



Anais do  
**XI COLÓQUIO**

TÉCNICO-CIENTÍFICO E III ENCONTRO  
DE EXTENSÃO DO UniFOA

{A Matemática está em tudo}

24, 25 e 26 de outubro de 2017

{HUMANAS E SOCIAIS APLICADAS}



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

**ANAIS XI COLÓQUIO  
TÉCNICO-CIENTÍFICO E  
III ENCONTRO DE EXTENSÃO  
DO UniFOA:  
  
HUMANAS E  
SOCIAIS APLICADAS**

**Outubro de 2017  
FOA**

## EXPEDIENTE

### **FOA**

#### **Presidente**

Dauro Peixoto Aragão

#### **Vice-Presidente**

Eduardo Guimarães Prado

#### **Diretor Administrativo - Financeiro**

Iram Natividade Pinto

#### **Diretor de Relações Institucionais**

José Tarcísio Cavaliere

#### **Superintendente Executivo**

Jairo Conde Jogaib

#### **Superintendência Geral**

José Ivo de Souza

Relações Públicas

Maria Amélia Chagas Silva

#### **UniFOA**

##### **Reitora**

Claudia Yamada Utagawa

##### **Pró-reitor Acadêmico**

Carlos José Pacheco

##### **Pró-reitor de Pesquisa e Pós-graduação**

Alden dos Santos Neves

##### **Pró-reitor de Extensão**

Otávio Barreiros Mithidieri

#### **EDITORA FOA**

##### **Editor Chefe**

Laert dos Santos Andrade

### **Editora FOA**

[www.unifoa.edu.br/editorafoa](http://www.unifoa.edu.br/editorafoa)

#### **FICHA CATALOGRÁFICA**

Bibliotecária: Alice Tação Wagner - CRB 7/RJ 4316

C718a Colóquio técnico-científico do UniFOA.  
Anais do XI Colóquio Técnico-científico e III Encontro de Extensão do UniFOA: Humanas e Sociais Aplicadas. / Centro Universitário de Volta Redonda, outubro de 2017, Volta Redonda: FOA, 2017. 70 p.

Trabalhos nas áreas: ciências biológicas; ciências da saúde; ciências humanas e sociais aplicadas; engenharia, exatas e tecnológicas/ organizado pela Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação, Pró-Reitoria de Extensão, e Núcleo de Pesquisa/NUPE.

ISBN: 978-85-5964-080-9

1. Trabalhos científicos. I Fundação Oswaldo Aranha II. Título.

CDD – 001.42

**COMITÊ ORGANIZADOR**  
**Presidência do XI Colóquio Técnico-Científico**  
**UniFOA**

Alden dos Santos Neves

**Presidência do III Encontro de Extensão do**  
**UniFOA:**

Otávio Barreiros Mithidieri

**Coordenação Geral do evento**  
Denise Celeste Godoy de Andrade Rodrigues

**COMISSÃO ORGANIZADORA**  
Adriana de Souza Forster de Araújo  
Ana Carolina Dornelas Rodrigues  
Augusto Felipe de Souza Leão  
Igor Dutra Braz  
Marcello Silva e Santos  
Monique Osorio Talarico da Conceição

**COMITÊ CIENTÍFICO**  
Adriana de Souza Forster de Araújo  
Aline Mallet  
Ana Carolina Callegario Pereira  
Ana Carolina Dornelas Rodrigues  
Anderson Gomes  
Augusto Felipe de Souza Leão  
Bruno Chaboli Gambarato  
Carlos Alberto Sanches Pereira  
Carlos Eduardo Costa Vieira  
Cirlene Fourquet Bandeira  
Cristiane Gorgati Guidoreni  
Danielle de Carvalho Vallim  
Daniele do Val de Oliveira Lima Santa Bárbara  
Denise Celeste Godoy de Andrade Rodrigues  
Dimitri Ramos Alves  
Elton Bicalho de Souza  
Emanuel Santos Júnior  
Francisco Roberto Silva de Abreu  
Heitor da Luz Silva  
Henrique Wogel Tavares  
Igor Dutra Braz  
Ilda Cecília Moreira da Silva  
Júlio Cesar de Almeida Nobre  
Katia Mika Nishimura  
Laert dos Santos Andrade  
Luciana Machado Santos  
Lucrécia Helena Loureiro  
Marcela Ventura Soares  
Marcello Silva e Santos  
Marcelo Paraiso Alves  
Marcilene Almeida Maria da Fonseca  
Marcos Torres de Souza  
Marcos Guimarães de Souza Cunha  
Margareth Lopes Galvão Saron  
Maria Aparecida Rocha Gouvêa  
Maria de Fátima Alves de Oliveira  
Michel Alexandre Villani Gantus  
Milena Nascimento de Souza Bento  
Monique Osorio Talarico da Conceição  
Otávio Barreiros Mithidieri  
Renata Martins da Silva  
Rhanica Evelise Toledo Coutinho  
Ricardo de Freitas Cabral  
Rosana Aparecida Ravaglia Soares  
Samantha Grisol da Cruz Nobre

Sergio Elias Vieira Cury  
Sergio Ricardo Bastos de Mello  
Silvio Henrique Vilela  
Sirlei Aparecida de Oliveira  
Tallita Vassequi da Silva  
Ursula Adriane Fraga Amorim  
Venício Siqueira Filho

**SECRETARIA**  
Brisa Marcolan Aragão  
Elias José da Silva Júnior  
Lelimar Lopes De Oliveira  
Nadja Naira Batista de Almeida  
Rafael Bernardino da Silva Junior

**COMITÊ DE ADMINISTRAÇÃO CIENTÍFICA E**  
**COMUNICAÇÃO**  
Denise Celeste Godoy de Andrade Rodrigues

**COMITÊ COMERCIAL**  
Lizandro Augusto Leite Zerbone

**COMITÊ EDITORIAL**  
Laert Dos Santos Andrade

**COMITÊ DE INFORMÁTICA**  
**Coordenação**  
Marcelo Passos dos Santos

Fabrcio Santos de Queiroz  
Frederico de Aquino Carneiro  
Thiago Lambert Citeli

**COMITÊ CERIMONIAL**  
Maria Amélia Chagas Silva

## **APRESENTAÇÃO**

O XI Colóquio Técnico-Científico e III Encontro de Extensão do UniFOA é um evento multidisciplinar de periodicidade anual, realizado pela Pró-reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação e pela Pró-reitoria de Extensão do Centro Universitário de Volta Redonda– UniFOA.

O evento foi realizado nos dias 24, 25 e 26 de outubro de 2017 no campus Olezio Galotti, tendo como tema "A MATEMÁTICA ESTÁ EM TUDO.

O objetivo do XI Colóquio Técnico-Científico do UniFOA é estimular e otimizar a pesquisa e iniciação científica entre os discentes, ao mesmo tempo que valoriza o aprofundamento próprio do corpo docente de professores, pesquisadores e profissionais.

Já o III Encontro de Extensão do UniFOA se propõe a divulgar e a incentivar ações de extensão realizadas no meio acadêmico de forma a difundir esse processo indispensável na formação do estudante em conjunto com o ensino e a pesquisa.

No evento desse ano foram recebidos 493 trabalhos, tendo sido apresentados 367 resumos nas modalidades oral e e-pôster. Esses trabalhos foram oriundos de projetos de pesquisa (PIBIC, PIBITI, PIBIC Júnior), de extensão e de dissertações de mestrado, muitos deles com a integração de dois ou mais níveis de ensino e com inserção loco regional.

Os trabalhos técnico-científicos e de extensão apresentados foram organizados em seis anais de resumos: Biológicas, Ensino, Exatas e Engenharias, Extensão, Humanas e Sociais Aplicadas, Medicina e Saúde.

Esperamos que a leitura dos textos possa contribuir com o meio acadêmico e a difusão do conhecimento científico.

**Denise Celeste Godoy de Andrade Rodrigues**  
Coordenadora geral do Evento

## SUMÁRIO

A construção discursiva de um “desastre ambiental” : uma análise da cobertura jornalística ambiental do rompimento da barragem de Fundão, da empresa mineradora Samarco, no município de Mariana (MG).....	8
A crise humanitária mundial no contexto do jornalismo internacional brasileiro.....	9
A Ergonomia Organizacional enquanto ferramenta de QVT - Qualidade de Vida no Trabalho .....	10
A fotografia de espaços urbanos de Volta Redonda como componente de mediação entre o passado e presente.....	11
A importância do processo de <i>empowerment</i> na gestão estratégica empresarial: Desafio dos gestores do século XXI.....	12
A nova contabilidade aplicada à gestão pública e os impactos causados nos profissionais da área técnica: um estudo de caso na prefeitura municipal de Niterói	13
A Produção Coletiva da Pessoa com Deficiência: rastreando mediações .....	14
A resistência da antologia feminina na literatura Brasileira .....	15
A Utilização das Estratégias de Marketing com foco no Público Infantil: Estudo de Caso das Campanhas Compre Baton e Evolução da Empresa Chocolates Garoto.....	16
A visão do movimento feminista por estudantes de Comunicação Social.....	17
Acessibilidade para Animais Domésticos: uma proposta de andador para cães .....	18
Ações educativas em saúde e prostituição na Região Sul Fluminense .....	19
Aspectos Legais, Educação Física e Primeiros Socorros. ....	20
Auditoria Contábil: Aspectos Relevantes na Fiscalização das Contas Patrimoniais .	21
Biomimética aplicada em projeto de design de produto .....	22
Carta da Terra - Disseminação da Consciência Ética Ecológica.....	23
Cinema e Design: uma narrativa construída através dos sentidos, percepções e representações do olhar fotográfico .....	24
Desafios da Comunicação no Ambiente Corporativo .....	25
Desenvolvimento de uma embalagem para uma linha de produtos capilar da Yamasterol com princípios sustentáveis. ....	26
Desenvolvimento de uma Ferramenta de Análise de Marketing Digital .....	27
Desigualdade de gênero no Jornalismo .....	28
Direitos Humanos da Pessoa Idosa e Serviço Social: reflexões dos assistentes sociais sobre o trabalho profissional e o sistema de proteção social. ....	29
Direitos Humanos, Poder Judiciário e Serviço Social.....	30
Economia Criativa, Documentário e Vale do Café: Levantamento do Estado do Conhecimento .....	31
Editoriais de Moda das Revistas Vogue e Elle no Intercom Júnior: Resultados Preliminares .....	32

Educação em Direitos Humanos no Ensino Superior: Pacto Nacional Universitário pela Promoção do Respeito a Diversidade e da Cultura de Paz.....	33
Embalagem sustentável para linha de cosméticos naturais: Proposta de design .....	34
Endomarketing da Unimed Barra Mansa: Um estudo de caso.....	35
Estudo de caso sobre os canais informativos e opinativos relacionados às publicações de quadrinhos no Youtube brasileiro .....	36
<i>Ethos</i> e discurso jornalístico na construção da opinião pública: um estudo de caso da revista Veja.....	37
Impacto do ISSQN sobre os Serviços Notariais e de Registro.....	38
Impasses na execução de benefícios requeridos do facultativo de baixa renda e análise das jurisprudências acerca da matéria.....	39
Implementação do <i>Lean Six Sigma</i> em organizações: estudo de caso da empresa V .....	40
Imprensa em tempos de <i>fake news</i> : como o conceito de pós-verdade afeta o jornalismo atual .....	41
Interculturalismo e o Ambiente Escolar: Possíveis Contribuições da Educação Física nas Relações Interpessoais .....	42
Jornalismo Científico: Levantamento do Estado do Conhecimento no Intercom Júnior na Região Sul.....	43
Jornalismo em Saúde com ênfase na depressão: Levantamento do Estado do Conhecimento no Intercom Júnior.....	44
Jornalismo Especializado, Educomunicação e Podcast no contexto teológico .....	45
Limites entre a imputabilidade e a semi imputabilidade: uma releitura do artigo 26 do Código Penal.....	46
Marketing de Guerrilha como Estratégia de Posicionamento: Estudo de Caso Campanha de Halloween do Burguer King .....	47
Moda e E-commerce: Projeto Prada 365 e Posicionamento Marketing .....	48
Mural ACAC: O Jornal Mural no Jornalismo Comunitário .....	49
Normas penais em branco - constitucionalidade .....	50
Notícia e diversão no meio online: o Infotimento no portal G1 .....	51
O Livro do Mestre: O Role-Playing Game na Educação Infanto-Juvenil .....	52
Os eventos sobre Diversidade Cultural: uma prática político-pedagógica adotada pelo Curso de Design do UniFOA para a educação em Direitos Humanos .....	53
Os Pseudoeventos Como Estratégia de Comunicação da Cantora Anitta.....	54
Projeto Cartas: o Curso de Design do UniFOA como parceiro para o desenvolvimento de pingente histórico, utilizando modelagem 3D .....	55
Projeto de Extensão: Oficina Publicidade e Educomunicação para Autoformação Docente - PEAD .....	56
Projeto Interdisciplinar TICs Medicina do UniFOA: NEXT III Formação Continuada.....	57

Projeto Interdisciplinar TICs Medicina no UniFOA: Gestão dos Processos .....	58
Proposta de catalogação para a produção artística da APAE-VR.....	59
Proposta de desenvolvimento de um objeto de apoio ao letramento de pessoas com a doença de Stargardt.....	60
Relação da Linguagem Visual para Crianças com Síndrome de TEA: Proposta de um Livro Infantil.....	61
Representações sobre prostituição nos classificados dos jornais Diário do Vale, A Voz da Cidade e O Globo .....	62
Rescisão trabalhista: quadro normativo regulador das rescisões por justa causa ....	63
Ruídos no Processo de Comunicação Empresarial: Desafio para Gestores .....	64
Sistema de Identidade Visual para um Bistrô Saudável incluindo Projeto De Naming .....	65
Software para gestão de Recursos Humanos de uma Empresa.....	66
<i>Spectre</i> : representações de identidade organizacional.....	67
The Story of Little Black Sambo: um caso para pensar o politicamente (in)correto na literatura .....	68
(Trans)formações da cidade: retratos do Rio antigo em um ensaio contemporâneo	69
Transição do Jornal do Brasil da mídia impressa para o webjornalismo: Levantamento do Estado do Conhecimento no Intercom Júnior.....	70





## **A construção discursiva de um “desastre ambiental”: uma análise da cobertura jornalística ambiental do rompimento da barragem de Fundão, da empresa mineradora Samarco, no município de Mariana (MG)**

**GARCIA, M.A.F.<sup>1</sup>; VIÉGAS, R. N.<sup>1</sup>**

1 – UniFOA - Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.  
[thu15@hotmail.com](mailto:thu15@hotmail.com)

### **RESUMO**

O jornalismo adquiriu centralidade nas diversas áreas do pensamento. Como articulador fundamental, vem sendo cada vez mais explorado e torna-se uma exigência conhecer sua estrutura, forma e discurso dentro da temática ambiental. Reconhecemos a importância dessa discussão para este campo de saber e evidenciamos a necessidade de uma atualização de esforços analíticos para a compreensão da especialização no contexto acadêmico e/ou na experiência da profissão jornalística baseada nos fatos relacionados ao meio ambiente. A ampliação dos espaços para a discussão de temas ainda marginalizados pela grande imprensa – refere-se aqui ao meio ambiente, conforme sustenta Luft (2005) – determina que o jornalismo deve avançar em direção de novos métodos e técnicas para sobressair-se num mercado cada vez mais competitivo; um desafio a ser vencido conjuntamente pelas universidades e, principalmente, pelos próprios profissionais como sujeitos da narrativa jornalística e da comunidade em que estão inseridos. O objetivo da pesquisa é analisar as abordagens do Jornal O Globo sobre o caso do rompimento da barragem do Rio Doce, obra da empresa mineradora Samarco, em Mariana/MG. Nela, de início, são abordadas as implicações da problemática da questão ambiental nos textos jornalísticos. Ao abordar a questão entre o jornalismo e o meio ambiente, procura-se investigar se a falta de políticas editoriais mais avançadas seja um entrave às abordagens mais sistemáticas sobre as questões ambientais. Além disso, serão analisados os “propósitos comunicativos” (SWALES, 1990) do jornal, de maneira a compreendê-lo em suas propostas “ambientais” e em suas abordagens socioambientais. Nesse tocante, procurar-se-á analisar as notícias sobre o rompimento da barragem em Mariana veiculados por tal jornais, de maneira a compreender como cada jornal escolheu os elementos para criá-las (critérios de noticiabilidade) (WOLF, 1995). Examinar-se-á, nesse sentido, as formas de seleção, organização, filtragem e disseminação das informações (BOURDIEU, 1997). Uma vez que o rompimento da barragem do Rio Doce ocorreu na tarde de 5 de novembro de 2015, analisar-se-á as notícias veiculadas no jornal O globo sobre o rompimento desde a data do acidente até um ano após o ocorrido, ou seja, até 5 de novembro de 2016. Trabalhar-se-á, dessa forma, com um recorte temporal de um ano. Tal material será obtido mediante pesquisa em fontes contidas na Internet (site do jornal objeto de pesquisa e seus acervos digitais).

**Palavras-chave:** Jornalismo ambiental. Rompimento da barragem em Mariana. Jornal O Globo; Critérios de noticiabilidade. Propósitos comunicativos.



## **A crise humanitária mundial no contexto do jornalismo internacional brasileiro**

**DUARTE, B. S.<sup>1</sup>; SILVA, H. L.<sup>1</sup>**

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.  
[duartebruna@gmail.com](mailto:duartebruna@gmail.com)

### **RESUMO**

O jornalismo internacional é uma editoria criada que, genericamente, abrange todo conteúdo informativo sobre o exterior de cada país de origem. No Brasil, esta especialização se delimita, em grande parte, a assuntos internacionais reciclados de veículos estrangeiros. Assim como as agências de notícias que viabilizam informações para esta apuração a longa distância. No contexto das crises mundiais, o jornalismo tem um importante papel na repercussão dessas notícias e na forma com que estas são produzidas e divulgadas, já que, este processo, é determinante na formação da perspectiva de mundo do leitor. A recente crise humanitária mundial eclodiu no início de 2017 e foi anunciada pela ONU como sendo a pior crise desde o fim da Segunda Guerra Mundial, em 1945. Cerca de vinte milhões de pessoas enfrentam uma situação de extrema fome no Iêmen, no Sudão do Sul, na Nigéria e na Somália. Desta forma, observa-se a necessidade de avaliar a atuação da imprensa brasileira, visando compreender a sua autonomia na produção de tais conteúdos. Para tanto, a metodologia de pesquisa será a análise do jornal O Estado de São Paulo, um dos maiores em tiragem no Brasil. É de relevância social e acadêmica uma investigação aprofundada sobre o tema. Social, pois envolve países em situação de risco que, por meio da mídia, fazem um chamado urgente de ajuda para todo o mundo e, acadêmica, pois são raros os estudos em jornalismo internacional. É pressuposto que, a apuração nas redações da editoria de Inter, seja abalada pela presença das agências de notícias como principais fontes de informação e pela falta de jornais que mantém um link direto com o mundo, em decorrência do alto custo financeiro necessário para manter profissionais no exterior – obstáculos que podem dificultar a produção jornalística brasileira. A pesquisa encontra-se em andamento com previsão de conclusão para outubro, e pretende confirmar, ou não, a problemática apresentada.

**Palavras-chave:** Jornalismo internacional. Jornalismo brasileiro. Crise humanitária mundial.

## **A Ergonomia Organizacional enquanto ferramenta de QVT - Qualidade de Vida no Trabalho**

**SANTOS, M. S.<sup>1</sup>; SOUZA, A.R.<sup>1</sup>; REIS, P.N.C.<sup>1</sup>; CAMPOS, L.S.<sup>1</sup>; SILVA, M.O.<sup>1</sup>;**

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.  
[marcello.silva@foa.org.br](mailto:marcello.silva@foa.org.br)

### **RESUMO**

Conforme a Organização Mundial da Saúde (OMS), a origem da expressão Qualidade de Vida no Trabalho remonta a uma declaração do presidente dos Estados Unidos, Lyndon B. Johnson, ao declarar que “os objetivos não podem ser medidos através do balanço dos bancos. Eles só podem ser medidos através da qualidade de Vida que proporcionam às pessoas”. Na definição da OMS Qualidade de Vida é “A percepção do indivíduo de sua posição na vida e no contexto a sua cultura e sistema de valores nos quais ele vive e em relação aos seus objetivos, expectativas, padrões e preocupações”. No Brasil, Eda Fernandes, uma das pioneiras do movimento, afirma que a QVT “está intimamente ligado a democracia industrial, a humanização no trabalho, cuja corrente mais forte é a francesa, que utiliza como metodologia científica o depoimento sistemático dos empregados sobre suas atividades”. Essa colocação encontra respaldo na proposta da Ergonomia, uma disciplina científica que visa a adequação de postos e atividades de trabalho às necessidades psicofisiológicas dos trabalhadores, dentro de critérios de saúde, eficácia e segurança ocupacional. Assim sendo, parece lógico utilizar princípios e ferramentas de Ergonomia em contextos onde os aspectos humanos da atividade de trabalho sejam mais importantes ou relevantes que os recursos tecnológicos disponíveis. Em geral, as organizações e seus responsáveis ignoram ser necessária a adoção de formas de planejamento, execução e avaliação das diferentes etapas do processo de forma a melhorar não apenas aspectos relacionados aos condicionantes ambientais, como também outros fatores, como clima organizacional, motivação, etc. Isso decorre de uma visão limitada em que os processos são vistos de forma isolada e não integrados, como deveria ocorrer em um sistema de produção. As técnicas convencionais para análise de processo, como os processos de O&M, por exemplo, não têm apresentado bons resultados em situações onde o comportamento humano influi diretamente nos indicadores operacionais. A Ergonomia possui três dimensões distintas que são utilizadas de acordo com a natureza do estudo: a Ergonomia Física, a Cognitiva e a Organizacional, que lida com questões associadas aos componentes estruturais associados às empresas ou entidades às quais vinculam-se os trabalhadores ou à própria Organização do Trabalho (no sentido de *Job Design*). A ação em Ergonomia Organizacional parte do princípio que as mudanças no ambiente de trabalho deveriam ser originadas a partir daqueles mais afetados pelos seus possíveis resultados, ou seja, os próprios trabalhadores. Esse estudo busca validar essa premissa e apontar possíveis modelos de gestão.

