui para queda de receitas.

A pandemia da COVID19 impactou não só os clubes sociais, mas os clubes de esportes, em geral, sofreram com a interrupção das atividades e campeonatos. Em março de 2020, todos os campeonatos futebolísticos nacionais foram paralisados pela Confederação Brasileira de Futebol (CBF), trazendo muitas consequências negativas como falta de bilheteria, diminuição de arrecadação, queda do número de sócio torcedores e suspensão de contratos de patrocínios. "o clube de futebol é uma organização que vem ao longo dos anos, reproduzindo a cultura brasileira, das relações tradicionais, pessoal, clientelista e paternalista." (FERNANDES, p. 21, 2000). Em meio à pandemia, os clubes empresas buscaram meios de manter sócios e torcedores, utilizando como alternativa mais engajamento com as mídias digitais.

Para essa pesquisa foram selecionados os quatro grandes clubes cariocas, de destaque no Campeonato Brasileiro, como objetos de estudo – Flamengo, Vasco, Botafogo e Fluminense – com objetivo de consolidar a importância da função administrativa na manutenção de um clube empresa, mostrando os principais problemas enfrentados por alguns clubes, mesmo sendo famosos e tendo grande visibilidade, como é o caso desses quatro grandes clubes. A interferência de uma pandemia não era prevista como hipótese a ser incluída na pesquisa inicialmente, contudo, não é possível ignorar que esse período interferiu e vem interferindo no panorama econômico desses clubes, já que é possível destacar que vinham vivenciando problemas financeiros o Botafogo, o Vasco e o Fluminense, problemas esses que se agravaram durante essa paralisação dos jogos devido à pandemia. A hipótese dessa pesquisa, portanto, é a de que a má gestão é o principal agravante para a crise financeira desses clubes, mesmo antes da pandemia.

Baseado no fato de que a ocorrência de jogos de futebol é instrumento fundamental para arrecadação e entretenimento, e da importância de seus clubes para sua estruturação, esse projeto se justifica pela observação da crise vivida pelos clubes brasileiros e pelo fato de ter havido a votação do projeto de lei "Clube Empresa", em 2019, que viabilizaria economicamente a atuação dos clubes com um suporte de gestão administrativa, e poderia, inclusive, reverter o panorama de má

gestão (comum nos quatro grandes cariocas), atenuando os danos do atual momento de crise por que o esporte tem passado.

2. METODOLOGIA

A pesquisa a ser realizada é classificada como revisão bibliográfica de caráter exploratório de cunho qualitativo. Primeiramente optou-se por fazer um estudo segundo teórico acerca da gestão e da gestão de clubes de futebol nacionais e internacionais, para as abordagens iniciais do tema elencado por esse artigo.

À frente, serão analisados artigos referentes à clube empresa dentro e fora do país, para que seja possível haver comparação com os que já existem e participam dos campeonatos profissionais brasileiros.

Essa pesquisa encontra-se em andamento, e serão necessários mais alguns meses de estudos teóricos e fichamentos para que seja possível chegar a resultados e conclusões assertivos acerca da viabilidade de transformação dos quatro grandes clubes cariocas em clubes empresa.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Schultz (2016, p. 13) afirma que “as organizações estão presentes em diferentes setores vitais e fazem parte das mais diversas atividades do nosso dia a dia”. Nesse trabalho são abordados times de futebol, que são organizações geralmente pertencentes a clubes sociais. Como qualquer organização, os times necessitam de líderes que acompanhem delineiem sua trajetória.

Argyrys (1999) afirma que bons líderes são aqueles que conseguem por meio da comunicação levar toda sua equipe ao alcance dos objetivos, de forma que eles trabalhem em conjunto. E, em alguns times de futebol, esse conceito de trabalhar em conjunto com o líder já está cristalizado. Em 2020, o campeonato brasileiro conta em sua elite do futebol com um clube de formato empresa, o Red Bull Bragantino. Com um aporte financeiro de 200 milhões de reais oriundos da empresa Red Bull para investir em um elenco competitivo e uma estrutura de primeiro mundo, após montar um elenco competitivo com o investimento, o Red Bull Bragantino inicia sua trajetória em 2020 com bons resultados em campo e uma gestão impecável fora dos campos. No entanto, a possibilidade de ver um clube empresa disputando o maior

campeonato de futebol do país foi adiada pela pandemia do Covid-19, que impactou o futebol brasileiro de forma devastadora.

Pessoa (2003) assegura que toda empresa deve possuir um planejamento estratégico, e deve-se realizar um diagnóstico da empresa, para um planejamento exclusivo, pois cada organização apresenta suas próprias características. E, no futebol, não seria diferente, porque cada time demanda uma atenção especial quanto às suas questões de pessoal, econômicas e financeiras. Dessa forma, muitos clubes que já estavam beirando à crise financeira, talvez a teriam evitado se tivessem a estrutura de um clube empresa, com um planejamento estratégico direcionado à sua situação, que só veio a agravar-se, dada a desorganização administrativa. Por isso, é tão importante que se verifique a viabilidade de clube empresa.

