

SUMÁRIO

(IN)VISIBILIZANDO A VIOLÊNCIA PSICOLÓGICA SOFRIDA POR MULHERES EM NOVO HAMBURGO/RS

“CURRICULARIZAÇÃO” DA EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA NO BRASIL: ENTRAVES E DESAFIOS

A ANÁLISE DAS CAPACIDADES NO PROCESSO DE INCUBAÇÃO JUNTO AS EMPRESAS PÓS-INCUBADAS PELA INCUBADORA TECNOLÓGICA DA FEEVALE

A APLICABILIDADE DO PRINCÍPIO DA IGUALDADE NA ATULIDADE, À LUZ DA DIVERSIDADE CULTURAL E INCLUSÃO SOCIAL NO ESTADO DEMOCRÁTICO DE DIREITO

A CIDADE COMO AGENTE NO DESENVOLVIMENTO CRIATIVO

A DESCONSIDERAÇÃO DA PERSONALIDADE JURÍDICA POR DANO AMBIENTAL

A PERCEPÇÃO DE GESTORES SOBRE O USO DE REDES SOCIAIS NO AMBIENTE ORGANIZACIONAL

A REESTRUTURAÇÃO DO SETOR X DE UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO E O IMPACTO NA CULTURA ORGANIZACIONAL

A REPRESENTAÇÃO DA IDENTIDADE FUTEBOLÍSTICA EM ANÚNCIOS DA REVISTA VEJA NA COPA DO MUNDO FIFA 2014

A TECNOLOGIA ASSISTIVA A BAIXO CUSTO COMO FERRAMENTA PARA A INCLUSÃO SOCIAL DOS CADEIRANTES

ANÁLISE DA GESTÃO DE PROJETOS COLABORATIVOS DE INOVAÇÃO ENTRE UNIVERSIDADES E EMPRESAS

ANÁLISE DO DISCURSO DO SUJEITO COLETIVO: A PERSPECTIVA DOS REPRESENTANTES SOCIAIS SOBRE OS PROJETOS DE PREVENÇÃO À VIOLÊNCIA LETAL

AS CONDIÇÕES E A ORGANIZAÇÃO DE TRABALHO DOS POLICIAIS MILITARES QUE EXECUTAM O POLICIAMENTO OSTENSIVO: UM ESTUDO DE CASO NA BRIGADA MILITAR EM PORTO ALEGRE/RS

CENOGRAFIA E ETHOS DISCURSIVO COMO IMAGEM DE SI: MANIFESTAÇÕES CULTURAIS E IDENTIDADE NA COMUNICAÇÃO DO CITIBANK

CHANEL: PERMANÊNCIA, POPULARIZAÇÃO E GLOBALIZAÇÃO DE UM ESTILO

CIDADES CRIATIVAS E A RECONSTRUÇÃO URBANA

COMUNIDADES DE TERREIRO DE MATRIZ AFRICANA SOB O ENFOQUE DE NANCY FRASER: PARADIGMAS DE DISTRIBUIÇÃO E DE RECONHECIMENTO

CONSIDERAÇÕES SOBRE O CONFORTO FÍSICO E PSICOLÓGICO NO VESTUÁRIO ESCOLAR

CONSUMIDORAS JUVENIS: UM OLHAR SOBRE AS REVISTAS QUE CONVOCAM PARA UM MOVIMENTO DE CONSUMO COMO FORMA DE NÃO PARAR NO TEMPO

CONSUMO COLABORATIVO DO TEMPO: AS INTERAÇÕES NA REDE BLIIVE

CRIAÇÃO E COMPARTILHAMENTO DO CONHECIMENTO E O PAPEL DA CULTURA ORGANIZACIONAL

CULTURA PARTICIPATIVA E JOGOS: OS ARTIFÍCIOS DE SEDUÇÃO DO APLICATIVO WAZE NO INCENTIVO À PARTICIPAÇÃO DE USUÁRIOS

DA HASHTAG À REPRESSÃO: APONTAMENTOS SOBRE SER VISTO

DEFICIÊNCIA: MOTIVO PARA DISCRIMINAÇÃO E EXCLUSÃO SOCIAL?

DESIGN DE MODA COMO PRODUTO CRIATIVO: ESTUDO DE UMA EMPRESA DO SEGMENTO

DIREITOS HUMANOS E SUA EFICÁCIA NO ÂMBITO DA PREVIDÊNCIA SOCIAL

DISCRIMINAÇÃO DE TRABALHADORES E RISCOS PSICOSSOCIAIS NO AMBIENTE LABORAL

DO VANDALISMO AO PROTESTO: O DISCURSO DE ZERO HORA SOBRE AS MANIFESTAÇÕES CONTRA O AUMENTO DA TARIFA EM PORTO ALEGRE

ESELHO, ESELHO MEU, EXISTE ALGUÉM MAIS NARCISO DO QUE EU? PROPOSTA INTERDISCIPLINAR DAS MANIFESTAÇÕES DE SELFIES NAS REDES

ESTUDO DE CASO DE UMA EMPRESA DO SETOR DE GAMES

IDENTIFICAÇÃO DE UM CONJUNTO DE INDICADORES DE SUSTENTABILIDADE PARA INDÚSTRIA DE BEBIDAS ESPECIALIZADA NA PRODUÇÃO DE SUCO DE UVA ORGÂNICO

IMPLANTAÇÃO DE PRÁTICAS DE GESTÃO DO CONHECIMENTO À LUZ DA GESTÃO ORGANIZACIONAL

INDÚSTRIA CRIATIVA: AS COMUNIDADES VIRTUAIS QUE MOVIMENTAM O SETOR DE DESIGN

INICIATIVAS CULTURAIS E DESENVOLVIMENTO DO TURISMO EM IVOTI, RS,
SOB A PERSPECTIVA DO CONCEITO DE CIDADES CRIATIVAS

INOVAÇÃO E GESTÃO AMBIENTAL: UM ESTUDO MULTICASO

INTERATIVIDADE NO JORNALISMO: A VOZ DO INTERAGENTE

INTERVENÇÃO REGULATÓRIA DA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA À LUZ DA
SUSTENTABILIDADE

MEDO E FASCÍNIO: O IMAGINÁRIO DA CIBERCULTURA REVISTO NO FILME HER
(ELA)

MÍDIA, IMAGINÁRIO E REPRESENTAÇÃO: UMA ANÁLISE DA IMAGEM DA
FAMÍLIA NA PUBLICIDADE DE TELEFONIA MÓVEL

MODELOS ORGANIZACIONAIS NÃO TRADICIONAIS DECORRENTES DAS
PERSPECTIVAS DE COMPORTAMENTO COLABORATIVO

MOVIMENTO URBE: PERSPECTIVAS DAS INTERVENÇÕES URBANAS SOB A
ÓTICA DO FORMISMO DE MICHEL MAFFESOLI

NAGASAKI: O CONFLITO ENTRE REPRESENTAÇÃO E MEMÓRIA

O DESENVOLVIMENTO DA IDENTIDADE VISUAL DA MARCA DESIRÉE
FELDMANN

O DESIGN E A VALORIZAÇÃO DA IDENTIDADE CULTURAL GAÚCHA

O DESIGN THINKING COMO FERRAMENTA DE CRIATIVIDADE NO AMBIENTE
ORGANIZACIONAL

O DIREITO À PROPRIEDADE E O DIREITO DE DESAPROPRIAR: A BUSCA POR UM PONTO DE EQUILÍBRIO

O DIREITO FUNDAMENTAL À ÁGUA POTÁVEL PARA CONSUMO HUMANO: UMA ANÁLISE COMPARATIVA ENTRE AS LEGISLAÇÕES BRASILEIRA E ESTRANGEIRA

O DISCURSO DE ÓDIO NA INTERNET: REFLEXÕES SOBRE DIGNIDADE E DEMOCRACIA

O FEMINISMO NA COMUNICAÇÃO: UMA ANÁLISE DOS TRABALHOS APRESENTADOS NOS CONGRESSOS DA COMPÓS DE 2005 A 2014

O MERCADO FONOGRÁFICO BRASILEIRO E AS NOVAS TECNOLOGIAS

O PAPEL DO TWITTER NA ARTE DE CONTAR HISTÓRIAS: ANÁLISE DA NARRAÇÃO DA OCUPAÇÃO DO COMPLEXO DO ALEMÃO

O PROGRAMA BOLSA FAMÍLIA ATRAVÉS DA SOCIOLOGIA DO COTIDIANO

O TRABALHO FORÇADO NO BRASIL: UMA DUALIDADE NO MUNDO DO TRABALHO

O TRABALHO NA PERSPECTIVA DO TRABALHADOR: UMA CONSTRUÇÃO DISCURSIVA DO PROGRAMA “MEMÓRIA PETROBRÁS”

PERMANÊNCIA E EVASÃO ESCOLAR NO PRONATEC

PRÁTICAS DE GESTÃO AMBIENTAL EM UMA EMPRESA DO SETOR COUREIRO CALÇADISTA LOCALIZADA NO SUL DO BRASIL

PROCESSOS DE APRENDIZAGEM NO COTIDIANO DE GESTORES DE ESCOLAS PÚBLICAS ESTADUAIS DE SÃO LEOPOLDO / RS

QUIMERAS PÓS-HUMANAS: OBSERVANDO VIDA E OBRA DE STELARC, STEVE MANN E NEIL HARBISSON

RECURSO EXTRAORDINÁRIO 670422/RS E A DEFINIÇÃO DA MUDANÇA DE SEXO NO REGISTRO CIVIL

RELAÇÕES ENTRE OS VALORES ORGANIZACIONAIS ESTABELECIDOS E OS VALORES ORGANIZACIONAIS

REPRESENTAÇÃO E LUXO NA REVISTA VOGUE BRASIL KIDS: A MÍDIA COMO CONSEQUÊNCIA DA CULTURA DO CONSUMO

SOBRE A DIFERENÇA: COMO O DIREITO VEM TRATANDO A QUESTÃO DA DIVERSIDADE DE GÊNERO?

TACA-LHE PAU JORNALISTA! O DESAFIO DE IR ALÉM DO RELATO E CONTAR A HISTÓRIA POR TRÁS DOS FENÔMENOS CRIADOS PELA INTERNET

TEMPO PARA O CONSUMO DO AMANHÃ

TRAÇOS DA CULTURA ORGANIZACIONAL NO PODER JUDICIÁRIO

TRANSNACIONALIZAÇÃO E AS RELAÇÕES DE TRABALHO: NOVOS IMIGRANTES, VELHOS DESAFIOS

(IN)VISIBILIZANDO A VIOLÊNCIA PSICOLÓGICA SOFRIDA POR MULHERES EM NOVO HAMBURGO/RS

Lisiana Carraro¹

Denise Regina Quaresma da Silva²

Palavras-chave: Violência doméstica. Mulher. Violência psicológica. Medida protetiva.

INTRODUÇÃO

A pesquisa objetiva mapear os delitos mais praticados contra as mulheres em Novo Hamburgo, RS, Brasil, e a ocorrência da violência psicológica, a partir da análise dos dados disponíveis nos registros da Polícia Civil na Delegacia Especializada de Atendimento à Mulher (Novo Hamburgo, 2015) e da Justiça Estadual (Rio Grande do Sul, 2015), através da Vara da Violência Doméstica do Fórum desta cidade. Metodologicamente, trata-se de um estudo de caso, com enfoque qualitativo/quantitativo. Concluimos que a violência psicológica ocorre, mas que não existe um tipo penal que assim a descreva e quando de sua escuta esta é registrada nos livros de atendimento da Polícia Civil na forma de ameaça, turbção do sossego ou ainda invasão de domicílio.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A violência doméstica no Brasil e no mundo vem sendo objeto de estudo há muitos anos, principalmente no âmbito das pesquisas voltadas a questão de gênero e de desigualdade, em especial a violência psicológica praticada contra mulheres em estado de vulnerabilidade diante de seus agressores.

Historicamente a mulher tende a ser dominada pelo homem, isto contextualizando em uma sociedade machista e sendo considerada como objeto, o que definimos de patriarcado. Segundo Castelli e Llombart (2014, p.1432):

¹ Doutoranda no Programa de Pós-graduação de Diversidade Cultural e Inclusão Social na Universidade Feevale. Mestre em Direitos Fundamentais pela ULBRA/Canoas-RS, Graduada em Ciências Jurídicas e Sociais pela UNISINOS, advogada, professora universitária e líder de projeto de extensão NADIM (Núcleo de Apoio aos Direitos da Mulher) da Universidade Feevale.

² Doutora em Educação pela UFRGS. Professora e Orientadora de Doutorado e Mestrado no Programa de Pós-graduação em Diversidade Cultural e Inclusão Social e na graduação em Psicologia na Universidade Feevale.

Patriarcado corresponde a uma noção que encontramos em Engels o em Weber, quienes lo caracterizan como el sistema de dominación histórico más antiguo, aunque su desarrollo específico como sistema de dominación del hombre sobre la mujer es insaugurado por técnicas feministas (Millet, 1973; Rubin,1975).

Assim, para se entender a violência sofrida pelas mulheres podemos dizer que isto se dá em razão do gênero feminino que em muitos casos se submete a vontade do homem tanto quanto as suas particularidades, como as relações íntimas e até mesmo sobre sua independência econômica e autoestima. Os direitos humanos, que são tratados em esfera internacional por meios de órgãos de proteção como se destaca a Organização das Nações Unidas (ONU) que em assembleia geral instituiu a Declaração Universal dos Direitos Humanos de 1948 e encontra-se no Brasil desde 1947. O Brasil, na Constituição Federal, disposto em seu art. 4º, inciso II, ditou como princípio a prevalência aos direitos humanos que aqui se manifestam como sendo os direitos à vida, a liberdade, a igualdade, a família, a segurança e a saúde, dentre outros (Brasil, 1988). O tema possui notável relevância junto aos direitos humanos que além de ensejar a publicação de uma lei especial, como o Brasil possui mais conhecida como Lei Maria da Penha (Lei n. 11.340/2006) possui políticas públicas voltadas ao acolhimento destas mulheres vítimas de violência. Isto se dá por meio dos governos federal, estadual e municipal, além das políticas público-privadas.

Por este viés patriarcal e ditado pela força do gênero masculino vê-se que a violência que mais se destaca na mídia é a violência física, exemplificado com gráfico disponibilizado pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), com destaque aos homicídios ou suas tentativas, tendo como sendo o principal agressor seu esposo ou companheiro, deixando de lado as escutas quanto às demais formas de violência sofridas pela vítima, em especial a violência psicológica.

**Registros de atendimentos da Central de Atendimento à Mulher, segundo o tipo de relato - Brasil
- 2009-2012**

Tipo de relato	Registros de atendimentos da Central de Atendimento à Mulher			
	2009	2010	2011	2012 (1)
Total	40 857	108 491	74 984	47 555
Violência física - lesão corporal leve, grave e gravíssima, tentativa de homicídio e homicídio	22 006	63 838	45 953	26 939
Violência psicológica - ameaça, dano emocional, perseguições, assédio moral no trabalho	13 555	27 440	17 987	12 941
Violência moral - difamação, calúnia e injúria	3 595	12 608	8 176	5 797
Violência patrimonial	817	1 840	1 227	750
Violência sexual - estupro, exploração sexual e assédio no trabalho	576	2 318	1 298	915
Outros tipos de violência	308	447	343	213

Fonte: Secretaria de Políticas para as Mulheres, Central de Atendimento à Mulher - Ligue 180.

(1) Informações correspondentes ao primeiro semestre.

**Tabela 1 – Registros De Atendimentos Da Central De Atendimento
À Mulher, Segundo O Tipo De Relato – Brasil – 2009-2012**
Fonte: IBGE, 2012. p.244

METODOLOGIA

O presente estudo trata-se de um estudo de caso, de cunho qualitativo/quantitativo onde se analisou o relatório de registros de boletins de ocorrência feitos na Polícia Civil (Delegacia Especializada de Atendimento a Mulher - DEAM), os despachos do juiz do Juizado da Violência Doméstica para concessão ou não da medida protetiva diante das pautas de audiências preliminares realizadas do período de 01 de janeiro de 2015 a 31 de março de 2015, na cidade de Novo Hamburgo/RS. A metodologia utilizada foi à análise de dados e análise de conteúdo.

As informações coletadas na análise dos BOs (boletins de ocorrência) e seus encaminhamentos ao Juizado da Violência Doméstica quanto ao deferimento da medida protetiva requerida pela vítima e a designação de audiência preliminar foram materializados

em gráficos. Estes demonstram o número de registros e os tipos de enquadramento penal; o número de medidas protetivas concedidas e revogadas frente aos tipos de violência registradas e no que tange a medidas protetivas revogadas quais as razões que se deram (desistência da proteção manifestada pela vítima em audiência ou ausência de comparecimento em audiência).

RESULTADOS

Pelo período da pesquisa analisando inicialmente os dados cedidos pela Polícia Civil, DEAM (Delegacia Especializada de Atendimento a Mulher) de Novo Hamburgo, RS, os boletins de ocorrência totalizaram 400 (quatrocentos) no primeiro trimestre de 2015. Destes, com base no relatório da Polícia Civil de Novo Hamburgo, RS, todos os registros encaminhados ao Judiciário continham pedido de medidas protetivas, contudo nem todos foram concedidos. Verificamos que durante o primeiro trimestre houve reincidência de agressões totalizando 416 audiências preliminares com análise de pedido de medida protetiva, sendo que das medidas protetivas requeridas nestes processos 309 foram concedidas representando 74% do universo pesquisado e 107 pedidos não foram concedidos, que representam 26%. A pesquisa demonstra que quando a violência é física e em alguns casos de ameaça contra a vida da mulher, as medidas protetivas são concedidas, outrora quando se trata de invasão de domicílio, perturbação da vítima junto à sua residência e em seu local de trabalho, bem como ameaça de levar os filhos para longe dela as medidas protetivas não foram concedidas. Observou-se que os despachos de negativa de concessão se fundamentavam no fato de não vislumbrar o juízo risco quanto a integridade física das vítimas. Ainda, das 309 medidas protetivas concedidas preliminarmente 162 foram posteriormente revogadas, sendo que destas 66% foram revogadas a pedido da vítima e 34% por não comparecimento da vítima em audiência.

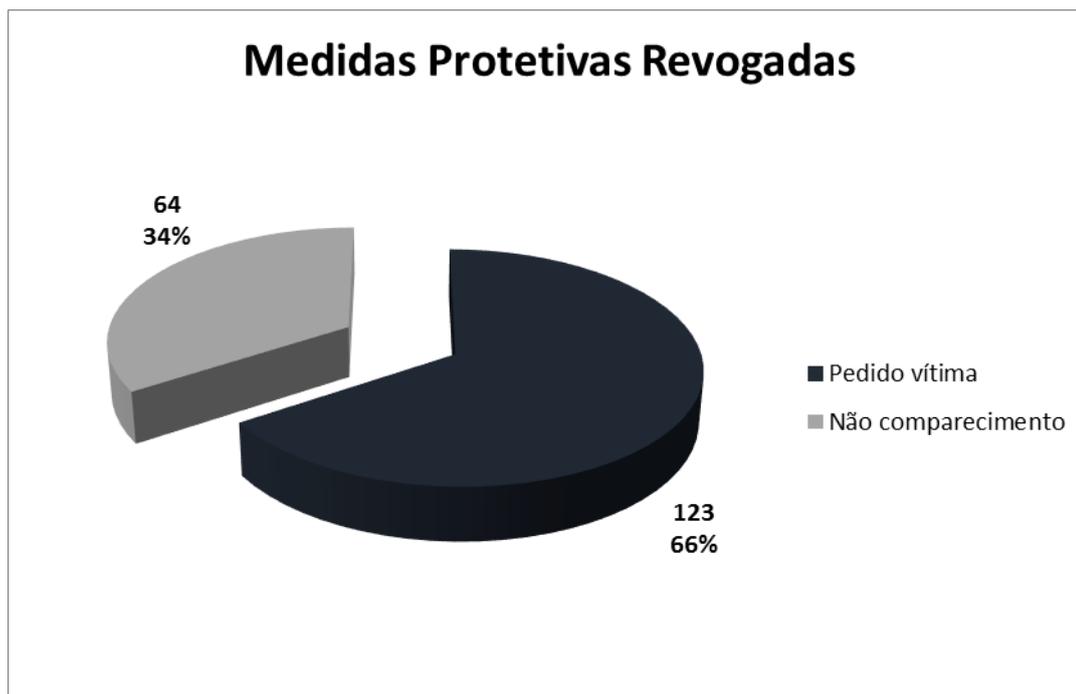


Tabela 2 – Análise dos motivos em que se deu a revogação das medidas protetivas

DISCUSSÃO

Frente o manuseio dos documentos pesquisados necessários se verifica a necessidade de a comunidade acadêmica das áreas do direito, psicologia e afim discutir e verificar por qual razão se dá a resistência de a rede de acolhimento admitir que a violência psicológica é sim uma prática de agressão praticada contra a mulher e ainda conseguir identifica-la quando de sua escuta para que possa ser resguardado seu direito fundamental à vida e a integridade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Concluimos que a violência psicológica ocorre, mas que não existe um tipo penal que assim a descreva e quando de sua escuta esta é registrada nos livros de atendimento da Polícia Civil na forma de ameaça, turbação do sossego ou ainda invasão de domicílio. Foi verificado também que quando a violência for física haverá a concessão das medidas protetivas sendo que em outros casos, que de igual forma colocam em risco e causam danos à mulher preliminarmente esta garantia legal não lhe é concedida.

REFERÊNCIAS

CASTELLI, Svenska Arensburg; LLombart, Margot Pujal. Aproximación a las formas de subjetivación jurídica em mujeres víctimas de violência doméstica. *Universitas.Psychologica*. Bogotá, Colombia. v. 13, n.4. p. 1429-1440. Out/dez. 2014.

BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal.

BRASIL. Presidência da República. *Lei n.11.340, de 7 de agosto de 2006*. (Lei Maria da Penha) Cria mecanismos para coibir a violência doméstica e familiar contra a mulher. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/111340.htm. Acesso em 07 ago. 2015.

IBGE(Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). *Estudos e Pesquisas Informação Demográfica e Socioeconômico número 29. Síntese de Indicadores Sociais. Uma análise das condições de vida da população brasileira 2012*. Publicado em 2012. Disponível em ftp://ftp.ibge.gov.br/Indicadores_Sociais/Sintese_de_Indicadores_Sociais_2012/SIS_2012.pdf . Acesso em 07 ago. 2015.

NOVO HAMBURGO. Delegacia Especializada de Atendimento à Mulher (DEAM), *Relatório Completo de Estatística – INTEGRA*, jan/mar,2015.(impresso)

RIO GRANDE DO SUL. Juizado Da Violência Doméstica da Comarca de Novo Hamburgo. *Pautas de audiência*, jan/abril, 2015.

“CURRICULARIZAÇÃO” DA EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA NO BRASIL: ENTRAVES E DESAFIOS

Simone Loureiro Brum Imperatore¹

Valdir Pedde²

Acácia Zeneida Kuenzer³

Palavras-chave: Extensão Universitária. Plano Nacional de Educação. Políticas Públicas.

INTRODUÇÃO

Uma primeira leitura da estratégia 12.7 do Plano Nacional da Educação – PNE (BRASIL, Lei 13.005, 2014) mobiliza e inspira a todos os que defendem uma concepção de educação superior orientada para além da formação/credenciamento profissional. Os dez por cento dos créditos obrigatórios de todos os cursos de graduação, integralizados, a partir da referida estratégia, em programas e projetos de extensão de relevância social, redimensionam não apenas o currículo, mas a forma de aprender e, por conseguinte, o ensino superior brasileiro. A Extensão, imprecisa em seu conceito e marginal em sua *práxis*, ressignifica-se como função acadêmica e, integra-se ao currículo. Entretanto, a perspectiva dicotômica da chamada curricularização da Extensão, exige uma análise mais prudente para que não sejamos cúmplices da subversão da Extensão a partir de reducionismos, formalismos inadequados, soluções meramente administrativas e funcionais.