**Palavras-chave:** QVT. Ergonomia. Organização.

## **A fotografia de espaços urbanos de Volta Redonda como componente de mediação entre o passado e presente**

**ANDRADE, L. S.<sup>1</sup>; GONÇALVES, D. B.<sup>1</sup>; CHAVES, R. B.<sup>1</sup>; MACHADO, S. W.<sup>1</sup>;  
PEREIRA, A. P.<sup>1</sup>; CERQUEIRA, R. M. B. O.<sup>1</sup>**

*UniFOA – Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.*  
[laertdossantos@yahoo.com.br](mailto:laertdossantos@yahoo.com.br)

### **RESUMO**

A cidade de Volta Redonda, localizada no interior do Estado do Rio de Janeiro, cresceu em torno da Companhia Siderúrgica Nacional. A partir da década de 1940, a CSN foi responsável pela urbanização da cidade que era em sua maioria habitada por funcionários da indústria. Este contexto repercutiu no planejamento e arquitetura dos espaços urbanos, bem como em toda estrutura social e econômica do município. Esta pesquisa faz parte de um Projeto de Iniciação Tecnológica desenvolvido pelos cursos de Design, Jornalismo e Publicidade e Propaganda do Centro Universitário de Volta Redonda (UniFOA) que pretende identificar os sentidos das mudanças e permanências do espaço urbano da cidade de Volta Redonda. Para isso, fotografias antigas de diversos pontos da cidade foram selecionadas e identificadas para serem justapostas com fotografias produzidas pelos pesquisadores nos mesmos lugares, a partir dos mesmos ângulos. O projeto objetiva desenvolver, como produto final, um website, que permita aos visitantes a comparação das imagens antigas e atuais, apoiadas em um texto histórico explicativo sobre cada uma delas. Isso será possível com a utilização de um software específico que permite esta interatividade. Estima-se que a partir deste trabalho, o site possa ser além de um meio de divulgação científica, uma fonte de pesquisa para estudantes de ensino fundamental e médio, além de estimular outros acadêmicos e pesquisadores a buscarem mais conteúdos acerca desta temática. Acredita-se que resgatar a memória coletiva por meio de fotografias pode colaborar para a compreensão de como estes espaços se relacionavam e se relacionam com a sociedade, como evoluíram e estabelecem significados, identificação para com os cidadãos que pertencem a esta localidade.

**Palavras-chave:** Fotografia. Espaço Urbano. Memória.



## A importância do processo de *empowerment* na gestão estratégica empresarial: Desafio dos gestores do século XXI

**REIS, P.N.C. <sup>1</sup>; CONCEIÇÃO, D. V. <sup>1</sup>;**

<sup>1</sup> – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.  
[danielavital\\_bp@hotmail.com](mailto:danielavital_bp@hotmail.com)

[patricia.nunes@foa.org.br](mailto:patricia.nunes@foa.org.br)

### RESUMO

O mundo encontra-se cada dia mais globalizado e progressivamente competitivo. Para tanto, vem exigindo das organizações novos formatos na intenção de melhor sobressair no ambiente empresarial. Nessa vertente, acredita-se que uma equipe altamente motivada constitui resultados positivos nas organizações e há uma satisfação de todas as partes envolvidas. Os gestores do século XXI devem engajar para liderar seus colaboradores na busca de mudanças organizacionais. A ferramenta *empowerment* tem sido considerada no âmbito organizacional como sendo uma nova forma de liderar visto outorgar poder aos colaboradores promovendo a melhoria no processo de tomadas de decisão. Convém, neste ponto destacar, que o *empowerment* está relacionado à liderança e, conseqüentemente, à cultura organizacional. A dinâmica requer que o gestor empodere seu colaborador responsabilizando-o pela tomada de decisão a fim de aprimorar os procedimentos. Outrossim, parte da hipótese de que quando os líderes dão autonomia para os colaboradores eles se sentem valorizados, e, por conseguinte, são motivados e os resultados costumam ser positivos. Infere-se que a pesquisa teve como objetivo identificar as estratégias adotadas pelos líderes no intento de delegar responsabilidades aos colaboradores; e, estabelecer modelo de avaliação de desempenho a ser adotado pelos gestores a fim de empoderá-los. O Desenvolvimento da pesquisa foi pautado em obras de leitura corrente, artigos de periódicos indexados e dissertações de mestrado e teses de doutorado que tratam cultura, liderança, *empowerment* e gestão de pessoas. A fim de delimitar a pesquisa deste referido projeto, optou-se por trabalhar os aspectos da cultura organizacional, liderança, *empowerment* e gestão estratégica de recursos humanos. Buscando outras possibilidades, a autora o modelo de avaliação 360 graus pelo fato da mesma, ao ser aplicada, favorecer captar diversas opiniões e não apenas a do superior e a autoavaliação.

**Palavras-chave:** Empowerment. Liderança. Cultura Organizacional. tomada de decisão

## **A nova contabilidade aplicada à gestão pública e os impactos causados nos profissionais da área técnica: um estudo de caso na prefeitura municipal de Niterói**

**REIS, P.N.C.<sup>1</sup>; BATISTA, G. F.<sup>1</sup>; LIMA, J. N. A.<sup>1</sup>**

*1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.  
[patricia.nunes@foa.org.br](mailto:patricia.nunes@foa.org.br)*

### **RESUMO**

A Contabilidade Pública tem fundamentação legal na Lei Federal nº 4.320/64 que institui normas gerais de Direito Financeiro para elaboração e controle dos orçamentos e balanços da União, dos Estados, dos Municípios e do Distrito Federal e na Norma Brasileira de Contabilidade Técnica - NBC T 16. O objetivo da Contabilidade aplicada ao Setor Público é o de fornecer aos usuários informações sobre os resultados alcançados e os aspectos de natureza orçamentária, econômica, financeira e física do patrimônio da entidade do setor público e suas mutações. Já o objeto da contabilidade pública é o patrimônio público. A presente pesquisa pretende analisar como os profissionais da área técnica que participam da implantação das Normas Brasileira de Contabilidade Aplicada ao Setor Público (NBCASP) estão enfrentando, na prática, as mudanças técnicas oriundas do E-cidade na gestão municipal. O Desenvolvimento da pesquisa foi pautado em obras de leitura corrente, artigos de periódicos indexados e *dissertações* de mestrado e teses de doutorado que tratam do tema central. Niterói é a cidade do Estado do Rio de Janeiro que realiza a melhor gestão de suas finanças. O município foi o único do estado a alcançar a excelência na gestão de suas contas públicas em 2016, e também conquistou o sexto lugar no *ranking* nacional. Acredita-se que as ações estratégicas utilizadas pela Prefeitura Municipal de Niterói, integradas a um conjunto amplo de medidas na implementação do E-cidade, possa evidenciar, o que levou os contadores a saírem da zona de conforto e a arregaçarem as mangas, demonstrando resultados satisfatórios, a ponto de tornarem exemplos para as cidades do sul fluminense, que, na prática, não conseguirem êxito na implementação do software E-cidade na gestão Municipal até a presente data.

Outrossim, o uso do *software* público está balizado na Instrução Normativa N° 01, que dispõe sobre os procedimentos para o desenvolvimento, disponibilização e uso do *Software* Público Brasileiro. O *software* é amparado pelo Ministério do Planejamento e, entre as vantagens da sua utilização está a contenção de recursos, a liberdade de escolha dos fornecedores e a garantia de continuidade da ferramenta. Ressalta-se que o e-Cidade foi desenvolvido em parceria entre a empresa Dbseller e a Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação (SLTI) do Ministério do Planejamento.

**Palavras-chave:** Contabilidade Pública. E-cidade. Dbseller

## **A Produção Coletiva da Pessoa com Deficiência: rastreando mediações**

**GONÇALVES, N. C.<sup>1</sup>; NOBRE, J. C. A<sup>1</sup>; OLIVEIRA, I. R. S.<sup>1</sup>; SANTOS, J. A. <sup>1</sup>;  
SILVA, C. F.<sup>1</sup>; SILVA, D. K. L. R. <sup>1</sup>**

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

### **RESUMO**

A concepção de pessoa com deficiência tem se revelado como bastante instável ao longo da história. Na Grécia antiga, crianças com deformidades físicas eram traduzidas como tendo características sub-humanas e descartadas sumariamente. Um corpo bem delimitado, perfeito, seguia como referência. No antigo Egito, diferentemente dos gregos, a deficiência se articulava com a concepção de um humano divinizado. Na antiga Palestina, também imbricada com aspectos religiosos, a deficiência era processada como marca de pecado, punição divina. Já no início da Era Cristã, apesar do pecado ainda estar articulado à deficiência, começam a despontar práticas de acolhimento, como as ocorridas em hospitais cristãos. Mais a frente, na Idade Média, com a Inquisição, a deficiência ficou intensamente imbricada com a concepção de relacionamento direto com o demônio, portanto, um agravamento da amarração com o pecado. Nas Cruzadas, porém, muitos passaram a possuir corpos mutilados derivados de guerras consideradas santas. Tal situação passou a se articular com a produção de um esvaziamento da concepção de uma articulação deficiência/demônio. Com as teorias newtonianas e com a medicina moderna, o corpo passa a ser compreendido como uma realidade mecânica regida por leis universais. Desse modo, uma deficiência começa a se articular com a compreensão de uma pane, um erro no equilíbrio da respectiva máquina. Normal e patológico seriam opostos a disputar o corpo, sendo tal normalidade entendida como um objeto de contornos anatomofisiológicos bem definidos. Desse modo, estaríamos diante de uma visão normalizadora da vida. Assim, quando voltamos nosso olhar para atitudes inclusivas a envolver uma pessoa com deficiência, encontramos cenários distintos. No modelo médico de deficiência, a deficiência é tratada como anormal, com práticas voltadas para a cura. No modelo da Integração Social, já existe a intenção de uma integração ao social e uma busca por eliminar barreiras de exclusão, porém gerando ambientes segregados que simulam tal vida em comum. No modelo Inclusivista, de modo diferente, a sociedade também busca se adaptar, mantendo um processo constante de mudança no sentido de incluir o diferente. Nesse cenário despontam controvérsias: poderíamos, por exemplo, afirmar que os modelos Médico e da Integração Social encontram-se superados e extintos, cedendo espaço a uma realidade onde a deficiência adquire potência? Utilizando-se do referencial da Teoria Ator-rede, objetiva-se analisar a controvertida e contraditória rede que produz os contornos daquilo que se entende por “pessoa com deficiência” na atualidade, imbricada com mediadores diversos, na justa medida de seus desvios, suas ações e argumentos.

**Agência financiadora:** Centro Universitário de Volta Redonda.

**Palavras-chave:** Teoria Ator-rede. Pessoa com deficiência. Inclusão.



## **A resistência da antologia feminina na literatura Brasileira**

**NASCIMENTO, A. L.<sup>1</sup>; FERREIRA, S.L.<sup>1</sup>**

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

[luiza.a.l.n@gmail.com](mailto:luiza.a.l.n@gmail.com)

### **RESUMO**

O presente estudo pretende realizar a revisão da antologia literária feminina nas décadas de 40 e 50 sobre a pouca menção midiática dentro da relação da mulher na literatura brasileira. Ao visitar as antologias mais clássicas da literatura brasileira é possível observar as diversas lacunas como a falta de menção sobre sua existência, sua produção e a pouca valorização tanto nas antologias como manuais de literatura. A pesquisa identifica como problemática, que mesmo com as mudanças temporais ainda no século XXI onde os direitos das mulheres são cada vez mais discutidos e resistentes a postura perante a mulher escritora, ainda continua sendo negligenciada, machista, sexista editorialmente, midiaticamente e dentro da crítica literária predominantemente masculina demonstrando que a situação mulher e o mercado ainda continuam sendo uma contrariedade presciente na pós-modernidade. Acredita-se que com relação aos gêneros literários seria pertinente a mulher os romances, receitas e confissão psicológicas dada à sensibilidade do gênero feminino, essa questão estrutural onde a mulher ainda é colocada apenas como a companheira, mãe e feminina. O sexismo editorial tem como aliado o pseudônimo que a princípio no século XIX fora a forma que as mulheres encontraram para serem publicadas burlando a esfera patriarcal, entretanto, atualmente o uso deste subterfúgio é utilizado para que mulheres encubram seus nomes deixando-os masculinos, com abreviações para se tornarem rentáveis ao mercado editorial. Toda a questão levantada até o momento está dentro do contexto estrutural onde a inferioridade da mulher na sociedade ainda é predominante. Sendo assim, inaceitável que situações como essas ainda sejam endossadas pela mídia tradicional, muitos meios de comunicação não tradicionais tentam reverter à situação de descaso, que a crítica literária reproduz na caracterização da literatura feminina no Brasil contemporâneo seguindo os preceitos patriarcais do século XIX. Por compreender essas questões como congruentes o estudo acerca do tema ainda encontra-se em andamento e em proposta de PIC (projeto de iniciação científica) para compreensão e preenchimento das lacunas históricas e sociais dentro da literatura feminina brasileira, complementado com a questão da falta de visibilidade do meio midiático e editorial.

**Palavras-chave:** Resistência. Antologia. Literatura. Feminina. Brasileira.



## **A Utilização das Estratégias de Marketing com foco no Público Infantil: Estudo de Caso das Campanhas Compre Baton e Evolução da Empresa Chocolates Garoto.**

**SILVA, S. Z.<sup>1</sup>; VITORINO, C. A. P.<sup>1</sup>; MARTINS, D. C. L.<sup>1</sup>; SOUZA, A. R.<sup>1</sup> REIS, P. N. C.<sup>1</sup>**

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.  
[deboramartins@foa.org.br](mailto:deboramartins@foa.org.br)

### **RESUMO**

O presente estudo tem como finalidade analisar a campanha feita pela agência W/Brasil para a empresa Chocolates Garoto, sobre o comercial de TV intitulado “Compre Baton”, veiculado no ano de 1992 e fazer uma breve comparação com a linha de comunicação adotada pela marca em seu último comercial “Evolução”, produzido em 2016, bem como sua adequação ao público infantil. A legislação deixa claro que todo anúncio divulgado em quaisquer veículos, deve ser realizado com clareza e ser de fácil entendimento, não podendo conter práticas abusivas que influenciem o comportamento do consumidor, principalmente quando é destinado ao público infantil. A metodologia utilizada para análise da campanha publicitária “Compre Baton” destinada ao público infantil, contemplou, quanto aos meios, a pesquisa bibliográfica e o estudo de caso e, quanto aos fins, a pesquisa descritiva. Os resultados do estudo demonstraram que a campanha da empresa Chocolates Garoto não é abusiva e não fere o Estatuto da Criança e do Adolescente. De acordo com julgamento feito pelo Conar, foi considerada nula qualquer afronta às referências do Código, portanto o processo foi arquivado. Após esse fato, a Chocolates Garoto lançou outros comerciais, e, no mais recente, veiculado na TV no ano de 2016, intitulado de “Evolução”, a marca continua utilizando modelos infantis, porém, não há evidências de uso de linguagem ou artifícios que desrespeitem a capacidade de entendimento do público infantil.

**Palavras-chave:** Marketing infantil. Chocolates Garoto. Legislação publicitária. Propaganda.

## A visão do movimento feminista por estudantes de Comunicação Social

**MARTINS, I.<sup>1</sup>; ALVES-OLIVEIRA, M.F.<sup>1,2</sup>**

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

2 – LAEFIB, IOC, Fiocruz

[williamgama@hotmail.com](mailto:williamgama@hotmail.com)

### RESUMO

Atualmente o feminismo e as questões de gênero estão em pauta na mídia e no dia a dia das pessoas. Trata-se de um tema polêmico, por apresentar argumentos e visões divergentes pelo público. O movimento feminista data seus primeiros passos desde o século XV, quando ainda nem levava essa nomenclatura e seu fardo. No século XIX, na Inglaterra, teve seu primeiro boom, onde a luta das mulheres centrava-se na obtenção do direito de votos, direito de trabalhar, entre outros. Mas foi na década de 60, nos Estados Unidos, que surgiu o Feminismo Contemporâneo, responsável pelos moldes que a luta carrega até hoje. Queimando sutiãs, exigindo seus direitos jurídicos, políticos e igualdade a partir de manifestações, as mulheres passaram a lutar pela “liberação feminina”, algo mais profundo e que ia além da luta pela igualdade de direitos civis: visava a superação das relações conflituosas com o sexo masculino, e lutava contra o estigma de inferioridade que o sexo feminino carrega. Este estudo busca mostrar a frequência com que os universitários do curso de Comunicação Social, com ênfases em Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Cinema de duas universidades situadas em contextos distintos do estado do Rio de Janeiro, discutem sobre o tema Feminismo. Com a aplicação de um questionário online, contendo duas questões abertas - postado em grupos de Comunicação nas redes sociais - participaram do estudo. Esta pesquisa é descritiva com abordagem qualitativa. Pretendemos descobrir por onde e como esses alunos tiveram o primeiro contato com o tema e como isso afetou a interpretação do movimento por eles. Para analisar a opinião dos pesquisados obtivemos 96 respostas no total. Pelo questionário, excluiu-se qualquer resposta que não fosse de estudante de Comunicação Social, o que nos deixou com uma amostragem de 60 respostas para análise. Notamos que a maioria dos estudantes possui hábitos de leitura, que estão sempre lendo sobre atualidades, e que tanto as notícias como os primeiros contatos que tiveram com o tema feminismo ocorreram por meio da internet. 75% deles se consideram atualizados sobre o que esta acontecendo no país e no mundo, e tem entre os assuntos mais debatidos na roda de amigos, política, entretenimento, vida pessoal, homofobia, machismo, questões de gênero, com apenas uma citação direta ao feminismo. Para esses alunos as questões de gênero são o assunto mais polêmico depois da pena de morte, da política, do aborto e da eutanásia. A visão positiva sobre o feminismo foi de maioria esmagadora, porém mesmo que muitos deles achem que a luta feminista é necessária, concordam que algumas vertentes acabam denegrindo a imagem do movimento fazendo com que o mesmo não seja levado com a seriedade necessária e que seja como um assunto até mesmo enfadonho. Concluímos, portanto, que o feminismo é um tema importante, mas que ainda precisa ser desmistificado e desvinculado da imagem de feminismo (ideologia que prega a superioridade do gênero feminino sobre o masculino. É considerado o equivalente ao machismo).

**Palavras-chave:** Feminismo. Comunicação social. Universitários.



## **Acessibilidade para Animais Domésticos: uma proposta de andador para cães**

**QUEIROZ, T.<sup>1</sup>; ENNES, M.<sup>1</sup>**

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

*[talitaqueirozmelo@gmail.com](mailto:talitaqueirozmelo@gmail.com)*

### **RESUMO**

No Brasil, a quantidade de famílias que criam animais de estimação vem crescendo e se tornando maior do que as que possuem crianças. De acordo com os dados do IBGE do ano de 2013, de cada cem famílias, quarenta e quatro criam cães e só trinta e seis têm crianças de até doze anos. As famílias brasileiras criam cerca de cinquenta e dois milhões de cães contra quarenta e cinco milhões de crianças. Grande parte dos cães são ativos e dinâmicos por sua própria natureza. Por vezes, sua característica de correr e brincar e a necessidade de estarem sempre ativos deve-se ao metabolismo acelerado do animal, que possui altos níveis de energia, os quais necessitam serem gastos. Muitos desses animais sofrem com deficiências, como a física que pode ser causada por meio de acidentes ou problemas de saúde. Dentre as mais frequentes está a paralisia dos membros posteriores. A proposta do projeto é desenvolver um dispositivo para auxiliar na locomoção de cães que possuem deficiência nos membros posteriores, utilizando como apoio o método de Design Industrial – Metodologia de EcoDesign para o Desenvolvimento de Produtos Sustentáveis, que se divide em quatro macros fases, as quais são: proposta, desenvolvimento, detalhamento e teste e otimização do projeto. O emprego do dispositivo traz diversos benefícios para os bichos de estimação, além do auxílio à locomoção. Manter o animal ativo para que não acarrete outros tipos de patologia é um dos principais motivos para recorrer ao seu uso. O produto em desenvolvimento consiste em uma espécie de cadeira de rodas para cães. Após, foram analisados todos os aspectos positivos e negativos dos mesmos e também foram levantados dados sobre público-alvo, medidas caninas, similares, materiais, processos e componentes. Todas as informações pertinentes foram sintetizadas, definindo então os parâmetros projetuais. O presente projeto encontra-se em fase de detalhamento e será concluído ao final do semestre 2017.2 como trabalho de conclusão de curso de Design.