A má gestão nos clubes de futebol no Brasil é o principal agravante que os colocou na situação delicada que se encontram hoje, exemplos desses clubes, são Botafogo, Fluminense e Vasco. Essa situação se explica pelo fato de que os gestores que são responsáveis por tomar as decisões não são qualificados para a função, pois na maioria das vezes as decisões são tomadas sem embasamento técnico, À baixa qualidade da gestão dos clubes, Rocco Jr. argumenta:

Apesar de o futebol ser um dos esportes mais populares no Brasil, ele não gera uma receita financeira à altura. Em parte, o motivo é a baixa profissionalização dos clubes esportivos no país. Gerenciados em formato amador, não conseguem competir com seus congêneres no exterior, onde a profissionalização é mais intensa. O artigo mostra que a gestão de nossos clubes precisa evoluir se quiser acompanhar a importância econômica do futebol na atualidade. (2007 p.54)

Existem exemplos de clubes que obtiveram estabilidade financeira através de um projeto de gestão qualificado e equilibrado, como o Clube de Regatas Flamengo, que com uma boa gestão no mandato do presidente Eduardo Bandeira de Melo, conseguiu em quatro anos estabilizar as receitas e despesas do clube. Mas essa é a realidade de pequena parte dos clubes que ainda não são clubes empresa, pois,

Dada a relevância das receitas de radiodifusão, de patrocínio e de licenciamento, o marketing esportivo assume papel estratégico dentro das organizações do esporte. A busca do torcedor e a promoção do fato esportivo assumiram uma complexidade que, até anos atrás, não existia. Novas habilidades e competências passaram a ser exigidas dos gestores

esportivos, em especial daqueles que atuam na relação dos negócios do esporte com seu mercado. (VANCE; NASSIF; MASTERALEXIS, 2015, p. 119)

O Red Bull Bragantino, que é o único clube empresa disputando o campeonato brasileiro, está estável e com as contas em dia durante esse período pandêmico. Já que há no Brasil um projeto de lei, do deputado Pedro Paulo, aprovado em 2019, que visa a implementação do clube empresa como solução real à gestão dos grandes clubes de futebol, o clube Red Bull Bragantino pode ser considerado um exemplo a ser seguido, como precursor do modelo de clube empresa na primeira divisão do Campeonato Brasileiro.

4. CONCLUSÃO

Sabemos que o futebol além de ser uma paixão da nossa sociedade é um grande captador de receita e gerador de empregos seja direta ou indiretamente. De forma a cooperar com esporte surgiram os clubes, que a partir da Lei Pelé, de 1998, precisaram atuar como empresas, agindo com medidas como: plano de financiamento de dívidas, redução de taxas e multas, venda de produtos relacionados à marca, entre outros. Em meio à pandemia houve resultados críticos em relação à parte financeira desses clubes, com a diminuição de bilheterias, perdas de sócios, queda na venda de produtos das marcas e perda de patrocínios.

Com esse breve estudo, foi possível diagnosticar que um dos principais fatores para o falhanço dos clubes empresas é a má gestão, podendo ser evidenciada nos casos dos clubes como Botafogo, Fluminense e Vasco, que dentre os grandes cariocas, não possuem uma gestão adequada. Apesar de não ser clube empresa, o Flamengo, não está em crise financeira, pois conta com uma gestão que já dura quatro anos e que estabilizou suas despesas.

No entanto, há de se levar em consideração o projeto de Lei aprovado em 2019, para que os clubes tornem-se clubes empresa, tomando como exemplo o Red Bull Bragantino, que mesmo durante o período de pandemia, conseguiu manter-se em equilíbrio financeiro. Portanto, a gestão do clube em moldes empresariais acolhida pelo Red Bull Bragantino pode e deve ser vista como uma alternativa viável aos demais clubes, principalmente, aos quatro grandes cariocas – Flamengo, Vasco, Botafogo e Fluminense.



AGRADECIMENTOS E APOIO FINANCEIRO

A presente pesquisa está sendo realizada com o fomento do Centro Universitário de Volta Redonda (UniFOA). A essa Instituição, os nossos mais sinceros agradecimentos.

REFERÊNCIAS

ARGYRIS, C. et all.. **Comunicação eficaz na empresa: como melhorar o fluxo de informação para tomar decisões corretas**. HARVARD BUSSINES REVIEW BOOK. 1999. Disponível em: http://crd2000.com.br/files/Comunicacao_Eficaz.pdf. Acesso em: 28 fev. 2017.

FERNANDES, L. F. F. **A gestão dos Clubes de Futebol como Clube Empresa: Estratégia de Negócios**, Porto Alegre, 2000.

GUSSO, R. e ZANETTI, E. **Administração Futebol & Cia**, São Paulo, Negócio Editora, 2001.

KAZ, L. **Um Século de Futebol – Arte e Magia**. Rio de Janeiro: Aprazível Edições, 2005/2006.

MELO NETO F. P. de **Administração e Marketing de Clubes Esportivos**. Rio de Janeiro, Editora Sprint, 1998.