Entendemos que o PNE propõe um mesmo currículo e uma nova forma de conhecer, contudo, as discussões em curso evidenciam contradições oriundas do conflito identitário da Extensão, da imprecisão conceitual do arcabouço legal vigente, da insuficiente formação docente em Extensão, da desvalorização do fazer extensionista, da departamentalização das instituições de ensino *versus* a irreconciliabilidade da tríade ensino-pesquisa-extensão, da gestão empresarial da Extensão, da armadilha da disciplinaridade dada a segmentação curricular vigente, entre outros. E são estas contradições que norteiam o presente estudo a

¹ Mestre em Desenvolvimento Regional, Universidade FEEVALE, doutoranda em Diversidade Cultural e Inclusão Social

² Doutor em Antropologia, Docente do Programa de Pós Graduação em Diversidade Cultural e Inclusão Social; Universidade FEEVALE

³ Doutora em Educação, Docente do Programa de Pós Graduação em Diversidade Cultural e Inclusão Social; Universidade FEEVALE

partir da questão-problema: Quais os principais entraves para a implementação da meta 12.7 do PNE 2014-2024? Nosso objetivo é delimitar os desafios (e obstáculos) à implementação da referida estratégia.

Partimos do conceito de Extensão defendido pelo FORPROEX (2012) enquanto “processo acadêmico definido e efetivado em função das demandas sociais, políticas, econômicas e culturais da sociedade e da proposta pedagógica dos cursos, coerente com as políticas públicas e, indispensável à formação cidadã”. De cunho bibliográfico, descritivo e prospectivo, o presente estudo sintetiza o arcabouço teórico-conceitual que baliza a cronologia da Extensão Universitária no Brasil, refletindo sobre sua *práxis*, as contradições vigentes e os obstáculos a serem depostos.

ENSINO SUPERIOR E EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA:

Desprovidos de um caráter nacional, os primeiros cursos superiores no Brasil constituíram-se sob influência clerical, colonialista e colonizadora (CUNHA, 2007), organizados em instituições não-universitárias e seguindo um modelo de educação lastreado pelo ensino (em detrimento da pesquisa e extensão) e configurado numa proposta pós-secundária pouco distinta do ensino médio, de conteúdo utilitário, profissionalizante e com finalidade certificadora. Tardia, funcional e desvinculada da realidade brasileira (e, portanto, indiferente à sociedade), a expansão do ensino superior brasileiro segmenta-se em instituições tradicionais e instituições de massa, capitaneada pelo setor privado, marcada pela precarização das universidades públicas e pela ampliação das chamadas “vagas públicas” através de políticas afirmativas (bolsas, incentivos fiscais e de financiamento estudantil).

Nesse contexto histórico, o ensino superior brasileiro professou um saber hegemônico no perímetro de seus muros, ora sob o poderio da Igreja, ora sob a vigília e censura do Estado, ora subordinado à política desenvolvimentista do país, ora orientado pelo (e para) o mercado (em todos os períodos, indiferente à sociedade e ao um modelo endógeno de educação superior). A educação superior enquanto bem público subverteu-se em serviço, acompanhando as sucessivas mudanças do capital, caracterizando-se em uma universidade voltada para si mesma. A Extensão segue o curso do descaminho do Ensino Superior brasileiro, desde sua gênese à contemporaneidade, orientada pela tríade: concepção acadêmica - regulação do Ministério da Educação - atuação do movimento estudantil e Fóruns de Pró-reitores de Extensão, apresenta mais contradições do que convergências na sua delimitação conceitual enquanto elo indissociável (e impreciso) entre ensino e da pesquisa; instrumento de diálogo e compromisso social da universidade com a sociedade (FARIA, 2001). Extensão ao

mesmo tempo autoritária e redentora/assistencialista (FREIRE, 2006). Extensão compreendida como balcão de captação de recursos (BOTOMÉ, 1996), como caça-níqueis (DEMO, 2001) e, concomitantemente, promotora da troca entre os saberes acadêmico e popular (TAVARES, 2001).

Ao analisar o caminho percorrido, depreende-se que a Extensão transitou do enfoque de fóruns de cultura/difusão do conhecimento (acadêmico) para o de inserção na realidade social e política brasileira (com o PNE). Entretanto, coexistem práticas assistencialistas e mercantis direcionadas à alocação de recursos extraorçamentários via prestação de serviços, oferta de cursos livres e parcerias universidade-indústria desconexas à proposta curricular.

OBSTÁCULOS E ENTRAVES À CURRICULARIZAÇÃO DA EXTENSÃO

A partir da concepção de Extensão defendida pelo FORPROEX (2012), a meta 12.7 do PNE 2014-2024 desnuda entraves e dificuldades a serem enfrentados em sua implementação:

- A mercadorização da educação⁴, caracterizada pela expansão do ensino superior através da multiplicação de instituições privadas não universitárias e de cursos de curta duração focados na certificação para o trabalho (educação enquanto produto industrial);
- O academicismo e o autoritarismo das IES, despreparadas para o diálogo de saberes com a sociedade (e, por consequência, uma Extensão caracterizada pelo monólogo de difusão do conhecimento científico e, portanto, configurada em cursos, eventos e prestação de serviços);
- A armadilha do currículo, da disciplinaridade, da compartimentalização que ameaçam a lógica extensionista, seu sentido epistemológico, sua essência crítica e interdisciplinar;
- A imprecisão teórico-conceitual e metodológica, o conflito identitário da Extensão latente e presente nos documentos institucionais e na legislação, sua insuficiente sistematização e incipiente avaliação, que redundam na proposição de meros e simples arranjos, inserções de ações desarticuladas na “grade curricular”;
- A irreconciliabilidade de ensino-pesquisa-extensão tendo como consequências o encarceramento do conhecimento na sala de aula/ensino, a hierarquização do conhecimento e a histórica posição subalterna da Extensão;

⁴ Dados do Censo da Educação Superior 2012 (INEP-MEC, 2014) evidenciam que o Brasil conta com 2.416 instituições de Ensino Superior (IES), entre públicas (304) e privadas (2.112), com um montante aproximado de sete milhões de alunos matriculados, sendo cerca de 5,2 milhões (72%) na rede privada e outros 1,9 milhões na rede pública (28%).

- A deficiente formação docente em Extensão, a desvalorização do fazer extensionista na carreira, remuneração e currículo docentes, associada à gestão empresarial da Extensão.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O elenco de entraves e dificuldades apresentado não esgota a discussão, constitui apenas um acorde na concertação de uma reflexão lúcida e objetiva acerca da Lei 13.005/2014. Para além da educação para o mercado, dos embates entre projetos antagônicos de educação e de universidade, da política expansionista em larga escala de um ensino superior precarizado, este é o momento histórico em que a Extensão resgata a sua importância e se coloca no centro das políticas acadêmicas de ensino e pesquisa, pautadas na ética, diversidade cultural e inclusão social. E, no patamar das boas intenções, não podemos ser cúmplices da subversão (e submissão) da Extensão a partir de reducionismos, formalismos inadequados, soluções simplistas e superficiais. Para além de novos arranjos didático-metodológicos, a discussão é epistemológica, com vistas à construção de projetos sistêmicos que deem conta das novas linguagens, imagens, lógicas, conceitos, experiências intersubjetivas, habilidades e competências cognitivas – convergência dos saberes necessária à institucionalização de uma nova mentalidade pedagógica, necessária ao atendimento de um modelo endógeno (e emancipatório) de ensino superior.

REFERÊNCIAS

- BOTOMÉ, S. P. (1996). *Pesquisa Alienada e Ensino Alienante: o equívoco da extensão universitária*. Petrópolis, RJ: Editora Vozes; São Carlos, SP: Editora da Universidade de São Carlos; Caxias do Sul, RS: Editora da Universidade de Caxias do Sul.
- BRASIL. Lei 13.005, de 25 de junho de 2014 (2014). Aprova o Plano Nacional de Educação - PNE e dá outras providências. Recuperado em 12 de agosto, 2014, de <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2014/Lei/L13005.htm>
- CUNHA, L. A. (2007) *Ensino Superior e Universidade no Brasil*. Recuperado em 09 de dezembro, 2014, de <http://www.densf.xpg.com.br/ensino_superior_e_universidade_no_brasil.doc>
- DEMO, Pedro. Lugar da Extensão. In: FARIA, Dóris Santos de (Org). *Construção Conceitual da Extensão Universitária na América Latina*. Brasília:UNB, 2001.
- FARIA, Dóris Santos de (Org). *Construção Conceitual da Extensão Universitária na América Latina*. Brasília, UNB, 2001.

FORPROEX. *Política Nacional de Extensão Universitária* (2012). Recuperado em 12 de outubro, 2014, de <<http://www.renex.org.br/documentos/2012-07-13-Politica-Nacional-de-Extensao.pdf>>

FREIRE, Paulo. *Extensão ou Comunicação*. 13ª ed. São Paulo, SP: Paz e Terra, 2006.

TAVARES, Maria das Graças Medeiros. Os Múltiplos Conceitos de Extensão. IN: FARIA, Dóris Santos de (Org). *Construção Conceitual da Extensão Universitária na América Latina*. Brasília:UNB, 2001.

A ANÁLISE DAS CAPACIDADES NO PROCESSO DE INCUBAÇÃO JUNTO AS EMPRESAS PÓS-INCUBADAS PELA INCUBADORA TECNOLÓGICA DA FEEVALE

Matusalem Fagundes da Silva¹

Dr. Pietro Cunha Dolci²

Palavras-chave: Capacidades dinâmicas. Capacidade de inovação. Capacidade financeira. Capacidade gerencial.

INTRODUÇÃO

O tema desta pesquisa é o processo de incubação de empresas. Delimitou-se o estudo ao desenvolvimento da capacidade de inovação, capacidade financeira e capacidade gerencial junto às empresas pós-incubadas pela Incubadora Tecnológica da Feevale (ITEF). O rol de capacidade avaliadas foi selecionado devido a sua relevância para o êxito de uma empresa (WOLFFENBÜTTEL, 2001; ANDINO e FRACASSO, 2005). O desenvolvimento dessas capacidades foi avaliado sob a ótica da teoria das Capacidades Dinâmicas (TEECE, PISANO e SHUEN, 1997; TEECE, 2007).

A ITEF é uma instituição com mais de 16 anos de atuação, sendo uma das primeiras incubadoras da região do Vale do Rio dos Sinos. Ela possui um papel estratégico dentro da política de Universidade Feevale de contribuir com: a produção, devolvimento e difusão do conhecimento, sobretudo, priorizando a inovação e o empreendedorismo para favorecer o desenvolvimento regional. A realização dessa pesquisa junto aos empreendimentos que deixaram as dependências da ITEF contribuiu para verificar a efetividade da incubação junto às empresas egressas do processo de incubação. O estudo foi conduzido com base no seguinte questionamento: *Como a Incubadora Tecnológica da Feevale (ITEF) colaborou com as empresas pós-incubadas, durante a incubação, para o desenvolvimento de capacidades de inovação, financeira e gerencial?*

¹Mestre em Administração pela Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC).

²Doutor em Administração pela Universidade Federal do Rio Grandes do Sul (UFRGS). Professor e Pesquisador do Programa de Mestrado em Administração da Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC).

A busca de uma resposta para esta questão teve como objetivo: avaliar o desenvolvimento das capacidades de inovação, financeira e gerencial durante o processo de incubação, junto às empresas pós-incubadas pela Incubadora Tecnológica da Feevale (ITEF).

O objetivo principal demandou os seguintes objetivos específicos:

- a) Identificar contribuições da ITEF que colaboraram para a continuidade das empresas pós-incubadas;
- b) Avaliar como ocorreu a formação da capacidade de inovação, capacidade financeira e capacidade gerencial junto às empresas pós-incubadas da ITEF;
- c) Identificar novas possibilidades de ações continuadas da ITEF junto às empresas pós-incubadas para a manutenção das capacidades desenvolvidas na incubação.

O atingimento dos objetivos, envolveu pesquisa descritiva e entrevistas semiestruturadas cujos resultados foram analisados com abordagem qualitativa. Os resultados do estudo podem auxiliar no melhoramento do trabalho das incubadoras, sobretudo da ITEF. O desenvolvimento dessas capacidades colaborou com o êxito das empresas pós-incubadas, tanto em termos de competitividade e continuidades desses negócios.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Os fundamentos de sustentação teórica do estudo destinam-se a reflexões sobre o desenvolvimento de capacidades sob a ótica da teoria das Capacidades Dinâmicas (CD) junto às empresas pós-incubadas pela Incubadora Tecnológica da Feevale (ITEF): capacidade de inovação, capacidade financeira e capacidade gerencial.

A definição de capacidade enfatiza o papel da administração da empresa em desempenhar de modo exitoso uma ou mais tarefas. Definem-se CD como a capacidade da empresa integrar, construir e reconfigurar recursos e habilidade para enfrentar ambientes em estado de mudanças (TEECE, PISANO e SHUEN, 1997). Teece (2007) destaca que as CD devem envolver formação de recursos e não apenas a sua adaptação ao ambiente, portanto, trata-se de um conceito empreendedor que visa possibilitar a empresa moldar o ambiente.

As CD constituem-se numa teoria complexa e podem tomar uma variedade de formas, mas com uma característica em comum: o fato de serem capacidades de nível superior e possibilitarem o compartilhamento de conhecimento e atualização contínua dos processos internos (EASTERBY-SMITH, LYLES e PETERAF, 2008). As CD destinam-se não somente a evolução da configuração ou reconfiguração de recursos e rotinas operacionais. E sim a capacidade dos gestores da empresa de gerir seus recursos e incorporá-los aos processos organizacionais e aperfeiçoá-los (ZOTT, 2002).

Dentre as capacidades avaliadas na pesquisa, a Capacidade de Inovação está ligada à mudança (TIDD, BESSANT e PAVITT, 2008), mas pode assumir formas distintas ou interligadas. A pesquisa desdobra a inovação em quatro categorias: inovação de produto, de processo, organizacional e marketing (OECD, 2005). A Capacidade Financeira significa uma gestão voltada a estabelecer empresas sólidas, envolve as categorias: planejamento, controle financeiro, administração de ativos e administração de passivos (ASSAF NETO, 2010). A Capacidade Gerencial é constituída pelas categorias: capacidade analítica, julgamento, tomada de decisão, liderança, enfrentamento de riscos. (MOTTA, 2001). A combinação dessas três capacidades auxilia as empresas a articularem seus recursos e atingirem seus objetivos.

METODOLOGIA

A pesquisa classifica-se descritiva, pois possibilita registrar e descrever os fatos observados sem interferir neles (GIL, 2010). O procedimento técnico utilizado foi o estudo de Caso Único que caracteriza-se por utilizar procedimentos pré-especificados em situações que o pesquisador tem pouco controle sobre os eventos no caso o processo de incubação de empresas (YIN, 2005). O Estudo de Caso Único é aderente a proposta do estudo, pois trata-se de uma população que possui um elemento central de ligação e uniformidade: o fato de originarem-se da ITEF. A pesquisa utilizou entrevistas semi-estruturadas como técnica de coleta de dados junto a uma população constituída pelos diretores de sete (07) empresas pós-incubadas pela ITEF. Os dados coletados foram analisados de modo qualitativo com de análise de conteúdo com categorias definidas previamente (BARDIN, 2006).

RESULTADOS

A realização das entrevistas com os empresários pós-incubados, possibilitou verificar a existência de ações da ITEF voltadas à construção das capacidades de: inovação, financeira e gerencial. O processo de desenvolvimento dessas capacidades pode ocorrer de modo mais intenso, ou menos intenso em cada uma das empresas. A condução do processo de incubação sob a ótica da teoria das CD (TEECE, PISANO e SHUEN, 1997) ajuda as incubadoras a auxiliarem as empresas a configurar, articular reconfigurar os seus recursos e habilidades. As empresas, após a incubação, conseguiram aperfeiçoar os ensinamentos obtidos durante a incubação. No caso da ITEF, os empreendedores citam como contribuições decisivas da ITEF para o desenvolvimento das capacidades: e capacitações com professores e consultores, bem como, a implantação e acompanhamento do plano de negócios.

A seguir observa-se um exemplo de como foram concebidas cada capacidade avaliada com exemplos de três empresas. A Empresa 1 da área da tecnologia da informação (TI), alcançou a Capacidade de Inovação enfatizando a Inovação de Processo. Isto ocorreu por meio da disponibilidade e responsividade no atendimento ao cliente. Conforme o Diretor da Empresa 1 “(...) a gente focava muito na qualidade e na disponibilidade, algo que na época muitas empresas não faziam”. A Capacidade Financeira na Empresa 4 da área de TI, foi alcançada com investimentos orientados pelo plano financeiro. Segundo Diretora da Empresa 4 “no plano de negócios se avaliava a análise de risco, fatores de crescimento”. A Capacidade Gerencial ocorreu na Empresa 3 (setor de publicidade) devido a elaboração prévia do plano de negócios com: “(...) definição de metas, de objetivos que a gente quer alcançar”. O plano de negócios foi trabalhado durante a incubação e auxiliou na formação de capacidades.

DISCUSSÃO

Os resultados permitem prosseguir as discussões sobre como desenvolver as CD. E sobre o quanto elas podem auxiliar na formação e continuidade de empresas incubadas ou não. A visão de Teece (2007) de propor que as CD sejam um conceito empreendedor é aderente ao trabalho das incubadoras voltado a formação de negócios. Ao concluir a análise e a interpretação das entrevistas com os diretores de empresas pós-incubadas, as evidências demonstraram que a ITEF proporcionou às empresas pós-incubadas, enquanto incubadas, o desenvolvimento das capacidades: de inovação, financeira e gerencial. O fato de processo de incubação desenvolver as três capacidades mencionadas, demonstrou uma contribuição efetiva da ITEF para a continuidade desses empreendimentos. Isto demonstra que a incubação preparou as empresas para ingressar no mercado. A efetividade do processo de incubação da ITEF, não esgota as possibilidades de melhorias na sua concepção e desenvolvimento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A integração das capacidades de inovação, financeira e gerencial é essencial para uma empresa obter êxito no mundo dos negócios. O estudo dessas capacidades pode ser ampliado para verificar o seu desenvolvimento em redes de empresas, organizações não-governamentais e no setor público. Por fim, outra possibilidade de novos estudos é a análise da capacidade absorptiva das empresas e gestores, de incorporar as CD às rotinas dos seus negócios. O aprofundamento dos estudos sobre CD junto a incubadoras de empresas poderá auxiliar os empreendimentos incubados, após concluírem a incubação, a atuarem com maior eficiência em mercados dinâmicos.

REFERÊNCIAS

ANDINO, Byron F. A.; FRACASSO, Edi M. **Efetividade do Processo de Incubação de Empresas**. In: ENANPAD 2005, 2005, Brasília. ENANPAD 2005.

ASSAF NETO, Alexandre. **Finanças corporativas e valor**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 726 p.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. 3. ed. Lisboa, Portugal: Edições 70, 2004. 223 p.

EASTERBY-SMITH, Mark P. V.; LYLES, Marjorie; PETERAF, Margaret A..Dynamic capabilities: current debates and future directions. In: **British Journal of Management**, Vol. 20, No. Suppl. 1, 03.2009, p. S1-S8. 2009.

GIL, Antônio C. **Como elaborar um projeto de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 184 p.

MOTTA, Paulo R. **Gestão Contemporânea: A Ciência e a Arte de Ser Dirigente**. Rio de Janeiro: Record, 2000. 256 p.

ORGANIZAÇÃO DE COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (OECD).**Manual de Oslo: diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação**. 3. Ed. Rio de Janeiro, RJ: FINEP, 2005. 184 p.

TEECE, David J.; PISANO, Gary; SHUEN, Amy. Dynamic Capabilities and Strategic Management. **Strategic Management Journal**, v. 18, n. 7, p. 509-533, 1997.

TEECE, David J. Explicating Dynamic Capabilities: the nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. **Strategic Management Journal**, v. 28, p. 1319-1350, 2007.

TIDD, Joe; BESSNT, Jonh; PAVITT, Keith. **Gestão da inovação**. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2008. 600 p.

WOLFFENBÜTTEL, Alexandre P. **Avaliação do processo de interação universidade empresa em incubadoras universitárias de empresas: um estudo de caso na incubadora de empresas de base tecnológica da UNISINOS**. Dissertação (Mestrado em Administração)– Programa de Pós-Graduação em Administração, Escola de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2001.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005. 212 p.

ZOTT, C. Dynamic capabilities and the emergence of intraindustry differential firm performance: insights from a simulation study. **Strategic Management Journal**, V. 24 (2) p. 97–125, 2002.

A APLICABILIDADE DO PRINCÍPIO DA IGUALDADE NA ATULIDADE, À LUZ DA DIVERSIDADE CULTURAL E INCLUSÃO SOCIAL NO ESTADO DEMOCRÁTICO DE DIREITO

Orientanda: *Patrícia Fontes Marça*¹

Orientadora: *Profa. Dra. Dinora Tereza Zucchetti*²

Palavras-chave: Princípio da Igualdade. Princípio da Igualdade individual de oportunidades.

INTRODUÇÃO

O tema a ser pesquisa é o princípio da igualdade no Direito e a nova delimitação dada pelo pensador Dubet asseverando o princípio da igualdade individual de oportunidades ao colocar face a face indivíduos iguais em posições desiguais.

O debate se justifica tendo em vista que ao tratarmos do princípio da igualdade à luz do artigo 5º da Constituição Federal, inciso I, onde assevera que “homens e mulheres são iguais perante a lei, nos termos desta Constituição”, podemos observar que a Carta de 1988, tratava de forma igual os desiguais. Mas o que significa esta afirmativa?

Para a pesquisa serão levantados preceitos constitucionais e teorias acerca do tema.

Dizer que todos são iguais perante a lei não corresponde à diversidade e pluralidade de sujeitos presentes na sociedade brasileira moderna.

PRINCÍPIO DA IGUALDADE NO DIREITO

Em um primeiro momento destacar o sentido do princípio da igualdade conforme a interpretação de juristas nacionais.

Segundo Barros (2009, p.13)

Do latim, *aequale*, a expressão igual significa ter a mesma aparência, grandeza, valor, quantidade, ser idêntico, equivalente. Igualdade é evidentemente a qualidade que identifica os semelhantes. Há igualdade se as coisas estiverem no mesmo plano ou nível, se apresentarem a mesma condição ou pertencerem à mesma categoria.

¹ Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Diversidade Cultural e Inclusão Social, Feevale, Novo Hamburgo, RS

² Professora do Programa de Pós-Graduação em Diversidade Cultural e Inclusão Social, Feevale, Novo Hamburgo, RS. Pesquisadora do CNPq.

Para Barroso (2004, p. 110)

A carência da especificação conceitual e da tradução da igualdade tem impedido conseqüente e consistente orientação das formas de vida republicanas e democráticas à luz da igualdade como valor. A intensificada necessidade de uma tradução jurídica de uma concepção mais clara da igualdade como ideal não deve, ademais, a ninguém surpreender: ao direito, como instituição e como forma de pensamento, cabe às tarefas de traduzir e articular, a um só tempo em especificidade quanto a seu conteúdo e em generalidade quanto à sua abrangência, os ideais sobre os quais formas de vida são erigidas. No discurso jurídico são também lavradas críticas e reconstruções dessas mesmas formas de vida, e assim o é mais e mais graças à sua capacidade de intermediação entre o ideal e o mundano.

Tratando-se de um princípio consagrado principalmente na Declaração dos Direitos Humanos, da Organização das Nações Unidas (1948), podemos observar que os homens e mulheres devem ser tratados de maneiras iguais, embora cada um tenha uma necessidade diferenciada, e isso que obsta uma clareza na precisão do sentido da Carta Política, restando o esclarecimento do sentido do princípio, na área do direito, para o juriconsulto, como da Ementa em RE de Santa Catarina.

RE 658312 / SC - SANTA CATARINA
RECURSO EXTRAORDINÁRIO

EMENTA Recurso extraordinário. Repercussão geral reconhecida. Direito do Trabalho e Constitucional. Recepção do art. 384 da Consolidação das Leis do Trabalho pela Constituição Federal de 1988. Constitucionalidade do intervalo de 15 minutos para mulheres trabalhadoras antes da jornada extraordinária. Ausência de ofensa ao princípio da isonomia. Mantida a decisão do Tribunal Superior do Trabalho. Recurso não provido. 1. O assunto corresponde ao Tema nº 528 da Gestão por Temas da Repercussão Geral do portal do Supremo Tribunal Federal na internet. 2. **O princípio da igualdade não é absoluto**, sendo mister a verificação da correlação lógica entre a situação de discriminação apresentada e a razão do tratamento desigual. 3. A Constituição Federal de 1988 utilizou-se de alguns critérios para um tratamento diferenciado entre homens e mulheres.....
(grifos nossos)

Observa-se o esforço, do operador do direito, na busca pela definição do princípio, afirmando que o princípio da igualdade não é absoluto, sendo mister a verificação da correlação lógica entre a situação de discriminação apresentada e a razão do tratamento desigual.