**Palavras-chave:** Acessibilidade. Animais domésticos. Andador para cães. Design de Produto.



## **Ações educativas em saúde e prostituição na Região Sul Fluminense**

**SOUZA, R. A.<sup>1</sup>; FARIA, D. E.<sup>1</sup>; SILVA, I. S.<sup>1</sup>.**

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

[rozanade@uol.com.br](mailto:rozanade@uol.com.br)

### **RESUMO**

A prostituição no Brasil não é considerada crime, mas a exploração sexual e a sua facilitação por dinheiro sim. E entre inúmeros temas que envolvem a prostituição, a saúde é uma das que chamam atenção pelo silêncio e pelo descaso. Estudos apontam para dificuldade de acesso desses profissionais nos serviços de saúde. Muitos que praticam a prostituição se sentem discriminados pelos serviços de saúde, outros nem os conhecem. Prostitutas e prostitutos são mais suscetíveis ao preconceito e à exclusão devido à representação social que está vinculada a sua conduta social. Ainda persiste a imagem da prostituta associada à transmissão de infecções sexualmente transmissíveis, ao uso de drogas e a violência, em virtude do comportamento sexual assumido, considerado pervertido e relacionado ao desvio do modelo padrão de comportamento moralista. Essa representação aliada à falta de conhecimento dos órgãos governamentais sobre a realidade vivida por essas pessoas “encobre” a cidadania a condição e trabalhadoras destas, o que, conseqüentemente contribui para a pouca atenção do Estado e o desconhecimento de suas necessidades para a formulação e adequação de projetos e/ou programas de atenção à saúde direcionadas a esse público. Ações de educação em saúde, através de materiais educativos e informativos podem promover uma mudança no quadro de inacessibilidade aos serviços e programas de saúde. Esta pesquisa pretendeu identificar materiais educativos e informativos produzidos pelo Ministério da Saúde e por cinco municípios da região Sul Fluminense (Volta Redonda, Barra Mansa, Barra do Piraí, Resende e Angra dos Reis) destinados a promover a saúde de pessoas que praticam a prostituição, no SUS. Foram analisados nas campanhas do Ministério da Saúde, materiais informativos direcionados às pessoas que praticam prostituição; levantaram-se junto às Secretarias Municipais de Saúde os materiais educativos e informativos que continham algum conteúdo voltado para a saúde de prostitutas (os). Trata-se de uma Pesquisa com abordagem qualitativa, na qual a análise documental serviu como técnica de coleta de dados. Constatou-se que os municípios não ofertam nenhum material de educação em saúde com conteúdo direcionado às pessoas que praticam a prostituição. A ausência de dados é um elemento importante para a análise destacando a necessidade de se debater o direito à saúde e à produção de ações, principalmente, de promoção e prevenção no campo dos direitos sexuais e reprodutivos. Ressalta-se que os municípios não ofertam nenhum programa de atendimento direcionado, especificamente, aos profissionais do sexo.

**Palavras-chave:** Prostituição. Educação em Saúde. Serviços Públicos de Saúde.



## **Aspectos Legais, Educação Física e Primeiros Socorros.**

**SILVA, R. G.<sup>1</sup>; VIEIRA, B. G. S.<sup>1</sup>; PINTO, D. S.<sup>1</sup>; BENTO, J. S.<sup>1</sup>; SILVA, J. G.<sup>1</sup>**

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

### **RESUMO**

A Liga Acadêmica de Primeiros Socorros do Centro Universitário de Volta Redondo (UniFOA) considerando que o Conselho Nacional de Saúde (CNS) através de sua resolução nº 287/1998 reconhece os Profissionais de Educação Física como Profissionais da área de Saúde e que a prática destes profissionais tem no movimento sua essência, é fato a ocorrência de acidentes ou intercorrências provenientes da prática de exercícios físicos, sejam eles no âmbito competitivo, participativo ou de rendimento. A intenção desta pesquisa é evidenciar quais são os aspectos legais que permeiam a prática de Profissionais de Educação Física com relação aos Primeiros Socorros em caso de acidente ou agravo à saúde de alguém. Inicialmente buscamos artigos científicos relacionados ao assunto em três plataformas: SCIELO, Google Acadêmico e Pubmed utilizando os seguintes descritores: Aspectos legais, Profissional de Educação Física e Primeiros Socorros. O recorte temporal foi de 10 anos e os artigos foram selecionados de acordo com a relação que guarda com os objetivos deste trabalho. Em um segundo momento, percebemos a necessidade de ampliar a investigação nos documentos oficiais como o Estatuto da Criança e do Adolescente, Estatuto do Idoso, Código Civil e Penal, Constituição Federal, além do Código de Ética do Profissional de Educação Física. Percebemos que há uma lacuna quando se trata de questões legais e a prática do Profissional de Educação Física tanto no entendimento como em sua prática, todos os documentos anteriormente citados tratam majoritariamente da questão da omissão ao socorro porém em esfera global, a atenção restrita a responsabilidade do profissional de Educação Física, não fica clara, principalmente no Código de Ética do Profissional de Educação Física. Enquanto cidadãos todos temos o dever legal em prestar assistência, mas a especificidade da atuação do profissional de Educação Física na prestação de socorro é fundamental, para que dessa forma possa atender o mais rápido possível acidentes ocorridos em seu ambiente de trabalho e que sabendo destes riscos recorrentes possam buscar qualificações e aprimoramento no atendimento, através de cursos e capacitações, como por exemplo, a capacitação oferecida pela resolução CREF1 086/2014 para atualizar os conhecimentos obtidos na formação acadêmica.

**Palavras-chave:** Educação Física. Legislação. Primeiro socorros.



## **Auditoria Contábil: Aspectos Relevantes na Fiscalização das Contas Patrimoniais**

**SILVEIRA, C. A.<sup>1</sup>; MARTINS, D. C. L.<sup>1</sup>; SOUZA, A. R.<sup>1</sup>; REIS, P. N. C.<sup>1</sup>**

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.  
[deboramartins@foa.org.br](mailto:deboramartins@foa.org.br)

### **RESUMO**

Este estudo tem por objetivo demonstrar a importância da Auditoria e do Controle Interno como ferramentas para uma melhor gestão administrativa. Os controles e auditorias internas ou externas funcionam como instrumentos de prevenção a erros e fraudes nas contas patrimoniais em âmbito brasileiro, com intuito de demonstrar a relevância e a essência dos controles auditados diante do desenvolvimento econômico das empresas. Através das técnicas, métodos e relatórios de auditoria e controle, podem-se prevenir informações distorcidas que geram conclusões errôneas e danosas para o processo de tomada de decisão nas organizações. A metodologia utilizada é baseada em levantamento bibliográfico por meio da utilização de livros, com vistas a ressaltar as diferenças e similaridades entre os conceitos dados pelos autores pesquisados. O estudo aborda, também, os conceitos de Auditoria Contábil: aspectos relevantes na fiscalização de contas patrimoniais. Foi possível constatar que a relação teórica e prática são indissociáveis. A Auditoria Contábil de contas patrimoniais, portanto, é de suma importância para prevenção de erros e fraudes e para correção de irregularidades.

**Palavras-chave:** Auditoria. Controle Interno. Contas Patrimoniais.



## **Biomimética aplicada em projeto de design de produto**

**PATITUCCI, G.<sup>1</sup>; BELMONTE, L. C.<sup>2</sup>; ENNES, M.<sup>1</sup>**

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

2 – ESPM, Escola Superior de Propaganda e Marketing, Rio de Janeiro, RJ.

[eusougiu@gmail.com](mailto:eusougiu@gmail.com)

### **RESUMO**

A Biomimética é uma área da ciência que surgiu, há pouco tempo. É especializada em estudar sistemas naturais no intuito de copiar ou obter inspirações neles ou em seus processos para a resolução de problemas humanos. O que se assemelha a ela é a Biônica, mas, por entender-se que a ciência do biomimetismo parte para aplicações e estudos mais aprofundados, tomou-se, a decisão de ênfase e utilização de termos relacionados apenas à Biomimética. O termo tem origem grega — *bios*, que é vida, e *mimesis*, cópia, imitação — que, parafraseando, pode ser entendido como "natureza como modelo". Partindo desse princípio, a utilização dela como método auxiliar no projeto de Design torna-se uma ferramenta rica além de facilitar o processo, pois a natureza vem evoluindo e aprimorando seus sistemas e processos ao longo de 3,8 milhões de anos, assim auxiliando os designers na conexão de modelos da natureza com conceitos, formas e funções empregadas a produtos. O foco do presente projeto é justamente o uso da técnica no design de produto, mas, para isso, foi necessária a identificação de uma real demanda, apurada no setor agrícola, voltada para ferramentas e utensílios de jardinagem e horticultura. A tendência do cultivo de hortas em casa vem crescendo, além de estar fortalecendo uma nova área de mercado. O motivo desse crescimento é a busca por alimentos orgânicos e cultivados sem agrotóxicos — movimento conhecido como "*slowfood*" que se opõe ao conceito de "*fastfood*" e que apoia a alimentação saudável. Para a realização do projeto, foi utilizado o método do livro "Metodologia de ecodesign para o desenvolvimento de produtos sustentáveis", que se divide em quatro macroetapas, unido ao método *Design Lens* — desenvolvido pela agência Biomimicry 3.8 juntamente com Janine Benyus, grande estudiosa do biomimetismo — que utiliza os "Princípios da Vida" (padrões de estratégias das espécies, desde o início da existência de vida na Terra) para identificar oportunidades de melhoria nas soluções encontradas. Foram levantados similares das ferramentas mais utilizadas (conforme pesquisa realizada) e suas funções, informações sobre o público-alvo, ergonomia, materiais, processos e componentes, onde características relevantes foram analisadas e sintetizadas para a definição de parâmetros projetuais a serem seguidos. O projeto encontra-se na terceira etapa (fase de Projetação) e será concluído, ao final do semestre 2017.2, em forma de trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de Design.

**Palavras-chave:** Design de Produto. Biomimética. Ferramentas de horticultura.



## Carta da Terra - Disseminação da Consciência Ética Ecológica

**ALVES, P. S. R.<sup>1</sup>; CARVALHO, R. C. S.<sup>1</sup>; FILHO, V. S.<sup>1</sup>;**

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

[patricia.alves@foa.org.br](mailto:patricia.alves@foa.org.br)

[rita.carvalho@foa.org.br](mailto:rita.carvalho@foa.org.br)

[venicio.siqueira@foa.org.br](mailto:venicio.siqueira@foa.org.br)

### RESUMO

O objetivo do projeto foi realizar uma ação relevante no dia do Meio Ambiente. Como objetivo específico divulgar a Carta da Terra para toda a Instituição. Tendo o intuito de causar uma reação positiva nas pessoas em relação ao ambiente que vivemos. Pensar sistemicamente exige uma nova forma de olhar o mundo, o homem, e conseqüentemente, exige também uma mudança de postura por parte do indivíduo, postura esta que propicia ampliar o foco e entender que o indivíduo não é o único responsável por tudo, mas sim que existem relações em conjunto que podem modificar um todo. A Carta da Terra começou em 1987 quando a comissão mundial sobre meio ambiente e desenvolvimento das nações unidas recomenda a criação de uma Declaração Universal sobre Proteção Ambiental e Desenvolvimento Sustentável. Esta nova carta que estabelecerá os principais fundamentos do desenvolvimento sustentável. A Carta da Terra é uma declaração dos povos sobre a interdependência global e a responsabilidade universal, que estabelece os princípios fundamentais para a construção de um mundo justo, sustentável e pacífico. Ela procura identificar os desafios e escolhas críticas para a humanidade enfrentar o século XXI. Seus princípios estão concebidos para servir como padrão comum, através dos quais a conduta de todos os indivíduos, organizações, empresas, governos e instituições transnacionais será dirigida e avaliada (preâmbulo da carta da terra). É um produto de um diálogo intercultural a nível mundial, sobre valores compartilhados e objetivos comuns, que ocorreu nos anos 90 e durou toda uma década. Da terra como um guia ético. O UniFOA como Centro Universitário através dessa ação colaborou para a disseminação da consciência ética ecológica no seu corpo docente, discente e funcionários, colaborando assim para uma consciência global de novos valores em relação ao meio em que todos nós vivemos. Foi desenvolvida pelo Curso de Design a Marca e toda a Identidade Visual, denominada, Minuto Verde. A parte operacional do site foi idealizada pelo Curso de Sistema de Informação em conjunto com o Marketing do UniFOA. A ação ocorreu dentro do site da Instituição, com um cronômetro que fazia a contagem regressiva dos dias até chegar o dia 5 de junho, Dia do Meio Ambiente. Neste dia a Carta da Terra ficou disponível na íntegra para leitura. A validação da ação ocorreu através da contagem do número de acessos ao site durante o período da ação.

**Palavras-chave:** Carta da Terra. Sustentabilidade. Consciência Ambiental. Design. Tecnologia.





## **Cinema e Design: uma narrativa construída através dos sentidos, percepções e representações do olhar fotográfico**

**GOMES, C.C<sup>1</sup>; MACHADO, S. W.<sup>1</sup>**

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.  
[cau.rosaazul@msn.com](mailto:cau.rosaazul@msn.com)

### **RESUMO**

Essa pesquisa mostra a importância e o diferencial na estilística e narrativa da iluminação dentro do cinema, como um dialeto que se desenvolve junto à história do roteiro, segundo análises e conceitos de grandes diretores de fotografia. As técnicas de iluminação interagindo com os elementos da composição “perspectiva e movimento” que também estão relacionados com a estética aplicada ao design dentro das cenas cinematográficas. Descrevemos os três principais tipos de luz e através de pesquisas e estudos bibliográficos, entendemos e relatamos como obter os possíveis efeitos através do manuseio da mesma. Fizemos um breve estudo sobre dois importantes elementos da composição: a perspectiva e o movimento. Fatores que alteram totalmente o significado de uma cena. Contextualizamos esses elementos através de uma análise conceitual e técnica de mapas de luz feitas em dois recortes de cenas do filme “Iluminados”, onde os diretores receberam o mesmo roteiro, os mesmos objetos chaves e seus trabalhos foram desenvolvidos no mesmo set e com as mesmas restrições, porém a estética aplicada ao design através das composições foi o que deu todo um sentido singular à cena nos levando à resultados totalmente diferentes e satisfatórios. Isso acontece por que cada diretor de fotografia possui um olhar, uma percepção e estilos diferentes de trabalho, desenvolvidos e apurados ao decorrer de suas experiências anteriores. E são esses elementos que estão por trás de toda identidade visual de cada trabalho artístico, podemos concluir visualmente o diferencial de cada diretor de fotografia aplicado ao seu trabalho sob seu olhar imagético e sua percepção, agregando valores ao design da cena.

**Palavras-Chave:** Cinema. Fotografia. Luz. Perspectiva. Movimento.

## Desafios da Comunicação no Ambiente Corporativo

**GOMES, A. R.<sup>1</sup>; OLIVEIRA, S. S. S. DE<sup>1</sup>; ALMEIDA, N. C. S.<sup>1</sup>; ANDRADE, A. DE O.<sup>1</sup>; CAMILO, W. S.<sup>1</sup>**

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.  
[aliner Gomes@gmail.com](mailto:aliner Gomes@gmail.com)

### RESUMO

Comunicação é toda manifestação do real, com objetivos direcionados a um contexto que se vive e que corresponde à realidade congênita de todo homem. Ou seja, não importa se nos comunicamos por abraços, livros, sistemas de escritas que não são mais empregadas pela maioria, comunicar está literalmente ligado ao 'estretar de laços' com o nosso semelhante e as condições sociais que o rodeiam. (SOUZA, 2010). Comunicação empresarial é a forma com que a empresa se comunica, seja com o público interno, externo, fornecedores, ou com as comunidades a sua volta. O maior desafio da comunicação empresarial é acontecer de maneira diferente, em tempos diferentes e com cada público de forma distinta. Desse modo, pode-se analisar que a criação de um planejamento de comunicação empresarial de forma eficiente pode trazer sucesso para a organização (BRONDANI, 2015). Em meio a um mercado competitivo a comunicação corporativa é necessária como uma ferramenta estratégica na gestão das organizações (BARROS, 2015). Contudo, existem problemas a serem enfrentados na comunicação empresarial: problemas de linguagem; psicológicos e pessoais; e, os físicos e geográficos. As dificuldades no processo comunicativo começam quando são emitidas mensagens para grupos com expressões e palavras que eles não entendem ou não estão acostumados a usar. O presente estudo tem foco na pesquisa dos métodos comunicativos, resumindo-se ao ambiente empresarial e aos vínculos existentes entre colaboradores e gestores. A comunicação organizacional de uma empresa pode ser dividida em duas vertentes estratégicas: a comunicação interna e a externa, cada uma atende a um público diferente para que se consiga informar e engajar tanto as pessoas de dentro quanto as de fora da instituição. A comunicação externa é aquela que transmite a imagem desejada pela empresa para o público de fora e a comunicação interna engloba ações de comunicação voltadas para o público interno. A presente pesquisa está sendo feita no intuito de buscar soluções para os desafios da comunicação nas empresas. Efetivando-se com uma pesquisa quantitativa, serão utilizados dados de pesquisas bibliográficas, assim como de sites e artigos acadêmicos. Os resultados são pontuais, uma vez que a pesquisa ainda está em andamento.

**Palavras-chave:** Comunicação. Comunicação Empresarial. Planejamento. Organização.



## **Desenvolvimento de uma embalagem para uma linha de produtos capilar da Yamasterol com princípios sustentáveis.**

**MACHADO, A. C. B.<sup>1</sup>; BOTELHO, A. R.<sup>1</sup>**

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.  
[anaclarabarcelosclara@gmail.com](mailto:anaclarabarcelosclara@gmail.com)

[alinerbotelho@gmail.com](mailto:alinerbotelho@gmail.com)

### **RESUMO**

A embalagem tem a função de proteger, armazenar e transportar o produto. Ela leva informações sobre o conteúdo em seu interior para o usuário e ajuda no aumento de vendas do produto, porém ela também ocupa um terço de todo lixo doméstico e a maior parte delas são descartadas depois do primeiro uso. A partir desse problema, foi percebido que o descarte das embalagens de modo geral é feito de forma errada, prejudicando o meio ambiente e quem nele vive. Problema esse que poderia diminuir se passássemos a descartar corretamente a embalagem, objetivando a reciclagem da mesma, diminuindo assim os danos causados por ela. Tendo este problema em foco, o atual projeto consiste no desenvolvimento de uma embalagem para uma linha de produtos capilar da Yamasterol com princípios sustentáveis. Essa empresa foi escolhida por está no mercado há 50 anos e, de acordo com questionário realizado no início do projeto, é conhecida por apenas 35% do público entrevistado. Desse modo, foi percebido uma necessidade de mudança da embalagem visando atratividade e aumento de vendas no mercado. O método escolhido para desenvolvimento deste projeto é de autoria de Elizabeth Regina Platcheck, e consta no livro Design industrial - Metodologia de ecodesign para o desenvolvimento de produtos sustentáveis. Este método consiste em 4 etapas, sendo elas: Proposta, desenvolvimento, detalhamento e teste e otimização do projeto. Para execução deste trabalho também foram utilizadas metodologias complementares, como a proposta por Fábio Mestriner, no livro, Design de embalagem - curso básico. Tal metodologia é constituída por 5 etapas: o *briefing*, o estudo do campo, a estratégia de design, o desenho e a implantação. Após levantamento dados, que consistiu na análise da empresa, assim como análise de de similares, nacionais e importados, delimitando o projeto em seis critérios: estrutural, funcional, ergonômico, morfológico, mercadológico e técnico. Dessa maneira, tem-se a etapa de síntese projetual, onde é feito uma revisão dos parâmetros e dos objetivos para então iniciar as gerações de alternativas. A partir dessa etapa o projeto ainda se encontra em desenvolvimento.

**Palavras-chave:** Embalagem. Produto. Sustentabilidade.



## **Desenvolvimento de uma Ferramenta de Análise de Marketing Digital**

**DE TARCIA, P.<sup>1</sup>; FARIA JUNIOR, J. P. T.<sup>1</sup> ;**

*1 - UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.*

[jasonpaulotavares@gmail.com](mailto:jasonpaulotavares@gmail.com)

### **RESUMO**

Neste Projeto de Iniciação Científica está sendo desenvolvido uma Ferramenta de Análise de Marketing Digital operando no ambiente de internet. Envolvendo várias disciplinas como matemática financeira e linguagem de programação. Este projeto é orientado aos alunos de iniciação científica com o objetivo de publicar artigos em congressos nacionais, internacionais e desenvolver este procedimento automatizado com a finalidade de comercialização. Inicialmente realiza-se a etapa de análise onde se verificou a melhor maneira de executar a tarefa e que recursos serão necessários como, por exemplo: números de programadores, linguagem de programação, hardware, etc. Na próxima fase, chamada de Projeto, determina-se os “Lay-outs” das telas e características do software. Posteriormente insere-se o código do software na linguagem de programação determinada na fase de análise. Em seguida realiza-se os testes no produto para verificar se os requisitos concordados na especificação (Fase de projeto) estão sendo atendidos. O programa desenvolvido nesse trabalho utiliza o modelo de desenvolvimento de softwares denominado de prototipagem Neste processo é importante definir as regras do jogo no início (protótipo). Depois o protótipo é descartado. Assim o software real é submetido à engenharia com o objetivo de buscar a qualidade. Este software apresenta a capacidade de armazenar o banco de dados das empresas e simplificar a escrituração contábil evitando entradas de dados duplicados, registrando e armazenando as informações, um sistema que calcule somas e agrupe números, poupando-lhe infindáveis horas na máquina de calcular. O software também ajudará a definir procedimentos para a manipulação do interminável fluxo de papel que o negócio gera e garanta que o pagamento dos clientes foi registrado de maneira eficiente.