PESSOA, S. **Comunicação Empresarial, uma ferramenta estratégica**. (2003) Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/pessoa-sonia-comunicacao-empresarial-estrategica.pdf>

ROCCO JR, A. J., **Especial Esporte e Gestão – Clubes esportivos**. São Paulo, Editora GV Executivo, 2007.

SCHULTZ, G. **Introdução à gestão de organizações**. Porto Alegre, Editora da UFRGS, 2016.

VANCE, P.; NASSIF V.; MASTERALEXIS L., **Gestão de Esporte – Casos Brasileiros e internacionais**. Rio de Janeiro, Editora LTC - Grupo Gen, 2015.



O jornalismo de moda, as redes sociais e os influenciadores digitais: uma análise da revista Harper´s Bazaar

Elisa Mabel Vieira da Silva¹; Mariana Cristina Otogalli Teixeira¹

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.
elisa.silva@foa.org.br

RESUMO

Há de se considerar que, com os avanços tecnológicos, não só o jornalismo de moda como os outros segmentos são veiculados por meio de plataformas digitais. Tendo em vista o exposto, este artigo tem como objetivo analisar como o jornalismo de moda tem se apropriado das redes sociais para divulgação do conteúdo publicado nas mídias tradicionais. A metodologia terá caráter qualitativo e dar-se-á por meio de revisão bibliográfica. Trará uma avaliação do conteúdo da revista de moda Haper`s BAZAAR nas mídias tradicionais e como esse conteúdo é trazido para seu perfil no Instagram. Justifica-se a proposta de pesquisa, pois a utilização das redes sociais no jornalismo é recente e a maior parte dos estudos é focada na utilização de determinada ferramenta ou a forma como algum veículo utiliza as redes sociais. Pouco se fala, portanto, em como o conteúdo jornalístico, nas redes sociais, se aproxima dos moldes dos influenciadores digitais, o que traz a relevância desta proposta de pesquisa pelo fato de que os avanços tecnológicos vêm trazendo uma nova perspectiva sobre a maneira de divulgar informação e a forma como o público a consome. O trabalho trouxe como resultado que o Instagram funciona como um recurso utilizado pela revista para atrair o público para seu conteúdo disponível nas mídias mais tradicionais e essas publicações feitas no Instagram são semelhantes às postagens feitas pelos influenciadores digitais.

Palavras-chave: Jornalismo de moda. Redes sociais. Influenciadores digitais.

1. INTRODUÇÃO

O ambiente virtual, proporcionado pela internet, cria, para o jornalismo, formas cada vez mais rápidas de transmissão de mensagens por meio de mídias sociais. Cada vez mais, a mídia tradicional vem utilizando os recursos disponíveis pela

internet, para manter contato direto com o público que consome seu conteúdo. A internet é uma rede que conecta pessoas de todo mundo em tempo real. Para Castells (2001, p.7), "a internet passou a ser a base tecnológica para a forma organizacional da Era da Informação: a rede." Atualmente, podem-se observar diferentes modos de estar conectado a uma rede por meio da internet. Tomemos como exemplo a rede social, "[...] um conjunto de participantes autônomos, unindo ideias e recursos em torno de valores e interesses compartilhados" (MARTELETO, 2001, p.72). Nesse contexto, as redes sociais aparecem como conexões entre pessoas com interesses comuns. Tendo em vista essas premissas, o presente artigo objetiva analisar como o jornalismo de moda tem se apropriado das redes sociais para divulgação do conteúdo publicado nas mídias tradicionais.

Justifica-se a proposta deste trabalho, pois o estudo busca reforçar a importância de se adequar às novas tecnologias sem abandonar as técnicas que norteiam o trabalho jornalístico tradicional o que pode contribuir com uma nova leitura sobre a perspectiva do jornalismo de moda.

2. METODOLOGIA

O trabalho tem caráter qualitativo e dar-se-á por meio de revisão bibliográfica. Trará uma avaliação do conteúdo da revista de moda Haper`s BAZAAR nas mídias tradicionais e como esse conteúdo é trazido para seu perfil no Instagram. Os resultados obtidos na análise do conteúdo divulgado pela revista Haper`s BAZAAR, nas mídias tradicionais e no Instagram serão analisados a fim de estabelecer uma perspectiva sobre o trabalho de revista e suas adequações com as divulgações de influenciadores digitais oferecidas pelo Instagram.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Com os avanços tecnológicos, como o crescimento da internet e o surgimento das redes sociais, o jornalismo de moda, assim como os outros segmentos jornalísticos, viu-se obrigado a se adequar a novos formatos de divulgação de informação. Uma das novas formas de divulgar conteúdo, a qual o jornalismo de moda se adaptou foram as redes sociais. De acordo com Recuero (2009, p. 22), rede social "é o conjunto entre atores e suas conexões". Os atores são as pessoas

envolvidas nas redes analisadas e as conexões [...] “são constituídas dos laços sociais, que, por sua vez, são formados da interação social entre os atores.” (RECUERO, 2009, p.28).

Essa dinâmica de interação fez com que o jornalismo se apropriasse de recursos disponíveis nas redes sociais para ampliar seu alcance. No Instagram, por exemplo, os recursos disponíveis são utilizados para divulgação de links que levam o leitor para as matérias disponíveis no site do veículo, publicidade, como também para divulgar novos conteúdos construídos, exclusivamente, para o formato da rede social.