Dubet (2008), ao tratar do tema, no contexto escolar, nos reserva uma visão complementar sobre o mesmo, buscando igualdade individual das oportunidades, é o que veremos a seguir.

PRINCÍPIO DA IGUALDADE INDIVIDUAL DE OPORTUNIDADES

De acordo com Dubet (2008) a igualdade individual das oportunidades requer uma reflexão sobre a formação dos sujeitos. Para o autor um dos paradoxos essenciais da igualdade das oportunidades escolares é, de um lado, colocar face a face indivíduos iguais, e de outro, *performance* e posições desiguais.

Questiona: De que modo permanecerem iguais tendo sido produzidos como desiguais graças à seleção pelo mérito? Uma escola que destruísse e humilhasse os vencidos não seria justa. Isso nos leva a interrogar sobre o próprio modelo educativo escolar, sobre o lugar que ele atribui aos indivíduos, aos seus projetos, à sua vida social, à sua singularidade independentemente de sua *performance*. Na complexidade da diversidade de sujeitos não se pode aferir igualdade quando na pluralidade existe a singularidade nos desejos.

As dimensões éticas da educação se tornam um bem de justiça, da mesma maneira que a cultura comum, a utilidade da formação e a própria justiça das regras de seleção. Todos os cidadãos, sendo iguais aos olhos da República, são igualmente admissíveis a todas as dignidades, lugares e empregos públicos segundo sua capacidade e sem outra distinção que a de suas virtudes e de seus talentos.

Prossegue o autor (2008) que a igualdade de oportunidades e a valorização do mérito são consubstanciais às sociedades democráticas, porque permitem conciliar dois princípios fundamentais: de um lado, o da igualdade entre indivíduos; do outro, o da divisão do trabalho necessário a todas as sociedades modernas. Enquanto as desigualdades decorrentes do nascimento e da herança são injustas, a igualdade de oportunidades estabelece desigualdades justas ao abrir a todos a competição pelos diplomas e pelas posições sociais. Se a escola consegue construir uma verdadeira igualdade das oportunidades, as desigualdades que dela decorrem serão tão pouco contestadas quanto as que resultam de uma competição esportiva; quando os competidores não estão dopados, quando os árbitros são imparciais, os melhores ganham e a dramaturgia esportiva é a metáfora mais fiel dessa maneira de fabricar desigualdades justas. Denunciar-se-ão os trambiqueiros e as “impurezas” dos exames, mas certamente não o princípio de um confronto entre a igualdade fundamental dos indivíduos e a desigualdade de seus méritos. A igualdade de oportunidades é ao mesmo tempo individualmente justa e coletivamente útil.

Para D’Oliveira³:

³D’OLIVEIRA, Maria Christina Barreiros. *Breve Análise do Princípio da Isonomia*. Disponível em http://institutoprocessus.com.br/2012/wp-content/uploads/2011/12/3_edicao1.pdf acessado em 20.11.2014

O princípio da isonomia ou também chamado de princípio da igualdade é o pilar de sustentação de qualquer Estado Democrático de Direito. O sentimento de igualdade na sociedade moderna pugna pelo tratamento justo aos que ainda não conseguiram a viabilização e a implementação de seus direitos mais básicos e fundamentais para que tenham não somente o direito a viver, mas para que também possam ter uma vida digna. Este princípio remonta as mais antigas civilizações e esteve sempre embutido, dentro das mais diversas acepções de justiça mesmo que com interpretações diferentes, umas mais abrangentes outras nem tanto, ao longo da história. Como a aplicação de um princípio depende da interpretação que lhe é conferida, em diversos momentos históricos o princípio da isonomia que tem com fundamento principal a proibição aos privilégios e distinções desproporcionais, acabava se chocando com o interesse das classes mais abastadas que o deixavam de lado, ou lhe conferiam uma interpretação destoante da que realmente deveria ser aplicada. Diante disto quase todas as Constituições até mesmo modernamente **somente reconhecem o princípio da igualdade sob seu aspecto formal em uma igualdade perante o texto seco e frio da lei, esquecendo que o princípio somente irá adquirir real aplicabilidade quando também lhe for conferida uma igualdade material baseada em instrumentos reais e sólidos de concretização dos direitos conferidos nas normas programáticas insculpidas nos ordenamentos legais.... (grifos nossos)**

Conforme Gonzaga (2004): *“Nas palavras de Aristóteles, ratificadas por Rui Barbosa: “A igualdade consiste tratar igualmente os iguais e desigualmente os desiguais”. Basta agora definir quem são os iguais e quem são os desiguais”.*

POSSÍVEIS CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao levantar a questão do princípio da igualdade e da igualdade de oportunidades escolar, conforme Dubet procuramos, neste artigo, uma reflexão sobre o sentido de igualdade conforme estampado na Carta Magna brasileira, diante da diversidade e singularidade dos sujeitos nas suas competências.

Pretendeu-se fazer uma breve reflexão sobre o princípio da igualdade, buscando uma nova fundamentação no pensamento de Dubet renovando o tema e agregando valor com o princípio da igualdade individual das oportunidades.

Diante da diversidade cultural que nos constitui e inclusão social que trata-se de uma premissa do Estado Democrático de Direito é que merece atenção a questão sob pena de não se cometer as injustiças sociais sob pretexto de igualdade para os iguais e desigualdade para os desiguais. Esta afirmativa merece melhor atenção diante da mobilidade social e das necessidades particulares e singulares na democracia.

REFERÊNCIAS

- BARROS, Airton Florenitino. 2009. Disponível em <http://books.scielo.org/id/ff2x7/pdf/livianu-9788579820137-02.pdf> acessado em 21.07.2015
- BARROZO, Paulo Daflon. A idéia de Igualdade e as ações Afirmativas. 2004. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/ln/n63/a05n63.pdf> acessado em 20.07.2015
- Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão. 1789. Disponível em <http://www.direitoshumanos.usp.br/index.php/Documentos-antiores-%C3%A0-cria%C3%A7%C3%A3o-da-Sociedade-das-Na%C3%A7%C3%B5es-at%C3%A9-1919/declaracao-de-direitos-do-homem-e-do-cidadao-1789.html> acessado em 20.11.2014
- Declaração de Direitos Humanos 1948. Representação da UNESCO no Brasil. 1998. Brasília. Disponível em <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001394/139423por.pdf> acessado em 20.11.2014
- D´OLIVEIRA, Maria Christina Barreiros. *Breve Análise do Princípio da Isonomia*. Disponível em http://institutoprocessus.com.br/2012/wp-content/uploads/2011/12/3_edicao1.pdf acessado em 20.11.2014
- DUBET. François, *O que é uma escola justa? A escola das oportunidades*. SÃO PAULO: Cortez, 2008.
- GIACOIA, Oswaldo jr. Sobre Direitos Humanos na era da Bio-política. 2008. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/kr/v49n118/02.pdf> acessado em 21.07.2015
- GONZAGA, Álvaro de Azevedo. 2009. *O Princípio da Igualdade: é juridicamente possível no ordenamento jurídico existirem leis discriminatórias?* Disponível em [http://www.fae.edu.br/revistafaer/artigos/edicao1/1-10_alvaro_de_azevedo_gonzaga\[1\].pdf](http://www.fae.edu.br/revistafaer/artigos/edicao1/1-10_alvaro_de_azevedo_gonzaga[1].pdf) acessado em 20.11.2014
- PEREIRA, Marcus Abílio et CARVALHO, Ernani. 2008. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/ln/n73/n73a02.pdf> acessado em 21.07.2015

A CIDADE COMO AGENTE NO DESENVOLVIMENTO CRIATIVO

Hiparcio Stoffel¹

Mary Sandra Guerra Ashton²

Palavras-chave: Criatividade. Colaboração. Cidades criativas. Economia criativa

A etimologia apresenta a palavra “cidade” como vinda do latim “civitas”, significando “Complexo demográfico formado, social e economicamente, por uma concentração populacional não agrícola”³.

Os desafios do desenvolvimento social e econômico de países e cidades vêm enfrentando os paradigmas e as teorias de gestão, fazendo despertar iniciativas complementares à luz da evolução da matriz econômica dominante: de agrícola para industrial, desta para comércio e serviço e, mais recentemente, para a era do conhecimento

No final dos anos 90, começou a ser cunhado um novo conceito para integrar os esforços de desenvolvimento econômico local baseado na produção e consumo de ativos criativos: o conceito de Cidade Criativa. O desenvolvimento deste conceito inicialmente tratava do espaço público e concepções de urbanismo, mas hoje culmina com uma relevante estratégia de diversificação da economia

Já somos mais de 7 bilhões de habitantes no mundo e estimativas apontam que seremos 11 bilhões em 2100, segundo dados divulgados pela Organização das Nações Unidas (ONU⁴). Hoje 54% da população mundial vive em espaços urbanos. A densidade populacional vem aumentando e crescimento da ocupação urbana da mesma forma. Segundo dados do Censo 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE⁵), a população urbana no Brasil corresponde a 84%, ou seja, uma taxa significativamente superior ao índice mundial.

No Brasil, as cidades vem sendo tema de grande atenção, inclusive internacional. Enquanto Governo Federal delega políticas sociais, educacionais, de saúde e muitas outras

¹ Mestrando em Indústria Criativa na Universidade Feevale. Administrador de Empresas, pela Universidade Feevale. E-mail: hiparcio@terra.com.br.

² Doutora em Comunicação Social, PUCRS. Pesquisadora e Professora Titular na Universidade Feevale. Docente no Mestrado em Indústria Criativa, na Universidade Feevale. E-mail: marysga@feevale.br

³ Cunha, Antônio Geraldo da. Dicionário Etimológico Nova Fronteira

⁴ www.nacoesunidas.org

⁵ www.censo2010.ibge.gov.br

aos poderes municipais, iniciativas como da ONU percebem no país um celeiro de boas práticas, somando cerca de 282 municípios participantes da campanha “Cidades Resilientes”, a exemplo da capital gaúcha, Porto Alegre.

A partir desse contexto, uma avaliação da cidade de Porto Alegre em relação ao conceito de Cidade Criativa, torna-se relevante. O objetivo do presente artigo é analisar as características da cidade de Porto Alegre em relação ao conceito de Cidade Criativa e aos parâmetros internacionais que o compõe. A partir de uma comparação com tais parâmetros, gestores públicos poderão rever e, eventualmente, ajustar políticas municipais de desenvolvimento para a criação de valor aos seus habitantes.

O desenvolvimento das características de uma cidade criativa desperta variados e importantes conceitos e iniciativas. Começamos por Reis (2012), quem oferece uma sistematização de conceitos e características sobre cidades criativas, e cita três características essenciais de uma cidade criativa:

- **Inovações:** capacidade de solucionar problemas e antecipar oportunidades, das mais diversas ordens.
- **Conexões:** entre pessoas e seus espaços e identidades; entre a história urbana, o contexto presente e uma estratégia futura; entre áreas da cidade; entre a cidade e o mundo; entre setores e agentes públicos, privados, da academia e da sociedade civil, em um pacto de governança concreta.
- **Cultura,** pelo que apresenta de intrinsecamente simbólico, pela identidade, pelos valores compartilhados.

Recentemente reconhecida com as distinções de Smart City pela iniciativa de Barcelona e pelo Guangzhou International Award for Urban Innovation por suas ações, especialmente aquelas referentes à governança local, à Cidade Resiliente e ao projeto PoaDigital.

Para o Secretário Municipal de Governança Local e chefe do projeto Porto Alegre Resiliente, César Busatto, “uma cidade criativa conforma ambientes de liberdade, compartilhamento e colaboração que propiciam a criatividade e a inovação entre seus cidadãos. A utilização de plataformas colaborativas é importante para facilitar esse novo padrão de regulação social em redes mais distribuídas do que centralizadas...”

Para Thiago Ribeiro, coordenador do PoaDigital, alguns dos principais ingredientes do sucesso do projeto são o apoio do Prefeito, que acompanha e participa ativamente das atividades, geração de conteúdo, comunicação ajustada a cada público e profissionalismo de toda a equipe.

Alguns dos projetos implementados na cidade de Porto Alegre são:

- PoaDigital
- DataPoa
- RegendoPoa
- PoaApp
- PoaTuitada

Em ação concomitante, o Gabinete de Promoção da Inovação e Tecnologia- InovaPoa elaborou o *Porto Alegre Criativa, plano municipal de economia criativa*⁶, cujo objetivo é orientar as ações municipais no campo da economia criativa

CONCLUSÃO

As características distintas de uma cidade criativa propostas por Ana Carla Fonseca Reis, Inovações, Conexões e Cultura parecem de fato estar no contexto dos projetos da cidade de Porto Alegre, amparadas por programas e projetos como Porto Alegre Criativa, Porto Alegre Resiliente e PoaDigital.

REFERÊNCIAS

CUNHA, , Antônio Geraldo da. **Dicionário Etimológico Nova Fronteira da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1997

FLORIDA, Richard. **A Ascensão da Classe Criativa**. Porto Alegre: L&PM, 2011

GIBSON, Rowan e SKARZYNSKI, Peter. **Inovação: prioridade nr.1: o caminho para a transformação nas organizações**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008

HOWKINS, John. **Economia Criativa**. São Paulo: M.Books, 2013

JENKIS, Henry. **Convergence Culture: where old and new media collide**. New York: NYU Press, 2006

KOESTLER, Arthur. **The Act of Creation**. New York: Dell, 1967

LANDRY, Charles e BIANCHINI, Franco. **The Creative City**. London: Demos, 1995

⁶ http://lproweb.procempa.com.br/pmpa/prefpoa/inovapoa/usu_doc/poa_criativa_vweb.pdf

LANDRY, Charles. **The Creative City**: a toolkit for urban innovators. London: Earthscan, 2008

LANDRY, Charles. **Origens e Futuros da Cidade Criativa**. São Paulo: SESI SP Editora, 2013

MALHORTA, Naresk K. [et al]. **Introdução à Pesquisa de Marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005

REIS, Ana Carla Fonseca. **Cidades Criativas**: perspectivas. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011

REIS, Ana Carla Fonseca. **Cidades Criativas**: da teoria à prática. São Paulo: SESI SP Editora, 2012

VIVANT, Elsa. **O que é uma Cidade Criativa?** São Paulo: Editora SENAC, 2012

IBGE, 2010. Disponível em: www.censo2010.ibge.gov.br

INOVAPOA. Disponível em : www.inovapoa.com

ONU. Disponível em: www.nacoesunidas.org

A DESCONSIDERAÇÃO DA PERSONALIDADE JURÍDICA POR DANO AMBIENTAL

Rafael Minussi¹

Haide Maria Hupffer²

Palavras-chaves: Desconsideração da Personalidade Jurídica. Direitos Coletivos. Sociedade Empresária. Preservação Ambiental. Dano Ambiental.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho apresenta como tema central a desconsideração da personalidade jurídica das sociedades empresárias diante da possibilidade de dano ambiental. Parte-se da análise de que determinadas sociedades empresárias gozam do instituto da personalidade jurídica a ponto de excluir, quase que por completo, a responsabilidade de sócios e administradores. Desta forma, o encerramento das atividades empresariais e, conseqüentemente, a constatação de um dano ambiental intergeracional não seria indenizado – cabendo ao Estado a recuperação ambiental. Todavia, esse ônus seria novamente arcado pelo cidadão que paga impostos. A velocidade do desenvolvimento industrial, da criação e encerramento de empresas, enseja mudanças complexas nos sistemas jurídico, econômicos e socioambientais, reclamando mudanças paradigmáticas para fazer frente aos efeitos do dano ambiental futuro na geração futura e nos cofres dos Estados.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA:

As concepções teóricas criadas pela sociologia e pelo direito, mais especificamente pelos teóricos Ulrich Bech (1992, 1995, 2002), Niklas Luhmann (1992), Anthony Giddens (1987, 1991, 1993, 1994) e Gunther Teubner (2005), permitem ponderar sobre os resultados potencialmente danosos de determinadas atividades empresariais e o efeito futuro dos riscos e perigos na saúde e no meio ambiente. Isso implica na revisão da legislação e na possibilidade de responsabilização dos empresários frente ao dano ambiental futuro.

¹ Doutorando em Qualidade Ambiental na Universidade Feevale. Mestre em Qualidade Ambiental pela Universidade Feevale. Advogado. Consultor Jurídico. Professor na Universidade Feevale.

² Doutora em Direito (UNISINOS), Docente do Programa de Pós-Graduação em Qualidade Ambiental e do Curso de Direito da Universidade Feevale; Líder do Grupo de Pesquisa Direito e Desenvolvimento.

O dano ambiental pode ser conceituado como toda a poluição ou impacto que, ao ultrapassar um nível de tolerância dê claros sinais de alterações adversas ao ambiente, corroborando-se com a ideia de que não basta o simples impacto, mas o impacto capaz de causar algum tipo de modificação ao ambiente (ANTUNES, 2002, p. 200). Pela análise do § 1º do art. 14 da Lei 6.938/ o causador do dano ambiental tem o dever de reparação independente de culpa. O § 3º do art. 225 da Constituição Federal dispõe que as atividades e condutas lesivas ao meio ambiente “sujeitarão os infratores, pessoas físicas e jurídicas, a sanções penais e administrativas, independente da obrigação de reparar os danos causados”.

Além do exposto, o Direito já trabalha com a possibilidade de responsabilização civil nos casos de ocorrência de um dano ambiental futuro (CARVALHO, 2008), estabelecendo para isso a ideia de respeito aos princípios da precaução e prevenção (CARVALHO, 2008).

Fensterseifer (2008, p. 81) observa que o princípio da prevenção remete para a ideia de “um conhecimento completo sobre os efeitos de determinada técnica e, em razão do potencial lesivo já diagnosticado, o comando normativo toma o rumo para evitar tais danos já conhecidos”. Tem-se a noção de riscos concretos. Assim, a noção normativa é evitar tais danos. O princípio da precaução tem um viés diferente, objetivando o uso de técnicas onde não se conhece de forma segura e eficaz os resultados dessas técnicas, o objetivo normativo aqui é proteger o meio ambiente contra danos potenciais ainda desconhecidos . O que respalda, na perspectiva de Windsor (2006) que a sociedade e o direito passam a exigir das empresas que sejam apresentada soluções à problemas ambientais e sociais decorrentes do exercício de suas atividades.

O abuso da personalidade jurídica vem sendo enfrentado pela literatura jurídica e considera o uso da atividade empresarial para fins diversos daqueles previstos na legislação como uma modalidade de ocorrência, justificando a desconsideração da personalidade jurídica. Para Vial (2012, p. 699-723), o abuso da personalidade jurídica de uma sociedade ocorre, entre outras ocorrências, quando a mesma “se vale de ella de manera opuesta a las reglas de la buena fe, la moral o las buenas costumbres: en definitiva, quien ejerce su derecho a someterse al régimen societario de forma antijurídica, esto es, contrariando el ordenamiento actualmente vigente considerado de manera integral”. Entre as situações típicas de abuso de direito o autor cita: “el ejercicio de un derecho con el solo propósito de causar daño a otra persona, el ejercicio de un derecho que genera una extrema desproporción entre el interés del titular y el perjuicio causado a un tercero”, entre outros. (VIAL, 2012, p. 699-723).

METODOLOGIA

A presente pesquisa realiza uma abordagem qualitativa, a partir do método dedutivo. Do ponto de vista de seus objetivos o estudo é exploratório e descritivo. Utiliza como procedimentos técnicos a pesquisa doutrinária, documental e jurisprudencial para indicar como o Tribunal de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul e o Superior Tribunal de Justiça têm se posicionado em relação a desconsideração da personalidade jurídica.

RESULTADOS

A jurisprudência já consagrou decisões em que a personalidade jurídica do empresário foi desconsiderada. Conforme se verifica na ementa abaixo, o Tribunal de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul julgou no sentido de desconsiderar a personalidade jurídica e redirecionar o processo em face dos sócios, responsabilizando os sócios pelo pagamento de débitos decorrentes da atividade empresarial. Transcreve-se:

Ementa: AGRAVO DE INSTRUMENTO. PROMESSA DE COMPRA E VENDA. AÇÃO DE OBRIGAÇÃO DE FAZER. CUMPRIMENTO DE SENTENÇA. CERCEAMENTO DE DEFESA. INOCORRÊNCIA. [...] DESCONSIDERAÇÃO DA PERSONALIDADE JURÍDICA. REQUISITOS PRESENTES. Possível a desconsideração da personalidade jurídica quando evidenciada a ocorrência de dissolução irregular da sociedade. Caso em que não foi realizada a prévia liquidação da empresa agravante, com pagamento de todos os credores. NEGARAM PROVIMENTO. UNÂNIME. (Agravo de Instrumento Nº 70059391219, Décima Oitava Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Pedro Celso Dal Pra, Julgado em 26/06/2014).

Na decisão acima, o Tribunal de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul entendeu como correta a decisão do juiz de primeiro grau que determinou a desconsideração da personalidade jurídica, redirecionando o processo contra os sócios, fundamentando sua decisão no aspecto de que a dissolução da sociedade havia ocorrido de modo equivocado.

Especificamente em nível ambiental, já se verificam algumas decisões com o intuito de buscar na pessoa dos sócios a responsabilização pelos danos ambientais que a sociedade empresária causou à sociedade. Nesse sentido, transcreve-se decisão do Superior Tribunal de Justiça:

AMBIENTAL. UNIDADE DE CONSERVAÇÃO DE PROTEÇÃO INTEGRAL (LEI 9.985/00). OCUPAÇÃO E CONSTRUÇÃO ILEGAL POR PARTICULAR NO PARQUE ESTADUAL DE JACUPIRANGA. TURBAÇÃO E ESBULHO DE BEM PÚBLICO. DEVER-PODER DE CONTROLE E FISCALIZAÇÃO AMBIENTAL DO ESTADO. OMISSÃO. ART. 70, § 1º, DA LEI 9.605/1998. DESFORÇO IMEDIATO. ART. 1.210, § 1º, DO CÓDIGO CIVIL. ARTIGOS 2º, I E V, 3º, IV, 6º E 14, § 1º, DA LEI 6.938/1981 (LEI DA POLÍTICA NACIONAL DO MEIO AMBIENTE). CONCEITO DE POLUIDOR. RESPONSABILIDADE CIVIL DO ESTADO DE NATUREZA SOLIDÁRIA, OBJETIVA, ILIMITADA E

DE EXECUÇÃO SUBSIDIÁRIA. LITISCONSÓRCIO FACULTATIVO. [...] 4. Qualquer que seja a qualificação jurídica do degradador, público ou privado, no Direito brasileiro a responsabilidade civil pelo dano ambiental é de natureza objetiva, solidária e ilimitada, sendo regida pelos princípios do poluidor-pagador, da reparação in integrum, da prioridade da reparação in natura, e do favor debilis, este último a legitimar uma série de técnicas de facilitação do acesso à Justiça, entre as quais se inclui a inversão do ônus da prova em favor da vítima ambiental. Precedentes do STJ. [...] 11. O conceito de poluidor, no Direito Ambiental brasileiro, é amplíssimo, confundindo-se, por expressa disposição legal, com o de degradador da qualidade ambiental, isto é, toda e qualquer “pessoa física ou jurídica, de direito público ou privado, responsável, direta ou indiretamente, por atividade causadora de degradação ambiental” (art. 3º, IV, da Lei 6.938/1981, grifo adicionado). [...] 15. A responsabilidade solidária e de execução subsidiária significa que o Estado integra o título executivo sob a condição de, como devedor-reserva, só ser convocado a quitar a dívida se o degradador original, direto ou material (= devedor principal) não o fizer, seja por total ou parcial exaurimento patrimonial ou insolvência, seja por impossibilidade ou incapacidade, inclusive técnica, de cumprimento da prestação judicialmente imposta, assegurado, sempre, o direito de regresso (art. 934 do Código Civil), com a desconsideração da personalidade jurídica (art. 50 do Código Civil).[...] REsp 1071741 / SP. RECURSO ESPECIAL. 2008/0146043-5. Ministro HERMAN BENJAMIN. 24/03/2009.