**Palavras-chave:** Análise. Marketing. Digital.



## Desigualdade de gênero no Jornalismo

**CAROLINO, J. B.<sup>1</sup>; FERREIRA, S.L.<sup>1</sup>**

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

*[julia.bueno06@gmail.com](mailto:julia.bueno06@gmail.com)*

### RESUMO

Este resumo visa analisar os principais conceitos e perspectivas que são utilizados para fundamentar e defender argumentos sobre a diferença que o gênero faz nas profissões de mídia e nos locais de trabalho, em especial o jornalismo. São vários os fatores que contribuem para que o número de mulheres seja reduzido em relação ao dos homens nas redações. Alguns deles são a discriminação no desempenho das tarefas, o predomínio da mentalidade machista, assédio sexual e a falta de educação sobre gênero. Na cultura machista da maioria das salas de redação, as decisões diárias dos jornalistas sobre o que é notável permanecem firmemente baseadas em valores de notícias masculinos. Como tal, questões e tópicos tradicionalmente vistos como particularmente relevantes para as mulheres tendem a ser pressionados para a margem da notícia onde a suposição implícita é que eles são menos importantes do que aqueles que interessam os homens. Ao fazê-lo, os pontos de vista e as vozes dos homens são privilegiados sobre as mulheres, contribuindo assim para o status secundário atribuído a elas. Ainda assim, as mulheres fizeram grandes progressos no alcance da igualdade de liderança com os homens no local de trabalho. Apesar disso, as mulheres ainda estão sub-representadas nos níveis superiores das organizações. As barreiras sutis para o progresso e o sucesso das mulheres nas posições de liderança são um foco principal. Por exemplo, são regularmente recrutadas para posições de nível superior que estão associadas a um alto risco de falha ou que tenham que utilizar sua aparência, e as chefes do sexo feminino são estereotipadas como competentes ou quentes - mas não ambas. Outros obstáculos associados incluem mais nuances de estereótipos de gênero, tokenismo e assédio sexual. Refletindo sobre o papel desempenhado pela comunicação social, e pelo jornalismo em particular, nas relações de poder e nas desigualdades que se fundam na cultura, principalmente no que se refere às relações de gênero e sexualidade, é possível argumentar que, embora tenha havido algumas melhorias positivas na representação das mulheres como atores de notícias, fontes e jornalistas nas mídias de notícias, as vozes, experiências e conhecimentos das mulheres continuam a ser considerados pelas indústrias de notícias tão menos importantes do que os dos homens. Tal situação desfaz e sub-relata o contributo das mulheres para a vida social, econômica e cultural e, ao fazê-lo, diminui a democracia. Esse estudo trata-se de um Projeto de Iniciação Científica (PIC) e com isso, em desenvolvimento.

**Palavras-chave:** Desigualdade. Gênero. Estereótipo. Jornalismo.

## **Direitos Humanos da Pessoa Idosa e Serviço Social: reflexões dos assistentes sociais sobre o trabalho profissional e o sistema de proteção social.**

**ESCOBAR, K. A. A.<sup>1</sup>; PAULA, T. T.<sup>1</sup>; PAULA, P. K. V. A.<sup>1</sup>**

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.  
[karinseso@gmail.com](mailto:karinseso@gmail.com)

### **RESUMO**

O estudo em questão tem por objetivo conhecer as reflexões dos assistentes sociais que atuam nas políticas de atendimento a pessoa idosa do município de Volta Redonda sobre o trabalho profissional e o sistema de proteção social. O interesse pelo tema surgiu a partir da percepção da necessidade dos profissionais de Serviço Social ampliar a produção de conhecimento no campo da cidadania e direitos da pessoa idosa, face seu compromisso ético-político com valores como equidade, justiça social, garantia de direitos, autonomia e emancipação dos sujeitos postos em questão. Foi realizada entrevista semiestruturada com 9 assistentes sociais de 8 instituições que integram a rede socioassistencial de atendimento ao idoso que possuem inscrição no Conselho Municipal de Defesa e Direitos da Pessoa Idosa. Dessas instituições 5 são públicas e 3 filantrópicas. Os profissionais apontaram que as principais violações de direitos sofridas pelos idosos são: negligência familiar e Estatal, autonegligência, abandono, violência física, violência psicológica, e abuso financeiro. Como estratégias de enfrentamento dessas violações os assistentes sociais realizam encaminhamentos para os demais equipamentos da rede como Centro de Referência Especializada em Assistência Social, Centro Dia do Idoso, Centro Dia Synval Santos, Programa Saúde da Família, Centro de Atendimento Psicossocial e Ministério Público. Os assistentes sociais entrevistados reconhecem que o sistema de proteção social do idoso de Volta Redonda ainda não possibilita a efetivação plena dos direitos humanos dessa população, pois não absorve todas as demandas devido à falta de recursos humanos e materiais. A ampla oferta de programas e serviços à pessoa idosa do município é destacada pelos profissionais, porém apontam que tais serviços são assegurados em sua maioria aos idosos ativos, não contemplando efetivamente os idosos inativos. Nesse contexto o envelhecimento populacional se configura como demanda para atuação do Serviço na perspectiva de contribuir para a efetividade dos direitos humanos da população posta em questão, fortalecendo a concepção de que a pessoa idosa se constitui sujeito de direitos, que tem seu espaço na sociedade e atuante na totalidade. Deste modo consideramos ser de fundamental importância conhecer as reflexões dos assistentes sociais do município de Volta Redonda sobre o trabalho profissional e o sistema de proteção social. É importante ressaltar que o PIC tem o número CAAE 69467817.8.0000.5237.

**Palavras-chave:** Serviço Social. Direitos Humanos. Proteção Social ao Idoso.



## **Direitos Humanos, Poder Judiciário e Serviço Social**

**SILVA, I.C.<sup>1</sup>; BARISON, M.S.<sup>1</sup>**

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.  
[ind.carvalho@hotmail.com](mailto:ind.carvalho@hotmail.com)

### **RESUMO**

O trabalho objetiva apresentar as principais problematizações tecidas no desenvolvimento do projeto de iniciação científica (PIC) vinculado ao curso de Serviço Social do UniFOA intitulado “Direitos Humanos e o Poder Judiciário: os significados atribuídos pelos assistentes sociais”. O Serviço Social desde a década de 1990, no bojo do seu projeto ético-político, elenca o princípio da defesa dos direitos humanos enquanto referência para o exercício profissional. A escolha de tal princípio se deu em consonância com a própria Constituição Federal de 1988, que foi reconhecida como Constituição Cidadã por inovar na proclamação dos direitos de cidadania. Entretanto, a afirmação no plano legal dos direitos humanos não garante a sua efetivação. É notório que na sociedade brasileira a violação dos direitos humanos se faz presente no cotidiano de vida de grande parcela da população. Tal realidade é a marca registrada do modo de produção capitalista: apropriação privada dos meios e frutos do trabalho coletivo produz a riqueza na mesma proporção da produção da pobreza, o que impede a materialização dos direitos humanos. Assim, o discurso sobre direitos se constitui como um fetiche tendo em vista que escamoteia a produção das desigualdades sociais. Frente a esse paradoxo, como o assistente social pode contribuir no processo de efetivação dos direitos humanos em uma realidade marcada por constantes violações desses direitos? Essa foi a indagação central que motivou a realização do PIC, que assumiu como objetivo conhecer os significados atribuídos pelos assistentes sociais do Tribunal de Justiça da Comarca de Volta Redonda sobre os direitos humanos e o Poder Judiciário. A perspectiva é a de observar se os assistentes sociais identificam o fetiche do direito no marco do capitalismo. O estudo possui caráter qualitativo e o instrumento utilizado é a entrevista semiestruturada. A realização da pesquisa foi autorizada pelo Comitê de Ética, registrada sob o número CAAE 62490316.8.0000.5237. Consideramos que o estudo é relevante para ofertar reflexões acerca da formação e do trabalho do assistente social. Além disso, contribui para o aprofundamento da discussão sobre direitos humanos, tão cara em um cenário político marcado pelo retrocesso na materialização dos direitos sociais, civis e políticos.

**Palavras-chave:** Direitos Humanos. Serviço Social. Capitalismo.



## **Economia Criativa, Documentário e Vale do Café: Levantamento do Estado do Conhecimento**

**SOUZA, L. G. 1; COUTINHO, R. E. T. 1, 2, 3**

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

2 – UTAD - Universidade Trás-os-Montes e Alto D'ouro, Vila Real, Portugal.

3 – Produto do Laboratório do Grupo de Estudos e Pesquisas em Representações Sociais na/para Formação de Professores - LAGERES/CNPq. - UFCG, Cajazeiras-PB.

[luizaluth@gmail.com](mailto:luizaluth@gmail.com)

### **RESUMO**

A Economia Criativa trata-se de um sistema de economia de bens intangíveis e infinitos, como: conhecimento, cultura e história. Entende-se como um ciclo que engloba a criação, produção e distribuição de produtos e serviços por meio da criatividade, o ativo intelectual e o conhecimento como principais recursos produtivos que agregam valor ao ativo intelectual. Nesse sentido, distingue-se da economia formal, tanto em sua formulação, quanto na sustentabilidade de ferramentas do marketing e publicidade. Nesse sentido, questiona-se: o que vem sendo discutido sobre Economia Criativa e Documentários no meio acadêmico? Trata-se de um trabalho de iniciação científica desenvolvido como resultado parcial de um trabalho de conclusão de curso, busca utilizar o conceito de economia criativa para potencializar o processo de divulgação da história da Fazenda Florença, situada em Conservatória, Distrito de Valença/RJ e com isto, tornar possível rememorar parte da história do Brasil referente ao Ciclo do Café. Para tanto, a intenção é utilizar recursos audiovisuais envolvendo o espaço digital, buscando inovação por meios dos conhecimentos da economia criativa. O principal suporte para atingir esse objetivo está na produção de um documentário que explore questões relativas a cultura e a história da Fazenda Florença. Como metodologia se pautou nas Dimensões da Pesquisa Propostas por Novikoff (2010), revisão bibliográfica e levantamento do estado do conhecimento (ROMANOWSKI; ENS, 2006) por meio de pesquisa mista (CRESWELL, 2007). Com relação ao conteúdo produzido pretende-se disponibilizá-lo no *Youtube*. De posse desse conceito, este trabalho busca abordar as diversas formas de usos da internet, com a possibilidade de tornar-se de fácil acesso o conhecimento histórico e cultural da Fazenda Florença, espaço que pertence ao Ciclo do Café, e data de uma importante época para o Brasil, com todas as suas peculiaridades históricas e relatos. O levantamento do estado do conhecimento foi realizado na revista científica *Rebecca*, veículo que produz conteúdos que dialogam com esta proposta. Como resultados foi possível levantar a publicação de 61 artigos entre os anos de 2012 a 2016, sendo que nenhum deles abordavam os indexadores: Economia Criativa, Documentário e Vale do Café, delimitados para este estudo, o que denota uma lacuna a ser preenchida. O trabalho final foi publicado no *Expocom Sudeste*, e o produto documentário, foi classificado entre os cinco melhores da Região Sudeste. A pesquisa trouxe entendimentos relevantes acerca da viabilidade do uso da economia criativa atrelada a produção de documentário visando disseminar a história do Vale do Café.

**Agência Financiadora:** FOA.

**Palavras-chave:** Economia Criativa. Documentário. Vale do Café.





## **Editoriais de Moda das Revistas Vogue e Elle no Intercom Júnior: Resultados Preliminares**

**CARTOLANO, R. S.<sup>1</sup>; COUTINHO, R. E. T.<sup>1, 2, 3</sup>**

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

*2 – UTAD - Universidade Trás-os-Montes e Alto D'ouro, Vila Real, Portugal.*

*3 – Produto do Laboratório do Grupo de Estudos e Pesquisas em Representações Sociais na/para Formação de Professores - LAGERES/CNPq. - UFCG, Cajazeiras-PB.*

[raafasc@hotmail.com](mailto:raafasc@hotmail.com)

### **RESUMO**

Trata-se do resultado parcial de uma proposta de pesquisa, desenvolvida nas aulas de metodologia da pesquisa, do 1º ano de Jornalismo do UniFOA. O estudo delimita como objeto, as editoriais de moda, visando verificar posteriormente as diferenças e semelhanças entre os editoriais das revistas Vogue e Elle, procurando compreender como são produzidos. Entende-se por editoriais de moda, uma forma de divulgação de trabalhos da moda, apresentando a ideia e conceitos envolvidos na produção deste, sendo responsável pela difusão daquilo que está na moda, e que no momento tem relação com o que a reportagem pretende abordar. O jornalismo de revista pode ser considerado uma mistura de jornalismo e entretenimento, passando informações e ao mesmo tempo divertindo e distraindo seus leitores. A revista é um produto, caracterizado por ser um tipo de informativo mais completo que o jornal, por ter mais tempo para apuração e redação, sendo o seu maior diferencial a identidade visual, devido a sua riqueza de cores, imagens e informações voltadas para o entretenimento dos seus leitores (SCALZO, 2004). Dessa forma, questiona-se: quais os indícios de produções científicas desenvolvidas por jovens pesquisadores com abordagem da temática editoriais de moda? A pesquisa visa mapear as produções científicas que coadunam com a temática desse estudo. Em um segundo momento, visa compreender as diferenças e semelhanças entre as editoriais de moda, delimitando como recorte para este estudo, as revistas Vogue e Elle. A seguir procura-se identificar como são produzidas. As metodologias usadas foram as Dimensões da Pesquisa propostas por Novikoff (2010), pesquisa bibliográfica e o levantamento do estado do conhecimento (ROMANOWSKI; ENS, 2006), no eixo Jornalismo do Intercom Junior entre os anos de 2011 a 2016. Como desdobramento do estudo, posteriormente será desenvolvida a comparação das revistas, e um aprofundamento teórico sobre jornalismo e moda. Como resultado parcial, identificou-se por meio do levantamento do estado do conhecimento, 706 produções de artigos científicos, sendo que destas publicações foram identificadas 6 produções que denotavam relação com os indexadores moda e editoriais, posteriormente pretende-se apresentar as características dos estudos encontrados. O mapeamento realizado identificou-se uma lacuna nas produções científicas que abordam moda e editoriais, resultado esse que nos instiga a continuar uma vez que o estudo não se esgota aqui. Pretende-se dar continuidade no mesmo, desdobrando para um artigo científico a ser submetido no Intercom Sudeste 2018.

**Palavras-chave:** Jornalismo. Jornalismo de Moda. Jornalismo de Revista. Editoriais.

## **Educação em Direitos Humanos no Ensino Superior: Pacto Nacional Universitário pela Promoção do Respeito a Diversidade e da Cultura de Paz**

**ARAGÃO, B.M.<sup>1</sup>; JUNIOR, R.B. DA S.<sup>2</sup>; CARVALHO, R.DE C.S.<sup>3</sup>**

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.  
[brisamarcolan@gmail.com](mailto:brisamarcolan@gmail.com)

### **RESUMO**

Os conceitos de Direitos Humanos têm sido enfatizados, como parte dos temas transversais propostos nos Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN), principalmente no Ensino Superior (desde os níveis fundamentais e médio). Nas diversas ementas das disciplinas, propõe-se a introdução de diferentes abordagens dos temas e as discriminações étnicas, culturais, religiosas, sociais, de gêneros e físicas e/ou dos Direitos Humanos, sejam abordadas em seu contexto e inseridas aos discentes dos cursos de Graduação como o exercício da cidadania. Nesse contexto esta pesquisa tem como objetivo principal que todos os envolvidos se conscientizem acerca dos seus Direitos como cidadão, afim de promover o respeito e promulgar esses direitos e liberdades a todos. O problema abordado neste trabalho é: De que forma podemos estimular o envolvimento de alunos de graduação e docentes na conscientização e na prática de Educação em Direitos Humanos? Como desenvolver nesses participantes um olhar crítico sobre a educação em Direitos Humanos? Desta forma, para realização do projeto de Iniciação Científica PIBIC-UniFOA serão desenvolvidas uma pesquisa bibliográfica e a fundamentação teórica serão embasadas em artigos e periódicos científicos, livros e documentações diversas que abordem a temática dos Direitos Humanos e Fundamentais. Tendo como objetivos específicos : Discutir o conceito e a história da educação em direitos humanos no Brasil ;analisar criticamente a proposta de uma formação comprometida com a construção da paz, da defesa dos Direitos Humanos e dos valores da democracia, gerando assim o conhecimento e atendendo aos desafios relativos aos Direitos Humanos , bem como a erradicação da pobreza, do preconceito, da discriminação e da superação da violência na sociedade e no âmbito universitário; os principais debates profissionais relativos aos direitos humanos. Desenvolver uma educação estratégica, voltada para Direitos Humanos, promovendo a igualdade, justiça social e a consolidação de uma cultura de paz e não à violência. Com enfrentamento entre os estereótipos de gênero, étnico-racial, origem, idade, situação social, econômica e cultural, identidade de gênero bem como a intolerância à grupos em situação de vulnerabilidade. Para realização do estudo será efetuada uma análise e discussão de textos teóricos, com aprofundamento das leituras através da realização de seminários e apresentações desta pesquisa. Pretende-se realizar uma pesquisa qualitativa. A população estudada será constituída por dois cursos de graduação do UniFOA. Almeja-se trazer conhecimento sobre a temática abordada e conscientização entre os alunos acerca dos Direitos Humanos.

**Palavras-chave:** Educação. Direitos Humanos. Ensino Superior.



## **Embalagem sustentável para linha de cosméticos naturais: Proposta de design**

**GALDINO, K. A.<sup>1</sup>; BOTELHO, A. R.<sup>1</sup>;**

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

[km.alvs@gmail.com](mailto:km.alvs@gmail.com)

[alinerbotelho@gmail.com](mailto:alinerbotelho@gmail.com)

### **RESUMO**

A embalagem é um item fundamental para o sucesso de um produto e valorização da marca. Esta pode garantir destaque no ponto de venda possibilitando uma experiência de consumo que intensifica a relação do consumidor com o produto. Com a introdução do autosserviço, a embalagem deixou de possuir somente a função de conter e proteger o produto e passou a assumir o papel de vendedor, comunicando os atributos do produto e consolidando sua imagem (CAMILO, 2011, p.36). Atualmente a embalagem se tornou um importante componente da atividade econômica dos países industrializados, onde consumo deste item é utilizado como um dos fatores de comparação do nível de atividade da economia (MESTRINER, 2002 p.3). Porém desde a revolução industrial o modelo de consumo adotado (extrair, produzir e vender) vem provando que não existe oferta de matéria-prima suficiente para atender a demanda de um planeta com bilhões de habitantes (CAMILO, 2011, p.351) e com toda essa demanda de embalagens, sua produção massiva e embalagens produzidas para ter um descarte rápido, vem gerando uma quantidade enorme de lixo, contribuindo muito para o esgotamento de aterros e lixões, dificultando assim a degradação de resíduos. O presente projeto tem então como objetivo o desenvolvimento de uma embalagem com princípios sustentáveis para a marca de cosméticos artesanal e natural -Trescalo. O método de pesquisa escolhido para o desenvolvimento da embalagem teve como base o livro “Design industrial: Metodologia de Ecodesign para o desenvolvimento de produtos sustentáveis” escrito por Elizabeth Regina Platchek. Foi utilizado também como método complementar algumas das etapas apresentadas no livro “Design de Embalagem: Curso Básico” de Fábio Mestriner. No decorrer da elaboração do projeto foi realizado um levantamento de todas informações relevantes para concepção da embalagem, para sua posterior análise da situação e de como os problemas e necessidades são solucionados atualmente. Partindo-se da síntese dos dados analisados, foram gerados parâmetros projetuais que servirão como base para o desenvolvimento da melhor alternativa para a embalagem. O presente trabalho encontra-se ainda em desenvolvimento, e este relatório foi realizado apenas até a etapa de síntese.

**Palavras-chave:** Design. Embalagem. Sustentabilidade.



## **Endomarketing da Unimed Barra Mansa: Um estudo de caso.**

**BERALDO, G. M.<sup>1</sup>; CANAVEZ, L.S.<sup>1</sup>, COUTINHO, R. E.T.<sup>1,2,3</sup>**

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

*2- UTAD - Universidade Trás-os-Montes e Alto D'ouro, Vila Real, Portugal.*

*3- Produto do LAGERES - Laboratório do Grupo de Estudos e Pesquisa em Representações Sociais na/para Formação de Professores - UFCG, Cajazeiras-PB*

[gabrielmaiaberaldo@gmail.com](mailto:gabrielmaiaberaldo@gmail.com)

### **RESUMO**

O presente trabalho de conclusão de curso apresenta como estudo o Endomarketing da Unimed Barra Mansa. Sendo uma marca que busca uma identidade sólida e o comprometimento com a vida, a Unimed é uma cooperativa no ramo da saúde onde cada polo organizacional tem autonomia e independência, mas sempre visando o conceito de coletividade. A Unimed Barra Mansa é defensora da marca e segue o planejamento de comunicação e marketing estruturado globalmente pela área de Comunicação da Unimed do Brasil. Diante deste entendimento a pesquisa permitirá discutir o tema do endomarketing observando e estudando a ancoragem teórica junto as diretrizes do endomarketing aplicadas pela Unimed Brasil, comparando com os conceitos inseridos na área, analisando as ferramentas e funções do endomarketing da Unimed de Barra Mansa e compreendendo como os valores e ferramentas internas e externas dentro da organização influenciam no uso e nas ações utilizadas pela empresa para satisfizer as necessidades internas e melhorar o seu desempenho.