Esse processo de adaptação de conteúdo leva o nome de transmídia, que segundo Martino (2014, p.38) é uma “narrativa que se desdobra em várias plataformas e formatos, cada uma delas trabalhando em sua própria linguagem e acrescentando elementos novos ao conjunto da história [...] “são também uma maneira de atrair consumidores de diversos nichos para o produto oferecido. “As relações de consumo e as experiências do sujeito são expostas de forma íntima (SILVA, 2012, p.6). Outro ensinamento do autor postula que “tal exposição pressupõe uma espera ou convicção na promessa de ser visto, não ser esquecido.” (idem). Nasce, então, a figura do Influenciador Digital. A palavra que deriva do termo em inglês *Digital Influencer*, surgiu em 2014 quando criadores de conteúdo, passaram a utilizar diferentes plataformas para divulgar informações. Esses influenciadores eram, inicialmente, denominados Blogueiros, criadores de conteúdo para *blogs*. A palavra *blog* é a abreviatura de *weblog* que, como colocado por Gomes (2005, p.311) seria “uma página na Web que se pressupõe ser atualizada com grande frequência através da colocação de mensagens [...]”. A partir de 2014, os blogueiros passaram a divulgar seus conteúdos, não somente, nos *blogs*, como também, no Youtube, plataforma que, de acordo com Carlón (2013, p.109-110) seria “meio de acesso público no qual os usuários pudessem hospedar seus vídeos [...] abrir a possibilidade de colocar arquivos (sonoros, visuais, audiovisuais) na rede para que possam ser visualizados e/ou baixados por outros.” Nesse contexto os blogueiros ganharam o nome de Vlogueiros, produtores de vídeos para o Youtube e que levou, mais tarde, á uma terceira nomenclatura, os *Youtubers*.

Os influenciadores têm utilizado, cada vez mais, o Instagram como meio para divulgação de conteúdo e interação com o público. “Dessa forma, o influente é um

dos responsáveis por ideias, comportamentos e produtos se disseminarem entre as pessoas", como afirma (ZANETTE, 2011, p. 21). Partindo, portanto, do pressuposto de que a melhor divulgação de um produto é a opinião passada de uma pessoa para a outra, as empresas veem nos influenciadores uma forma de chegar a um número cada vez maior de consumidores, de forma cada vez mais rápida e mais eficaz que nas mídias tradicionais. No ponto de vista de Karhawi (2017, p.55), [...] "para ser capaz de influenciar, em alguma medida, um grupo de pessoas, pressupõe-se um destaque, prestígio; algum tipo de distinção em meio ao grupo." e os influenciadores assumem esse papel de destaque nas redes sociais.

A fim de não perder público nem anunciantes, o jornalismo de moda ingressou nas redes sociais, adequando seu conteúdo às transformações impostas pelas evoluções tecnológicas e de comportamento. A semana de moda de Paris, realizada em fevereiro de 2020, mostrou as coleções de inverno de grifes da alta costura. Foram analisadas as publicações, da Revista Harper's Bazaar, referentes ao desfile da marca Dior. A primeira publicação, feita pela revista, a respeito do tema, foi feita em seu site. A chamada convida o leitor a acompanhar a transmissão ao vivo do desfile, que aconteceria em seu perfil do Instagram. O texto trazido pela chamada dizia,

Nesta terça-feira (25.02) tem desfile da **Dior** na semana de moda de Paris. O show acontece às 10h30, horário de Brasília, e **Bazaar** traz o live streaming do show. Assista acima, e acompanha e nossa cobertura no Instagram. (HAPERS BAZZAR, 2020, grifo nosso.)⁶

As palavras sublinhadas no texto, são *links* que levam o leitor a outros ambientes, como por exemplo, a palavra "Instagram" que direciona o leitor ao perfil da revista na rede. Essa é uma das maneiras de utilização da narrativa transmídia que, como já mencionado neste trabalho, utiliza o que cada mídia tem de melhor para divulgar a informação para o público, da melhor forma. Podemos observar, também, a adaptação no texto que, diferentemente da versão impressa, aparece apenas em forma de chamada, sem maiores detalhes. Nesse caso, a chamada publicada no site direciona o leitor a outras matérias relacionadas ao tema e ao perfil do Instagram que é outro meio eletrônico de publicação de informação. Por meio do *link* de

⁶ HAPERS BAZZAR - Disponível em: <https://harpersbazaar.uol.com.br/moda/dior-assista-ao-desfile-de-inverno-2020-ao-vivo/>. Acesso em: 30 de setembro de 2020.

direcionamento ao perfil no Instagram, o leitor pode acompanhar a cobertura do desfile através das publicações nos *storys*, feitos pelo editor de moda da revista, Rodrigo Yaegashi. O evento foi transmitido, em tempo real, por meio da ferramenta "ao vivo" disponível nos *storys*, que permitem a transmissão de vídeos ao vivo, por 60 minutos. Ao fim da transmissão, o vídeo é publicado no IGTV e fica disponível para acesso em qualquer momento, como ocorre nos perfis dos influenciadores digitais.