No caso da decisão transcrita, o Superior Tribunal de Justiça entendeu que devido ao dano ambiental, é lícito ao Poder Público buscar a reparação e, mais ainda, estender o dever de reparação aos sócios da sociedade empresária causadora do dano, verificando-se a aplicação da desconsideração da personalidade jurídica da empresa e, conseqüentemente, a responsabilização dos sócios.

DISCUSSÃO

Em regra, qualquer dano ambiental caracteriza-se como um ato ilícito, atentatório ao direito coletivo, de modo que sua responsabilização está alicerçada no artigo 927 do Código Civil. A responsabilidade civil ambiental se apresenta como modalidade de responsabilidade civil objetiva, necessitando para sua configuração a identificação dos agentes responsáveis, o nexo causal e o dano ambiental (SILVA, 2005). A desconsideração da personalidade jurídica aplicada pelo Superior Tribunal de Justiça visa justamente assegurar que a responsabilização criada seja cumprida, impedindo a dissolução ou falência da sociedade sem a respectiva indenização à sociedade pelo dano causado.

Além da ótica ambiental, é preciso ponderar que o inadimplemento deste valor gera a dupla responsabilização da sociedade que, além de conviver com o dano ambiental existente ou esperado (no caso do dano ambiental futuro), deverá arcar com o prejuízo por meio do erário público.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir das discussões e dos resultados até então obtidos, é possível ponderar que a personalidade jurídica das sociedades empresárias podem ser retiradas por supressão do próprio Estado. Não se trata de uma simples condição ou de uma autonomia do Estado em si, mas de uma consequência decorrente da prática de um ato ilegal ou abusivo.

Os resultados da pesquisa realizada na jurisprudência tem amplamente demonstrado que o dano moral, por si só, representa a prática de um ato ilegal por parte da sociedade empresária e, desta forma, configura-se uma possibilidade jurídica para a desconsideração da personalidade jurídica.

Destaca-se, entretanto, que não se trata de uma possibilidade expressamente prevista na legislação – em especial o artigo 50 do Código Civil – mas de uma compreensão decorrente da aplicação de outros textos legais e analogicamente à outros institutos jurídicos, vinculados aos direitos difusos.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, Paulo de Bessa. *Direito Ambiental*. Rio de Janeiro. Editora Lúmen Júris. 2002.

BECK, Ulrich. *Risk Society: Towards a New Modernity*, London, Sage Publications, 1992.

_____, *Ecological Politics in an Age of Risk*. Cambridge, Polity Press, 1995.

_____, *La Sociedad del Riesgo Global*, Madrid, Siglo Veintiuno, 2002.

BECK, Ulrich; BAUMAN Z., GIDDENS, A. LUHMANN, N.. *Las consecuencias perversas de la modernidad*. España, Editorial Anthropos, 1996.

CARVALHO, Delton Winter. *Dano ambiental Futuro: A responsabilização Civil pelo Risco ambiental*. Rio de Janeiro: Forense Universitária. 2008.

FENSTERSEIFER, Tiago. *Direitos fundamentais e proteção do ambiente: A dimensão ecológica da dignidade humana no marco jurídico-constitucional do Estado Socioambiental de Direito*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2008.

GIDDENS, Anthony. *Social theory and modern sociology*. Cambridge, Polity Press, 1987.

_____, *Modernity and Self-Identity*. Self and Society in the Late Modern Age. Polity Press, 1991

_____, *Consecuencias de la modernidad*, Madrid: Alianza, 1993.

_____, *Beyond left and right: the future of radical politics*. Cambridge: Polity Press, 1994.

LUHMANN, Niklas. *Sociologia del riesgo*. Guadalajara: Universidad Iberoamericana; Universidad de Guadalajara, 1992.

SILVA, Solange Teles. Responsabilidade civil ambiental. *Curso interdisciplinar de direito ambiental*. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2005.

TEUBNER, Guinther. *El Derecho como Sistema Autopoiético de la Sociedad Global*. Bogotá: Universidade Externado de Colômbia, 2005.

VIAL, Jorge . Fundamentos y Acciones para la aplicación del levantamiento del velo en Chile. *Revista Chilena de Derecho*. Santiago, v.39, n. 3, pp. 699-723, dic. 2012. Disponível em: <http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-343720120003000005>. Acesso em: 10 ago. 2015.

WINDSOR, Duane. Corporate Social Responsibility: three key approaches. *Journal Of Management Studies*, v. 43, n. 1, p. 93-114, jan. 2006.

A PERCEPÇÃO DE GESTORES SOBRE O USO DE REDES SOCIAIS NO AMBIENTE ORGANIZACIONAL

Cáren Maria da Rosa Rinker ¹

Vania Gisele Bessi ²

Palavras-chave: Tecnologias de informação e comunicação. Redes sociais. Desempenho.

INTRODUÇÃO

A expansão das conexões de banda larga proporcionou às organizações a interligação de seus computadores, possibilitando assim maior facilidade de acesso às informações e comunicação. Porém, com as tecnologias digitais, muitos meios que não estão relacionados ao trabalho, como o acesso as redes sociais *facebook*, *twitter*, *whatsapp*, entre outros, também são utilizados pelos usuários, no ambiente organizacional.

Com a evolução das tecnologias e o surgimento da conexão sem fio (*wifi/3G/4G*), o acesso à internet ultrapassa as barreiras e limitações dos computadores das organizações e residências, podendo ser realizado a qualquer tempo e local, a partir de celulares, notebooks, *ipads* e demais dispositivos móveis.

O objetivo principal desse estudo é verificar a percepção de gestores quanto à utilização das redes sociais em suas equipes, buscando responder a seguinte problemática: qual a influência das redes sociais virtuais no ambiente organizacional?

A partir do método *survey* aplicou-se a pesquisa, que ocorreu de forma qualitativa e quantitativa. Os dados coletados tiveram como base questionário aplicado aos alunos de uma Instituição de Ensino Superior. Dividiram-se os respondentes em dois grupos: pessoas que atuam em cargo de liderança; e pessoas que não exercem cargo de liderança, mas que atuam no mercado de trabalho e possuem perfil em redes sociais, denominados usuários. A amostra total se construiu de forma não probabilística e obteve-se o total de 779 respostas, sendo que, neste artigo, analisam-se apenas as respostas de gestores, que totalizaram 191 respondentes. A análise dos dados ocorre de forma qualitativa e quantitativa.

¹ Pós-Graduada em Gestão Empresarial – ênfase em serviços, 2014/2, Universidade Feevale, E-mail: carenrinker@feevale.br

² Doutora em Administração. Professora e Pesquisadora da Universidade Feevale. E-mail: vania@feevale.br

TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO – TIC’S

As tecnologias da informação e comunicação – TIC’s – estão relacionadas às tecnologias dos processos informacionais e comunicativos dos indivíduos e das organizações. O crescimento tecnológico trouxe a aproximação dos indivíduos através de ferramentas digitais, pois faz parte do cotidiano de todos, tanto das pessoas como das empresas. Contudo, como as TIC’s podem ser utilizadas no meio organizacional? E quão positivas ou negativas pode ser a sua utilização?

As TIC’s e a Internet são, antes de mais nada, ferramentas que permitem resolver tarefas de forma mais efetiva e eficiente (FREY, 2003). Pode-se destacar que as utilizações das TIC’s auxiliaram na construção de um processo organizacional rápido, interligado e conectado. Contudo, em meio a rapidez e conectividade estão as redes sociais, que são os ambientes mais acessados, devido a rápida interação entre todos os usuários.

REDES SOCIAIS

Uma rede social pode ser definida como um conjunto de nós ou autores (pessoas ou organizações) ligados por relações sociais ou laços de tipos específicos. Para Recuero (2011) o foco das redes sociais está na exposição pública das redes conectadas dos atores, e a finalidade está relacionada à publicitação dessas redes. Neste contexto, o autor destaca ainda que “um dos pontos chaves para a construção de redes sociais na Internet é, justamente, o fato de que os sistemas que as suportam permitem um maior controle das impressões que são emitidas e dadas, auxiliando na construção da reputação” (p.109). Para o autor há uma interação entre a utilização de redes sociais para a apresentação da reputação e a necessidade de mantê-la atualizada e interessante.

Amaral, Testa e Luciano (2013) destacam que sítios de redes sociais, tais como o *facebook*, proporcionam que os indivíduos criem perfis pessoais estabelecendo e mantendo conexões com outros indivíduos. Entretanto, estas interações também podem ter propósitos específicos, como contatos profissionais, relacionamentos afetivos ou conectar-se com pessoas de interesses comuns. As estimativas indicam que dois terços da população *on-line* mundial participam de sites de redes sociais virtuais, no Brasil essa utilização é ainda mais intensa. Atualmente gasta-se em média 23% do seu tempo *on-line*, acessando suas redes. (SCHNOOR *apud* CRUZ, 2010).

Diante desse cenário, em que é possível identificar traços da influência da utilização das redes sociais nos ambientes e nas práticas profissionais, busca-se verificar se a utilização destas nas empresas reflete no ambiente e no desempenho organizacional.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O estudo efetivou-se mediante a aplicação de uma pesquisa *survey*, este método baseia-se na interrogação dos participantes para obter informações sobre comportamento, intenções, atitudes, percepções, motivações, estilo de vida (MALHOTRA, 2001). O universo da pesquisa se constitui em alunos de uma Instituição de Ensino Superior, sendo dividido em dois grupos: grupo de gestores e grupo de usuários de redes sociais. A amostra se deu de forma não probabilística, com base no número de respondentes da pesquisa.

Para a coleta de dados desenvolveu-se um questionário com perguntas fechadas, contendo 31 questões. Os questionários foram encaminhados via e-mail à base de dados de alunos matriculados na Graduação e Pós-Graduação, retornando o total de 779 questionários válidos, sendo 191 respostas de gestores e 588 de usuários de redes sociais. Em função do objetivo desta pesquisa, o total de respondentes foi fixado em 191. A análise dos dados ocorreu de forma quantitativa e qualitativa (PRODANOV E FREITAS, 2009).

APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

SCHNOOR apud CRUZ (2010) destaca as estimativas de que dois terços da população on-line mundial participam de sites de redes sociais virtuais. No Brasil essa utilização é ainda mais intensa, e cada vez mais é preciso que as organizações avaliem a utilização por parte de seus funcionários. Redes de comunicação digital tornam-se cada dia mais frequentes dentro das organizações e a facilidade de acesso somada as tecnologias disponíveis contribuem para o uso. O objetivo principal desse estudo é verificar a percepção de gestores quanto à utilização das redes sociais em suas equipes.

Inicialmente identifica-se o perfil dos 191 gestores, sendo que, dos respondentes, 41,4% são sexo feminino, um total de 79 respondentes, e 58,6% do sexo masculino, totalizando 112 pessoas. A maioria dos pesquisados possui idade de 36 anos ou mais, sendo 31,9% dos entrevistados, seguidos de 21 a 25 anos, com 24,0% e 22,5% de respondentes com idade entre 26 a 30 anos.

Um número significativo de gestores possui perfil em redes sociais, sendo o total de 89,0%, 170 pessoas, e 11% não possuem perfil em nenhuma rede social. Dentre os gestores entrevistados que possuem redes sociais, as mais acessadas são *facebook* com 95,3%, *whatsapp* com 80,6% e *twitter* com 29,4%. Cada respondente poderia selecionar mais de uma rede social que utiliza.

A utilização dessas redes sociais ocorre com maior frequência através do celular (84,1% dos respondentes), seguido de notebook (71,8%), computador (46,5%) e *tablet*

(23,5%). O celular, considerado um grande meio de comunicação, deixou de ser apenas para ligações, passando a assumir papel fundamental para acesso às redes sociais disponíveis, bem como demais aplicativos de entretenimento e diversão. Este uso, segundo Rushkoff (2012), pode direcionar para a distração dos funcionários perante os desafios do trabalho.

O uso de redes sociais transcende a barreira da utilização esporádica e de entretenimento e pode vir a impactar na execução das tarefas diárias de trabalho do indivíduo. A facilidade com que uma conexão digital ocorre, pode deixar as pessoas distantes e não as permitir perceber o que ocorre ao lado (RUSHKOFF, 2012). Para isto, a percepção dos gestores torna-se fundamental para a identificação deste uso e aplicação de medidas que auxiliem no desempenho do funcionário em suas atividades.

Na percepção do gestor quanto ao tempo de acesso as redes sociais por sua equipe a maior concentração de respostas demonstra que a percepção é que esta ocorre entre menos de 1 hora por dia (42,4%) e 22,5% acreditam que essa utilização ocorre dentre 1 e 3 horas por dia e 26,2% não percebem essa utilização. Em relação à percepção da não utilização pode-se considerar que o gestor usuário não percebe devido a também utilizar as redes sociais e assim não perceber esse uso por parte de sua equipe.

A concordância dos gestores quanto à utilização e o impacto das redes sociais e medidas que acreditam ser necessárias para solucionar casos de uso varia, pois dos respondentes, 49,2% concordam totalmente que o desempenho do funcionário impacta diretamente nos objetivos da organização, e 28,8% concordam ainda que a utilização de redes sociais impacta no desempenho dos funcionários.

Contudo, questionados sobre como avaliam a equipe, verifica-se que os gestores em sua maioria avaliam o desempenho de sua equipe entre bom e muito bom, 39,8% e 22% respectivamente, e apenas 4,7% avaliaram como regular. O grau de concentração dos funcionários no trabalho foi considerado bom, obtendo 42,4%. Rosa (2007) destaca que as pessoas estão à procura de relacionamentos de todos os tipos no mundo virtual, e é preciso que as empresas permaneçam atentas a estes movimentos, pois o impacto sobre o desempenho do funcionário pode ser grande.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As redes sociais estão cada vez mais presentes nas organizações, e esse crescimento se dá devido ao avanço das tecnologias de informação e comunicação e da internet. A partir da aplicação da pesquisa identificam-se algumas influências desse uso no ambiente de trabalho. Destaca-se que, embora os gestores avaliem que o acesso às redes sociais impacta no

desempenho dos funcionários, nota-se o uso por parte de seus subordinados como algo tido como normal e que ocorre de forma esporádica, na maioria das vezes.

Percebe-se que a percepção e entendimento é de que esse acesso, mesmo realizado nos computadores da empresa ou através de seus dispositivos móveis, não apresenta influência negativa no cumprimento das metas e objetivos da empresa. Destaca-se essa percepção dos respondentes, consoante a ideia de Rushkoff (2012), de que com a evolução das TIC's o trabalhador passa a realizar multitarefas, buscando dar atenção a mais de uma coisa simultaneamente, visando atender rapidamente as tarefas executadas no dia a dia das empresas. Trata-se do perfil atribuído a esta geração conectada, a chamada geração Y, seja em cargo de gestão ou de execução.

Diante disto observa-se que o acesso às redes sociais no ambiente de trabalho, para o grupo pesquisado, não traz reflexos negativos no desempenho do usuário. Entretanto salienta-se que os gestores precisam manter-se atentos aos sinais emitidos por suas equipes, pois como o acesso a internet está em todo lugar, o ingresso às redes sociais pode não representar hoje um impacto na organização, mas é algo que tem demonstrado notável crescimento e isto pode em algum momento refletir no resultado da equipe e da organização.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Henrique Gonçalves; TESTA, Maurício Gregianin, LUCIANO, Edimara Mezzomo. **A formação de capital social através de redes sociais na internet:** um estudo entre estudantes universitários. 37º Encontro da ANPAD. Rio de Janeiro/ RJ – 07 a 11 setembro de 2013.

CRUZ, June Alisson Westarb et al. – **Redes sociais e organizacionais em administração.** Curitiba: Juruá, 2009.

FREY, Klaus. **Governança Urbana e Redes Sociais:** o Potencial das Novas Tecnologias da Informação e Comunicação. Trabalho apresentado em: EnANPAD 2003. Disponível em: http://www.anpad.org.br/evento.php?acao=trabalho&cod_edicao_subsecao=48&cod_evento_edicao=7&cod_edicao_trabalho=1995#self. Acessado em 21 de setembro de 2014.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de Marketing:** uma orientação aplicada. Tradução de: Nivaldo Montingelli Jr. E Alfredo Alves de Farias. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico:** métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. Novo Hamburgo, RS: Feevale, 2009.

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

_____, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. 2ª Ed - Porto Alegre: Sulina, 2011.

ROSA, Helaine Abreu. **Comunicação, Mercado e Mundo Virtual**: Tendências para a próxima década. Anais do II Encontro ESPM de Comunicação e Marketing, São Paulo 6, 7 e 8 de novembro de 2007.

ROSA, Mario. **A reputação na velocidade do pensamento**: a Imagem e a Ética na Era Digital. São Paulo: Geração Editorial, 2006.

RUSHKOFF, Douglas. **As 10 questões essenciais da era digital**: programe seu futuro para não se programado por ele. São Paulo, SP. 2012.

A REESTRUTURAÇÃO DO SETOR X DE UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO E O IMPACTO NA CULTURA ORGANIZACIONAL

Cáren Maria da Rosa Rinker ¹

Vania Gisele Bessi ²

Palavras-chave: Cultura Organizacional, Mudança Organizacional, Reestruturação.

INTRODUÇÃO

O processo de mudança organizacional pode ocasionar grandes impactos para a organização quando não planejados e acompanhados pela gestão. Para realizar este processo é preciso que a organização esteja ciente do que pretende alcançar e quais desafios podem vir a ter que superar junto à equipe que passará pela transição.

A mudança impacta diretamente nos funcionários, novas contratações, chefias, cargos, promoções, entre outros, são variáveis que podem instituir um ambiente instável na organização. O acompanhamento da gestão neste processo e ainda, do setor de recursos humanos, pode auxiliar muito ao longo do processo e se torna muito importante.

Analisar um processo de mudança organizacional é o objetivo desta pesquisa, tendo como base o processo ocorrido em uma Instituição de Ensino Superior, em um setor administrativo específico, o qual passou por uma reestruturação no ano de 2014. Descreve-se o processo de mudança deste setor e se busca evidenciar os impactos ocorridos na cultura organizacional, superações da equipe e o acompanhamento da gestão.

A pesquisa é aplicada a partir de um estudo de caso, a partir da descrição do processo de mudança organizacional por parte de uma das supervisões que assumiu uma das áreas no processo de transição. Descreve-se o processo de forma qualitativa, visando demonstrar as etapas ocorridas no processo.

CULTURA E MUDANÇA ORGANIZACIONAL

A cultura é um padrão de pressupostos básicos compartilhados por um grupo que resolve seus problemas e funciona bem o suficiente, considerando válido seu método e

¹ Pós-Graduada em Gestão Empresarial – ênfase em serviços, 2014/2, Universidade Feevale, E-mail: carenrinker@feevale.br

² Doutora em Administração. Professora e Pesquisadora da Universidade Feevale. E-mail: vania@feevale.br

ensinando aos novos membros a forma correta de perceber, pensar e sentir com relação a esses problemas (SCHEIN, 2009). A cultura organizacional constrói-se a partir de duas formas: na fundação da empresa, onde o seu dono impõe sua filosofia de trabalhar e agir na organização; e a partir da entrada de novos membros na organização, os quais podem trazer novas ideias e entendimentos e assim acarretar num processo de mudança na cultura organizacional (HANDY, 1994).

Dias (2003) *apud* Wentz (2011), destaca ainda que a cultura organizacional pode ser caracterizada como forte, quando possui impacto maior sobre o comportamento dos funcionários, base nos valores da organização, compromisso com a organização, entre outros. Ou ainda, como cultura fraca, onde não há pró-atividade ou tomada de decisão e pode facilmente ser mudada, caso a empresa assim o desejar.

Em um processo de mudança organizacional, a relação com o ambiente de trabalho é alterada e a partir disto surgem novos significados, que orientam a readequação de seus comportamentos ao novo contexto. Sendo necessária a mudança, é preciso estar atento aos sinais que surgem em meio a equipe e que podem impactar na cultura organizacional ou ainda formar uma nova cultura, podendo não ser desejada pelos gestores (ADLER E SILVA, 2012).

Considera-se o processo de mudança como uma tentativa de se alterar modos convencionais de pensar e agir da organização, ou ainda, de mudar comportamentos, seja individual ou organizacional, e quanto maior for o movimento para tentar modificar, maior poderá ser a resistência (CERCHIARO, SAUERBRONN e ZEFERINO, 2011).

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa desenvolveu-se a partir de um estudo de caso sobre o tema cultura e mudança organizacional, através de uma pesquisa descritiva com abordagem qualitativa. A pesquisa descritiva ocorre quando o pesquisador apenas registra os fatos observados sem interferência, já o estudo de caso é a coleta e análise de informações sobre um determinado indivíduo, uma família, um grupo ou uma comunidade, tendo como objetivo estudar aspectos variados de sua vida, de acordo com o assunto da pesquisa (PRODANOV E FREITAS, 2009).

A unidade de análise é um setor administrativo de uma Instituição de Ensino Superior, localizada em Novo Hamburgo/RS, o qual será denominado neste trabalho como setor X. Neste estudo analisa-se o processo de reestruturação do setor e o impacto na cultura organizacional.

APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O processo de mudança no setor X desta Instituição foi proposto a partir de uma discussão no grupo de gestores estratégicos, o qual observou a necessidade de reestruturação considerando o crescimento e os diversos novos ingressos que estavam sendo identificadas.

A partir dos levantamentos realizados e discussões definiu-se que o setor passaria a conter três divisões: i) Ingresso, responsável por todas as entradas de alunos através de processos seletivos; ii) Matrícula, responsável por todo processo de matrícula dos alunos de todos os níveis; iii) e o Registro, o qual seria responsável pela emissão de documentos dos alunos e acompanhamento de todos os registros.

Alves e Silva (2013) afirmam que o processo de mudança visa restaurar o equilíbrio e o agente de mudança é alguém que comunica o sentido do que está ocorrendo, redirecionando a mudança para isto. Neste processo de discussão o planejamento estratégico da organização acionou o setor X, sendo este último o agente da mudança.

Com a reestruturação, cada nova área passaria a ter uma supervisão e as equipes seriam divididas conforme as demandas exercidas. Realizou-se uma reunião com as funcionárias que seriam promovidas a supervisão e explicou-se o desafio que teriam a partir daquele instante. Posteriormente fez-se uma reunião com o setor, na qual foram informadas as mudanças que ocorreriam, quem faria parte de cada nova área e sobre qual supervisão estariam.

Em janeiro de 2014 o setor iniciou as atividades já com a nova estruturação. A gestão anterior trabalhava de tal forma, que as atividades eram exercidas sem a necessidade de acionamento, apenas eram acompanhadas e seguiam uma matriz de atividades. Porém com a reestruturação, uma insegurança na equipe foi identificada e os processos antes encaminhados agora estavam sendo passados para validação das supervisões ou da nova gestão. Para minimizar esta situação trabalhou-se junto à equipe, para que voltassem a realizar as atividades com base nas matrizes de atividades e validem junto a coordenação e supervisão apenas o que não estava contemplado nas atividades.

Pequenos movimentos de resistência puderam ser observados, sendo que alguns funcionários não atendiam às orientações das supervisões e validavam suas atividades junto a nova coordenação. Alves e Silva (2013) afirmam que o agente de mudança além de estar alinhado ao entendimento dos objetivos da organização, é preciso estar ciente que poderão ser enfrentadas resistências junto a equipe, resistências estas que podem vir a ser de forma individual ou ainda organizacional. Contudo, ações foram realizadas para minimizar estes

acionamentos e direcionamentos por parte da Coordenação passaram a ser feito à equipe para que verificassem as orientações com as supervisoras.

No processo de descrição da mudança organizacional percebe-se que a equipe possui uma cultura muito forte quando se trata em execução de suas tarefas, cumprimento e resolução de problemas em conjunto, sendo que embora a nova estrutura os tenha dividido em áreas, ambos se apoiam para conclusão das atividades. A cultura é um padrão de pressupostos básicos compartilhados que um grupo que resolve seus problemas e funciona bem o suficiente, considerando válido seu método e ensinando aos novos membros a forma correta de perceber, pensar e sentir com relação a esses problemas (SCHEIN,2009). A cultura existente é um “jeitão de ser” já da gestão anterior e que se procura manter na equipe.

No processo descrito, identificaram-se pontos importantes que foram utilizados para a definição da mudança, sendo tratados primeiramente no nível estratégico e posteriormente informando a equipe. Demonstrando que é necessário um planejamento, pois para que o processo de reestruturação tenha um menor impacto negativo, é preciso um planejamento prévio e de forma transparente.