**Palavras-chave:** Publicidade. Endomarketing. Cooperativismo



## **Estudo de caso sobre os canais informativos e opinativos relacionados às publicações de quadrinhos no Youtube brasileiro**

**CARVALHO, T.A. DA M.<sup>1</sup>; SILVA, H. DA L.<sup>1</sup>**

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.  
[alfanotiago@gmail.com](mailto:alfanotiago@gmail.com)

[htr428@gmail.com](mailto:htr428@gmail.com)

### **RESUMO**

As mudanças provocadas pela internet e a cibercultura afetaram os meios de comunicação, arte e entretenimento, chegando também ao universo das histórias em quadrinhos. A web 2.0 proporcionou novas formas de publicação, compartilhamento e organização de conteúdo, feita por fãs e para fãs, sem a dependência dos meios de comunicação tradicionais, como revistas e jornais. O conteúdo de nicho primeiramente foi disponibilizado em sites e blogs especializados, porém hoje em dia também pode ser acessado em redes sociais e no Youtube. Esse trabalho tem como enfoque a compreensão do papel dos canais de conteúdo informativo e opinativo relacionados à cobertura das publicações das histórias em quadrinhos no Youtube diante da ascensão da cultura da convergência (JENKINS, 2006) e da possibilidade da transformação de amadores em profissionais da produção de conteúdo midiático na atualidade. Para isso, primeiramente foram mapeados os principais canais em atividade no contexto brasileiro, a saber: Quadrinheiros, 2 Quadrinhos, Pipoca & Nanquim e Central Hqs. O objetivo é avaliar a abrangência de público e o tipo de impacto desses canais do Youtube no mercado editorial de quadrinhos, bem como contribuir para as pesquisas sobre a produção de conteúdo a respeito desse nicho no contexto nacional, identificando as características das mudanças de conteúdos especializados disponíveis sobre o tema após o advento da web 2.0. Durante a pesquisa base para a elaboração de um trabalho monográfico de fim de curso de graduação, ainda em desenvolvimento e com resultados em momento de apuração, foi identificada a escassez de material acadêmico relacionado às histórias em quadrinhos e o Youtube, assim como a falta de uma pesquisa recente sobre os quadrinhos como produto cultural dentro da chamada “mídia tradicional”, ou seja, os grandes jornais e revistas.

**Palavras-chave:** Youtube. Histórias em quadrinhos. Web 2.0



## **Ethos e discurso jornalístico na construção da opinião pública: um estudo de caso da revista Veja**

**GOMES, T. D.<sup>1</sup>; CHAVES, R. B.<sup>1</sup>.**

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.  
[thais.dutra@hotmail.com](mailto:thais.dutra@hotmail.com)

### **RESUMO**

Este trabalho analisa os recursos linguísticos e intertextuais utilizados na capa de uma edição da Revista Veja, publicada em 22 de fevereiro de 2017. A proposta baseia-se em avaliar a manchete, sua respectiva imagem e apontar os principais recursos utilizados para dar sentido ao título e a composição geral do periódico. A pesquisa foi idealizada a partir de questionamentos acerca de como um meio de comunicação deve informar o seu leitor e qual é o ideal do discurso jornalístico, bem como sua aptidão em formar a opinião pública a partir de autores como Erbolato (2008). O conceito de ethos será considerado por meio de Charaudeau (2009), Maingueneau (2001). Para isso, este trabalho conta com uma metodologia qualitativa, descritiva, baseada em estudo de caso e análise do discurso. A partir da análise percebe-se que a revista emprega elementos persuasivos para formar a opinião do leitor. Tendo em vista as características das revistas de possuírem uma relação pessoal com o leitor, tratando-o de certa forma íntima, construída ao longo de anos de mercado, somando uma relação que gera identificação e emoção ao seu leitor, cabe um alerta para o modo como as informações têm sido construídas e retratadas por jornalistas e profissionais da área da comunicação. Barthes também contribui para a análise da imagem inserida na capa da revista, por meio do conceito de Mito.

**Palavras-chave:** Jornalismo de revista. Revista Veja. *Ethos* jornalístico. Análise do discurso.



## **Impacto do ISSQN sobre os Serviços Notariais e de Registro**

**DA SILVEIRA, B. P.<sup>1</sup>; RODRIGUES, V.L.E.<sup>1</sup>; DE ABREU, I.<sup>1</sup>; MARTINS. D. C. L.<sup>1</sup>**

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

*[debora.martins@foa.org.br](mailto:debora.martins@foa.org.br)*

### **RESUMO**

O presente estudo procura analisar a legalidade, aplicabilidade e o impacto da tributação do ISSQN sobre os serviços dos cartórios. Aborda a polêmica existente quanto à possibilidade de os cartórios se beneficiarem do §9º do Decreto-lei nº 406/68 que estabelece o recolhimento do imposto com alíquota fixa, o que significa uma redução no valor do imposto devido em comparação a forma de tributação definida na lei complementar 116/03. Entretanto, os estabelecimentos notariais e de registro apenas repassariam o valor do imposto em questão para o contribuinte, sendo este quem arcaria com o verdadeiro ônus causado pela forma de tributação de tal atividade. Através de pesquisa bibliográfica visa-se obter informações precisas quanto à tributação da atividade aqui mencionada, uma vez que há um entendimento incerto por parte dos profissionais contábeis, que além de terem a responsabilidade de orientar corretamente os seus clientes, são também consumidores do serviço. O estudo encontra-se em andamento e, por esse motivo, ainda não apresenta resultados conclusivos.

**Palavras-chave:** Tributação. ISSQN. Serviços Notariais. Serviços de Registro.

## **Impasses na execução de benefícios requeridos do facultativo de baixa renda e análise das jurisprudências acerca da matéria**

**SANTA BARBARA, D.R.V.O.L.; SILVA, I.M.; FERNANDES, Y.G.; TORRES, L.; CARVALHO, M.P.; ARAGÃO NETO, D.; FONTES, M.D.R.; ELESTINO, R.H.V.**

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.  
2 – INSS, Instituto Nacional do Seguro Social, Volta Redonda, Rio de Janeiro  
[danieledeoval@gmail.com](mailto:danieledeoval@gmail.com)

### **RESUMO**

O presente estudo analisou a execução da contribuição previdenciária facultativo baixa renda, nas cidades de Volta Redonda e Barra Mansa. A lei 12.470/2011 estabelece alíquota diferenciada de contribuição para o microempreendedor individual e para o segurado facultativo sem renda própria, que se dedique exclusivamente ao trabalho doméstico no âmbito de sua residência (desde que pertencente a família de baixa renda), sendo este o cerne perquiratório do artigo. Em parceria com o INSS, buscou-se na pesquisa a estimativa do número de segurados que já requisitaram benefícios, assim como tais quais foram deferidos e indeferidos. Nesta senda, atentamos para os requisitos mais concedidos, assim como, construímos o perfil dos beneficiários cadastrados, a fim de patentear o aspecto social e exprimir tendências jurisprudências do objeto temático da pesquisa. Neste ponto foi possível inferir que entre os benefícios mais requeridos estão: o auxílio doença, salário maternidade e aposentadoria por idade. Cerca de 53% de todos requerimentos são qualificados como inválidos pelo INSS. Os dados ainda revelam que há um claro recorte de gênero entre os segurados, no qual 98% dos contribuintes é do sexo feminino. No que tange as jurisprudências sobre a matéria, 51% dos recursos são julgados como improcedentes. Contudo, nos julgados procedentes observa-se uma argumentação hermenêutica dos critérios para acesso ao programa em questão.

**Palavras-Chave:** Benefícios previdenciários. Facultativo baixa renda. Jurisprudência.





## Implementação do *Lean Six Sigma* em organizações: estudo de caso da empresa V

**MACHADO, C.E.V.<sup>1</sup>; MAKIOSZEK, J.C.<sup>2</sup>**

1 – UNINTER, Centro Universitário Internacional, Volta Redonda – RJ

2- UNINTER, Centro Universitário Internacional, Curitiba –PR

[cyntiaesposti@hotmail.com](mailto:cyntiaesposti@hotmail.com)

[makioszek@gmail.com](mailto:makioszek@gmail.com)

### RESUMO

O objetivo geral deste trabalho, foi verificar a aplicabilidade da ferramenta *Lean Six Sigma* (LSS), em uma micro empresa, afim de analisar principais perdas no processo, o êxito ou não alcançado ao utilizar o LSS como diferencial estratégico. Foi escolhida uma micro empresa no ramo de materiais de construção, situada na cidade de Volta Redonda –RJ, afim de observar essas dificuldades presentes durante o período de implementação. Trata-se de um estudo de caso, onde acompanhamos de perto as possíveis melhorias que esta ferramenta proporcionou na empresa em questão e quais os desafios e formas facilitadoras encontrados no decorrer do processo de aplicação do LSS. A escolha da empresa se deu em virtude de um foco diferenciado, grandes empresas consolidadas no mercado, já foram e são muito estudadas, assim traçamos um comparativo se as dificuldades encontradas entre empresas de grande porte e micro empresas são as mesmas. A empresa aqui estudada no ramo de material de construção, a qual chamaremos de “Empresa V”, procurava um meio de obter uma estratégia competitiva que lhe permitisse superar seus concorrentes dentro do mesmo bairro. Perdia tempo em atividades administrativas, possuía dificuldade em controlar estoque e a parte contábil da empresa era mês- a mês uma “caixinha de surpresas”. Nestes altos e baixos, a empresa resolveu adotar o LSS para que tantos problemas fossem solucionados ou ao menos amenizados. Por meio de pesquisa qualitativa, usamos entrevista para melhor entender e alcançar o objetivo da pesquisa. Verificamos junto a Empresa V, que o êxito nas organizações é alcançado dia-a-dia; é necessário deixar claro que o LSS não é feito no curtíssimo prazo e que o sucesso no longo prazo não é tão trivial. A chance de sucesso é proporcional ao esforço, mas existe um patamar mínimo necessário de comprometimento e dedicação das pessoas. As empresas que enxergam o LSS como sendo mais uma ferramenta, têm sua chance de falha aumentada e o tempo de vida reduzido drasticamente. Felizmente a empresa em questão tem tido o apoio de seus líderes facilitando e dando condições de alcançarem suas metas. Comparando problemas habituais de grandes empresas e a micro empresa estudada, podemos verificar semelhanças entre ambas no que diz respeito aos desperdícios, melhores facilitadores para o sucesso do LSS e metas desejadas.

**Palavras-chave:** Ferramentas de manutenção. Método DMAIC. Qualidade.

## **Imprensa em tempos de *fake news*: como o conceito de pós-verdade afeta o jornalismo atual**

**RIBEIRO, T. S.<sup>1</sup>; SOUZA, R. M.<sup>2</sup>**

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.  
[tsrsorrentino@gmail.com](mailto:tsrsorrentino@gmail.com)

### **RESUMO**

Todos os anos, o prestigiado Dicionário Oxford, da Inglaterra, busca uma palavra a qual seria, no entender de seus curadores, aquela que estaria mais relacionada ao ano que passou. Em 2016, a escolhida foi o termo “post-truth”, ou “pós-verdade”. Definida como um adjetivo, significaria “relativo a ou que denota circunstâncias nas quais fatos objetivos são menos influenciadores na formação da opinião pública do que apelos à emoção ou à crença pessoal”. Se relacionarmos a escolha com o campo do jornalismo, que preza a busca pela “verdade dos fatos”, a situação é preocupante. Segundo Castilho (2016), a pós-verdade coloca para os jornalistas o desafio de repensar a credibilidade e os parâmetros profissionais para avaliar dados, fatos e eventos. Ou seja, para muitos autores as pessoas estariam preferindo acreditar mais em suas convicções a partir do que leem em redes sociais da internet do que nas notícias distribuídas pela imprensa. A credibilidade dos meios tradicionais de notícias estaria então sendo afetado pela evolução das redes sociais, local onde indivíduos divulgam boatos que são replicados por outros sem o devido questionamento acerca de sua veracidade. A sociedade passou a consumir notícias não só pelas mídias tradicionais, mas, também em redes sociais altamente populares, como o Twitter e o Facebook, e desta forma o número de “fake news” - notícias falsas compartilhadas sem a devida checagem de dados ou apuração correta - aumentou exponencialmente. Desta forma, a “pós-verdade” passa a constituir para muitos um fato real. Durante a campanha presidencial dos Estados Unidos, esse verbete fez todo o sentido através das notícias vinculadas aos candidatos Donald Trump (depois eleito presidente dos EUA) e Hillary Clinton (candidata derrotada), publicada por meio das mídias sociais. Notícias estas que eram disseminadas com pouca apuração, sem a devida checagem para conferir sua autenticidade. Em vista disso, a pós-verdade pode ser considerada um risco à democracia e em especial ao fazer jornalístico, que preza pela busca da informação correta e bem apurada. Entre várias pós-verdades divulgadas antes e durante o mandato de Donald Trump, foram selecionadas duas notícias divulgadas após a posse pelo próprio presidente eleito (via Twitter), que tiveram grande repercussão: a de que sua posse teria tido “o maior público da história”; e a informação de que o partido democrata teria instalado aparelhos de escuta na Trump Tower, em Nova York, para “grampear as conversas” do presidente eleito. Esse estudo teve como proposta analisar dois estudos de caso como forma de exemplo de como falsas notícias são veiculadas a partir do conceito de pós-verdade. Os dados presentes nesta pesquisa são parte de uma investigação ainda em andamento, investigação esta que faz parte de um projeto de iniciação científica concedida aos autores deste artigo no começo deste ano.

**Palavras-chave:** Jornalismo; Pós-verdade. Fake News. Comunicação.

## **Interculturalismo e o Ambiente Escolar: Possíveis Contribuições da Educação Física nas Relações Interpessoais**

**GEORGINO, J. M.<sup>1</sup>**

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.  
[jubarte.ju@gmail.com](mailto:jubarte.ju@gmail.com)

### **RESUMO**

A família é o primeiro grupo que o indivíduo socializa, o ambiente familiar pode proporcionar experiências tanto boas quanto ruins, mas todas tem grande importância e influência na formação de cada personalidade. Toda essa vivência serve de base para facilitar o processo de participação e integração do indivíduo nos diferentes grupos sociais da sociedade. Como foco principal, as escolas, são um dos meios onde a diversidade étnica, religiosa, de costumes e gostos é vista claramente, um ambiente rico para se aprender a conviver com a diferença. Da aceitação pessoal particular à aceitação individual do outro. Estereótipos étnicos e o preconceito racial são os principais pontos aqui destacados para uma breve reflexão e possíveis intervenções que os profissionais de Educação Física podem praticar em suas aulas. Nos dias de hoje o ensino das escolas tem se resumido apenas em fazer exercícios de memorização e repetição e tem esquecido que também é seu papel discutir valores, crenças, hábitos, preconceitos raciais, de gênero, de classe e de idade. No artigo: “Educação, identidade negra e formação de professores/as: um olhar sobre o corpo negro e o cabelo crespo” de Nilma Lino Gomes, onde a escola foi um dos lugares destacados na pesquisa que tinha como enfoque principal a relação entre o negro, cultura e estética corporal. E o documentário dirigido por Dilma Lóes, lançado em 1989: “Quando o crioulo dança”, se encontram quando nos depoimentos as pessoas falam sobre serem julgadas pela sua identidade corporal, como o corpo, cabelo e principalmente a cor da pele. Más experiências por não poderem expressar sua religião, seu jeito de se vestir, ser taxado como bandido, sujo. Repressão, sofrida calada. Preconceito silenciado que vem enraizado em nossa cultura. E diante disso, qual é o papel do professor? Que atitudes tomar? Pode existir mudanças? O homem é um ser híbrido formado por natureza e cultura, somos humanos porque produzimos cultura e esta nos traz uma série de signos, gestos e sinais que possuem algum significado e isso tem relação com a forma que é interpretado e essa interpretação é que valoriza ou não determinados signos e os classifica. O preconceito é uma construção social e por isso pode sim ser modificado ou desconstruído. A cultura influencia, mas não é determinante. O objetivo maior é realizar pesquisas de campo, para enriquecer e confirmar o estudo com realidades mais próximas.

**Palavras-chave:** Ambiente escolar. Preconceito. Cultura.

## **Jornalismo Científico: Levantamento do Estado do Conhecimento no Intercom Júnior na Região Sul**

**SOUZA, S. C. O.<sup>1</sup>; COUTINHO, R. E. T.<sup>1,2,3</sup>**

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

*2 – UTAD - Universidade Trás-os-Montes e Alto D'ouro, Vila Real, Portugal.*

*3 – LAGERES - Laboratório do Grupo de Estudos e Pesquisa em Representações Sociais na/para Formação de Professores - UFCG, Cajazeiras-PB.*

[contato.saraholiv3ira@gmail.com](mailto:contato.saraholiv3ira@gmail.com)

### **RESUMO**

Em meio às diversas vertentes do jornalismo, existe uma onde ciência e informação andam lado a lado, o ramo denominado jornalismo científico, tem como objetivo o esclarecimento popular, e vem ganhando destaque e avanços nos últimos 31 anos. Sendo de suma importância para a sociedade, visto que é a partir de uma informação consolidada que a democracia se estabelece. A difusão científica concilia ao cidadão comum o entendimento concreto de seus benefícios, que por sua vez, tem o direito de reivindicar para a melhoria do bem-estar social (DE OLIVEIRA, 2014). Além do avanço na produção jornalística científica, mostra-se também, evidente o avanço nas produções científicas. Para a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior a CAPES, o Brasil tem surpreendido com o seu crescimento em produção científica, ultrapassando as metas estabelecidas pelos especialistas (GUIMARÃES, 2006). Entre as razões desse desenvolvimento, tem-se a união da pesquisa científica nacional, que se ainda não obteve o estágio apetente em relação à economia, progrediu consideravelmente com relação ao passado próximo (DE OLIVEIRA, 2014). Deste modo, com o avanço na produção científica nacional espera-se que a produção acadêmica referente a essa área jornalística acompanhe o mesmo ritmo. Questiona-se: Existem estudos acerca do Jornalismo científico sendo apresentados no Intercom Junior da Região Sul? Como metodologia, pautou-se nas Dimensões da Pesquisa Propostas por Novikoff (2010), revisão bibliográfica e Levantamento do Estado do Conhecimento (ROMANOWSKI; ENS, 2006), tendo como lócus de pesquisa o Intercom Júnior no período de 2009 a 2016, que mostrou baixa contribuição jornalística no desenvolvimento de trabalhos que abordassem o tema Jornalismo Científico. A região escolhida para a realização da pesquisa consiste no Sul do Brasil, onde esta revelou um total de 449 trabalhos publicados no período de oito anos, e destes, apenas 06 mostraram-se referentes ao Jornalismo Científico. Levando em consideração que esta perquisição trata-se de um desdobramento a um artigo publicado no Intercom Sudeste 2017 onde os resultados e conclusões apresentaram-se as mesmas, nos leva a continuar investigando as outras regiões do Brasil para assim ter um panorama nacional e a partir desse ponto, buscar identificar o perfil de cada região no campo de investigação de uma área tão progressista.

**Palavras-chave:** Jornalismo Científico. Intercom Júnior. Região Sul.



## **Jornalismo em Saúde com ênfase na depressão: Levantamento do Estado do Conhecimento no Intercom Júnior**

**FARIA, I. G. F.<sup>1</sup>; COUTINHO, R. E. T.<sup>1, 2, 3</sup>**

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

*2- UTAD - Universidade Trás-os-Montes e Alto D'ouro, Vila Real, Portugal.*

*3- Produto do LAGERES - Laboratório do Grupo de Estudos e Pesquisa em Representações Sociais na/para Formação de Professores - UFCG, Cajazeiras-PB*  
[ingridgalvao96@gmail.com](mailto:ingridgalvao96@gmail.com)

O jornalismo apresenta inúmeros segmentos, dentre eles, o jornalismo em saúde definido como objeto para esse estudo. Essa vertente do jornalismo tem como premissa a informação voltada para o bem-estar, disposição, doenças e tudo que gire em torno da saúde. No contexto de assuntos voltados para a temática saúde, a depressão se constitui como um distúrbio mental caracterizado por acometer em suas vítimas o pessimismo, a tristeza, baixa autoestima, insegurança, desespero e alguns outros sintomas. De acordo com o jornal online Exame, o número total de suicídios teve aumento significativo em 16 anos, passou de 6.743 para 10.321, uma média de 28 mortes por dia. Dessa forma, pode-se compreender que se trata de uma debilidade real que acomete muitas pessoas, e que de acordo com relatos médicos, não deve ser tratada com desprezo ou apenas como um lamento. Quando diagnosticada deve ser tratada e as pessoas ao redor do doente devem evitar julgamentos e procurar dar o máximo de apoio possível. Tais constatações, despertam os seguintes questionamentos: Como o jornalismo em saúde vem abordando a temática depressão? Existem estudos científicos desenvolvidos por jovens pesquisadores que tenham como recorte o jornalismo em saúde no contexto da depressão? Nesse sentido, por meio desse trabalho busca-se conhecer a temática depressão e suas características, além disso, identificar no âmbito do jornalismo em saúde, as abordagens usadas tratar desse tema como notícia e finalmente mapear as produções científicas que tragam no âmbito do jornalismo em saúde a temática depressão. Como metodologia, pautou-se nas Dimensões da Pesquisa Propostas por Novikoff (2010), revisão bibliográfica e Levantamento do Estado do Conhecimento (ROMANOWSKI; ENS, 2006) nos anais do Intercom Junior entre os anos de 2011 a 2016. Considerando a informação como possibilidade de prevenção do distúrbio acredita-se que pouco vem sendo discutido no meio acadêmico acerca dessa temática. Em outro aspecto, pode-se deduzir ser de grande valia a disseminação do conhecimento sobre a doença depressão. O trabalho se justifica uma vez que poderá contribuir com pesquisadores da área e afins. Trata-se de estudo que se encontra em andamento, dessa forma, o levantamento do estado do conhecimento traz resultados parciais. Foram encontrados 693 artigos, sendo que 6 estavam relacionados ao Jornalismo, 3 relacionados a Saúde e apenas 1 relativo a Saúde Mental, no entanto nenhum deles trazia abordagem voltada para Depressão. Como desdobramento será feito um mapeamento de matérias jornalística que tratem da temática desse estudo para futura análise.