Após o fim do desfile, a revista fez uma publicação em seu *feed*, com a seguinte legenda,

Dando início à #pfw, a @dior de @mariagraziachiuri parte de fotos e memórias da diretora criativa da sua mãe, também estilista. [...] Vale lembrar que Maria Grazia foi a primeira a resgatar as franjas na temporada couture, e agora elas voltam em uma versão mais usual nesse prêt-à-porter. Claire Fontaine, coletivo de artistas feministas (@readymadeartist) que colabora com Grazia nesta temporada, traz este discurso para o cenário. O chão, por exemplo, foi coberto com páginas do "Le Monde", na obra intitulada "Le Monde Pixelisé". E letreiros luminosos posicionados acima da plateia complementavam os looks e, discretamente por debaixo da alfaiataria impecável da marca surgiam t-shirts com as palavras ou frases estampadas. Duvidam que serão hit? Por (@rodrigoyaegashi) #pfw #bazaarnapfw #dior. (HAPERS BAZZAR, 2020, grifo nosso).⁷

No texto podemos observar, portanto, particularidades próprias do Instagram e de postagens realizadas pelos influenciadores digitais como, a utilização do @ e #*hashtags* que funcionam como um *links* que levam o seguidor aos perfis da marca, do editor da revista e outras publicações. Entretanto, as características jornalísticas, presentes no texto não são deixadas de lado.

4. CONCLUSÃO

Observou-se que o jornalismo se apropria das ferramentas disponíveis no Instagram para publicação mais informais, a fim de aproximar-se dos usuários que buscam, entretenimento através da plataforma. As publicações informam o público sobre os eventos e assuntos relevantes a moda de maneira mais genérica. Caso o leitor queira informações mais detalhadas, a revista disponibiliza links que levam o seguidor ao site. Conclui-se que o Instagram funciona como um recurso utilizado

⁷ HAPERS BAZZAR - Disponível em: <https://www.instagram.com/bazaarbr/?hl=pt-br>. Acesso em: 30 de setembro de 2020.

pela revista para atrair o público para seu conteúdo disponível nas mídias mais tradicionais. Dessa maneira, o jornalismo de moda se mantém atual, sem perder a essência jornalística.

REFERÊNCIAS

CALDAS, D. **Observatório de sinais: teoria e prática da pesquisa de tendências**. Rio de Janeiro: Senac, 2006.

CALDAS, Dario. **Universo da moda**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 1999.

CARRERA, Fernanda. Instagram no Facebook: uma reflexão sobre ethos, consumo e construção de subjetividade em sites de redes sociais. *Animus*. **Revista Interamericana de Comunicação Midiática**, v. 11, n. 22, 2012. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/index.php/animus/article/view/6850> Acesso em: 17 de março de 2020.

CARLÓN, Mario. **Contrato de fundação, poder e midiaticização: notícias do front sobre a invasão do YouTube, ocupação dos bárbaros**. *MATRIZES*, v. 7, n. 1, p. 107-126, 2013. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/1430/143027494008.pdf>. Acesso em: 30 de maio de 2020.

CASTELLS, Manuel. **A galaxia da internet, reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

FLORES, Ana Marta Moreira. Jornalismo de moda made in Brazil: características da prática. *Fronteiras-estudos midiáticos*, v. 20, n. 1, p. 41-51, 2018. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2018.201.04>. Acesso em: 20 de março de 2020.

GOMES, Maria João. **Blogs: um recurso e uma estratégia pedagógica**. 2005. Disponível em: <<https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/4499>> Acesso em: 30 de maio 2020.

HAPERS BAZZAR. Disponível em: <https://harpersbazaar.uol.com.br/moda/dior-assista-ao-desfile-de-inverno-2020-ao-vivo/>. Acesso em: 30 de setembro de 2020.



JOFFILY, Ruth. **O jornalismo e produção de moda**. Editora Nova Fronteira, 1991.

KARHAWI, Issaaf. **Influenciadores digitais**: conceitos e práticas em discussão. Revista *Communicare* 17,2017 disponível em: <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2017/09/Artigo-1-Communicare-17-Edi%C3%A7%C3%A3o-Especial.pdf>. Acesso em: 30 de março de 2019.

MARTELETO, Regina Maria. **Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência da informação**. *Ciência da Informação*, Brasília, v. 30, n. 1, p. 71-81, jan./abr. 2001. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/ci/v30n1/a09v30n1.pdf>. Acesso em: 30 de março de 2020.

MARTINO, L. M. S. **Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes, redes**. Petrópolis (RJ): Vozes, 2014.

RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2009.

RENÓ, Denis; JÚNIOR, Lones D. M. Comunicação Transmídia de Moda: Um Estudo da Edição Norte- Americana da Revista Vogue. Belo Horizonte: Revista Científica de Comunicação Social do UniBH e-Com, vol.11,2018. Disponível em: <https://revistas.unibh.br/ecom/article/view/2578>. Acesso em 23 de maio de 2020.