É possível destacar que o processo de mudança foi pensando a partir da reestruturação setorial, não dando abertura para participação da equipe, apenas da gestão do setor, que estava acompanhando o processo. Embora o processo tenha sido definido a em nível estratégico e envolvida apenas a gestão atual do setor naquele momento, ressalta-se a importância de chamar aqueles que assumiriam a equipe a partir da reestruturação e explicar os desafios que a equipe teria pela frente e que teriam o suporte da Coordenação anterior. Percebe-se também que, embora o nível estratégico não tenha pensando e avaliado a equipe, a gestão estava ciente do grupo que existia e acompanhou-se todo processo de reestruturação ao lado das novas supervisões.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste processo é possível afirmar também que as pessoas necessitam de um tempo de adaptação e que toda mudança pode envolver um tipo de perda podendo gerar desconforto e sentimento de ameaça na equipe, contudo cabe aos líderes, os agentes de mudança, acompanharem todo processo e estarem atentos aos movimentos na equipe. Por fim é importante ressaltar que é preciso ser minimizado as possíveis perdas ou ameaças na equipe, demonstrando a equipe o lado positivo, a possibilidade de novos aprendizados e novas experiências.

Mudar nem sempre é a melhor escolha, pois sair da zona de conforto e enfrentar novos desafios nem sempre é fácil, mas a organização precisa estar ciente das decisões e buscar que o processo de reestruturação tenha o menor impacto negativo possível na empresa, é preciso que o processo aconteça de dentro para fora, conhecer a razão de mudar e o que se quer mudar certamente auxilia na compreensão e entendimento da equipe para o cumprimento dos objetivos da organização.

REFERÊNCIAS

ADLER, Claudia Segadilha. SILVA, André Luis. **A Interface entre Valores Humanos e Mudança Organizacional: Evidências de uma Operação de Aquisição.** Rio de Janeiro/RJ – 22 a 26 de Setembro de 2012 – XXXVI – Encontro da ANPAD. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/>. Acessado em 28 de agosto de 2014.

ALVES, Camila Guimarães Monteiro de Freitas. SILVA, Mônica Pereira da. **Mudança Organizacional** – o caso de uma empresa de telecomunicações no Brasil. Brasília/DF – 3 a 5 de Novembro de 2013 – IV Encontro de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/>. Acessado em 29 de agosto de 2014.

CERCHIARO, Isabel Baloussier. SAUERBRONN, João Felipe Rammelt. ZEFERINO, Claudio Domingos. **Aspectos do Comportamento Organizacional Relacionados à Resistência à Mudança e suas Influências na Administração de Projetos.** João Pessoa/PB – 20 a 22 de Novembro de 2011 – III Encontro de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/>. Acessado em 29 de agosto de 2014.

HANDY, Charles. Deuses da administração. São Paulo: Saraiva, 1994.

SCHEIN, Edgar H. **Cultura organizacional e liderança.** São Paulo, SP: Atlas, 2009.

TROMPENAARS, Fons. Nas ondas da cultura. São Paulo: Educator, 1994.

WENTZ, Vagner Luís. **A Cultura organizacional: um estudo de caso na empresa MGO.** Feevale, Novo Hamburgo-RS, [2011] Disponível em: <http://biblioteca.feevale.br/Artigo/ArtigoVagnerWentz.pdf>>. Acesso em : 29 de agosto de 2011.

A REPRESENTAÇÃO DA IDENTIDADE FUTEBOLÍSTICA EM ANÚNCIOS DA REVISTA VEJA NA COPA DO MUNDO FIFA 2014

Daniel Luciano da Silva¹
Pr. Dr. Cleber Cristiano Prodanov²

Palavras chaves: Representação. Identidade. Futebol. Iconografia.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como tema a representação da identidade futebolística em anúncios publicitários, e delimita-se a revista Veja, do dia 11 de junho de 2014, data do início da Copa do Mundo Fifa 2014, no Brasil. Em virtude desse evento de proporções mundiais, e pelo fato de ocorrer no Brasil, entende-se que a publicidade apropria-se dessa oportunidade para criar vínculos entre as marcas e a identidade futebolística nacional. Por conseguinte, esse trabalho tem como problema de pesquisa compreender como as marcas utilizam as representações para criar uma identidade com o futebol? Com objetivo geral de compreender como as representações contribuem para formação de identidades, e com objetivos específicos de entender o conceito de representação; e analisar os anúncios da revista Veja; e com a metodologia de levantamento bibliográfico e análise iconográfica e iconológica, pretende-se responder ao problema de pesquisa.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Segundo Stuart Hall (1997), o termo usado para determinar o sentido das palavras, dos sons e das imagens: é **signo**; e o signo representa os conceitos e as relações conceituais que dão sentido a nossa cultura. Também para Michel Foucault (2007, p. 80) “só há signo a partir do momento em que se acha *conhecida* a possibilidade de uma relação de substituição entre dois elementos já *conhecidos*”, algo que já se conhece pode ser considerado um signo e sua constituição é inseparável da análise, é preciso destacar o elemento para que possa ser analisado. Outro aspecto relevante para análise do signo é a diferença entre as variáveis de natureza e convenção. Os signos podem ser designados pela natureza, que é “constituído

¹ Bacharel em Publicidade e propaganda pela Universidade Feevale. Vencedor do EXPOCOM Nacional 2010, categoria fotografia publicitária. Mestrando em Processos e Manifestações Culturais - FEEVALE

² Orientador

como signo pelo conhecimento”, e por convenção, que é escolhido pelo homem. Há também, os signos por instituição, que são os signos da linguagem e que diferem os homens dos animais.

Contudo, a propriedade fundamental do signo é a de representação. Um signo, para que gere efeito, precisa, em uma relação de espaço e tempo, gerar significado, e, conforme Foucault (2007, p. 87) “o signo encerra duas ideias, uma da coisa que representa, outra da coisa representada; e sua natureza consiste em excitar a primeira pela segunda”.

Conforme Foucault (2007, p. 87) para que o signo gere significado é preciso que ele manifeste a relação com o que significa, ou seja, precisa ser entendido e compreendido, e afirma: “é preciso que ele represente, mas que essa representação, por sua vez, se ache representada nele”. Contribuindo com Foucault, Roger Chartier (2002, p. 75) descreve que “a relação de representação, assim entendida como correlação de uma imagem presente e de um objeto ausente, uma valendo pelo outro” sustentam a teoria do signo. Contudo essa teoria levanta uma questão: quanto à incompreensão da representação, ou pela falta de preparo do leitor, ou por uma relação extravagante e arbitrária entre o signo e o significado.

Compreende-se, segundo Foucault (2007) e Chartier (2002) que os signos são o resultado entre o significante, que é a imagem/texto, propriamente ditos da mensagem, ou seja, o texto ou uma imagem iconográfica; somado ao significado, que corresponde ao entendimento que o receptor tem sobre essas imagens. Somente mediante esse entendimento é que podemos considerar a existência de um signo, pois essa relação só é possível pelo elemento da representação. “o significante e o significado só são ligados na medida em que um e outro são representados e em que um representa atualmente o outro” (FOUCAUT, 2007, p. 91), o significado só pode existir pela representação do seu significante. Entende-se que através das representações podem-se compreender as identidades culturais dos indivíduos e sua sociedade.

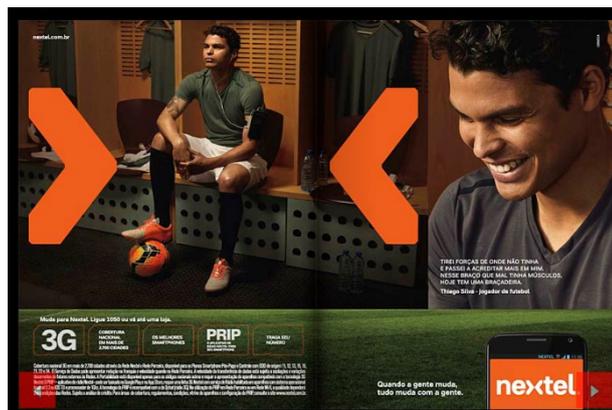
Segundo Hall (2005) nossas identidades não são formadas quando nascemos, e sim transformadas no interior da representação. As identidades nacionais não são apenas políticas, mas “algo que produz sentidos – *um sistema de representação cultural*. As pessoas não são apenas cidadãos/ãs legais de uma nação; elas participam da ideia de nação tal como representada em sua cultura nacional. Uma nação é uma comunidade simbólica [...]” (HALL, 2005, p. 49). Também para Woodward (2000) a representação utiliza-se das relações de significação e dos sistemas simbólicos para produzir significado, e assim dá sentido a experiência do que somos. São essas representações, que através da linguagem e dos sistemas simbólicos, constroem as identidades tanto individuais, quanto coletivas, simbólicas e sociais.

Através da relação cultural das representações, as narrativas de novelas e a interpretação dos significados da publicidade podem construir novas identidades em um determinado tempo e espaço histórico. No entanto, a eficácia do apelo aos consumidores só terá seu objetivo se “fornecerem imagens com as quais [os consumidores] possam se identificar. É claro, pois, que a produção de significados e [...] de identidades que são posicionadas nos (e pelos) sistemas de representação estão estreitamente vinculadas” (WOORDWARD, 2000, p. 18) dando ênfase à identidade e não a representação. Sob esse viés, entende-se que a publicidade utiliza-se das representações e dos significados para gerar relações com as identidades sociais.

METODOLOGIA

Para Burke (2004, p. 117) as imagens da publicidade auxiliam historiadores a reconstruir a cultura testemunhando “valores que são projetados em objetos inanimados na nossa cultura de consumo”. Para analisar as imagens utiliza-se a iconografia e iconologia como método de análise. Para Burke (2004) o enfoque nesse método de análise tem três níveis: **pré-iconográfico** – busca o significado natural na imagem, como identificação de objetos (árvores, prédios, animais, pessoas) e eventos (refeições, batalhas, procissões); **iconográfico** – propriamente dito que analisa o significado convencional da imagem (reconhecer uma ceia como a *Última Ceia* ou uma batalha como a *Batalha de Waterloo*); e o principal que é o **iconológico** – que analise o significado intrínseco, “os principais subjacentes que revelam a atitude básica de uma nação, um período, uma classe, uma crença religiosa ou filosófica” (BURKE, 2004, p. 45). Complementa-se com o que diz Kossoy (2009) que a iconografia busca detalhar e inventariar o conteúdo da imagem com aspecto literal e descritivo e sua análise não traz aspectos de interpretação. Já a iconologia busca a interpretação analítica do significado intrínseco no conteúdo de sua representação.

DISCUSSÃO E RESULTADOS



Como análise iconográfica pode-se identificar o ambiente de vestiário, com iluminação que remete a cor da marca, com cabides de roupas e nichos para os jogadores, bem como um jogador concentrado ouvindo musica e uniformizado com chuteiras e com a bola de futebol sob o pé, entre os ícones que são o símbolo da marca Nextel. À direita o personagem sorridente com a frase “tirei forças de onde não tinha e passei a acreditar mais em mim. Nesse braço que mal tinha músculos, hoje tem uma braçadeira. Thiago Silva – jogador de futebol”. Na parte inferior da imagem está o *slogan* da marca “Quando a gente muda, tudo muda com a gente”, e o telefone com a logomarca na cor da empresa sobre um gramado.

Através da análise iconológica, os signos chuteira, gramado, bola, jogador e o vestiário, representam, através de seus significantes e seus significados, a relação entre a marca e a identidade do futebol. As cores dos ícones, bem como o tom de cor do ambiente, reforçam a conexão das cores da marca com essa identidade. As duas expressões do personagem, a concentração e a alegria, bem como a frase de superação, remetem as virtudes necessárias ao capitão da seleção brasileira, que tem voz de comando junto à equipe. Com esses aspectos o anúncio busca criar um perfil comum com seus consumidores, em que eles se identifiquem com as virtudes de superação e responsabilidade do personagem atrelando esses valores a marca e ao serviço, proporcionado o interesse pela mudança simbolizada no seu *slogan*. O telefone com a marca na tela (signo) reforça o entendimento (significado) sobre o serviço prestado pela operadora (significante).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As representações criadas e construídas pelos anunciantes se utilizam de signos que geram significados relacionados às identidades da cultura futebolística. As marcas se aproveitam do evento de comoção mundial e envolvimento nacional para criar vínculos

identitários. A marca analisada não tem relação direta com o esporte, trata-se de telefonia móvel, no entanto se apropria do evento do esporte considerado a paixão nacional para estabelecer uma conexão de identidade da marca com o público e o futebol. Essas representações são percebidas pelos consumidores, pois os signos utilizados têm seu significado e significado diretamente relacionados com o que querem representar. Entende-se que as análises iconográficas e iconológicas contribuem para identificação das representações sociais através da interpretação dos signos constantes nas imagens. Essas construções, propostas pelas empresas anunciantes, se apropriam de elementos marcados pelo evento futebolístico mundial e fazem uma construção identitária do seu produto com a cultura e a sociedade brasileira. Essa é uma mostra de como pode ser explorada a formação da identidade através da apropriação de símbolos e signos, portanto, uma análise não apenas importante para historiografia como para a sociedade em geral.

REFERÊNCIAS

BURKE, Peter. **Testemunha ocular: história e imagem**. Bauru, SP: EDUSC; 2004

CHARTIER, Roger. **À beira da falésia: a história entre certezas e inquietude**. 1. ed. Porto Alegre, RS: UFRGS, 2002

FOUCAULT, Michel. **As palavras e as coisas: uma arqueologia das ciências humanas**. 9. ed. São Paulo, SP: Martins Fontes, 2007

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 10. ed. Rio de Janeiro, RJ: DP&A, 2005

HALL, Stuart, **Representation: Cultural Representations and Signifying Practices**. London, Sage Publications, 1997. Cap. 1, pp. 13-74. Trad. por Elías Sevilla Casas

KOSSOY, Boris. **Fotografia & história**. 3. ed. rev. ampl. São Paulo, SP: Ateliê Editorial, 2009

WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual**. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000

A TECNOLOGIA ASSISTIVA A BAIXO CUSTO COMO FERRAMENTA PARA A INCLUSÃO SOCIAL DOS CADEIRANTES

Bruna Henkel Ferro¹

Jacinta Sidegum Renner²

Palavras-chave: Tecnologia Assistiva. Baixo custo. Cadeirantes. Inclusão Social.

INTRODUÇÃO

Dados da Organização das Nações Unidas (ONU) afirmam que existem aproximadamente 650 milhões de pessoas com deficiência no mundo (10% da população mundial), desses, 80% vivem em países em desenvolvimento, e dentre as pessoas mais pobres do mundo, 20% possui algum tipo de deficiência (ONU, 2015). “Estas pessoas estão dentre as mais estigmatizadas, mais pobres e que têm os níveis mais baixos de escolaridade de todos os cidadãos mundiais” (BERNARDES et al., 2009, p.32). Quando a pessoa com deficiência está posicionada em uma classe social que a impede de comprar algum aparelho, como a almofada para cadeira de rodas, uma cadeira de rodas, a sua reabilitação, ela estará socialmente excluída.

Bernardes et al. (2009) dizem que a deficiência implica em múltiplos conceitos, desde defeito, incapacidade, doença, limitação, sofrimento e exclusão, fato que dificulta a sua limitação precisa. Diniz (2007, p.15) complementa que a “deficiência é um conceito complexo que reconhece o corpo com lesão, mas que também denuncia a estrutura social que oprime a pessoa com deficiência”. A deficiência deixa de ser apenas o que o médico diz, mas também a limitação da participação plena criada pelas barreiras sociais (DINIZ; BARBOSA; SANTOS, 2009, p.66). Diniz, Barbosa e Santos (2009, p.73) alegam que “o reconhecimento do corpo com impedimentos como expressão da diversidade humana é recente e ainda um desafio para as sociedades democráticas e para as políticas públicas”, e que “assegurar a vida digna não se resume mais à oferta de bens e serviços médicos, mas exige também a eliminação de barreiras e a garantia de um ambiente social acessível aos corpos com impedimentos físicos, intelectuais ou sensoriais” (DINIZ; BARBOSA; SANTOS, 2009, p.74).

¹ Graduada em Design, Mestranda em Diversidade Cultural e Inclusão Social, Bolsista CAPES, na Universidade Feevale, RS.

² Doutora em Engenharia de Produção (UFRGS). Professora e pesquisadora do Programa em Diversidade Cultural e Inclusão Social, na Universidade Feevale.

Para resolver alguns destes problemas e compensar as limitações funcionais das pessoas com deficiência, existem produtos e serviços que visam facilitar as suas vidas, chamados de Tecnologia Assistiva (TA). A almofada para cadeira de rodas é uma TA que deve ser considerada como uma substituição do assento da cadeira de rodas, uma vez que apenas a base de sustentação do assento em tecido não é o suficiente para dar estabilidade e conforto ao cadeirante. Esta pesquisa objetiva expor a importância da tecnologia assistiva a baixo custo, através da almofada para cadeira de rodas, como ferramenta para a inclusão social dos cadeirantes. Com produtos acessíveis, mais cadeirantes terão condições de adquiri-los, melhorando assim, a qualidade de vida e a inclusão social.

Como método científico, esta pesquisa se classifica como pesquisa bibliográfica, pois a busca de informações bibliográficas sobre o tema foi feita através de livros, publicações em periódicos, artigos científicos, etc. Para a busca de artigos científicos, foi utilizada a base de dados SCIELO, com os descritores: deficiência e tecnologia assistiva. Do ponto de vista de sua natureza, é uma pesquisa básica. Do ponto de vista dos seus objetivos, é uma pesquisa exploratória (PRODANOV; FREITAS, 2013).

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A diversidade no espaço social está diretamente ligada à corporeidade, pois é através dela que as pessoas sentem e utilizam o corpo como ferramenta de manifestação e interação com o mundo (sociedade), é a capacidade de ir e vir e se movimentar no espaço social. Merleau-Ponty (1994 apud POLAK, 1997, p.35) traz a questão da corporeidade como: “[...] não tenho um corpo, mas sim, eu sou corpo; corpo que percebe e é simultaneamente percebido [...]”. No universo dos usuários cadeirantes, a cadeira de rodas devolve o seu direito de locomoção, sendo parte ou a extensão de seu corpo, é através dela que o usuário se movimenta e interage com a sociedade.

A desvantagem social e a discriminação enfrentada pelas pessoas com deficiência é um resultado do discurso da cultura da normalidade, pois a cultura expõe os impedimentos corporais como abomináveis a vida social (DINIZ; BARBOSA; SANTOS, 2009). Além disso, “uma pessoa com deficiência não é simplesmente um corpo com impedimentos, mas uma pessoa com impedimentos vivendo em um ambiente com barreiras” (DINIZ; BARBOSA; SANTOS, 2009, p.72). A corporeidade possibilita o aproveitamento das oportunidades sociais, educacionais, e vocacionais conduzindo a pessoa à inclusão social, em um estilo de vida produtivo e recompensador (COSTA et al., 2010). Daí a importância da

acessibilidade e da cadeira de rodas como estratégia de inclusão social, pois oportuniza melhores condições de vida, autonomia e independência.

Muitos projetos para pessoas com deficiência têm o objetivo de desenvolver novos dispositivos, equipamentos e aparelhos que visem à superação de suas deficiências (IIDA, 2005). Para compensar as limitações físicas e funcionais dessas pessoas, existe a TA, que segundo a Associação Brasileira de Normas Técnicas (2004, p.4), é um “conjunto de técnicas, aparelhos, instrumentos, produtos e procedimentos que visam auxiliar a mobilidade, percepção e utilização do meio ambiente e dos elementos por pessoas com deficiência”. Os recursos de TA são classificados de acordo com suas funções, e são divididos em 11 categorias, e dentro destas categorias, esta pesquisa compreende a área de adequação postural, que se refere à seleção de recursos que garantam boa distribuição do peso corporal, posturas alinhadas e estáveis em todas as posturas (Ver Figura 01).

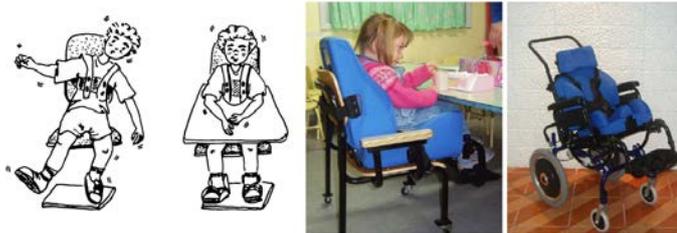


Figura 01 - Poltrona postural na escola e no carrinho de transporte
Fonte: Bersch (2009, p. 8)

De acordo com Bersch (2009, p.2), a TA proporciona às pessoas com deficiência “maior independência, qualidade de vida e inclusão social, através da ampliação de sua comunicação, mobilidade, controle de seu ambiente, habilidades de seu aprendizado e trabalho”. Em uma percepção humanista, esses produtos “significam a diferença entre poder atuar na sociedade ou não. Infelizmente, sob uma perspectiva social, [...] ainda estão restritos ao usufruto de poucos em nosso país, assim como nos outros países em desenvolvimento” (MELLO, 2008, p.7). O que torna o papel social da TA de extrema importância para as pessoas com deficiência, principalmente para os cadeirantes.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os grandes beneficiados com os produtos de TA e da prescrição de sistemas especiais de assentos e encostos, de acordo com Bersch (2009), são os cadeirantes, pois são levados em consideração medidas, peso, alterações musculoesqueléticas, entre outros. Porém, de acordo com Dong (2007 apud MORAES, 2009), se comparados os dispositivos de TA a produtos em

geral, que não possuem características especiais, há restrições de mercado e de processos quando produzidos em baixa escala. Isso em função de os produtos para pessoas com deficiência exigirem soluções diferenciadas, o que impossibilitaria de serem produzidos em massa, aumentando, assim, o seu custo final (MORAES, 2009).

Em função dos cadeirantes passarem grande parte do dia na posição sentada, torna-se de extrema importância a utilização da almofada para cadeira de rodas. Uma vez que, somente o assento da cadeira de rodas não é suficiente para dar estabilidade e conforto para o corpo do cadeirante, muito menos distribuir de maneira eficaz os pontos de maior pressão na posição sentada. Há algumas soluções de almofadas personalizadas, porém, pelo fato dessas serem produzidas em baixa escala e não serem padronizadas, seu custo ainda é muito alto, além de poucos lugares possuírem esse serviço de personalização. As almofadas com custo acessível existentes no mercado proporcionam uma geometria pouco adaptada às formas dos usuários, provendo pouca estabilidade e não favorecendo o posicionamento. Aquelas que são especializadas para tratamento de UP, infelizmente, não são acessíveis a todos os usuários, em razão do seu alto custo.

Segundo Ferro (2014), os designers podem contribuir na solução de problemas da relação entre sujeito e produto, e diante desta realidade, desenvolver almofadas adaptadas às características de cada usuário cadeirante, visando estabilidade, melhor adequação postural, e pressão distribuída corretamente, a baixo custo. Com a almofada para cadeira de rodas a baixo custo, mais cadeirantes terão condições de adquiri-los, oportunizando a autonomia, muito importante para a inclusão social. De acordo com Sasaki (2010) ela possibilita o controle nos ambientes físicos e sociais, conservando sempre a privacidade e a dignidade da pessoa. “Ter maior ou menor autonomia significa que a pessoa com deficiência tem maior ou menor controle nos vários ambientes físicos e sociais que ela queira e/ou necessite frequentar para atingir os seus objetivos” (p.35). Entre os princípios da inclusão social está a construção de uma sociedade para todos, na qual ocorre o direito de pertencer, valorização da diversidade humana, igual importância das minorias e cidadania com qualidade de vida, entre outros.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante da realidade social vivida pela maioria dos cadeirantes e visto que, nos países em desenvolvimento, a maioria dos deficientes vive com baixa renda, o desenvolvimento de produtos de TA a baixo custo, inclusive a almofada para cadeira de rodas, é de extrema importância, uma vez que essas pessoas deveriam ter o mesmo acesso que as demais em relação a recursos, produtos e serviços, objetivando trazer melhores condições de vida,

autonomia, e cidadania. Esta pesquisa é de extrema relevância social, pois através da almofada para cadeira de rodas a baixo custo, mais cadeirantes terão acesso à almofada, e com a prevenção das úlceras de pressão elas terão uma melhor qualidade de vida, contribuindo assim para a inclusão social.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS (ABNT). **NBR 9050:2004** — Acessibilidade a edifícios, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos. Rio de Janeiro, RJ: ABNT, 2004. 97p.