**Palavras-chave:** Jornalismo. Jornalismo em Saúde. Saúde Mental. Depressão.



## **Jornalismo Especializado, Educomunicação e Podcast no contexto teológico**

**SOUZA, L. C.1; COUTINHO, R. E.T.1, 2, 3**

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

2 – Universidade Trás-os-Montes e Alto D'ouro

3 – Pesquisadora colaboradora Laboratório do Grupo de Estudos e Pesquisa em Representações Sociais na/para Formação de Professores- LAGERES - CNPq (2010-2016)

[lizianee.souza@gmail.com](mailto:lizianee.souza@gmail.com)

### **RESUMO**

A educomunicação, objeto deste estudo, consiste em um termo que se define como uma área de intervenção social que visa estimular na sociedade a formação do senso crítico a partir dos meios de comunicação (SOARES, 1999). O jornalismo caracteriza-se por ser uma profissão que informa a sociedade sobre os mais diversos acontecimentos. Mas como em uma sociedade existem diversos grupos sociais, a produção de conteúdos generalistas passará a não agradar o indivíduo que procura se identificar com as temáticas apresentadas. Dessa necessidade nasce o jornalismo especializado (ABIAHY, 2005). Com o advento da internet e das mídias sociais multiplicam-se as formas de especialização jornalística. Um exemplo é o *Podcast*. Criado em 2004, a plataforma se caracteriza por permitir aos usuários a elaboração de listas de reprodução, que se atualizam automaticamente por meio de um programa, o RSS (*Really Simple Syndication*), que possibilita saber quando o blog é atualizado, sem que o usuário precise ir até ele. Há canais para os mais variados públicos: musical, cultural, religioso, esportivo e etc, o que acaba transformando o *podcast* numa ferramenta com grande potencial para a educomunicação. A proposta em tela trata-se dos primeiros dados de um trabalho de conclusão de curso desenvolvido no curso de jornalismo do UniFOA, e sendo assim, o estudo visa compreender como uma mídia social vem contribuindo para o crescimento da educomunicação no Brasil, tendo como recorte o canal *Bibotalk*, no *podcast*. Criado em 2011, o canal *lócus* dessa pesquisa já atingiu a marca de 3 milhões de *downloads* em *podcasts*, sendo classificado como um *blog* voltado para o ensino da teologia numa linguagem para jovens e adultos cristãos. Dessa forma, questiona-se: como o *Bibotalk*, em seu canal de *podcast*, pode ser considerado um canal educacional? Acredita-se que o canal faça uso dos princípios da educomunicação e de que, sendo especializado, seja mais adequado para a implantação de estratégias educacionais. O objetivo deste estudo consiste em entender como a educomunicação pode ser expandida por meio das novas mídias sociais que se ancoram no jornalismo especializado para desenvolver-se. Para isso, busca-se por meio das Dimensões da Pesquisa Propostas por Novikoff, juntamente com uma apuração bibliográfica, Levantamento do Estado e do Conhecimento em paralelo com uma pesquisa do tipo mista comprovar que o canal *Bibotalk*, vem fazendo uso dessas atribuições na produção dos quadros do programa “BTCast” e “Fora do éden” que são, respectivamente, voltados a discussão de temas bíblicos e a parte informacional do programa.

**Palavras-chave:** Jornalismo especializado. Educomunicação. Podcast.



## **Limites entre a imputabilidade e a semi imputabilidade: uma releitura do artigo 26 do Código Penal**

**SILVA, J.R.<sup>1</sup>; SILVA, D.C.C.<sup>1</sup>; LEÃO, A.F.S.<sup>1</sup>.**

1 - UniFOA – Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.  
[augustofelipeleao@gmail.com](mailto:augustofelipeleao@gmail.com)

### **RESUMO**

O presente trabalho pretende estudar a exclusão da culpabilidade, instrumentalizada na questão dos limites entre a imputabilidade e a semi imputabilidade, como previsto no artigo 26 de Código Penal, que se tem constituído em um problema enorme para os operadores do direito, face a existência da disjuntiva “ou” em seu comando que vem sendo utilizado como mecanismo de liberalidade para diagnóstico das doenças mentais. Desta forma, a consciência da ilicitude tem autorizado o julgamento dos acusados portadores de psicopatias, muito embora estes não consigam se auto determinar de forma a impedir a realização de determinada conduta, o que contradiz toda uma teoria psicanalítica, que poderia ser adequadamente utilizada se o operador do direito usa-se de uma interpretação inteiramente gramatical, no sentido de aplicar nas hipóteses onde ocorre a disjuntiva “ou”, considerando casos típicos de inimputabilidade penal. Diante do exposto, verifica-se a importância do tema para os operadores do direito o que por si só, justifica a presente pesquisa.

**Palavras-chave:** Culpabilidade. Imputabilidade. Limites.



## **Marketing de Guerrilha como Estratégia de Posicionamento: Estudo de Caso Campanha de Halloween do Burguer King**

**DE LIMA, B. P.<sup>1</sup>; MARTINS, D. C. L.<sup>1</sup>**

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.  
[deboramartins@foa.org.br](mailto:deboramartins@foa.org.br)

### **RESUMO**

O marketing de guerrilha, objeto deste estudo, é uma estratégia que tem sido amplamente utilizada por empresas para posicionamento de suas marcas no mercado. Inicialmente, o marketing de guerrilha era utilizado, basicamente, por empresas de pequeno porte, com pouca participação de mercado e que não tinham disponibilidade financeira suficiente para investir em veículos de comunicação tradicionais como TV, rádio, anúncios em revistas, entre outros meios. O marketing de guerrilha ainda se fundamenta em ações promocionais de baixo custo, a diferença agora é que é utilizado, também, como sinônimo de ações criativas e inovadoras realizadas por empresas líderes de mercado, ou não. Para a construção deste estudo adotou-se a pesquisa bibliográfica e um estudo de caso com objetivo de analisar e legitimar a utilização do marketing de guerrilha na campanha de *Halloween* da rede de restaurantes Burguer King realizada em 2016 na cidade de Nova Iorque, Estados Unidos. Ao abordar o tema e começar a fazer um estudo sobre a campanha, percebeu-se que mesmo as grandes empresas podem utilizar-se do marketing de guerrilha para se manterem próximas dos seus clientes e terem um bom posicionamento no mercado. Em campanhas publicitárias, os produtos líderes de mercado têm uma vantagem. Porém, algumas empresas sentem que qualquer planejamento de marketing terá sucesso o que, de fato, não acontece. Diante disso, considerando que, diferente do marketing tradicional que utiliza de meios convencionais para fazer propaganda, por meio de inserções no rádio, TV ou mídia impressa, o marketing de guerrilha usa outras ferramentas do mesmo impacto dos veículos tradicionais, mas que, normalmente, têm um custo menos elevado e surpreende os clientes por seu ineditismo e caráter inovador.

**Palavras-chave:** Marketing. Marketing de Guerrilha. Posicionamento. Burguer King.



## Moda e E-commerce: Projeto Prada 365 e Posicionamento Marketing

**RAIMUNDO, F. S.<sup>1</sup>; FERREIRA, S.L.<sup>1</sup>**

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

[filipesilvapp@gmail.com](mailto:filipesilvapp@gmail.com)

### RESUMO

Este estudo é resultado de projeto de iniciação científica (PIC) que ainda se encontra em andamento, tem por objetivo geral verificar o posicionamento do setor empresarial de moda no Brasil perante o e-commerce e por objetivo específico analisar o posicionamento da marca de roupas Prada perante o comércio eletrônico. No mundo globalizado, com concorrência sem fronteiras entender o panorama de posicionamento das empresas perante o mercado on-line torna-se de extrema importância para o publicitário. Questão que evidencia a importância desse estudo para o meio acadêmico. Seu eixo teórico se aporta nos conceitos Publicidade, Marketing, mais especificamente em Posicionamento de Marca e E-commerce (LESSA, 2015; COBRA, 2009; OLIVEIRA, 2017; VIEIRA, 2007). De acordo com Vieira (2007), as empresas de comércio eletrônico podem atuar via internet sem necessitar de intermediários para vender seus produtos e serviços, em qualquer lugar do mundo. Esse mercado se apresenta como uma forma de canal de marketing on-line e tem se tornado um atrativo para o setor de moda. Além do referencial teórico apresentado utiliza-se de estudo de caso da marca de roupas e acessórios Prada, os dados para elaboração do caso foram obtidos através de sites especializados em moda. O ponto inicial da coleta de dados foi à entrevista do site internacional *Business of Fashion*, no qual a equipe de criação da marca e sua própria estilista detalham as mudanças ocorridas na comunicação da marca com o mundo, e os dados mercadológicos foram obtidos através de duas matérias do site oficial da São Paulo *Fashion Week*, FFW. A marca de roupas e acessórios Prada tem uma forte relação com a publicidade, com campanhas marcantes de grande visibilidade, estreladas por modelos de sucesso no mundo da moda. Com a popularização dos meios digitais, a marca resolveu criar o projeto PRADA 365, aliando o impresso, o digital e as mídias sociais de forma integrada e ao mesmo tempo. Foi observado que as mudanças estratégicas da marca Prada foram fortemente influenciadas pelo crescimento do mercado digital. Uma das mudanças mais incisivas foi o formato da campanha 365, que abandonou o usual de trabalhar um único tema e optou por cinco histórias visuais que foram veiculadas simultaneamente em impressos, digitais e mídias sociais. Essa mudança acompanha a rapidez do mundo digital, no qual o novo consumidor apresenta um comportamento ágil e sagaz.

**Agência Financiadora:** FOA

**Palavras-chave:** Marketing. Posicionamento. Marca. E-commerce.



## Mural ACAC: O Jornal Mural no Jornalismo Comunitário

**MEDEIROS, P.S.1; ARIEIRA, A. A. S.1**

1 - UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.  
[paamelamedeiros@hotmail.com](mailto:paamelamedeiros@hotmail.com)

### RESUMO

Fundada em Barra do Piraí em 2003, a Associação de Amigos da Crianças e do Adolescente do Complexo da Califórnia (ACAC) é um projeto que tem como objetivo atender aos jovens do bairro Califórnia, localizado em Barra do Piraí (RJ), através do voluntariado. O “Mural ACAC” é um jornal mural desenvolvido a partir de uma parceria entre o Centro Universitário de Volta Redonda (UniFOA) e a Acac, com o objetivo de melhorar a comunicação entre os jovens assistidos pela unidade e a própria Associação. Segundo Spenillo (2007), o jornal mural permite atender um público que não é familiarizado com leitura, mas que tem interesse pelas notícias que cercam a comunidade que o vivem. Dentro deste critério, o jornal mural foi desenvolvido com o intuito de atender às necessidades do público da Associação, levando até ele reportagens que abordam as atividades promovidas na unidade e matérias com temas de interesse local – tudo isto através de uma linguagem clara, objetiva e direta, permitindo uma leitura fácil. Através da criação do jornal mural foi propiciada ainda a vivência jornalística através da prática da profissão, com foco na Comunicação Empresarial e Assessoria de Imprensa, para os estudantes do segundo ano, e no Jornalismo Comunitário, para os do quarto ano. As pautas foram definidas na disciplina de Comunicação Empresarial e Assessoria de Imprensa, ministrada aos alunos do segundo ano. Os discentes foram até a Associação, fizeram a apuração dos dados, recolheram os depoimentos com fontes primárias e secundárias, além da feitura das fotografias. Depois de apuradas, as matérias foram escritas utilizando técnicas ensinadas em outras disciplinas. Após o material ser entregue à professora, houve a edição do conteúdo pelos alunos do quarto ano de Jornalismo, que retrabalharam os textos, adaptando-os para o formato do jornal mural. Por fim, houve a diagramação, seguida da fixação dos exemplares nos espaços predefinidos pelo planejamento. O produto foi produzido dentro da periodicidade mensal, tendo sua primeira edição sido lançada em fevereiro de 2017. No total, foram realizadas três edições, referentes aos meses de fevereiro, março e abril. O jornal foi montado em apenas uma página, em folha A3, nas dimensões 297 x 420 mm, em modo paisagem, dividida em três colunas. A escolha de cores (verde e azul) foi realizada levando em consideração que as mesmas já eram utilizadas pela Associação em seu logotipo. Optou-se ainda pela utilização da fonte Gotham, pela sua variedade de estilo. As edições foram feitas para serem fixadas nas paredes da unidade da Acac e também nos *campi* do UniFOA, além de alguns pontos de ônibus mais movimentados nos arredores da Associação.

**Palavras-chave:** ACAC. Jornalismo. Jornalismo comunitário. Jornal mural.



## **Normas penais em branco – constitucionalidade**

**PALMEIRA, M.A.<sup>1</sup>; AVILA, J.T.M.<sup>1</sup>; LEÃO, A.F.S.<sup>1</sup>**

1 - UniFOA – Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.  
[augustofelipeleao@gmail.com](mailto:augustofelipeleao@gmail.com)

### **RESUMO**

A presente pesquisa pretende estudar as normas penais em branco, conceituadas estas como aquelas que dependem de outra norma que indique o seu complemento, face a sua possibilidade de criminalização de diversas drogas através de procedimentos administrativos do poder executivo, principalmente do Ministério da Saúde, no que tange ao conceito daquilo que constitui droga, passível de criminalização, E, desta forma construída sem a observância do processo legislativo adequado para criação de uma norma jurídica válida, com potencial para criação de um tipo penal. Este fato por si só constitui uma afronta a Carta Política, no sentido de que o tipo penal deverá ser criado por norma penal, que foi objeto de processo legislativo regular, onde as casas legislativas debatem sobre a adequação da criação deste tipo penal, sobre todas as possibilidades, que legitimem a sua geração, e principalmente através de pessoas que tenham legitimidade para realizar esta tarefa, que em hipótese nenhuma se constituem em funcionários regulares de carreira de um órgão público, que não se submeteram as urnas para receberem a chancela popular para tal fim. . Nesse sentido, tem-se observado na atualidade uma constante mudança nestes tipos normativos, o que permite questionar a legalidade destas alterações sem a chancela do Congresso Nacional e do devido processo legal para sua formação.

**Palavras-chave:** Tipo Penal. Norma. Legalidade.

## Notícia e diversão no meio online: o Infotemenimento no portal G1

**MEDEIROS, P.S.1; SOUZA, R.M.1**

1 - UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.  
[paamelamedeiros@hotmail.com](mailto:paamelamedeiros@hotmail.com)

### RESUMO

A expressão “infotemenimento” (tradução de “infoteinment”), surgida nos Estados Unidos na década de 1980, vem sendo amplamente utilizada para denominar a forma com que os veículos de comunicação passaram a transmitir notícias nas últimas décadas: unindo informação e entretenimento. O termo se refere ao método de transformar informações reais – que muitas vezes são compostas por temas sérios – em *notícia light* - esta que é mais agradável e fácil de ser compreendida pelo público. O jornalismo de infotemenimento segue este modelo como uma tática de sedução, atendendo as necessidades de informação do receptor ao mesmo tempo em que o entretém, por exemplo, com assuntos sobre estilo de vida e fofocas. Esse termo sintetiza a intenção editorial de entreter no jornalismo. Enfim, manifesta aquele conteúdo que informa com diversão (DEJAVITE, 2006). Atualmente o entretenimento, além de estar presente em todos os gêneros, até mesmo em programas educativos e informativos, se encontra também disseminado em diversas mídias. Entre elas os portais de notícias online, como o G1, objeto de estudo desta pesquisa. Lançado em 2006, o G1 – que se encontra dentro da plataforma digital Globo.com -, é mantido pela Central Globo de Jornalismo, reproduzindo conteúdo dos diversos veículos de comunicação do Grupo Globo, além de contar com reportagens próprias, em formato específico para web. A sua principal divisão é feita por cerca de 15 editorias, enquanto sua primeira página é formada pela composição de cerca de três ou quatro matérias em destaque (manchetes), e as de menor importância são publicadas em uma linha do tempo cronológica. Visto a grande invasão do infotemenimento nos meios de comunicação, buscou-se investigar, em especial nesta primeira página, se a publicação de notícias que privilegiam mais a diversão ou a dramaticidade do que efetivamente a informação factual e objetiva, tem sido o fator preponderante na seleção de notícias dentro do fazer jornalístico. A pesquisa recorreu como fonte primária ao site de notícias do G1 dentro de um período de duas semanas, entre 28 de março e 10 de abril de 2017. Neste período foi detectado um total de 1978 notícias publicadas na linha do tempo que se encontra presente na página inicial do portal, sendo que destas, 31 (2%) podem ser classificadas como de infotemenimento. Notou-se então que, diferente do esperado, o portal G1, apesar de apresentar uma pequena leva de material marcado pelo infotemenimento, se destaca ainda pelo compromisso em informar em oposição ao de entreter. Esta análise fez parte do PIC (Programa de Iniciação Científica), que resultou na transcrição de um artigo científico apresentado no Intercom Jr. Sudeste 2017.

**Agência Financiadora:** Fundação Oswaldo Aranha (FOA)

**Palavras-chave:** G1. Infotemenimento. Jornalismo de infotemenimento. Jornalismo online.



## **O Livro do Mestre: O Role-Playing Game na Educação Infanto-Juvenil**

**SILVA, D. O.<sup>1</sup>; BOTELHO, A. R.<sup>1</sup>**

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

[ddolivdasil@yahoo.com.br](mailto:ddolivdasil@yahoo.com.br)

### **RESUMO**

O Role-Playing Game é um jogo de interpretação onde os jogadores fazem o papel de personagens dentro de uma narrativa que é conduzida por um mestre e criada em tempo real por todos os participantes, que devem interagir com o ambiente a fim de prosseguir com a história. Em meados da década de 90, alguns educadores passaram a enxergar o potencial no RPG para o uso em salas de aula e a pesquisa com esse tipo de método continua gerando artigos e experiências em escolas reais até os dias atuais. Porém, ainda não existe uma apostila ao alcance das escolas brasileiras para que os professores possam utilizar, de fato, o RPG como ferramenta didática em suas aulas. O projeto se propõe à criação de um manual contendo um método para que professores utilizem o RPG nas escolas, baseado em artigos sobre este tema, com o intuito de produzir um material para ser distribuído nas escolas brasileiras. Sendo assim, será um trabalho dentro do campo do design editorial, onde ocorrerá a preocupação com a forma que a informação será transmitida ao público. O projeto ainda está em andamento, com o término previsto para o fim do segundo semestre de 2017.

**Palavras-chave:** Role-Playing Game. Educação. Design Editorial. Design Thinking.

## **Os eventos sobre Diversidade Cultural: uma prática político-pedagógica adotada pelo Curso de Design do UniFOA para a educação em Direitos Humanos**

**ALVES, P. S. R.<sup>1</sup>; ZARUR<sup>1</sup>; A. P.;**

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

[patricia.alves@foa.org.br](mailto:patricia.alves@foa.org.br)

[ana.salz@foa.org.br](mailto:ana.salz@foa.org.br)

### **RESUMO**

O Curso de Design do UniFOA, em consonância com o Plano Nacional de Educação em Direitos Humanos (PNEDH, 2007) e com a resolução no 1, de 30 de maio de 2012, enfatiza temáticas que promovam respeito à Diversidade sócio-étnico-cultural presente na realidade brasileira. Seu projeto pedagógico encontra-se comprometido com uma educação pautada na formação social do aluno e visa o desenvolvimento de profissionais com competências e sensibilidades voltadas para o combate à discriminação e para a rejeição de toda e qualquer ação que prejudique a dignidade humana. Nesta perspectiva, a questão de Direitos Humanos é amplamente materializada no conteúdo programático de diversas disciplinas que atualizam e qualificam compreensões do fazer sócio educacional e todas as relações nele implicadas, com o objetivo de promover o reconhecimento e a valorização da diversidade. Além disso, o Design do UniFOA incentiva a elaboração de pesquisas que contribuam para o desenvolvimento de processos, metodologias e soluções de design voltados para redução da desigualdade social, promoção da acessibilidade e respeito às diferenças que impactem, positivamente, para o bem estar social. Desde o ano de 2016, no intuito de reforçar a sensibilização dos alunos para estas temáticas o Design do UniFOA vem promovendo eventos sobre a diversidade cultural que envolvem todo o corpo docente e discente. O presente trabalho apresenta as atividades - palestras, debates e tarefas práticas - que foram realizadas durante estes encontros e descreve como ações vêm contribuindo na formação dos alunos para a convivência em uma cultura de diversidade e de direitos. Destaca também os produtos que foram confeccionados durante os eventos, como os painéis sobre a diversidade que se encontram atualmente expostos nos corredores do curso e os projetos realizados nos workshops. Saber conviver com a diversidade não é uma tarefa fácil, porque nos desafia a questionar constantemente nossos valores, a rever posicionamentos e a incorporar novas crenças àquelas já existentes e muitas vezes cristalizadas dentro de nós. Diante desta dificuldade o Design do UniFOA busca uma cidadania cada vez mais ampliada, estimulando a capacidade reflexiva de seus alunos e incentivando-os a realizar constantes autocríticas, para que se tornem indivíduos capazes de lutar pelos seus direitos e, ao mesmo tempo, saber conviver em sociedade.