SILVA, Aldo Clécio Neres. Oráculos da modernidade: O jornalismo de moda e sua relevância social. **Anais do 3º Colóquio Nacional de Moda. Faculdade CIMO, Belo Horizonte–MG, 2007.** Disponível em: http://www.coloquiomoda.com.br/coloquio2017/anais/anais/edicoes/3-Coloquio-de-Moda_2007/3_05.pdf. Acesso em: 10 de maio de 2020.

ZANETTE, Maria Carolina. **Novos influentes: Blogs e sua Relação com consumo**. São Paulo. **Dissertação de Mestrado**, Escola de Administração de Empresas. 2011. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/8862>. Acesso em 23 de maio de 2020.



O direito fundamental às novas tecnologias: entre o homem primitivo e a inteligência artificial

CAVALIERE, Daniele do A.S.¹; GONÇALVES JUNIOR, Luiz Claudio¹

1 – UniFOA, Centro Universitário de VoltaRedonda, Volta Redonda, RJ.
daniele.souza@foa.org.br

RESUMO

A tecnologia é um termo moderno, mas sua prática é muito antiga. O homem primitivo ao construir ferramentas com galhos de árvores e pedra lascada, inclusive, para fazer o fogo, agia com instinto tecnológico para poder sobreviver. O homem contemporâneo colhe os benefícios da vida fornecida aos computadores e à tecnologia em outros tempos, mas, em especial, impulsiona formas mais avançadas de convívio com as máquinas, como é o caso da inteligência artificial. O objetivo geral é mostrar como essa evolução tecnológica afeta a vida das pessoas e porque a pesquisa nesse campo deve ocorrer com responsabilidade, mesmo diante dos enormes desafios que vivemos. Sob o ponto de vista específico, a pesquisa traz conceitos e características da inteligência artificial, apresentando dados envolvendo diversos países, os quais permitem fazer um comparativo com o Brasil. A pesquisa se justifica porque traz informações sobre a incidência da inteligência artificial no âmbito jurídico e advocatício, o que permite ratificar a importância da pesquisa e da inovação acadêmica com o projeto do "Simulador do Processo Eletrônico", do UniFOA, o qual é tão promissor como outras máquinas inteligentes em funcionamento na Justiça. Metodologicamente, trata-se de pesquisa contendo dados estatísticos e bibliográficos, no seu formato digital e físico, bem como, a experiência acadêmica em construção. A pesquisa não visa adotar nenhuma inteligência artificial estrangeira de sucesso, mas espera-se uma reflexão sobre o impacto dessa tecnologia para as futuras gerações.

Palavras-chave: Direito fundamental. Novas tecnologias. Primitivo. Artificial.

1. INTRODUÇÃO

Essa pesquisa inicia ressaltando a importância dos direitos fundamentais, os quais não podem perecer diante de novas axiologias surgidas em sociedade, como o direito fundamental às novas tecnologias. Alerta-se para a questão da competitividade e daqueles que não estiverem adaptados aos novos contextos tecnológicos, gerando impactos na área jurídica. Aborda-se o início da inteligência artificial, mostrando, graficamente, os países que mais publicam na área.

Segue-se para o impacto da inteligência artificial no campo jurídico, com destaque para o "Simulador do Processo Eletrônico", uma parceria entre os cursos de Sistema de Informação e Direito, ambos do (UniFOA).

1.1. O direito fundamental às novas tecnologias e à informação digital

Os direitos fundamentais são aqueles imprescindíveis à materialização da dignidade da pessoa humana e são positivados na ordem jurídica interna. Os direitos humanos são positivados na ordem internacional (BARRETTO, 2015, p.26).

A vida das pessoas foi transformada com a chegada da internet, razão pela qual é coerente falar no direito fundamental às novas tecnologias.



Fonte: (ARANTES; BLUM, 2019)

A curva de adoção de usuários de negócios on-line e off-line é muito contundente. As invenções indispensáveis para a vida moderna como a aviação e a eletricidade levaram de 64 a 46 anos para atingir 50 milhões de usuários. O Facebook

levou 4 anos, enquanto o jogo Pokemon Go atingiu a mesma marca em 19 dias. Essa velocidade gera impacto em todos os setores, inclusive, na área jurídica (ARANTES; BLUM, 2019).

2. A HUMANIDADE DIANTE DOS DESAFIOS TECNOLÓGICOS

A retirada de água de poços profundos e os cálculos aritméticos de antigas civilizações valorizaram a cultura científica, assim como, as placas de argila cuneiformes para cálculos astrológicos e o desenvolvimento da escrita. Acredita-se que o ábaco, inventado há 4.500 anos, seja a máquina mais antiga de computar.

Explica Ives G. da S. Martins (2020), que usando a força, muitas sociedades impuseram sua condição aos vencidos. A tecnologia abriu espaço para a substituição dos homens, mas cresce o número de pessoas que se dedicam ao conhecimento. O mundo ficou pequeno e o acesso ao conhecimento gigantesco:

Por outro lado, a competição internacional leva à busca constante de novas soluções tecnológicas para tudo. Com investimento bem sucedido hoje, um determinado produto moderno, pode em poucos minutos tornar absolutamente ultrapassados todos os produtos similares anteriores, com o que a instabilidade gerada pela competitividade é tanto maior quanto mais rápido a humanidade evolua e a multiplicação de gênios da tecnologia ganhem todos os espaços do globo (MARTINS, 2020, p.89).