BERNARDES, L. et al. Pessoas com deficiência e políticas de saúde no Brasil: reflexões bioéticas. **Revista Ciência & Saúde Coletiva** [online], v.14, n.1, p.31-8, 2009.

BERSCH, Rita. **Introdução à tecnologia assistiva**. Porto Alegre, RS: CEDI – Centro Especializado em Desenvolvimento Infantil, 2009.

COSTA, V. S. P. et al. S. Representações sociais da cadeira de rodas para a pessoa com lesão da medula espinhal. **Rev. Latino-Am. Enfermagem**, 18(4): 8 telas, jul-ago 2010.

DINIZ, Debora. **O que é deficiência**. São Paulo: Brasiliense, 2007.

_____, Debora; BARBOSA, Lívia; SANTOS, Wederson Rufino de. **Deficiência, direitos humanos e justiça**. Revista Internacional dos Direitos Humanos, São Paulo, 2009, v. 6, n. 11, p.65-77. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1806-64452009000200004&script=sci_arttext>. Acesso em: 29 jun. 2015.

FERRO, Bruna Henkel. **Reprojeto de almofada para cadeirantes a fim de prevenir úlceras de pressão a baixo custo**. 2014. 85 f. Monografia (Conclusão de Curso de Design) – Feevale, Novo Hamburgo, 2014. Disponível em: <<http://biblioteca.feevale.br/Monografia/MonografiaBrunaFerro.pdf>>. Acesso em: 10 abr. 2015.

IIDA, Itiro. **Ergonomia: projeto e produção**. 2.ed. rev. ampl. São Paulo, SP: Edgard Blücher, 2005. 614 p.

MELLO, Maria Aparecida Ferreira de. A tecnologia Assistiva no Brasil. In: OLIVEIRA, Ana Irene Alves de; LOURENÇO, Juliana Maciel de Queiroz; LOURENÇO, Manoel Gionovaldo Freire (Org.). **Perspectivas da tecnologia assistiva no Brasil: pesquisa e prática**. Belém: EDUEPA, 2008. 156 p.

MERLEAU-PONTY, M. **Fenomenologia da percepção**. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 1999.

MORAES, Helton Scheer de. **Projeto conceitual de sistemas de assento para cadeira de rodas: uma abordagem sistemática**. Dissertação (mestrado em Design) — Programa de Pós-

Graduação em Design, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Escola de Engenharia e Faculdade de Arquitetura, Porto Alegre, 2009.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). **A ONU e as pessoas com deficiência.** Disponível em: < <http://nacoesunidas.org/acao/pessoas-com-deficiencia/> >. Acesso em: 08 jun. 2015.

OTA, Ana Sayuri. **Prevenção das Úlceras de Pressão.** 2008. 25 f. Monografia (Programa de Pós-Graduação em Aplicações Complementares às Ciências Militares) - Escola de Saúde do Exército Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, 2008. Disponível em: <http://www.essex.ensino.eb.br/doc/PDF/PCC_2008_CFO_PDF/CD13%201%BA%20Ten%20A1%20ANA%20SAYURI%20OTA.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2015

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico:** métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2 ed. Novo Hamburgo, RS: Feevale, 2013. 277 p.

SASSAKI, Romeu Kazumi. **Inclusão:** construindo uma sociedade para todos. 8. ed., ampl. e rev. Rio de Janeiro, RJ: WVA, 2010. 180 p.

ANÁLISE DA GESTÃO DE PROJETOS COLABORATIVOS DE INOVAÇÃO ENTRE UNIVERSIDADES E EMPRESAS

Ana Carolina Kayser¹

Douglas Wegner²

Palavras-chave: Gestão de projetos colaborativos. Relações interorganizacionais. Interação Universidade – Empresa.

INTRODUÇÃO

Uma constatação relevante, no âmbito da indústria, diz respeito ao crescimento da cooperação entre instituições, conforme dados divulgados pela Pesquisa de Inovação (PINTEC), realizada a cada três anos pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), com o apoio da Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP) e do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI). Na PINTEC 2008, 10,1% das empresas industriais inovadoras disseram ter cooperado com algum tipo de parceiro, enquanto na PINTEC 2011 esse percentual passou para 15,9%. Uma vez que aumentam os investimentos por parte das empresas e das universidades em projetos de pesquisa executados em parceria por esses atores, aumenta a necessidade dessas instituições de se capacitarem para a gestão desse tipo de projetos. Nesse sentido, é importante identificar de que forma gerir os projetos para alcançar melhor os resultados definidos inicialmente.

Do tema proposto, surgiu a seguinte questão de pesquisa: quais as práticas utilizadas para a gestão de projetos de inovação colaborativos entre universidades e empresas? A partir dessa questão, estabeleceu-se, como objetivo geral, propor um guia de boas práticas de gestão de projetos de inovação colaborativos entre universidades e empresas.

Fundamentação teórica

Foram encontrados na literatura quatro estudos sobre boas práticas de gestão de projetos colaborativos entre universidades e empresas (DAVENPORT, DAVIES e GRIMES,

¹ Doutorado em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (2011), com período-sanduíche na Universität zu Köln (Alemanha). Atualmente é professor do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS).

² Mestrado em Administração na Universidade de Santa Cruz do Sul (2015). É Gestora de Projetos na Universidade Feevale.

1998; MORO – VALENTIN, MONTORO – SANCHEZ e GUERRA MARTIN, 2003; BARNES, PASHBY e GIBBONS, 2006; ALBERTIN e AMARAL, 2010).

O estudo de Davenport, Davies e Grimes (1998) relata sobre um projeto do Governo da Nova Zelândia, intitulado Programa de Crescimento de Negócios (TBG), que patrocina a pesquisa colaborativa para a inovação. Cada projeto é realizado por uma organização empresarial e por uma instituição de pesquisa. Das práticas de gestão utilizadas, cinco fatores de sucesso de colaboração foram considerados vitais por mais de 50% dos gestores. Esses fatores foram: seleção correta do parceiro colaborativo; compreensão clara de responsabilidades; estabelecimento de tarefas e objetivos comuns sem agendas ocultas; respeito mútuo e confiança entre os parceiros e comprometimento da alta gestão de todas as fases.

Mora-Valentin, Montoro-Sanchez e Guerra-Martin (2003), a partir de uma revisão bibliográfica sobre o tema parcerias interorganizacionais entre empresas e instituições de pesquisa, elaboraram 10 hipóteses relacionadas aos fatores que podem levar ao sucesso dessas parcerias. As mesmas são apresentadas no Quadro 1, e foram divididas em fatores contextuais e organizacionais.

Fatores	Boas práticas identificadas
Contextuais	Experiências cooperativas anteriores
	Reputação dos parceiros
	Definição clara dos objetivos
	Institucionalização do relacionamento (regras, políticas, procedimentos, questões jurídicas e os procedimentos administrativos bem definidos)
Organizacionais	Compromisso
	Comunicação
	Alto nível de confiança
	Resolução de conflitos
	Dependência entre os parceiros (em função de recursos financeiros ou intelectuais, por exemplo)

Quadro 1 - Boas práticas de gestão de projetos identificadas no estudo de Moro-Valentin, Montoro-Sanchez e Guerra-Martin (2003)

Fonte: Elaborado pela autora com base em Moro-Valentin, Montoro-Sanchez e Guerra-Martin (2003)

A pesquisa constatou nove boas práticas mais relevantes para a gestão de projetos colaborativos U–E, sendo quatro delas relacionadas aos aspectos contextuais e cinco delas aos aspectos organizacionais. Neste estudo, algumas práticas já identificadas no estudo descrito anteriormente também foram confirmadas, mas há um incremento de fatores, como a comunicação e a resolução de conflitos.

Para a realização de seu estudo, Barnes, Pashby e Gibbons (2006) selecionaram seis projetos participantes do Programa *Warwick Manufacturing Group* (WMG), que, desde sua fundação, em 1980, tem se envolvido e investigado a colaboração de universidades e indústrias no Reino Unido. O objetivo do estudo era testar a influência que os fatores de sucesso identificados na literatura tiveram no resultado de cada projeto. Os fatores críticos de sucesso encontrados são apresentados no Quadro 2:

Temas-chave	Sub-tema	Fatores críticos identificados
Questões de diferença cultural		<ul style="list-style-type: none"> - Diferença em prioridades/prazos; - Publicação em domínio público; - Falta de compreensão de imperativos de negócios; - Falta de flexibilidade (empresa); - Direitos de propriedade intelectual e confidencialidade.
Questões do parceiro	AVALIAÇÃO DO PARCEIRO	<ul style="list-style-type: none"> - Compatibilidade de cultura/modo de operação; - Compreensão mútua; - Expertise e forças complementares; - Parceiros de colaboração no passado; - Pessoal de alta qualidade; - Importância estratégica; - Objetivos complementares; - Sem agendas ocultas; - Experiência colaborativa.
	GERENTE DO PROJETO	<ul style="list-style-type: none"> - Treinado em gestão de projetos; - Diplomacia; - Experiência em colaboração; - Experiência multifuncional.
Preparação do projeto e execução	GERENCIAMENTO DO PROJETO	<ul style="list-style-type: none"> - Objetivos definidos claramente; - Responsabilidades definidas claramente; - Planos dos projetos acordados mutuamente; - Objetivos realistas; - Recursos adequados; - <i>Milestones</i> do projeto definidos; - Acordos colaborativos simples; - Monitoramento do progresso regular; - Comunicação eficaz; - Entregas dos colaboradores asseguradas.

	GARANTIA DE IGUALDADE	<ul style="list-style-type: none"> - Benefício mútuo; - Igualdade de poder/dependência; - Igualdade de contribuição.
	INFLUÊNCIAS EXTERNAS	<ul style="list-style-type: none"> - Necessidades do mercado; - Estabilidade corporativa.
Fatores universais de sucesso		<ul style="list-style-type: none"> - Confiança mútua; - Compromisso; - Flexibilidade; - Aprendizado; - Continuidade de pessoal; - Boas relações pessoais/time de trabalho; - Campeão em colaboração; - Liderança.

Quadro 2: Fatores críticos de sucesso identificados no estudo de Barnes, Pashby e Gibbons (2006)
Fonte: Elaborado pela autora com base em Barnes, Pashby e Gibbons (2006)

O quarto estudo identificado na literatura foi realizado com base na pesquisa de Barnes, Pashby e Gibbons (2006). Em sua pesquisa, Albertin e Amaral (2010) analisaram dois projetos, denominados de “Ideais e Portal de Processos”, que pertencem a um programa de pesquisa da Universidade de São Paulo (USP), intitulado EI-2. No projeto A, dos quarenta fatores críticos pesquisados, apenas quatro foram considerados presentes e influentes. No projeto B, treze dos quarenta FCSs pesquisados foram considerados presentes e influentes na percepção dos respondentes. Na próxima subseção, será apresentada a análise das boas práticas comuns encontradas nos quatro estudos relatados.

BOAS PRÁTICAS COMUNS ENCONTRADAS NOS ESTUDOS

Com base na revisão sobre as boas práticas de gestão de projetos colaborativos U–E identificadas dos quatro estudos analisados, foi elaborado o Quadro 3, que consiste em uma compilação dos dados obtidos nas pesquisas, de forma a comparar as informações e definir as práticas mais comuns encontradas.

Categorias	Temas	Boas práticas identificadas nos estudos	Barnes, Pashby e Gibbons (2006)	Moro-Valentin, Montoro-Sanchez e Guerra-Martín (2003)	Davenport, Davies e Grimes (1998)	Albertin e Amaral (2010)
Preparação do projeto e execução	Gerenciamento do projeto	Objetivos definidos claramente				
		Responsabilidades definidas claramente				
		Planos dos projetos acordados mutuamente				
		Objetivos realistas				
		Recursos adequados				
		Milestones do projeto definidos				
		Acordos colaborativos simples				
		Monitoramento do progresso regular				
		Comunicação eficaz				
		Entregas dos colaboradores asseguradas				
	Resolução de conflitos					
	Garantia de igualdade	Benefício mútuo				
		Igualdade de poder/dependência				
		Igualdade de contribuição				
	Influências externas	Necessidades do mercado				
	Estabilidade corporativa					

Quadro 3 - Boas práticas comuns encontradas nos estudos revisados

Fonte: Elaborado pela autora com base em Davenport, Davies e Grimes (1998), Moro-Valentin, Montoro-Sanchez e Guerra-Martín (2003), Barnes, Pashby e Gibbons (2006) e Albertin e Amaral (2010)

Para chegar a este quadro, primeiramente, foi utilizado o estudo de Barnes, Pashby e Gibbons (2006) como base, uma vez que esses autores aplicaram a pesquisa a um número maior de projetos colaborativos e chegaram a uma lista mais completa de boas práticas ou fatores críticos de sucesso na gestão de projetos colaborativos universidade–empresa.

No entanto, o estudo desses autores classificou os fatores críticos de sucesso em quatro categorias, conforme já relatado, mas, para esse estudo em específico, foi considerada apenas a categoria “Preparação e execução do projeto”, pois são essas as boas práticas que serão utilizadas como objeto de análise nesta pesquisa. Praticamente todas as boas práticas de gestão identificadas nos demais estudos foram encontradas também na pesquisa de Barnes, Pashby e Gibbons (2006), com exceção de uma delas: resolução de conflitos (Moro-Valentin, Montoro-Sanchez e Guerra-Martin (2003)), que foi incluída no modelo principal. A seguir, são apresentados os procedimentos metodológicos que nortearam a pesquisa.

METODOLOGIA

Para responder a questão de pesquisa, atender aos objetivos estabelecidos e contribuir com as discussões relativas à área foi realizado um estudo de caso múltiplo, com quatro projetos de pesquisa colaborativa entre universidades e empresas, realizados em três universidades distintas, dos quais dois projetos foram bem sucedidos e dois foram mal sucedidos do ponto de vista da gestão. Em função disso, foram realizadas entrevistas em profundidade com os envolvidos em cada um dos projetos. Essas entrevistas foram elaboradas com o auxílio de três especialistas em gestão de projetos colaborativos, que validaram as boas práticas encontradas na literatura. As informações coletadas foram transcritas e analisadas por meio da técnica de análise de conteúdo (BARDIN, 2011).

RESULTADOS E INTERPRETAÇÃO

A partir dos estudos de caso realizados, foi possível identificar características comuns de gestão de projetos que determinam se o resultado da gestão dos projetos colaborativos U–E é bem ou mal sucedida. Das nove boas práticas elencadas a partir da revisão bibliográfica e validadas pelos especialistas em gestão de projetos colaborativos U–E, seis foram identificadas como boas práticas de gestão nos projetos objeto de estudo desta pesquisa. Além disso, quatro outras boas práticas foram identificadas nos quatro projetos analisados: a realização de reunião de abertura do projeto, a prática de registro de informações, a existência de processos do setor de gestão de projetos da universidade bem definidos e o uso de um

software ou de uma plataforma de gestão de projetos, conforme pode ser visualizado no Quadro 4.

Boas práticas de gestão de projetos colaborativos U-E	Descrição	Importância	Classificação
Objetivos claros e realistas	Definir claramente os objetivos do projeto antes de iniciar e realizar sua revisão durante a execução.	Ter clareza sobre o que será feito e o que se pretende alcançar.	Prévia à realização do projeto.
Responsabilidades definidas claramente	Definir claramente quem faz o que na execução do projeto, especialmente por parte da empresa e da universidade.	Ter clareza sobre a responsabilidade de cada pessoa da equipe do projeto, garantindo também que todas as instituições envolvidas contribuam e se beneficiem.	Prévia à realização do projeto.
Instrumentos contratuais claros	Definir instrumentos contratuais claros e simplificados para auxiliar e facilitar a execução dos projetos.	Possuir um documento formal a ser assinado pelos envolvidos no projeto, visando esclarecer e assegurar os direitos e deveres dos parceiros.	Prévia à realização do projeto.
Comunicação	Manter os envolvidos do projeto informados.	Criar canais fáceis, variados e acessíveis para a comunicação dos parceiros e entre os envolvidos de cada uma das partes internamente, para facilitar o processo de execução do projeto.	Prévia, podendo ser revisto e aprimorado durante a execução do projeto.
Contato presencial	Realizar visitas e reuniões periódicas aos parceiros, participando, inclusive, das atividades previstas em cada uma das instituições.	Promover o contato presencial, porque estimula e beneficia os envolvidos, que passam a conhecer melhor as necessidades e limitações dos parceiros, e porque pode contribuir para agilizar as atividades e resolver problemas.	Prévia, podendo ser revisto e aprimorado durante a execução do projeto.
Registro das informações	Registrar todas as informações sobre a concepção, a definição, o andamento e o encerramento do projeto.	Registrar as informações facilita a comunicação entre os parceiros e possibilita que todos os envolvidos possam se inteirar do projeto, inclusive, quando um membro deixa de fazer parte da equipe.	Prévia, podendo ser revisto e aprimorado durante a execução do projeto.
Realização de reunião de abertura do projeto	Realizar reunião de abertura do projeto para a formalização dos objetivos e das responsabilidades das partes no projeto.	Pontuar, definir e esclarecer os objetivos e responsabilidades dos envolvidos possibilita uma execução mais eficaz.	Durante o processo de gestão.
Reuniões periódicas	Acompanhar regularmente o andamento do projeto, monitorando a realização das atividades e etapas.	Possibilitar o acompanhamento do projeto pelos envolvidos, bem como a avaliação das atividades realizadas e a proposição de soluções ou eventuais mudanças.	Prévia e durante o processo de gestão.

Boas práticas de gestão de projetos colaborativos U–E	Descrição	Importância	Classificação
Acesso a um <i>software</i> ou a uma plataforma de gestão de projetos	Disponer de ferramenta <i>web</i> para o registro, a otimização e o compartilhamento das informações relacionadas aos projetos.	Facilitar o registro, a consolidação, a distribuição e a avaliação do projeto, tanto em sua execução como após seu encerramento.	Prévia e durante o processo de gestão.
Processos do setor de gestão de projetos da universidade bem definidos	Deter processos claros e consolidados para nortear a gestão dos projetos colaborativos U–E por parte do setor de gestão de projetos da universidade.	Esclarecer as atividades e os procedimentos de gestão, facilitando a realização das atividades e responsabilidades e do fluxo de informações.	Prévia e durante o processo de gestão.

Quadro 4: Guia de boas práticas de gestão de projetos colaborativos Universidade - Empresa
Fonte: Elaborado pela autora (2015)

Após a definição das dez boas práticas de gestão de projetos colaborativos U–E apresentadas no Quadro 4, com a respectiva descrição e a explicação sobre a importância de cada uma delas, foi possível sugerir, a partir do presente estudo, que boas práticas não sejam uma relação de itens a serem cumpridos em ordem de importância ou sequência. As boas práticas devem ser observadas e revisadas repetida e progressivamente desde a concepção, passando pela execução e finalizando com o fechamento do projeto, funcionando como um guia de boas práticas.

CONCLUSÕES

O guia de boas práticas proposto é uma referência para a gestão bem sucedida de projetos colaborativos U–E. Ao todo, são dez boas práticas sugeridas por meio da revisão teórica e do estudo de casos múltiplos. Conforme consta no Quadro 4, as práticas foram classificadas em “prévias” e de “processo”. As prévias são boas práticas prévias à execução do projeto, que envolvem a cultura gerencial dos parceiros e a concepção clara do projeto, por meio da definição de objetivos e responsabilidades. Já as boas práticas de processo são aquelas que devem ocorrer durante toda a execução do projeto, com o intuito de qualificar sua realização e atingir os resultados sem maiores dificuldades.

No entanto, é importante ressaltar que as práticas identificadas não são estáticas no que diz respeito à classificação proposta (prévia ou inerente ao processo). O acompanhamento periódico do projeto por meio de reuniões, da comunicação entre os parceiros e do contato

presencial, pode culminar no aprimoramento, na revisão ou na alteração dos objetivos e das responsabilidades previamente determinados. Cabe destacar que as eventuais alterações devem ser sempre registradas e formalizadas, o que implica, em muitos casos, a revisão de documentos formais referentes ao projeto, como a aditivação do termo de abertura e do contrato entre as partes. Nesse aspecto, o *software*, ou a plataforma web de gestão de projeto, é um importante aliado. Seu principal objetivo é proporcionar aos envolvidos o acesso às informações do histórico do projeto e proporcionar a emissão de relatórios de acompanhamento e indicadores de desempenho.

A principal contribuição deste estudo com relação à literatura já existente é a identificação exclusiva de boas práticas de gestão de projetos colaborativos U-E. Os estudos de Davenport, Davies e Grimes (1998), Moro-Valentin, Montoro-Sanchez e Guerra-Martin (2003), Barnes, Pashby e Gibbons (2006) e Albertin e Amaral (2010), utilizados como referência, não se voltaram exclusivamente para a gestão dos projetos. Foram considerados também, nesses estudos, fatores relacionados aos facilitadores e às barreiras para o relacionamento universidade-empresa. Nesta pesquisa, no entanto, procurou-se obter um guia para a gestão de projetos colaborativos U-E, independentemente das condições ambientais e de relacionamentos pré-existent.

Recomenda-se que mais estudos sejam realizados com uma quantidade maior de projetos. Sugere-se também que o governo seja incluído nesta análise, uma vez que o órgão financiador do projeto, e a forma como ele dispõe o recurso, acompanha a execução do projeto e cobra a sua prestação de contas, influencia diretamente na maneira como o projeto é gerido. Avaliar o perfil e o processo de gestão pelas universidades também é recomendado. Em futuros estudos, seria desejável analisar mais detalhadamente o perfil desses setores, levando em consideração, principalmente, a consolidação dos processos utilizados por eles. Além disso, sugere-se que as características dos projetos a serem analisados sejam previamente definidas, como a área de atuação da empresa, sua proximidade da universidade e se o projeto possui recursos de órgãos de fomento ou não, já que esse fator foi muito citado pelos entrevistados.

Outra oportunidade de pesquisa decorre dos achados da investigação que não se referem às boas práticas propriamente. Nesse sentido, avaliar como a proximidade geográfica e a confiança influenciam na realização de projetos colaborativos U-E, bem como os motivos que levam ao seu desenvolvimento é indicado. Por fim, é recomendado que futuramente sejam analisados projetos geridos utilizando como referência o guia de boas práticas decorrente deste estudo, com o objetivo de certificá-lo como ferramenta modelo.

AGRADECIMENTOS

Universidade Feevale - Brazil

Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) - Brazil

REFERÊNCIAS

ALBERTIN, E.V.; AMARAL, D.C. **Contexto da parceria como qualificador da gestão de projetos universidade - empresa.** Revista Produção, São Paulo, v.20, n.2, p. 224-236, abr./jun. 2010.

AMARAL, Daniel Capaldo et al. **Gerenciamento ágil de projetos:** aplicação em produtos inovadores. São Paulo: Saraiva, 2011.

BARCZAK, G; WILWEMON, D. **Factors influencing product development teams satisfaction.** European Journal of Innovation Management, vol. 4, n. 1, p. 32-36, 2001.

BARDIN L. **Análise de conteúdo.** Lisboa: Edições 70; 1977.

BARNES, T.A.; PASHBY, I.R.; GIBBONS, A.M. **Collaborative R&D projects: a framework for effective management.** In: IEEE International Conference on Management of Innovation and Technology, 2000, New York. Proceedings. New York: IEEE, v.1, p.210-216, 2000.

COSTA, P. R.; PORTO, G. S.; FELDHAUS, D. **Gestão da cooperação empresa-universidade:** o caso de uma multinacional brasileira. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 14, n. 1, art. 6, p. 100-121, 2010.

COSTA, P. R.; PORTO, G. S.; PLONSKI, G. A. **Gestão da Cooperação Empresa-Universidade nas Multinacionais Brasileiras.** RAI: Revista de Administração e Inovação, v. 7, p. 148-171, 2010.

DAVENPORT, S.; DAVIES, J. D.; GRIMES, C. **Collaborative research programs: building trust from difference.** Technovation, v. 19, n. 1, p. 31-40, 1998.

DIAS, A. A.; PORTO, G. S. **Gestão de transferência de Tecnologia na Inova Unicamp.** RAC, Rio de Janeiro, v.17. n. 3, art. 1, pp. 263 – 284, Mai/Jun. 2013.