**Palavras-chave:** Educação. Diversidade Humana. Design.

## Os Pseudoeventos Como Estratégia de Comunicação da Cantora Anitta

**PIMENTA, D. S.<sup>1</sup>; FERREIRA, S. F.<sup>1</sup>**

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

[douglassilvapimenta@gmail.com](mailto:douglassilvapimenta@gmail.com)

### RESUMO

Em meio ao turbilhão de informações e anúncios que rodeiam o dia a dia do consumidor, os comunicadores precisam estabelecer maneiras de anunciar de modo que o público perceba a mensagem recebida. Contudo, a diversificação de mídias (meios de propagação da mensagem) e o uso da internet fazem com que o público se torne maior e de difícil identificação por parte dos profissionais comunicadores. Assim, é necessário conhecer técnicas e formas diferentes de chamar a atenção do cliente através da mídia. Formas estas que não devem se resumir aos tradicionais anúncios e propagandas muito utilizadas e óbvias. O pseudoevento representa estratégia de comunicação que cria ações inusitadas com a finalidade de repercutir na mídia. Seu planejamento não visa fins lucrativos, mas que haja atenção para o ocorrido e que este seja levado aos meios de comunicação. Geralmente é utilizado por figuras públicas, com a finalidade de produzir notoriedade. Nesse sentido o estudo tem o objetivo de analisar a influência dos pseudoeventos na carreira da cantora Anitta. Utilizou-se de pesquisa bibliográfica e estudo de caso da artista, verificando sua produção musical, apresentações e aparições na mídia. A pesquisa busca responder a seguinte questão: a utilização de pseudoeventos como estratégia de posicionamento é apropriada para cativar e manter os diferentes públicos da cantora? Percebeu-se que o pseudoevento é bastante utilizado como estratégia de comunicação na divulgação da artista e que em alguns momentos foram cruciais para mantê-la na mídia e no consciente do público. Utilizado como “isca infalível”, a exemplo do casamento de Fernanda Souza e Thiaguinho, que reuniu várias celebridades, ocasião em que Anitta optou por usar um vestido preto básico, vendido em liquidação por R\$ 79,90. Os comentários nas redes sociais sobre a roupa da artista ultrapassaram os do casamento, o fato a levou para sites de notícias e redes sociais garantindo a atenção da mídia. Esse, como outros pseudoeventos empregados na divulgação da artista permitem a unificação de seu público e torna possível o acesso a outros consumidores aumentando sua divulgação.

**Palavras-chave:** Estratégia. Comunicação. Pseudoevento. Anitta.



## **Projeto Cartas: o Curso de Design do UniFOA como parceiro para o desenvolvimento de pingente histórico, utilizando modelagem 3D**

**ALVES, P. S. R.<sup>1</sup>; ANDRADE; L. S.<sup>1</sup>**

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

[patricia.alves@foa.org.br](mailto:patricia.alves@foa.org.br)

[laert.andrade@foa.org.br](mailto:laert.andrade@foa.org.br)

### **RESUMO**

O curso de Design do UniFOA desenvolveu o Pingente Flores do Aço, para presentear as mulheres de Volta Redonda que participarem do Projeto Cartas, da Secretaria de Políticas Públicas para Mulheres, da Prefeitura Municipal de Volta Redonda. Trata-se de um projeto social que visa mapear como as mulheres de Volta Redonda estão se relacionando com a cidade no campo social e econômico. O projeto já recebeu 3 mil cartas e vai até o final do ano. O objetivo é atingir 10 % da população feminina, que seriam 14 mil mulheres. A partir da leitura destas cartas, a secretaria vai traçar um plano de ação para beneficiar a população feminina da cidade. O processo de criação do pingente e todo seu conceito de design partiu da pesquisa sobre símbolos que poderiam representar o feminino e a cidade de Volta Redonda. A flor escolhida foi a rosa, que simboliza paixão, respeito, coragem, admiração. Na mitologia, a rosa estava associada a Afrodite ou a Vênus, deusas do amor e da beleza, uma flor sagrada, elemento fogo, que simbolizava também a fertilidade. Reza a lenda, para os gregos, que a rosa era uma flor branca, que se tornou vermelha no momento em que Adônis foi ferido de morte, e Afrodite, sua amada, transformou a cor das rosas ao ferir-se num espinho. Portanto, além de simbolizar o amor e o romantismo, a rosa simboliza a regeneração. A regeneração das mulheres de Volta Redonda, que através da rosa estão representadas no pingente. Já a curva do Rio Paraíba do Sul – símbolo da cidade – que envolve a rosa do pingente, simboliza a cidade acolhendo as mulheres. Foram feitos estudos à mão antes da modelagem 3D. Foram desenvolvidos vários formatos de rosa e conexões para passagem do cordão. Estes estudos foram manipulados utilizando Fusion 360, software da Autodesk, até chegar a um resultado em que o design pudesse ser produzido. Foram elaborados desenhos técnicos da peça, que juntamente com o arquivo final, foram enviados à empresa que confeccionou o pingente, com apoio da CSN. O curso de Design do UniFOA buscou através desta parceria trabalhar o Design Social, em prol da melhoria da qualidade de vida da sociedade, principal objetivo do projeto.

**Palavras-chave:** Design Social. Comunidade feminina. Tecnologia 3D. Prototipação. Fusion 360.



## **Projeto de Extensão: Oficina Publicidade e Educomunicação para Autoformação Docente - PEAD**

**SILVA, R. M. A.<sup>1</sup>; COUTINHO, R. E.T.<sup>1,2,3</sup>**

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

*2- UTAD - Universidade Trás-os-Montes e Alto D'ouro, Vila Real, Portugal.*

*3- Produto do LAGERES - Laboratório do Grupo de Estudos e Pesquisa em Representações Sociais na/para Formação de Professores - UFCG, Cajazeiras-PB*  
[rharianymitrof@gmail.com](mailto:rharianymitrof@gmail.com)

### **RESUMO**

Este estudo apresenta a proposta de Projeto de Extensão, que visa a oferta de oficina voltada para profissionalização docente. Como eixos teóricos se ancora nos conceitos Publicidade, Educomunicação e Autoformação Docente, tríade que de acordo com estudos anteriores (SILVA, COUTINHO, 2015, 2016, 2017) denota-se o ineditismo dessa pesquisa. Trata-se da construção de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) no qual além dos aspectos teóricos, busca-se desenvolver a prática para além da academia. Para tanto, a oficina denominada PEAD – Publicidade e Educomunicação para Autoformação Docente, tem como premissa atender às determinações da Proposta Curricular da Prefeitura Municipal de Barra Mansa, RJ, na qual terá como público alvo, docentes da educação infantil e primeira fase do ensino fundamental (do 1º ao 5º ano). A publicidade pode ser vinculada a educomunicação, uma vez que essa junção poderá contribuir com a formação crítica do cidadão conforme previsto pela LDB – Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (1996), em outra esteira tal junção constituirá um espaço de profissionalização docente volta para a troca de experiência e conseqüentemente a autoformação docente. A referida proposta, preconiza o uso de materiais publicitários como aporte para o ensino-aprendizagem. Ainda por meio de pesquisa de opinião (SILVA, COUTINHO, 2017) realizada com dez profissionais da educação na escola definida como lócus de investigação, foi possível verificar a ausência de conhecimento acerca do conceito de Educomunicação e da utilização de material publicitário como estratégia para o ensino. Mediante a essas informações, surgiu a ideia de ofertar para essa escola, oficina na qual fossem possíveis apresentar estratégia que envolvesse o uso de materiais publicitários como metodologia de ensino. A oficina será realizada em quatro módulos presenciais e interação a distância por meio de grupo fechado no Facebook. Contará com material explicativo (denominado caderno de oficina) que será a base norteadora para relatos de experiências advindos dos conhecimentos adquiridos em sua realização. Os relatos de experiência serão gravados em vídeo (*vlogs*) e postado em canal criado no YouTube pela discente pesquisadora. Pretende-se com esta ação fomentar a Autoformação Docente e o uso da Educomunicação associada a Publicidade. Esta ação de extensão foi aprovada pelo COEPs sob o Número do Parecer: 2.114.953 e encontra-se em desenvolvimento.

**Agência Financiadora:** FOA

**Palavras-chave:** Publicidade. Educomunicação. Autoformação Docente.

## Projeto Interdisciplinar TICs Medicina do UniFOA: NEXT III Formação Continuada

**SOBRINHO, A. C. M.<sup>1</sup>; OLIVEIRA, J. G.<sup>1</sup>; MACHADO, L. C.<sup>1</sup>; RODRIGUES, M. B.<sup>1</sup>; NEVES, M. C. P.<sup>1</sup>; COUTINHO, R. E. T.<sup>1,2,3</sup>**

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

2 – UTAD - Universidade Trás-os-Montes e Alto D'ouro, Vila Real, Portugal.

3 – Produto do LAGERES - Laboratório do Grupo de Estudos e Pesquisa em Representações Sociais na/para Formação de Professores - UFCG, Cajazeiras-PB

[marianabrunor@gmail.com](mailto:marianabrunor@gmail.com)

### RESUMO

Sob a perspectiva de um mercado de trabalho amplo e a necessidade de um profissional cada vez mais dinâmico e preparado, foi criado o projeto de Formação Continuada. O objetivo desta ação é oferecer aos acadêmicos dos cursos de Medicina, Jornalismo e Publicidade e Propaganda, complementos à sua formação profissional. A ideia é aprofundar conhecimentos sobre temas distintos, oferecer subsídios teórico-metodológicos e estimular os estudantes a participar das atividades interdisciplinares. A justificativa é a necessidade de aprofundar e colocar em prática assuntos abordados em sala de aula que auxiliem nas práticas das atividades extracurriculares, como, por exemplo, a criação de sites para Ligas Acadêmicas e portfólio acadêmico/profissional. Como metodologia foram realizados oito cursos desde o início do período letivo de 2017. São eles: "Dimensões da Pesquisa Científica Propostas por Novikoff", voltado para o a preparação de trabalhos a serem submetidos no Congresso de Medicina e contou com a participação de nove alunos, gerando resumos e apresentações de trabalho no referido evento e conseqüentemente em outros como SIAT/SERPRO, COBEM, Colóquio Técnico Científico do UniFOA e Intercom Sudeste e Nacional. Foram realizadas três edições da "Oficina de Sites", a primeira com 22 acadêmicos, a segunda com 23 e a terceira com 15, gerando um total de cinco sites ativos, criados pelos próprios alunos da instituição visando a educação em saúde. A realização da oficina de Assessoria de Imprensa foi realizada com a egressa do curso de Jornalismo do UniFOA, Melissa Carísio, contando com 11 participantes; foi também ofertado pela mesma egressa a oficina de "Técnicas de Reportagem", que preparou uma equipe de 15 voluntários do Projeto TICs Medicina que cobriram a I Mostra de Talentos e Cultura realizado paralelamente ao Congresso de Medicina do UniFOA. Como outras ações podem-se destacar: o Evento de Adesão ao Projeto de Extensão Interdisciplinar TICs Medicina, ministrado pela professora Rhanica Coutinho, com 12 participantes. Além disso, foi realizada uma visita técnica na TV e na Web Rádio do UniFOA, com a participação de 14 acadêmicos. Outra ação relevante da proposta, foi o Projeto MedMusic, com 3 encontros e um total de 19 participantes, consistindo em uma proposta que visa trazer o conhecimento teórico, prático e artístico da música erudita, considerada em todo mundo como um instrumento de formação moral, intelectual e afetivo. Conclui-se que o projeto foi de grande importância para os acadêmicos, visto sua utilidade para a formação pessoal e profissional. Neste resumo foram apresentados resultados parciais desse projeto que se encontra em desenvolvimento.

**Agência Financiadora:** FOA

**Palavras-chave:** TICs. Formação Continuada. Projeto de Extensão.



## **Projeto Interdisciplinar TICs Medicina no UniFOA: Gestão dos Processos**

**SOUZA, S. C. O.<sup>1</sup>; CARVALHO, I. P.<sup>1</sup>; GUEDES, J. C.<sup>1</sup>; GARCIA, S. C. M.<sup>1,2,3</sup>,  
COUTINHO, R. E. T.<sup>1,2,3</sup>**

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

*2 – UTAD - Universidade Trás-os-Montes e Alto D'ouro, Vila Real, Portugal.*

*3 – Produto do LAGERES - Laboratório do Grupo de Estudos e Pesquisa em Representações Sociais na/para Formação de Professores - UFCG, Cajazeiras-PB  
[contato.saraholiv3ira@gmail.com](mailto:contato.saraholiv3ira@gmail.com)*

### **RESUMO**

Trata-se de um projeto interdisciplinar desenvolvido desde o segundo semestre de 2015 e que contempla os cursos de Medicina, Publicidade, Propaganda e Jornalismo e assim, cumpre-se uma das diretrizes preconizadas pelas DCNs - Diretrizes Curriculares Nacionais de 2014. A referida proposta visa constituir um núcleo diferenciado que possa gerir os processos do Projeto TICs Medicina, visando viabilizar ações e estratégias eficientes. A gestão e coordenação de um projeto de porte considerável quanto ao da TICs Medicina, proporciona aos acadêmicos a oportunidade de experimentarem a prática, ponto crucial no processo ensino e aprendizagem. Com uma visão ampla e estruturada, é possível coordená-lo e gerenciá-lo de forma mais eficiente, a fim de garantir que todas as suas engrenagens funcionem corretamente e assim, possam contribuir com o levantamento e desenvolvimento dos processos que resultaram em dados relativos à produtividade. Nessa mesma esteira, serão desenvolvidas ações de planejamento estratégico e assessoria de comunicação com o objetivo de promover o projeto no âmbito interno e externo. O referido projeto justifica-se uma vez que é, em si, a representação do cumprimento de uma das diretrizes das DNCs (2014), que preza pela interdisciplinaridade e ainda, oportuniza a associação entre a teoria e a prática, o que é, marcadamente, um desafio ao processo pedagógico de ensino e aprendizagem. Outra relevância que deve ser ressaltada é o fato de que todas as ações empreendidas pelo projeto são, inexoravelmente, transformadas em publicações de produções técnicas (produtos) e científicas (artigos e resumos). A proposta se desenvolve a partir das seguintes etapas: Reuniões de planejamento; Acompanhamento dos processos; Desenvolvimento de ações promocionais; Validação dos processos; Avaliação dos processos; Aplicação de questionário e Elaboração de relatórios. Além disso, o projeto contém um cronograma de atividades, onde representam o exercício da prática, são elas: encontros para planejamentos de ações; pré-produção rádio TV; produção rádio TV; pós-produção rádio TV; planejamento e execução de ações; promocionais do projeto; aplicação de questionário de pesquisa de opinião; tabulação de pesquisa de opinião; desenvolvimento do relatório final; planejamento para 2018; desenvolvimento de produção científica; para publicações desenvolvimento de produção científica; para publicações de produtos.

**Palavras-chave:** TICs. Gestão de processos. Projeto de Extensão.



## Proposta de catalogação para a produção artística da APAE-VR

**FREITAS, T. A.<sup>1</sup>; ANDRADE, L.S.<sup>1</sup>.**

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

[tuliosaf@gmail.com](mailto:tuliosaf@gmail.com)

### RESUMO

A Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais foi fundada no Rio de Janeiro em 1954 pela americana Beatrice Bemis. O projeto das oficinas na associação é desenvolvido desde a fundação. Praticado como um meio de expressão e desenvolvimento psicomotor, este trabalho visa inserir os alunos participantes no mercado de trabalho e proporcionar-lhes uma vida independente. Atualmente, a APAE-VR carece de meios de registro documental para as obras produzidas nestas oficinas, que são comercializadas para o financiamento do material usado. Baseado na necessidade de documentação do material, o trabalho em questão tem como objetivo a editoração de um livro catálogo que compile a produção artística realizada pelos alunos da associação, em Volta Redonda. As obras, em sua maioria mosaicos de biscuit, serão selecionadas e digitalizadas para inserção no livro em questão. A reunião destes trabalhos buscará proporcionar visibilidade e, conseqüentemente, maior apoio financeiro à organização, que recentemente passou por situação financeira delicada. Para este projeto, foi escolhida a estrutura metodológica “Design Thinking”, de Ambrose e Harris, composta por sete fases, devidamente adaptadas às necessidades editoriais do trabalho. O processo projetual encontra-se na fase de síntese, portanto ainda em andamento e passivo de alterações em seu conteúdo até a conclusão.

**Palavras-chave:** APAE. Livro. Produção Artística.



## **Proposta de desenvolvimento de um objeto de apoio ao letramento de pessoas com a doença de Stargardt**

**ALMEIDA, F. L.<sup>1</sup>; BOTELHO, A. R.; FERNANDES, C. A.**

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.  
[fellipelovatini@outlook.com](mailto:fellipelovatini@outlook.com)

### **RESUMO**

O design é o campo que se apropria da elaboração de problemas através do conhecimento das necessidades do usuário, definindo processos na busca de soluções inovadoras. O projeto se aprofunda na problemática existente no conhecimento de pessoas com a doença de Stargardt que estão em fase de graduação e em como os professores podem utilizar os recursos para melhoria do ensino e aprendizagem de tais alunos. Essa patologia, trata-se de uma distrofia macular rara que aos poucos tira a capacidade de enxergar e distinguir cores ou formas. Essas pessoas são categorizadas como deficientes visuais portadores de baixa visão. A doença de Stargardt não tem cura e pesquisas relatam que se manifesta em sua totalidade durante a adolescência, sendo esta, uma fase importante por causa do ingresso à graduação e ao mercado de trabalho. A compreensão do cenário vivenciado pelo público em questão é fundamental para a criação de uma alternativa pautada por critérios de design. É utilizado, portanto, uma metodologia própria baseada no “Design Thinking” como ferramenta para imersão a fim de coletar dados de profundidade. As suas 3 etapas principais são: Pesquisar (busca de dados na internet e dados antropólogos de imersão, se possível vivenciando os contextos das pessoas envolvidas), Idealizar (Sintetizar as informações e gerar uma grande quantidade de ideias) e prototipação (Dar vida às ideias abstratas). Com estes dados, o objetivo deste trabalho é avaliar a maneira como os deficientes visuais adquirem conhecimento através do letramento para assim, desenvolver uma solução que atenda as expectativas e anseios do público alvo. Atualmente, este projeto encontra-se na etapa de prototipação e sua conclusão será dada na segunda etapa do Trabalho de Conclusão de Curso 2017/2.

**Palavras-chave:** Doença de Stargardt. Apoio ao Letramento. Baixa Visão. Design social.

## **Relação da Linguagem Visual para Crianças com Síndrome de TEA: Proposta de um Livro Infantil**

**AMARAL, J. G.<sup>1</sup>; ALVES, P. S. R.<sup>1</sup>**

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.  
[jefamaralgomes@gmail.com](mailto:jefamaralgomes@gmail.com)

### **RESUMO**

O TEA (Transtorno do Espectro do Autismo) é uma síndrome que tem o seu início precoce. Tem como características marcantes a dificuldade no desenvolvimento da linguagem e na interação social. Existe uma série de comportamentos que são características de pessoas com TEA. Esses comportamentos podem variar dependendo do nível de severidade do quadro, mas a maioria deles possuem comportamentos estereotipados e repetitivos, hipossensibilidade e/ou hipersensível, interesses restritos (como gostar apenas de um objetivo específico ou algum animal específico), dificuldade em criar vínculos de amizade, aprender novos conceitos e de serem independentes no dia a dia. Crianças que estão dentro do espectro autista, aprendem e pensam, primariamente, através da linguagem visual e é de extrema importância a utilização de imagens, desenhos e cores em sua comunicação. Como objetivo, este trabalho visa abordar a importância da linguagem visual para crianças com autismo, e como resultado final, será apresentado em formato de um livro infantil a partir de um Trabalho de Conclusão de Curso de Design. Para o projeto foi utilizado como método o design Thinking, que possui um conjunto de métodos e processos que servem para identificar e abordar problemas e uma forma de pensar com criatividade através de maneiras pouco convencionais. Como produto final, o tema será tratado e finalizado em um formato de livro infantil com as características necessárias para crianças com autismo, mostrando a importância da linguagem visual. Este trabalho terá sua conclusão no final do semestre do curso de design, com a finalização do Trabalho de Conclusão de Curso.