O caminho da concorrência e do desenvolvimento tecnológico a todo custo traz consequências negativas, pois apenas os mais aptos serão aproveitados. Os desafios ambientais também são enormes.

3. A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL COMO REFERÊNCIA AO DESENVOLVIMENTO

A história da inteligência artificial remonta a 1956, com um workshop organizado por John McCarthy, nos EUA. Discutiu-se temas como computadores, processamento de linguagem natural, redes neurais e teoria da computação, além da inteligência artificial (ARANTES; BLUM, 2019 – grifos dos autores).

Em outras palavras, inteligência artificial é a possibilidade de máquinas replicarem a capacidade cognitiva humana. Enquanto algoritmos constituem conjunto de regras e procedimentos hábeis a solucionar um problema, a inteligência artificial é um campo mais abrangente que visa mimetizar o processo decisório e de assimilação humano para a resolução de problemas (ARANTES; BLUM, 2019).

Dora Kaufman (2019, p.19), diz tratar-se do conhecimento associado à linguagem e à inteligência, ao raciocínio, à aprendizagem e à resolução de problemas, cuja simbiose entre o humano e a máquina acoplar sistemas inteligentes artificiais ao corpo humano (prótese cerebral, braço biônico, células artificiais, etc.).

Existem obstáculos jurídicos imprevistos. É o chamado viés nas decisões, ocasião em que o algoritmo gera resultados moralmente indesejáveis. Pode não ser um erro, expressando preconceitos de forma proposital, razão pela qual o âmbito da inteligência artificial deve ser de responsabilidade (ARANTES; BLUM, 2019).

A BlueDot é uma startup de inteligência artificial com investimentos de U\$ 9,4 milhões recebidos em 2019. Obtém na internet informações oficiais, como boletins de autoridades de saúde ou de entidades como a OMS (cerca de 100 mil por dia, em 65 idiomas), dentre outros. A cada 15 minutos, produz um relatório global sobre cerca de 150 doenças para hospitais da América do Norte, companhias aéreas e 12 agências de saúde pública pelo mundo (MOURA, 2020, p.51).

Os exemplos de casos de sucesso são muitos, o que constitui uma forte perspectiva para investimentos e pesquisas no setor. Observe-se o gráfico a seguir:



Fonte: FAPESP (REDACAO, 2020)⁸

⁸ Notas (1) Publicações dos tipos "Article", "ProceedingPaper" e "Review", da área "Computer Science", Artificial Intelligence", listadas no Incites, esquema Web of Science. Fontes: Incites, Web of Science, Clarivate. Dados baixados em 06/02/2020. Elaboração da Coordenação de Indicadores de CT&I e da Gerência de estudos e indicadores, Fapesp.

O Brasil está na 12ª colocação, com China, EUA e Índia liderando as publicações. Na tendência de que as descobertas científicas sejam revertidas em prol da sociedade, pode-se dizer que a China está em condição privilegiada.

4. ALGUNS IMPACTOS DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NA ADVOCACIA.

Hoje, vivencia-se a indústria 4.0, que alude ao uso de tecnologias para automação e troca de dados, além da internet das coisas e computação em nuvem. Os processos judiciais já estão informatizados, mas apenas nos últimos 20 anos é que foram incorporados à advocacia (MALDONADO, FEIGELSON, 2019).

Maldonado (2019), explica que há muitos aplicativos (apps) que provêm precisas informações sobre os direitos e o modo de exercê-los. Não há um efetivo acesso à justiça, mas existem soluções criativas para pavimentar esse caminho que visa suprir a necessidade de uma pessoa, como o storytelling, drawing, chatbots e uso de voz, sendo que no Brasil há muitas oportunidades nesse setor.

Nos EUA, uma competição comparou os resultados de uma inteligência artificial e 20 advogados na revisão de cláusulas contratuais. A máquina obteve performance idêntica ao melhor advogado (94% de acerto, enquanto alguns advogados alcançaram 67% de respostas corretas). A maior diferença foi no tempo da execução, pois os advogados necessitaram de 92 minutos para a realização da tarefa, enquanto o sistema concluiu em 26 segundos (ARANTES; BLUM, 2019).

5. O "SIMULADOR DO PROJETO ELETRÔNICO" DO UNIFOA: UMA PROPOSTA INOVADORA

Qualquer projeto construído no âmbito universitário torna-se uma grande conquista para a sociedade. É a Ciência em sua essência e a universidade cumprindo a sua principal missão de disseminação do conhecimento.

Entre os dias 15.04.2019 e 29.11.2019, os cursos de Sistema de Informação e de Direito, ambos do UniFOA, finalizaram a primeira etapa do projeto de iniciação tecnológica conhecido por "Simulador do Projeto Eletrônico", a ser aplicado no uso de aulas práticas no Curso de Direito. Atualmente, os professores utilizam o Token da OAB para instrução, porém, são procedimentos limitados, não sendo permissível concluir todas as etapas do processo eletrônico (UNIFOA, 2019).