FRANK, ET AL. **Relação entre características empresariais e fatores da transferência de conhecimentos entre projetos de produto.** Produção, v. 23, n. 1, p. 95-106, jan./mar. 2013.

HEINZ, U. et al. **Leadership and cooperation as success factors in innovative R&D projects on electronics platforms.** Team Performance Management, v.12, n.3/4, p. 66-76, 2006.

HYVÄRI, I. **Success of projects in diferents organizational conditions.** Project Management Journal, setembro, p.33-41, 2006.

IBGE. **Pesquisa de Inovação Tecnológica 2008.** Disponível em: <<http://www.pintec.ibge.gov.br/>> Acesso em: 22 jun. de 2013.

_____. **Pesquisa de Inovação Tecnológica 2011.** Disponível em: <<http://www.pintec.ibge.gov.br/>> Acesso em: 22 jun. de 2013.

JONES, C.; LICHTENSTEIN, B.B. **Temporary inter-organizational projects:** How temporal and social embeddedness enhance coordination and manage uncertainty. In: CROPPER, S. et al. The Oxford handbook of Inter-organizational relations. New York: Oxford University Press, c2008.

KERZNER, Harold. **Gestão de projetos:** as melhores práticas. 2. ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2006.

MINISTÉRIO DA CIÊNCIA E TECNOLOGIA E INOVAÇÃO. Apresenta informações gerais e relatórios de indicadores nacionais de ciência, tecnologia e inovação. <http://www.mct.gov.br/index.php/content/view/2053/_b__i_Inovacao_b__i_.html>. Acesso em: 12 dez. 2013.

MORO-VALENTIN, E.M.; MONTORO-SANCHES, A.; GUERRAS-MARTIN, L.A. **Determining factors in the success of R&D cooperative agreements between firms and research organizations.** Research Policy, Amsterdam, v.33, n.1, p.17-40, Jan, 2003.

NOVELI, M.; SEGATTO, A.P. **Processo de cooperação universidade-empresa para a inovação tecnológica em um parque tecnológico:** evidências empíricas e proposição de um modelo conceitual. Revista de Administração e Inovação, São Paulo, v. 9, n.1, p.81-105, jan./mar. 2012.

PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE – PMI. **Conjunto de conhecimentos em gerenciamento de projetos – PMBOK.** 5. Ed. EUA: PMI, 2012.

SEGATTO, Andréa Paula. **Análise do processo de cooperação tecnológica Universidade – Empresa:** Um estudo exploratório. 1996. 175 f. Dissertação (Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Departamento de Administração)–Universidade de São Paulo, São Paulo, 1996.

XAVIER, Carlos Magno da Silva. **Gerenciamento de projetos de inovação, pesquisa e desenvolvimento (P&D) de produtos:** uma adaptação da Basic Methodware/Carlos Magno da Silva Xavier, Luis Fernando da Silva Xavier, Juliano HeinzelmannReinert, Ingrid Paola Stoeckicht. Rio de Janeiro: Brasport, 2014.

ANÁLISE DO DISCURSO DO SUJEITO COLETIVO: A PERSPECTIVA DOS REPRESENTANTES SOCIAIS SOBRE OS PROJETOS DE PREVENÇÃO À VIOLÊNCIA LETAL

Pâmela Vieira da Silva¹

Luiz Antonio Gloger Maroneze²

Universidade Feevale

Palavras-chave: Discurso do Sujeito Coletivo. Represente Social. Prevenção. Violência Letal.

INTRODUÇÃO

Tema “Práticas discursivas e sentidos atribuídos pelos agentes sociais envolvidos em projetos de prevenção à violência letal”, a pesquisa está sendo desenvolvida no município de Novo Hamburgo.

Justificativa: O desejo por estudar esse tema surgiu no ano de 2013, enquanto ainda exercia a função de Conselheira Tutelar no município de Novo Hamburgo. Tal função nos permitiu participar de muitas discussões no âmbito do Programa de Proteção a Crianças e Adolescentes Ameaçados de Morte (PPCAAM), para juntos pensarmos em estratégias preventivas às vítimas de violência letal na cidade de Novo Hamburgo. Esses encontros serviram para perceber a importância de se avançar nos debates no meio acadêmico, com foco no cenário municipal. Buscou-se, dessa maneira, com base nas Teoria das Representações Sociais e da Análise do Discurso do Sujeito Coletivo, analisar os sentidos que são empregados pelos agentes responsáveis em prover e executar tais políticas preventivas no município de Novo Hamburgo. De acordo com a sociologia compreensiva, destacamos que tais ações devem fazer sentido tanto para os agentes que trabalham na aplicação de tais políticas, quanto para quem por elas é contemplada. Apresentamos assim nosso problema de pesquisa: *Quais são as práticas discursivas e os sentidos atribuídos pelos agentes sociais envolvidos em projetos de prevenção à violência, acerca do fenômeno da violência letal contra adolescentes e jovens na cidade de Novo Hamburgo?*

¹ Pedagoga. Mestranda do PPG Mestrado Diversidade Cultural e Inclusão Social pela Universidade Feevale.

² Orientador. Professor da Feevale. E-mail: luizmaroneze@feevale.br

Quanto aos objetivos geral e específicos da pesquisa, organizados para dar conta da problemática acima apresentada, destacamos:

Analisar as narrativas, os sentidos a elas atribuídos pelos agentes sociais envolvidos nos projetos de prevenção a violência letal contra jovens e adolescentes no município de Novo Hamburgo. Para alcançar esse objetivo estamos propondo o seu detalhamento através seguintes metas específicas:

- Comparar as práticas discursivas presente nas narrativas apresentadas, com o contexto social-local contemporâneo à luz do conceito de Representação Social de Pedrinho Guareschi e Sandra Jovchelovitch.
- Verificar as narrativas do sujeito coletivo, sobre a violência no município de Novo Hamburgo.

Quanto aos procedimentos metodológicos que serão adotados, destacamos que o estudo será caracterizado pelo método de natureza exploratório-descritiva com critério de abordagem de classificação qualitativa. (PRODANOV e FREITAS, 2009).

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA:

Inicialmente destacamos estudos realizados por DaMatta acerca da violência, observando que no discurso popular ou do senso comum, a violência é concebida como algo pessoal e concreto, tida muito mais como um mecanismo social do que como um processo. DaMatta destaca ainda que a violência parece ter uma relação crítica com a ausência de mediação (DAMATTA, 1993). Dentro desse entendimento torna-se necessário relacionar os discursos de violência com a configuração institucional da sociedade para que possamos abordar o tema no âmbito das políticas públicas, com o olhar voltado para a compreensão dos significados a ele atribuídos. Uma sociedade é formada por questões voltadas a cidadania e ao pertencimento, para tratar desse tema trabalharemos com a ideia de José Vicente Tavares de que,

As manifestações da violência, nas suas mais diversas configurações, estariam relacionadas à dificuldade em estabelecer no Brasil o contrato social, considerando a pré-condição para reconhecimento das regras básicas de comportamento societário. (TAVARES, 1999. p. 114)

Assim como apresentado por Tavares, em estudos desenvolvidos por Tereza Caldeira, é possível perceber a fragilidade do Estado em manter um sistema de proteção a violência que respeite igualitário (CALDEIRA,1997).

Embasaremos nossa pesquisa no conceito de Representação Social originário de estudos desenvolvidos, em 1963, por Moscovici. Em tais estudos, Moscovici abordou atitudes e opiniões, buscando suprir a carência de uma tendência teórica maior em direção a um novo enfoque de compreensão da realidade, através de uma dinâmica que contemplasse as dimensões físicas, sociais e culturais, de maneira objetiva e também subjetiva (GUARESCHI e JOVCHELOVITCH, 1995). Segundo Guareschi e Jovchelovitch a definição mais adequada é a de que Representação Social é: “*Uma forma de conhecimento, socialmente elaborada e partilhada tendo uma visão prática e concorrendo para a construção de uma realidade comum a um conjunto social.*” (GUARESCHI e JOVCHELOVITCH, 1995).

METODOLOGIA:

A população-alvo do estudo será formada por conveniência. O aporte metodológico utilizado será o da Representação Social (RS). Segundo Guareschi e Jovchelovitch a definição mais adequada é a de que Representação Social é: “*Uma forma de conhecimento, socialmente elaborada e partilhada tendo uma visão prática e concorrendo para a construção de uma realidade comum a um conjunto social.*” (GUARESCHI e JOVCHELOVITCH, 1995). Utilizaremos da análise do Discurso do Sujeito Coletivo (DSC) para a interpretação das narrativas. A entrevista em profundidade será empregada com o roteiro semi-estruturado, com um questionário de perguntas abertas.

As entrevistas serão gravadas e transcritas, observando as narrativas dos entrevistados. A análise do Discurso Sujeito Coletivo seguirá passos recomendados por Lefèvre F; Lefèvre, A.M. Os dados serão analisados³ em três fases: a pré-análise, a exploração do material e a interpretação propriamente dita. Na pré-análise sistematizaremos as ideias iniciais provenientes no quadro referencial teórico. Realizar-se-á uma leitura do material, definir-se-á os temas que emergirão das narrativas e trataremos dos resultados obtidos e iniciar-se-á a categorização dos dados no processo *a priori*.

A coleta de dados será desenvolvida em duas etapas: Estudo documental e Narrativas dos sujeitos.

Pretendemos obter os dados necessários para responder o problema de pesquisa através de amostra não-probabilística, por conveniência da população-alvo formada por agentes sociais, que atuam em torno das políticas públicas voltadas à prevenção da violência letal contra adolescentes e jovens no município de Novo Hamburgo. As técnicas adotadas para a

³ Para análise submeteremos os discursos ao software de análise qualitativa Nvivo.

coleta de dados primários são: a observação não-participante, entrevista não estruturada e questionário composto por perguntas abertas (PRODANOV e FREITAS, 2009).

RESULTADOS

As entrevistas realizadas até o momento tem-nos subsidiado com rico material, que possibilita realizar a análise do DSC pelo viés de uma temática até então não pensada por nós, e que nos remete a algumas questões importantes. Uma delas é a dissonância entre os serviços, ou seja, um setor parece não saber o que acontece no outro. O DSC nos mostra que as fragilidades apontadas por um consistem justamente na proposta de trabalho apresentada pelo outro. Outra questão está voltada a dificuldade de se trabalhar as ações violentas por parte dos órgãos de segurança.

DISCUSSÃO

A principal fragilidade apresentada até o momento está ligada a descontinuidade dos serviços, decorrente das frequentes trocas de servidores nos setores. A alta demanda de serviços que precisam atender pode ser um fator que contribui com a falta de diálogo entre os diferentes setores. Segundo Gilberto Velho “*a política social do poder público, em seus diferentes níveis, federal, estadual e municipal, apesar de alguns avanços, apresenta forte descontinuidade e instabilidade.* (VELHO, 2004).

No que diz respeito a ação policial que representa o Estado ocupando a responsabilidade pela proteção e em muitas situações assume a posição de agressor. Destacamos a seguinte análise de Tereza Caldeira: “*Um dos elementos mais graves no aumento da violência em São Paulo é a violência policial. No início da década de 90, a Polícia Militar de São Paulo matou mais de mil suspeitos por ano, um número sem similar em qualquer outra cidade no mundo*” (CALDEIRA, 1997).

Destacamos ainda, estudos desenvolvidos por José Vicente Tavares no qual aponta que a deficiência do Estado em proteger igualmente a todos se dá pela inexistência de um poder comum que assim os contemple, fazendo com que a lei defenda privilégios de certos grupos em detrimento de outros, sendo discriminatória e abrindo espaço para a justiça feita pelas “próprias mãos” e contribuindo para a disseminação da violência no meio social (TAVARES, 1999, p.114).

CONSIDERAÇÕES FINAIS:

Acreditamos que se esta pesquisa não conseguir responder, ao menos poderá subsidiar futuras pesquisas que se interessem em saber as causas da falta de diálogo entre os setores envolvidos e que tem resultado em fragilidades nas ações de prevenção à violência. Da mesma forma, poderá subsidiar pesquisas que se interessem em saber se as propostas de ação de prevenção à violência conseguirão ser executadas, conforme planejadas. Neste primeiro momento, o que podemos concluir é acerca das fragilidades, apresentadas pelo DSC, em relação à inexistência de dados estatísticos sobre o fenômeno da violência, para que seja pensado em planos de ação efetivos. Destacamos que a pesquisa está em pleno andamento e outras entrevistas serão realizadas para que possamos obter resultados mais consistentes.

REFERÊNCIA

CALDEIRA, Teresa Pires do Rio. Enclaves fortificados: A nova segregação Urbana. Tradução do inglês: Heloísa Buarque de Almeida. Revista Novos Estudos CEBRAP nº 47, março 1997 p.155-176. Fundação Universitária José Bonifácio, IFCS/UFRJ: Rio de Janeiro, 1997.

DAMATTA, Roberto. Conta de Mentiroso: Sete ensaios de antropologia brasileira. Rio de Janeiro: Rocco, 1993.

DAMATTA, Roberto. Raízes da Violência no Brasil: Reflexões de um antropólogo social. A Violência Brasileira. Editora Brasiliense: São Paulo, 1982.

GUARESCHI A. Pedrinho; JOVCHELOVITCH Sandra (Org). Texto em Representações Sociais. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

LEFÈVRE, F.; LEFÈVRE, A. M. C. Depoimentos e discursos: uma proposta de análise em pesquisa social. Brasília, DF: Liber Livro, 2005 a.

____ O discurso do sujeito coletivo: um novo enfoque em pesquisa qualitativa (desdobramentos). Caxias do Sul: EDUCS, 2005b.

____ Pesquisa de representação social: um enfoque quali-quantitativo. Brasília, DF: Líber Livro, 2010.

____ AS “Ligações diretas” e as Representações Sociais. Instituto de Pesquisa do Discurso do Sujeito Coletivo. São Paulo, 2010. Disponível em: <http://ipdsc.com.br/blog/2010/05/15/as-ligacoes-diretas-e-as-representacoes-sociais/> Acesso em: 17/05/2015

____ O discurso do sujeito coletivo: uma nova abordagem metodológica em pesquisa qualitativa. Caxias do Sul: EDUCS, 2000.

_____. O DSC e os depoimentos obtidos em grupo. Universidade de São Paulo. Faculdade de Saúde Pública: São Paulo, 2003 a. Acesso em: 17 maio, 2015. Disponível em: <http://www.fsp.usp.br/quali-saude/O%20DSC%20E%20OS%20DEPOIMENTOS%20OBTIDOS%20EM%20GRUPOS.htm>

_____. A utilização da metodologia do discurso do sujeito coletivo na avaliação qualitativa dos cursos de especialização “Capacitação e Desenvolvimento de Recursos Humanos em Saúde-CADRHU”, São Paulo – 2002. Revista da USP: Saúde e Sociedade v.12, n.2, p.68-75, jul-dez 2003 b. Acesso em: 17 de maio, 2015. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/sausoc/article/viewFile/7099/8570>

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar. Metodologia do trabalho científico. Novo Hamburgo: Feevale, 2009.

TAVARES, José Vicente dos Santos. TEIXEIRA, Alex Niche. Figuração da Volência uma apresentação enigmática. Sociologias, Porto Alegre, ano 15, nº 54, set/dez.2013, p14-25.

TAVARES José Vicente. Violências e dilemas do controle social nas sociedades da "modernidade tardia" São Paulo Perspec. vol.18 no.1 São Paulo Jan./Mar. 2004 . Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/S0102-88392004000100002>

_____. MICROFÍSICA DA VIOLÊNCIA, UMA QUESTÃO SOCIAL MUNDIAL Disponível em: <http://cienciaecultura.bvs.br/pdf/cic/v54n1/v54n1a17.pdf>. Acesso em: 05/06/15.

VELHO, Gilberto. Violência e conflito nas grandes cidades. In: VIII Congresso Luso-Afro-Brasileiro de Ciências Sociais Coimbra 16,17 e 18 de setembro de 2004. A Questão Social no Novo Milênio. Centro de Estudos Sociais, Faculdade de Economia, Universidade de Coimbra: Portugal, 2004.

_____. Individualismo e Cultura: Notas para uma Antropologia da Sociedade Contemporânea. Editora Zahar: Rio de Janeiro, 1987- 2008 7ª reimpressão.

_____. Violência, reciprocidade e desigualdade: uma perspectiva antropológica. P.10-24. Cidadania e violência. Rio de Janeiro, RJ : Universidade Federal do Rio de Janeiro, FGV, 1996.

AS CONDIÇÕES E A ORGANIZAÇÃO DE TRABALHO DOS POLICIAIS MILITARES QUE EXECUTAM O POLICIAMENTO OSTENSIVO: UM ESTUDO DE CASO NA BRIGADA MILITAR EM PORTO ALEGRE/RS

Jorge Alfredo Pacheco de Barcellos¹

Valmíria Carolina Piccinini²

Palavras-chave: Administração Pública. Segurança Pública. Políticas Públicas.

INTRODUÇÃO

O tema trata das condições e da organização de trabalho que cercam os policiais militares executores do serviço de policiamento ostensivo, em Porto Alegre.

Trata-se de uma pesquisa descritiva, do tipo estudo de caso, fundamentada, essencialmente, na metodologia preconizada pela psicopatologia do trabalho, desenvolvida por Christophe Dejours e colaboradores. Ela apoia-se na vivência subjetiva dos trabalhadores, isto é, aquela que provém do inconsciente, extraída do comentário verbal de um grupo de pessoas. Portanto, a sua contribuição para a área em estudo advém do aprofundamento na investigação das percepções desta força de trabalho sobre a sua organização.

O objetivo geral é identificar fatores correlacionados às condições e à organização do trabalho que, na percepção de policiais militares que atuam no serviço de policiamento ostensivo, têm implicações no sentimento de sofrimento e prazer no trabalho, com reflexos na sua saúde mental. Figuram como objetivos específicos: a. analisar as condições de trabalho (pressões físicas, químicas e biológicas) e a organização do trabalho (divisão técnica e divisão social) presentes no ambiente de trabalho dos executores do policiamento ostensivo, como causas de sofrimento ou prazer; b. levantar, a partir de relatos, as percepções sobre o sofrimento e o prazer no trabalho dos servidores militares que atuam na execução do policiamento ostensivo; c. identificar prováveis defasagens entre o trabalho prescrito e o trabalho real.

¹ Mestrado em Administração.

² Orientadora. Pós-Doutorado – École des Hautes Etudes Commerciales – Montreal, HEC, Canadá, 2001- 2002.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

As pesquisas iniciais em psicopatologia do trabalho aconteceram nos anos cinquenta e focalizaram, sobretudo, algumas síndromes e perturbações psíquicas, provocadas pelas exigências de determinadas realidades ocupacionais. Nesse sentido, surgem como marco os estudos realizados por Le Guillant (1952) e colaboradores evidenciando as manifestações psicossomáticas e os distúrbios mentais provocados por exigências de trabalho específicas. Esses estudos quebraram, de certa forma, a predominância caracterizada, até aquele momento, de estudos baseados na patologia profissional e na medicina do trabalho, cuja preocupação se concentrava nos danos físico-químico-biológicos ocasionados pela situação de trabalho. (DEJOURS, 1996)

Tendo como ponto inicial essa perspectiva e com fundamento na comprovação de que a doença nem sempre emitia sinais de manifestação visíveis e objetivos no contexto laboral é que a psicopatologia do trabalho busca respostas para a nova problematização estabelecida: como os trabalhadores, em sua maioria, conseguem preservar um equilíbrio psíquico e manter-se na normalidade, apesar das situações constritivas vivenciadas no trabalho? (DEJOURS, 1996).

É justamente com a questão do sofrimento humano no trabalho que se preocupa a psicopatologia do trabalho, pois, conforme assinala Dejours, “(...) vemos que o modelo do homem construído pela Psicopatologia do Trabalho é inteiramente centrado no sofrimento e seus destinos em função da situação real de trabalho e das características da organização do trabalho” (DEJOURS, 1996, p. 161).

Assim, a abordagem atual da psicopatologia do trabalho parte da premissa de que as pressões potencialmente capazes de colocar em risco o equilíbrio psíquico e a saúde mental das pessoas resultam da forma como o trabalho está organizado. Desse modo, a organização do trabalho coloca-se como pano de fundo para discussão do sofrimento e do prazer no seu contexto, à proporção que possibilita investigar, nas vivências dos trabalhadores, os elementos do cotidiano de trabalho, considerados insatisfatórios ou satisfatórios, que possam causar sofrimento ou prazer, com reflexos na sua saúde mental.

METODOLOGIA

O método está centrado, predominantemente, no *comentário verbal* de um grupo de pessoas, pois este se constitui no canal fundamental para o estabelecimento de contato com a subjetividade do trabalhador. Seu significado, de certa forma, representa a formulação do pensar dos trabalhadores sobre a sua própria situação. (DEJOURS, 1992)

O grupo foi constituído por nove policiais militares que trabalham diretamente na execução do policiamento ostensivo como participantes, de um pesquisador, que atuou como moderador das sessões, e de uma assistente social, que participou na qualidade de observadora, acompanhando e auxiliando na coleta de dados.

O trabalho foi desenvolvido em quatro sessões, realizadas em dias distintos, com a duração de duas horas, cada uma, sendo que o primeiro encontro foi considerado como um teste-piloto. Para a condução das sessões foi elaborado um roteiro de questões. Os mesmos policiais militares participaram de todas as sessões.

As reuniões foram realizadas em uma sala localizada na sede da unidade a que os policiais militares estavam vinculados. As sessões foram gravadas, com o consentimento dos entrevistados, e durante estas o moderador e o observador também fizeram anotações. Após cada sessão, o pesquisador e o observador trocaram as suas impressões sobre o desenvolvimento, gravando ou anotando estas ideias. Esses dados, apesar de não integrarem o material colhido durante a realização das sessões propriamente ditas, auxiliaram a interpretação do pesquisador.

RESULTADOS

Evidencia-se dos relatos, um significativo antagonismo em relação a outras instituições que atuam na mesma área, particularmente com a polícia civil, de onde emergem sentimentos de repulsa e discriminação, denotando a presença de um forte componente de competitividade, materializado na luta pela hegemonia do saber profissional dentro de um mesmo espaço de trabalho, representado pela área de segurança pública.

Outro aspecto significativo extraído das falas dos policiais militares reside no sentimento de desamparo e de falta de apoio da instituição em vários sentidos, cuja representação subjetiva remete a um sentimento de traição pela instituição, por abandoná-los nos momentos em que necessitam de uma contrapartida.

Uma das vivências de prazer encontradas no trabalho dos policiais militares refere-se à satisfação por sentirem-se úteis, necessários. Este sentimento de utilidade faz com que se sintam valorizados, especialmente quando a atividade para a qual foram requisitados demanda uma certa dose de sacrifício, de empenho pessoal.

Outra situação que merece destaque reside na constatação de que, apesar da expressiva normatização da organização do trabalho policial, ela não consegue alcançar a todas as particularidades contidas na dinâmica da atividade, deixando, assim, um pequeno espaço de

autonomia que é ocupado pelos cabos e soldados e que lhes possibilita desenvolver sua criatividade.

DISCUSSÃO

As condições e a organização do trabalho dos servidores militares merecem especial atenção da Brigada Militar, pois, além do ponto de vista do policial militar individualmente, demandam reflexos diretos na coletividade que se beneficia com o atendimento público.

Primeiramente, verifica-se que, do recenseamento das vivências de sofrimento e de prazer colhidas dos relatos dos cabos e soldados, houve um predomínio das categorias vinculadas ao sofrimento em relação àquelas relativas ao prazer, evidenciando que o sofrimento no trabalho dos policiais militares se encontra, de certa forma, institucionalizado.

Nessa linha, Dejourn e Abdoucheli referem o caráter de inevitabilidade e onipresença atribuído ao sofrimento.

“O sofrimento é inevitável e ubíquo. Ele tem raízes na história singular de todo o sujeito, sem exceção. Ele repercute no teatro de trabalho, ao entrar numa relação cuja complexidade já vimos, com a organização do trabalho” (DEJOURS, ABDOUCHELI, 1994, p. 137).