**Palavras-chave:** Linguagem Visual. Autismo. TEA. Livro Infantil.

## Representações sobre prostituição nos classificados dos jornais Diário do Vale, A Voz da Cidade e O Globo

**SOUZA, R. A.<sup>1</sup>; FARIA, D. E.<sup>1</sup>**

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.  
[rozanade@uol.com.br](mailto:rozanade@uol.com.br)

### RESUMO

Comumente, profissionais do sexo utilizam diversos meios de comunicação para divulgar seus trabalhos: redes sociais, anúncios em sites e em jornais online e impressos. O anúncio em classificados de jornais é um recurso utilizado por esse público com relativa frequência há décadas. Uma análise dos anúncios de prostituição nos classificados revela como esses profissionais transformaram suas representações e identificações a partir de influências da mídia, ou seja, ao mesmo tempo em que estes anúncios constroem representações sociais sobre a prostituição sofre influências significativas das representações, forjadas pela sociedade. Pesquisadores reconhecem a importância dos meios de comunicação no que se refere à veiculação de informações e disseminação de valores. Este projeto de iniciação científica (em andamento) pretende identificar e analisar as representações sobre a prostituição nos Classificados dos jornais Diário do Vale, A Voz da Cidade e O Globo. Faz-se necessário: analisar fatores sociais e culturais que influenciaram as representações; identificar e analisar as características dos anúncios publicados nos classificados; comparar as representações presentes nos anúncios do jornal com O Globo com o material coletado nos jornais Diário do Vale e A Voz da Cidade. Pesquisa com abordagem qualitativa. A técnica de coleta de dados utilizada é a análise documental. O processo metodológico consiste na seleção, classificação e análise dos anúncios de prostituição publicados nos Classificados dos jornais A voz da Cidade, Diário do Vale e O Globo. Os anúncios são analisados conforme as seguintes categorias: data; autor; título; relações de gênero; atividades ofertadas; características destacadas; público alvo; valor do serviço; tamanho do anúncio; etc.

**Palavras-chave:** Prostituição. Mídia. Representações Sociais.



## **Rescisão trabalhista: quadro normativo regulador das rescisões por justa causa**

**VASTI,S.F.C.<sup>1</sup>; LEÃO,A.F.S.<sup>1</sup>; MENDES,M.A.<sup>1</sup>**

1 - UniFOA – Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.  
[augustofelipeleao@gmail.com](mailto:augustofelipeleao@gmail.com)

### **RESUMO**

Trata o presente estudo do tema rescisão por justa causa que se inclui no rol de diversos outros que possuem alta relevância para o profissional das ciências contábeis, pois representa grande parcela dos procedimentos atribuídos ao profissional, seja ele como empregado na empresa, bem como, seja ele profissional liberal. É necessário entender que uma abordagem sistemática do tema “rescisão trabalhista: quadro normativo regulador das rescisões por justa causa.”, representa um estudo transversal de disciplinas como direito do trabalho, direito tributário, e contabilidade. Desta forma o estudo de um tema deste porte por si só justifica-se como de relevância para um projeto de iniciação científica, que irá subsidiar posterior trabalho de conclusão de curso. Há que se admitir que essas rotinas trabalhistas normalmente não fazem parte da grade curricular até porque são tratadas em disciplinas diferenciadas só se fazendo em conjunto quando do desenvolvimento do estágio supervisionado no Núcleo de Prática Contábil. A complexidade deste assunto pode ser aferida pela leitura do artigo 482 da Consolidação das Lei do Trabalho, que define as seguintes condutas como hipóteses autorizadas da referida rescisão. São elas: a) *ato de improbidade*; b) *incontinência de conduta ou mau procedimento*; c) *negociação habitual por conta própria ou alheia sem permissão do empregador, e quando constituir ato de concorrência à empresa para a qual trabalha o empregado, ou for prejudicial ao serviço*; d) *condenação criminal do empregado, passada em julgado, caso não tenha havido suspensão da execução da pena*; e) *desídia no desempenho das respectivas funções*; f) *embriaguez habitual ou em serviço*; g) *violação de segredo da empresa*; h) *ato de indisciplina ou de insubordinação*; i) *abandono de emprego*; j) *ato lesivo da honra ou da boa fama praticado no serviço contra qualquer pessoa, ou ofensas físicas, nas mesmas condições, salvo em caso de legítima defesa, própria ou de outrem*; k) *ato lesivo da honra ou da boa fama ou ofensas físicas praticadas contra o empregador e superiores hierárquicos, salvo em caso de legítima defesa, própria ou de outrem*; l) *prática constante de jogos de azar*. Assim, fica evidente a importância deste tema para o profissional da área contábil, que poderá ser instrumentalizado em um quadro normativo de aplicação profissional e imediata.

**Palavras-chave:** Rescisão trabalhista. Por justa causa. Quadro normativo.





## **Ruídos no Processo de Comunicação Empresarial: Desafio para Gestores**

**GOMES, A. R.<sup>1</sup>; OLIVEIRA, S. S. S. de<sup>1</sup>; ANDRADE, A. de O.<sup>1</sup>; CAMILO, W. S.<sup>1</sup>;  
ALMEIDA, N. C. S.<sup>1</sup>**

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.  
[aliner Gomes@gmail.com](mailto:aliner Gomes@gmail.com)

### **RESUMO**

O presente estudo tem por objetivo analisar os desafios enfrentados por gestores no processo de comunicação empresarial. A comunicação tem como definição a transmissão de informação entre um emissor e um receptor que dispõem de um canal e utilizam-se de um mesmo código. Entretanto, comunicar-se vai muito além da aparente simplicidade desse processo. A Comunicação é uma ferramenta de integração, derivada do termo latino “communicare”, que significa “participar de algo, tornar comum”. Comunicação significa o mesmo que “tornar comum, partilhar, repartir, trocar opiniões (MATOS, p. 2, 2009). A comunicação empresarial é uma ferramenta estratégica utilizada pelas empresas para atingir os seus objetivos, e é de extrema importância, porque é por ela que os gestores se comunicam com seus funcionários e com os seus clientes. Porém, estabelecer uma efetiva comunicação no ambiente empresarial pode não ser uma tarefa tão fácil, porque existem os chamados “ruídos”, que nada mais são que “uma perturbação indesejável em qualquer processo de comunicação, que pode provocar danos ou desvios na mensagem” (GESSNER, 2007). Esses ruídos podem ser causados por ambientes adversos, exposição descuidada ou linguagem inadequada. Nesta pesquisa quantitativa, verificamos na bibliografia os ruídos mais comuns no processo de comunicação empresarial interno, ou seja, entre gestores e colaboradores, assim como os principais desafios desse tipo de comunicação. Ainda não obtivemos resultados definitivos porque o estudo está em processo de desenvolvimento até o presente momento.

**Palavras-chave:** Comunicação. Comunicação empresarial. Gestão. Ruídos.



## **Sistema de Identidade Visual para um Bistrô Saudável incluindo Projeto De Naming**

**RODRIGUES, I. M.<sup>1</sup>; CORRÊA, B. S.<sup>1</sup>**

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.  
[isabellemerod@gmail.com](mailto:isabellemerod@gmail.com)

[brcorrea@live.com](mailto:brcorrea@live.com)

### **RESUMO**

Com o crescimento urbano e a rotina acelerada dos grandes centros, a praticidade em certas atividades se tornou uma necessidade de muitos, pois vários hábitos para o qual antes disponibilizávamos um maior tempo para sua realização, hoje substituímos por opções mais rápidas. Um exemplo corriqueiro é a troca refeições elaboradas por lanches rápidos. Soluções como essa, apesar de saborosas e práticas, são controversas quando se considera seu impacto à saúde, pois causam problemas como, obesidade, doenças cardíacas, má nutrição e entre outros. Sabendo de tais malefícios, originou-se um movimento contrário ao fast food conhecido como slow food, que tem como enfoque preservar a boa comida e suas práticas saudáveis, ao mesmo tempo que mantém-se prático. Usando o slow food como inspiração, este trabalho busca com o desenvolvimento de um sistema de identidade visual para um bistrô, expressando valores saudáveis, que tragam consigo a cultura de uma alimentação baseada em ingredientes orgânicos. Para obter as informações necessárias foi elaborado um briefing onde estão dispostas requisitos e restrições para a execução do trabalho. O projeto segue Metodologia do Projeto de José Abramovitz e Luiza Helena Boueri Rebello e para auxiliar na divisão de etapa foi utilizado o artigo “Metodologia de Projetos em Design, Design Thinking e Metodologia Ergonômica: Convergência Metodológica no Desenvolvimento de Soluções em Design” de Bruno Corrêa e, como complementação do método, a etapa de Desenvolvimento contempla considerações apresentadas por Ambrose e Harris no livro Design Thinking. Ao longo da elaboração do projeto foram levantadas informações a respeito da importância e do desenvolvimento de uma identidade visual, e questões que tragam para a marca um caráter relacionado ao conceito de saudável. Os estudos vão desde a etapa inicial do briefing até a síntese, onde são definidos alguns parâmetros que a futura marca deve seguir na etapa do seu desenvolvimento. Espera-se que esse projeto possa contribuir para um novo segmento de mercado e transmitir, através da identidade visual, os conceitos e valores da empresa.

**Palavras-chave:** Design. Identidade Visual. Alimentação Saudável.



## Software para gestão de Recursos Humanos de uma Empresa

**DE OLIVEIRA, A.<sup>1</sup>; FARIA JUNIOR, J. P. T.<sup>1</sup> ;**

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

[jasonpaulotavares@gmail.com](mailto:jasonpaulotavares@gmail.com)

### RESUMO

Neste Projeto de Iniciação Científica está sendo desenvolvido um software para o gerenciamento dos recursos humanos de uma empresa. Envolvendo várias disciplinas como gerenciamento de banco de dados e linguagem de programação. Este projeto é orientado aos alunos de iniciação científica com o objetivo de publicar artigos em congressos nacionais, internacionais e desenvolver este procedimento automatizado com a finalidade de comercialização. A abordagem do tema justifica-se, pela necessidade de obter um software para armazenar o banco de dados e simplificar a escrituração contábil evitando entradas de dados duplicados, registrando e armazenando as informações, um sistema que calcule somas e agrupe números, poupando-lhe infindáveis horas na máquina de calcular. O software também ajudará a definir procedimentos para a manipulação do interminável fluxo de papel que o negócio gera e garanta que o pagamento dos clientes foi registrado de maneira eficiente. Adquirir esta tecnologia e a elaboração de um software nesta área permitirá o desenvolvimento de análises mais precisas por parte dos usuários em relação ao processo gerencial e contábil de uma Organização. Inicialmente será realizada a etapa de análise onde se verifica a melhor maneira de executar a tarefa e que recursos serão necessários como, por exemplo: números de programadores, linguagem de programação, hardware, etc. Na próxima fase, chamada de Projeto, determina-se os “Lay-outs” das telas e características do software. Posteriormente insere-se o código do software na linguagem de programação determinada na fase de análise. Em seguida realiza-se os testes no produto para verificar se os requisitos concordados na especificação (Fase de projeto) estão sendo atendidos. Quando o procedimento automatizado estiver pronto inicia-se a fase de manutenção.

**Palavras-chave:** Software. Gestão. Empresa.



## **Spectre: representações de identidade organizacional**

**BRONZATO, K. A. S.<sup>1</sup>; MORAES, L.<sup>1</sup>; SILVA, G. A. M. <sup>1</sup>; NASCIMENTO, K. B. <sup>1</sup>;  
CARVALHO, A. L.<sup>2</sup>; MARIANO, J.<sup>3</sup>**

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.  
[kellyalvess@gmail.com](mailto:kellyalvess@gmail.com)

2 – USS, Universidade Severinho Sombra, Vassouras, RJ  
[fb.com/andreluiz.carvalho.71697](https://fb.com/andreluiz.carvalho.71697)

3 – FAA, Fundação D. André Arcoverde, Valença,  
[fb.com/jessica.mariano.92123](https://fb.com/jessica.mariano.92123)

### **RESUMO**

Valemo-nos dos Estudos da Cultura Visual como aporte para investigações acerca do relacionamento entre cenas do clipe inicial da trilha sonora, e demais cenas do filme *Spectre*. Buscamos cercar os signos do polvo que o filme apresenta, e associá-los à identidade de uma organização financeira mundial fictícia – a Spectre. No que tange a abertura que o signo demonstrou, ficou visível uma amplitude organizacional baseada num anel; o ramo de atuação, quando o signo do polvo recebe entonações de morte; e a identidade da organização, quando descrita a interface de atuação da Spectre com funcionários que se desviam do seu valor institucional. *Spectre* abusa do poder dos tentáculos, tornando a criatura um signo da corporação financeira mundial. As aparições do polvo, seja como imagem ou como ação subjetiva, são constantes. Uma das formas de representar a marca corporativa diante de seus funcionários reside em anéis marcados com o signo do polvo, em baixo relevo, com sete tentáculos. É a marca institucional da organização – seu uniforme. Os tentáculos do polvo representam o alcance e abrangência organizacional. O polvo no dedo dos membros da organização é, aqui, o signo do medo, principalmente quando associado às imagens do clipe da trilha sonora central, que o posiciona como símbolo da articulação institucional. A cena de envolvimento amoroso entre o protagonista e a viúva de um membro da Spectre tem suas ressonâncias: no filme, o movimento de aproximação dos dois personagens mostra o envolvimento não apenas de um homem e uma mulher. Existe ali uma terceira presença, a própria Spectre. O polvo toma partido na relação que ocorre. Assim, o polvo como manipulador e logotipador de vilões foi problematizado. Depois, com o desvendar do ramo de atuação da organização (decorrer do filme), vem a caveira, que passa de simples elemento cultural para subsigno identitário, revelando-se como característica invisível do signo principal, sua auxiliar, denotando o seio organizacional da Spectre como novo endereço para si mesma. Ela passa de uma brincadeira com fantasias onde o polvo está ausente, para atos de terrorismo, mais peculiares a ele. Assim, o polvo a absorve, tornando-a sua, e emprestando-a a identidade organizacional. Ao construir nossas ressonâncias pessoais envolvendo os diversos signos identificadores do mal, concentramo-nos em apreciar um em particular, com o objetivo de interpretar sua relação com a visão, valores e objetivos de uma corporação fictícia. Vimos que a Spectre não tem um ramo de atuação legalista, o que a faz ser comparada à ilegalidade administrativa moderna, como empresas “laranja”, contabilidade de “caixa dois”, manipulação do mercado de ações e financiamento da corrupção político-moral.

**Palavras-chave:** Cultura visual. Amplitude organizacional. Signo do polvo.



## **The Story of Little Black Sambo: um caso para pensar o politicamente (in)correto na literatura**

**SILVA, W.R.N.<sup>1</sup>; FONSECA, M.C.V.<sup>1</sup>; PEREIRA, A.<sup>1</sup>**

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.  
[wrnascimentos@gmail.com](mailto:wrnascimentos@gmail.com)

### **RESUMO**

A literatura tem um lugar de estabilidade, ainda que se modifique ao passar por reedições e traduções. Esse lugar é o de dar a conhecer e reafirmar o antigo enquanto, simultaneamente, oferece rupturas para o surgimento e a divulgação do novo. Os meios de comunicação atuais podem afetar o objeto livro, mas a literatura é assimilada pelos instrumentos da tecnologia e retornada ao público nas redes virtuais, em e-books, em adaptações para o cinema, o teatro, a televisão, na dança e em outras formas que vão aparecendo. Dessa maneira, a literatura continua relevante como instrumento de construção da identidade, seja de um sujeito em particular, seja de uma sociedade. Essa questão preocupa, quando se pensa na marca que a literatura pode deixar, dependendo do papel reservado a certos grupos sociais e como foram retratados numa obra literária. Pensamos aqui especificamente nos negros. Assim, fica a questão: vamos censurar a literatura? Queimar o passado? Alimentar a desconfiança entre as pessoas? Ou vamos deixar o passado diante de nós, para que possamos revê-lo e aprender com ele sobre erros e acertos, e não para trás, escondido e inútil? Tais reflexões orientaram o trabalho em que investigamos o caso de *The Story of Little Black Sambo*, de Helen Bannerman, por meio de revisão de literatura, seguida de leitura e análise da obra, que conheceu enorme e inesperado sucesso e depois a condenação de sua obra sob a acusação de racista, o que foi sempre negado pela autora.

**Palavras-chave:** politicamente (in)correto. Arte. Racismo. Ética.



## **(Trans)formações da cidade: retratos do Rio antigo em um ensaio contemporâneo**

**GOMES, A. R.<sup>1</sup>**

1 – UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.  
[aliner Gomes@gmail.com](mailto:aliner Gomes@gmail.com)

### **RESUMO**

Nascida oficialmente em 1839, na França, a fotografia evoluiu ao longo de 175 anos tão rapidamente quanto a velocidade da luz que é captada pela câmara escura. No Brasil, a entrada dos primeiros equipamentos de fotografia (à época, Daguerreotipia) na capital do império, Rio de Janeiro, se deu graças ao imperador D. Pedro II, exímio apreciador das imagens captadas pelos enormes equipamentos da época. Os primeiros operadores desses equipamentos – fotógrafos – oportunizaram captar imagens de retratos familiares e/ou individuais, e também das paisagens ainda pouco exploradas até então. A possibilidade de concepção do presente trabalho só se deu porque, além de D. Pedro II ter aberto as portas do país à fotografia, a partir dos anos de 1880, “o aperfeiçoamento das câmeras fotográficas colocaria a fotografia ao alcance do homem comum” (BORGES, 2011, p. 30). Abrir portas para a fotografia dos cenários brasileiros possibilitou não só retratar as belas paisagens de nossa nação, mas documentar parte de nossa história. Philippe Dubois (2013, p.25) aponta que a fotografia é uma “produção com pretensão documental”, de modo que o objeto da presente pesquisa é: a fotografia como processo histórico-documental de um bairro, uma cidade, uma região, e/ou um país. Para que o trabalho tomasse forma, como metodologia, ao longo das análises, lançou-se mão de um aparato bibliográfico teórico sobre fotografia e história, bem como foi produzido um ensaio autoral que retrata a arquitetura imperial ainda existente na cidade do Rio de Janeiro em contraposição às novas construções urbanas. Ao aliar as ferramentas de trabalho - bibliografia de referência, embasando teoricamente a pesquisa, e os equipamentos e técnicas fotográficas -, foi possível produzir um ensaio fotográfico urbano que respalda nossas análises acerca da fotografia como uma arte que torna possível a documentação histórico cultural da cidade do Rio de Janeiro. A assertiva de BORGES (2011, p. 73), ao afirmar que “as imagens fotográficas devem ser vistas como documentos que informam sobre a cultura material de um determinado período histórico e de uma determinada cultura [...]” conduz à conclusão desta monografia que já está finalizada. O trabalho de pós-graduação chegou a seu principal propósito: demonstrar que, para além da arte, as imagens fotográficas cumprem o seu papel de informativas e documentais, nos aspectos histórico e cultural, a partir dos contrastes da arquitetura urbana da cidade do Rio de Janeiro.

**Palavras-chave:** Fotografia. Fotografia Urbana. Fotografia Documental. Rio de Janeiro.

## **Transição do Jornal do Brasil da mídia impressa para o webjornalismo: Levantamento do Estado do Conhecimento no Intercom Júnior**

**DE OLIVEIRA, G. D.<sup>1</sup>; COUTINHO, R. E. T.<sup>1, 2, 3</sup>**

*1-UniFOA, Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ*

*2- UTAD, Universidade Trás-os-Montes e Alto D'ouro, Vila Real, Portugal*

*3 – Produto do LAGERES - Laboratório do Grupo de Estudos e Pesquisa em Representações Sociais  
na/para Formação de Professores - UFCG, Cajazeiras-PB  
[duartgabriel@hotmail.com](mailto:duartgabriel@hotmail.com)*

### **RESUMO**

O webjornalismo, objeto desse estudo, advém da prática jornalística apresentada ao público por meio de plataforma online que para atender ao fluxo de comunicação seguido pela massa, teve que se adaptar quanto ao modo em que era disponibilizado o jornalismo. O ciberespaço atualmente é uma das mídias mais frequentadas, o que justifica a necessidade de mudança do jornalismo impresso para o virtual, que traz como característica principal a instantaneidade, que faz com que o webjornalismo seja uma maneira simples de estar informado. Para esse estudo, delimitou-se o Jornal do Brasil como *lócus* dessa pesquisa, considerado como um dos mais antigos jornais do Brasil é, no contexto atual, paradoxalmente um dos mais novos como mídia online. Descobrir por meio de análise a transposição integral do Jornal do Brasil de mídia impressa para virtual, nos faz pensar em quais foram as motivações que levaram a essa mudança. O estudo visa a compreender a prática jornalística, mapear no meio acadêmico o que vem sendo discutido nos anais Intercom acerca da dessa transposição, e finalmente pretende-se futuramente analisar por meio de levantamento bibliográfico os indícios que nortearam essa mudança. Dessa forma: questiona-se: o que vem sendo discutido no meio acadêmico sobre o tema? Seriam questões relacionadas a gestão administrativa/financeira da empresa que levou a mudança? A metodologia adotada no desenvolvimento desse estudo se pautaram nas Dimensões da Pesquisa Proposta por Novikoff (2010), revisão bibliográfica e Levantamento do Estado do Conhecimento (ROMANOWSKI; ENS; 2006) sendo elaborado a partir dos anais do Intercom Júnior, no eixo Jornalismo, entre o período de 2011 a 2016, os termos webjornalismo e jornalismo online foram determinados como indexadores de busca. Como resultados parciais foram encontrados um total de 683 artigos publicados, sendo que desses 16 traziam o termo webjornalismo e 13 mencionavam o termo jornalismo online em 13, porém nenhum deles falando explicitamente sobre o Jornal do Brasil. O estudo não se esgota e seu desdobramento se dará por meio de análise dos trabalhos encontrados e revisão bibliográfica.

**Palavras-chave:** Jornalismo. Webjornalismo. Jornalismo Online.