O equipamento é de aplicação via web e simula diversas funções previstas no Portal de Serviços do Poder Judiciário do Estado do Rio de Janeiro (PJRJ), e os professores poderão demonstrar o funcionamento do processo eletrônico na íntegra, especificamente, nas aulas do Núcleo de Prática Jurídica (NPJ), as quais são realizadas em instância real e com senha do professor. Com o equipamento, professor e aluno poderão acessar todas as aplicações (MEDEIROS et al, 2019).

[...] O simulador proposto está sendo desenvolvido com a utilização do framework, de PHP, Laravel para a construção do back-end (a parte da aplicação que manipula os dados inseridos pelo usuário) e do framework, de JavaScript, Vue.js para a construção do front-end (a parte da aplicação que determina a interface que será utilizada pelo usuário), tendo o portal da FOA como seu local de implementação. Com o uso desta ferramenta, as aulas de processo eletrônico do NPJ da FOA se tornarão mais práticas e intuitivas para os professores e alunos (MEDEIROS et al, 2019).

O Simulador do Projeto Eletrônico é inovador porque permite aos docentes e discentes a execução de práticas acadêmicas e jurídicas até então limitadas pelos meios existentes. O trabalho em conjunto entre os cursos de Sistema de Informação e o Direito, revela o potencial dos mesmos e do (UniFOA) na busca pela qualidade do ensino e da capacidade de pesquisa. Durante o desenvolvimento do projeto, os alunos aprimoraram a funcionalidade da máquina nas reuniões e em testes práticos.

6. CONCLUSÃO

O direito fundamental às novas tecnologias está vinculado ao direito de desenvolvimento, informação e comunicação, imprescindíveis para a efetividade de outros direitos fundamentais. A inteligência artificial é fruto de outras tecnologias que foram utilizadas ao longo da história do homem, motivo pelo qual os desafios estarão sempre presentes.

Se a educação é o caminho para o desenvolvimento, parece coerente que investir em inteligência artificial induz a benefícios que hoje não usufruímos. Neste contexto, é possível falar em inovação e empreendedorismo para conquistas no campo da Ciência. O Centro Universitário de Volta Redonda (UniFOA), procurou se adaptar às novas exigências da sociedade e inovou ao criar o "Simulador do Processo Eletrônico" para o âmbito jurídico.



REFERÊNCIAS

ARANTES, Camila Rioja; BLUM, Renato Opice. A inteligência artificial e machinelearning: o que a máquina é capaz de fazer por você. In: MALDONADO, Viviane Nobrega; FEIGELSON, Bruno (Coord.). **Advocacia 4.0**. São Paulo/SP: Revista dos Tribunais, E-book, 2019.

BARRETTO, Rafael. **Direitos humanos**. 5ª ed. Salvador/BA: Juspodivm, 2015.

CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA (UNIFOA). **Simulador de Processo Eletrônico**. 26.03.2019, 4p. Responsável: Prof.º Adilson Gustavo do Espírito Santo. Disponível em: web.unifoa.edu.br/portal/pesquisa/sys_peq/impressao/impressao.asp?codigo=87710. Acesso em 26 set. 2020.

FUNDAÇÃO DE AMPARO À PESQUISA DO ESTADO DE SÃO PAULO (FAPESP). **Publicações científicas sobre inteligência artificial**. Disponível em: <http://revistapesquisa.fapesp.br/publicacoes-cientificas-sobre-inteligencia-artificial>. Acesso em: 20 set.2020. SP: Revista Fapesp, edição 291, maio, 2020.

KAUFMAN, Dora. **A inteligência artificial irá suplantará a inteligência humana?** Barueri/SP: Estação das Letras e Cores, 2019.

MALDONADO, Viviane Nobrega. O uso da tecnologia em prol da justiça: aonde podemos chegar? In: MALDONADO, Viviane Nobrega; FEIGELSON, Bruno (Coord.). **Advocacia 4.0**. São Paulo/SP: **Revista dos Tribunais**, E-book, 2019.

MARTINS, Ives Gandra da Silva. **A era dos desafios**: a humanidade e os dilemas de sua permanência. São Paulo/SP: Quadrante, 2020.

MEDEIROS, João Paulo Rosa; TEIXEIRA, Leonardo Feliciano; SOUZA, Fernanda Canedo de; BRIGIDA, Thaina; SANTO, Adilson Gustavo do Espírito; CAVALIERE, Daniele do Amaral Souza; GAZONI, Rosenclever L. **Simulador de Processo Eletrônico**. Volta Redonda/RJ: Centro Universitário de Volta Redonda (UniFOA), XIII Colóquio Técnico-científico; V Encontro de Extensão, 2019.



MOURA, Marcelo. Por que vamos ganhar essa guerra, p.50-61. In: ÉPOCA NEGÓCIOS. Como a pandemia vai acabar: impacto da tecnologia no controle do novo coronavirus. São Paulo: **Revista Época Negócios**, n. 158, abr. 2020.