Pode-se extrair dos comentários verbais dos policiais militares que as condições de trabalho apresentam precariedades de várias ordens, que vão desde a ausência de suprimento regular do uniforme previsto para o trabalho, passando pela falta de material de proteção para o contato com sangue e secreções, até dificuldades com armamento e equipamento. Essas carências materiais, observadas do ponto de vista da vinculação entre saúde mental e trabalho, têm repercussões sobre a subjetividade, visto que no caso destes trabalhadores, cuja situação de atividade laboral envolve riscos para a sua própria vida ou integridade física, pode-se imaginar em que grau de importância às questões de subjetividade repercutem nas formas de enfrentamento do risco.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo realizado na Brigada Militar demonstrou, ainda, que o trabalho executado pelos policiais militares, em razão de suas características peculiares, atinge a vida dos trabalhadores, não só em relação às condições e à organização do seu trabalho, mas expande-se, refletindo-se na vida afetiva e social desses trabalhadores. Assim, os efeitos da relação que se estabelece com o trabalho e com a organização não se limitam à esfera do espaço

produtivo, mas abrangem o cotidiano do policial e sua família também na esfera do privado, do doméstico.

Conclui-se que o trabalho pode ser realizador e até terapêutico mas, se as condições e a organização do trabalho forem inadequados, gerarão insatisfação, frustração, rigidez afetiva e tensão, fatores desencadeadores de transtornos mentais naqueles com predisposições à sua manifestação.

REFERÊNCIAS

DEJOURS, Christophe. **A loucura do trabalho: estudo de psicopatologia do trabalho**. 5. ed. São Paulo: Cortez/Oboré, 1992.

_____. Uma nova visão do sofrimento humano nas organizações: In CHANLAT, J. F. **O indivíduo na organização: dimensões esquecidas**. São Paulo, Atlas, 1996, p.149-173.

DEJOURS, C; ABDOUCHELI, E. Itinerário teórico em psicopatologia do trabalho. In: **Psicodinâmica do trabalho**. São Paulo: Atlas, 1994.

DEJOURS, C; DESSORS, D; DESRIAUX, F. Por um trabalho, fator de equilíbrio. **RAE**, São Paulo, v.33, n.3, p.98-104, mai./jun. 1993.

SELIGMAN-SILVA, E. Da Psicopatologia à Psicodinâmica do Trabalho: marcos de um percurso. In DEJOURS, C. ABDOUCHELI. JAYET, C. **Psicodinâmica do Trabalho: contribuições da Escola Dejouriana à análise da relação prazer, sofrimento e trabalho**. São Paulo: Atlas, 1994.

CENOGRAFIA E ETHOS DISCURSIVO COMO IMAGEM DE SI: MANIFESTAÇÕES CULTURAIS E IDENTIDADE NA COMUNICAÇÃO DO CITIBANK

Eliane Davila dos Santos¹

Ernani Cesar de Freitas²

Palavras-chave: Ethos discursivo. Cultura. Identidade. Comunicação. Citibank.

INTRODUÇÃO

Em meio ao novo cenário mundial, que preza pela busca incessante da excelência e por padrões globais de eficiência, as organizações necessitam se locomover nesses ambientes em constante transformação. Este estudo dá ênfase à manifestação da cultura e da identidade organizacional e é delimitado à análise do discurso corporativo por meio da cenografia e do ethos – como imagem de si – apresentados na comunicação do site da instituição financeira Citibank. Justifica-se a relevância deste estudo, pois valoriza a interdisciplinaridade na realização desta pesquisa a fim de fornecer ao pesquisador e, conseqüentemente, ao leitor, possibilidades múltiplas de conexões entre os assuntos abordados. A partir da ruptura da centralidade na estrutura hierárquica nas empresas, a análise do discurso contribui para uma nova perspectiva de interação verbal nas relações de trabalho. Os estudos do discurso com foco nos conceitos de cenografia e ethos podem proporcionar a compreensão do discurso organizacional e lançar luzes sobre áreas que tematizam comunicação e linguagem para elucidar processos de manifestações culturais e representações identitárias, assim como possibilitar novas tensões, nesse campo de estudo, e assim promover novos conhecimentos sobre as organizações, inclusive sobre (re)significações no contexto da comunicação institucional. Como questão norteadora deste estudo, temos que os discursos empresariais em situações de comunicação possibilitam a análise da cenografia e do ethos discursivo corporativo, possibilitando a correlação da cultura organizacional com a construção da identidade corporativa que revela o perfil dos funcionários selecionados para trabalhar nessas

¹Mestranda do PPG em Processos e Manifestações Culturais, Universidade Feevale; especialista em gestão de pessoas, Unisinos. Email: elianedavila@yahoo.com.

²Pós-Doutor em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem (PUC-SP/LAEL); professor permanente do Mestrado em Processos e Manifestações Culturais, Universidade Feevale; Email: ernanic@feevale.br.

instituições. O objetivo do trabalho é analisar os discursos de um agente financeiro globalizado, o Citibank, em contextos da comunicação institucional que contribuem para a compreensão da cenografia e do ethos discursivo, ou seja, da imagem corporativa.

A metodologia que se utiliza é pesquisa exploratória, com abordagem qualitativa, mediante estudo de caso. A análise das informações direciona a resultados parciais da pesquisa: o ethos discursivo, como imagem de si, é apoiado em cenografias enunciativas que auxiliam na compreensão de discursos organizacionais, os quais revelam aspectos da identidade corporativa e o perfil ideal de funcionários para trabalhar nas instituições analisadas.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Geertz (2008) traz à antropologia um conceito de cultura como um sistema simbólico, sendo característica fundamental e comum da humanidade atribuir, de forma sistemática, significados e sentidos a todas as coisas do mundo. Seguindo essa perspectiva de cultura, uma das definições mais conhecidas de cultura organizacional é a de Schein (2009, p. 11): “o conjunto de pressupostos básicos que um grupo inventou, descobriu ou desenvolveu ao aprender como lidar com os problemas de adaptação externa e integração interna [...]”. Seguindo o propósito de Freitas (1991, p. 79), a área de Recursos Humanos tem um papel importante para a aceitação, consolidação, manutenção e mudanças culturais. Este, ao tematizar o “perfil profissional e o trabalho nas organizações”, dá destaque à importância da área de Recursos Humanos como fonte de conhecimento da cultura corporativa, por meio de estratégias da empresa. A análise das manifestações culturais contribui para o gerenciamento de mudanças nas organizações e esse raciocínio vai ao encontro da ideia de que a globalização pode provocar mudanças também nas identidades culturais e corporativas, conforme Hall (2006).

Sendo o discurso organizacional relevante para evidenciar a cultura organizacional e a identidade nas empresas, elege-se a análise do discurso como meio de compreensão do ethos discursivo – como imagem de si e, dessa forma, a imagem corporativa que é central neste estudo. Os estudos enunciativo-discursivos, de natureza sócio-histórica, seguem os postulados de Dominique Maingueneau (1997, 2008b). Pode-se afirmar que os enunciados originam-se a partir dos elementos constitutivos da enunciação (enunciador, destinatário, tempo e lugar) que resultam da semântica global³ conforme Maingueneau (2008b). Para melhor entendimento,

³ Os planos citados por Maingueneau (2008b) são: intextualidade, vocabulário, tema, estatuto do enunciador e do destinatário, dêixis, modo de enunciação e modo de coesão.

esclarece-se que a cena de enunciação é composta por três cenas chamadas: cena englobante, genérica e cenografia. A cena englobante atribui ao discurso um estatuto pragmático (discurso político, religioso, empresarial etc.). A cena genérica é a do contrato associado a um gênero, como editorial, o sermão, o guia turístico, a consulta médica e etc., à luz de Maingueneau (1997, 2008b). Neste estudo o gênero é materializado em um texto, aqui denominado de “comunicado de imprensa”, cuja divulgação é feita no site da instituição. Dessas duas cenas anteriores, pode-se dizer que a terceira “a cenografia, com o ethos da qual ele participa, implica um processo de enlaçamento: desde sua emergência, a fala é carregada de certo ethos, que, de fato, se valida progressivamente por meio da própria enunciação [...] ela legitima o discurso [...]” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 71). A constituição do ethos, segundo Maingueneau (2011), relata um ponto de vista pré-discursivo, desse mesmo ethos, que trabalha como uma âncora do discurso. Articular o ethos à enunciação permite diferenciar o ethos dito do ethos mostrado. O ethos é resultante de diversas articulações entre os elementos do ethos pré-discursivo, do ethos discursivo, do ethos dito, do ethos mostrado.

METODOLOGIA

A pesquisa é exploratória com abordagem qualitativa, mediante estudo de caso. Este trabalho não pretende ser um estudo puramente linguístico discursivo. Trata-se de um estudo discursivo que se circunscreve no aspecto comunicacional das organizações, que articula conceitos da linguagem e da comunicação organizacional. Optamos por organizar o estudo da seguinte forma: primeiramente, apresentamos o discurso comunicacional selecionado no site do banco Citibank. Logo após, identificamos uma categoria teórica: cultura organizacional e a imagem de si, a partir do enunciador e do destinatário, inscritos no processo enunciativo, para elaboração das cenografias, que estabelecem o ethos discursivo corporativo, apresentadas na comunicação dessa instituição financeira. Por último, contemplamos a análise do discurso da instituição analisada a partir das pistas/marcas discursivas selecionadas.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Identifica-se o recorte da comunicação do site do Citibank (Figura 1) que é analisado neste estudo:



Trabalhe no Citi

Venha fazer parte de uma das organizações líderes mundiais em serviços financeiros, com negócios em mais de 160 países. O Citi acredita e investe no Brasil há quase 100 anos e vem atuando amplamente no segmento de serviços financeiros por meio de seus negócios: Consumer, Private Bank, Commercial Bank, Corporate e Investment Bank.

O Citi preza a busca e formação de talentos, assumindo um forte compromisso com a diversidade e inclusão social. Com isso, propicia um ambiente repleto de oportunidades de carreira e desenvolvimento, com elevados padrões de integridade e excelência profissional aos seus funcionários.

Figura 1 – Comunicação do banco Citibank
Fonte: Site do banco Citibank (2015)

Ao amparo das categorias teórico-discursivas *cultura organizacional* e *imagem de si* o banco Citi esse é um banco mundial (globalizado, portanto) que apresenta seus serviços a mais de 160 países. Notamos, pelas marcas enunciativas, que o Eu enunciador (EUe) representado discursivamente pelo Citibank informa ao Tu destinatário (TUd) que o banco é “uma das organizações líderes mundiais em serviços financeiros” e está presente em mais de 100 países. O Tu destinatário, ou seja, o leitor ou funcionário idealizado como público-alvo é interpelado pela cenografia presente no texto, que procura expor a ideia de um banco tradicional, que está no Brasil “há quase 100 anos” e que procura investir nas pessoas para reter “talentos”. Depreende-se, então, que o Citibank constrói sua identidade corporativa de empresa global, que valoriza o social e o profissional e aposta na formação do funcionário que quer contratar para seus quadros funcionais. Ao articular o ethos à enunciação (MAINGUENEAU, 2008a), percebe-se que o ethos mostrado leva o leitor a entender que o banco é “uma das organizações líderes” em seu segmento e que está “repleto de oportunidades de carreira”, para todos que quiserem fazer parte do “mundo Citi”. O ethos dito nos reporta a uma ideia de banco que todos gostariam de trabalhar, sólido, com tradição e que busca a excelência para atuar no mercado global.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo tematizou as manifestações culturais organizacionais que se verificam no discurso corporativo, por meio da cenografia e do ethos – como imagem de si - apresentado no site institucional do Citibank. O objetivo do trabalho consistiu em analisar os discursos desse agente financeiro em contexto comunicacional que contribui para a compreensão da cenografia e do ethos corporativo, correlacionando a cultura organizacional para a construção da identidade corporativa da organização.

A análise revelou que a instituição mostra a representação de um ethos corporativo que converge à ideia de que é um banco que valoriza seus funcionários e sinaliza a uma identidade de empresa ideal para trabalhar. Esse estudo foi de grande valia para a melhor compreensão das culturas organizacionais. Entendeu-se que as limitações do estudo estariam na necessidade de aprofundamento do discurso sobre a relação entre o discurso que é dito e o se verifica na prática das organizações. Ao analisar o discurso, “esse olhar” é subjetivo, dependendo de como é percebido e analisado o objeto de pesquisa.

Este trabalho não teve a pretensão de ser exaustivo e conclusivo, pois priorizou nuances de sentidos construídos no fio discursivo presente nos enunciados analisados, percebendo-se que a linguagem é o discurso e, dessa maneira, contempla as diversas formas de expressão do dizer das empresas na construção de sua identidade corporativa, como imagem de si.

REFERÊNCIAS

- CITIBANK, Site do Banco. Disponível em:
<https://www.citibank.com.br/institucional/trabalhe_no_citi.html>. Acesso: 14 julho. 2015.
- FREITAS, Maria Ester. Cultura Organizacional: formação, tipologias e impacto. São Paulo, SP: Makron Books do Brasil, 1991.
- GEERTZ, Clifford. A interpretação das culturas. 1. ed., 13 reimp. Rio de Janeiro, RJ: Livros Técnicos e Científicos. Editora S.A., 2008.
- HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. 11. ed. Rio de Janeiro, RJ: DP&A, 2006.
- MAINGUENEAU, Dominique. Novas tendências em análise de discurso. Campinas: 3. ed. São Paulo, SP: Cortez, 1997.

_____. Cenas da enunciação. Organização de Sírio Possenti e Maria Cecília Pérez de Souza-E-Silva. São Paulo, SP: Parábola Editorial, 2008a.

_____. Gênese dos discursos. Tradução de Sírio Possenti. São Paulo, SP: Parábola Editorial, 2008b.

_____. A propósito do Ethos. In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana (Org.). Ethos discursivo. 2. ed. São Paulo: SP: Contexto, 2011: p. 11-32.

SCHEIN, Edgar Henry. Cultura organizacional e liderança. Tradução Ailton Bomfim Brandão; revisão técnica Humberto Mariotti. São Paulo: Atlas, 2009.

CHANEL: PERMANÊNCIA, POPULARIZAÇÃO E GLOBALIZAÇÃO DE UM ESTILO¹

Nelson Batista Zimmer²
Juracy Ignez Assmann Saraiva³

Palavras-chave: Moda. Indústria de luxo. Globalização. Chanel.

INTRODUÇÃO

Para quem trabalha com moda, é fundamental conhecer as principais personalidades que criaram as bases dessa indústria tal qual a conhecemos atualmente. Gabrielle “Coco” Chanel é figura central entre as personalidades da área. Uma interessante faceta da notável estilista, contada por Karbo (2010, p.174), é a de que já, na metade do século passado, Chanel não se importava e até apoiava a cópia, dizendo que somente assim seu estilo seria disseminado. Mesmo quando passou a ser copiada também por estilistas franceses, após o sucesso internacional de suas criações, Chanel era irônica, enxergando a imitação como a melhor forma de elogio. Em uma entrevista, “[...] castigou seu jovem rival Yves Saint-Laurent com elogios vagos; ‘Saint-Laurent tem um gosto excelente. Quanto mais ele me copia, mais bom gosto ele demonstra’”⁴ (PICARDIE, 2011, p. 223).

GABRIELLE BONHEUR CHANEL E A CRIAÇÃO DA MAISON CHANEL

Lendas e diferenças de versões envolvem a vida de Coco Chanel desde o nascimento em 19 de agosto de 1883 em Saumur, na França. Após a morte precoce de sua mãe, Gabrielle foi criada em um colégio interno. Das vestimentas das freiras de Aubazine levou para suas criações o gosto pelo preto e branco (KARBO, 2010, p. 88), além de uma crença na austeridade que influenciou sua forma de pensar. Ao sair do convento, ela tentou a carreira de cantora. Seu primeiro sucesso foi a canção “*Qui qu’a vu Coco*” (“*Quem viu Coco*”), devido à

¹ Uma abordagem inicial deste tema integra um estudo anterior, aceito para apresentação no Comunicon 2014, e que se encontra publicado nos anais do encontro com o título: “De Paris ao camelódromo, o eterno luxo do estilo Chanel”. Disponível em: http://www.espm.br/download/Anais_Comunicon_2014/gts/gtdois/GT02_ZIMMER.pdf

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Processos e Manifestações Culturais, da Universidade Feevale e coordenador de Projetos Especiais do Grupo Sinos. E-mail: nelson.zimmer@gmail.com

³ Orientadora. Professora Feevale. E-mail: juracy@feevale.br

⁴ ROSS, Lilian. *New Yorker*. [entrevista]

qual recebeu o apelido de Coco. Aos 25 anos, Gabrielle *passou a viver* no Castelo de Royallieu, com o rico comerciante de tecidos Étienne Balsan. Durante o relacionamento com Balsan, ela frequentou festas e jantares e foi nesse ambiente aristocrático que conheceu o inglês Arthur Capel, ou Boy, o grande amor de sua vida. Ela, então, rompeu o romance com Etienne para viver em Paris com Capel e incorporou influências do guarda-roupa do amante inglês, como blazers, cardigãs, cintos e o suéter estilo pulôver (KARBO, 2010, p. 88).

A Primeira Guerra foi propícia aos negócios de Chanel. Ela abriu sua primeira loja em Deauville, em 1913, no verão seguinte, após o início das hostilidades, Capel sugeriu que ela deixasse Paris e se refugiasse na estância balneária. Quando muitas mulheres ricas saíram de Paris, devido ao cerco alemão, encontraram a Chanel Modes como a única loja aberta em Deauville (KARBO, 2010, p. 91). “Os casacos de jérsei simples, as saias retas e as blusas de marinheiro sem muitos enfeites feitas por Chanel pareciam a única moda apropriada em meio à sombria ansiedade provocada pela guerra” (PICARDIE, 2011, p. 64).

A internacionalização e globalização da marca começaram no início do século XX, a partir do sucesso, nos Estados Unidos, do estilo criado por *mademoiselle* e do apoio que ela recebia das revistas especializadas em moda. Em 22 de dezembro de 1919, o capitão Arthur Capel morreu em um acidente quando ia de carro de Paris para Cannes, e, no início da década de 1920, Chanel conheceu o grão-duque Dimitri Pavlovitch, primo do Czar Nicolau II, que fugiu da Rússia devido à revolução bolchevique de 1917. Tornaram-se amantes, e Dimitri apresentou Chanel ao perfumista Ernest Beaux. Dessa ligação nasceu o lendário Chanel N° 5.

É por volta de 1922 que as camélias começam a aparecer nas criações de Chanel, que, para alguns autores como Karbo (2010), foram inspiradas em Marcel Proust, devido ao fato de o escritor ter escandalizado o Salon des Guermentes ao usar, na lapela, uma camélia, símbolo do adultério, em vez do habitual e sóbrio cravo. Porém, para Picardie (2011), a inspiração para o uso da camélia teria vindo do romance de Alexandre Dumas, cuja versão teatral ela assistiu com Sarah Bernhardt no papel de Marguerite Gautier. Após o término do relacionamento com o grão-duque, no outono de 1925, Chanel torna-se amante do duque de Westminster, conhecido como Bendor. Nesse período, ela incorpora o *tweed* a suas criações, além do jérsei Fair Isle, os coletes, camisas que exigem abotoaduras, quepes de iatismo, calças de marinheiros, boinas e lenços de pescoço.

A indústria de cinema que se globaliza cada vez mais tornando-se importante aliado para a divulgação de estilos e criações de moda. Chanel se beneficiou dessa mídia ao ter suas roupas apresentadas em filmes e adotadas pelas estrelas de cinema, como Greta Garbo, Glória Swanson e Ina Claire, que as usavam em festas e compromissos também fora das telas. Em

1939, após a França ter declarado guerra à Alemanha, ela fechou as portas de sua *maison* e refugiou-se em Pau, nos Pirineus.

O retorno de Coco Chanel à moda nos anos 1950 é atribuído a diferentes motivações. Em 5 de fevereiro de 1954, Coco lançou sua nova coleção na *Rue Cambon* para compradores e repórteres da imprensa europeia e norte-americana. O apoio dos meios de comunicação nos Estados Unidos é bastante importante neste momento. A revista *Vogue* aclamou sua volta. Após o editorial da *Vogue*, em pouco tempo, o ateliê da Chanel atraiu clientes como Marlene Dietrich, Romy Schneider, Jeanne Moreau, Grace Kelly e Jacqueline Kennedy, e Paris se rendeu novamente ao estilo de Coco Chanel (MOREIRA, 2002, p.162-4).

O ESTILO DE CHANEL: PERMANÊNCIA, POPULARIZAÇÃO E GLOBALIZAÇÃO

Em busca do “espírito de Chanel” e para verificar a globalização e presença do estilo desenvolvido por Gabrielle Chanel, realizou-se um levantamento de imagens sobre as diferentes criações da estilista de forma a sistematizar os signos que a identificam. Após, foi feita uma pesquisa de campo com registros fotográficos das peças. De caráter descritivo, ela se fundamenta nas perspectivas de Hall e Canclini e traz elementos empíricos para exemplificar as ideias defendidas pelos autores sobre a globalização de empresas e marcas.

A pesquisa de campo foi feita em dois diferentes momentos, de modo a contemplar diferentes estações e lojas dirigidas a variados segmentos sociais. No primeiro momento, em 2 de agosto de 2014, moda alto inverno, foram visitadas lojas populares de rua do centro de Porto Alegre, RS, como Renner, Marisa, C&A, entre outras, além do “camelódromo”, shopping popular onde foram reunidos comerciantes de rua da capital em que são vendidas cópias de produtos de diversas marcas, a preços baixos. Em 15 de fevereiro de 2015, moda alto verão, documentou-se lojas do Barra Shopping Sul, na Zona de Porto Alegre, RS, contemplando um comércio dirigido a um público de maior poder aquisitivo e lojas como Daslu, GAP e, também, a filial do Renner instalada no local.

Ao visitar o “camelódromo”, inicialmente, observou-se que diversas marcas estão entre as mais procuradas pelas consumidoras, criando um ambiente competitivo de logos e estilos. No mercado globalizado, a discussão não se trata apenas sobre cópias, mas sobre o poder de penetração de grandes marcas e o desejo que despertam nos consumidores. De acordo com Hall (2006), a interdependência global leva ao colapso de identidades e produz a fragmentação de códigos culturais, a multiplicidade de estilos, a ênfase no efêmero, no flutuante, no impermanente, na diferença e no pluralismo. A moda e a busca da identidade

através da exibição das marcas e signos das grifes de roupas e acessórios de fama global pode assinalar esse colapso das identidades.

Conforme Canclini (2007), costuma-se dizer que a globalização atua por meio de estruturas institucionais, organismos de toda escala e mercados de bens materiais e simbólicos mais difíceis de identificar e controlar que no tempo em que as economias, as comunicações e as artes operavam sempre dentro de um horizonte nacional. A globalização se apresenta, segundo o autor, como um objeto fugidio e não-trabalhável, os agentes que a administram também a descrevem por meio de narrações e metáforas (CANCLINI, 2007).

As bolsas encontradas nesta pesquisa denotam o estilo de Coco, seja no tamanho, ornamento ou acabamento que as peças recebem. Diversas características lembram as icônicas bolsas da Maison como o couro em matelassê, as correntes e os metais.

Em sua trajetória de inspirações, Chanel viu nos marinheiros do litoral francês a deixa perfeita para suas criações. Formas e cores foram capazes de inspirar Coco, que descobriu nas listras simples e articuladas, uma forma de levar às mulheres muito mais mobilidade e classe. Em peças de alto inverno, tanto em cardigãs como camisetas esportivas, as listras estão presentes no estilo Chanel.

A influência do estilo de Chanel foi registrada em diversas lojas na moda para alto verão. O vestidinho preto, curto, para noite, ou longo, por exemplo. Os conjuntos de casaco e calça, blazer inspirados na moda masculina e jaquetas com botões dourados também estão presentes nas araras no alto verão, clássicos que unem conforto e praticidade, para mulheres que têm vida ativa ou para o trabalho, como pretendia Coco Chanel.

ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

O consumismo e a homogeneização da ideia do que é elegante e luxuoso podem ser identificados como elementos que compõem a internacionalização e globalização de marcas da indústria de luxo, como a Chanel, fenômenos apontados por Hall (2006). A moda e os meios de comunicação, como o cinema, são parte importante desse processo de “homogeneização cultural” (HALL, 2006). Percorrer as ruas do mercado popular de Porto Alegre, realizando uma pesquisa de campo para este trabalho, identificou, de acordo com os autores aqui abordados, o quão globalizada pode ser uma *grife* no mercado de moda.

O estilo de Gabrielle Chanel, eternizado em seus produtos globais, faz brilhar a alta-joalheria na exclusiva loja na Montaigne, em Paris. Porém, esse brilho ultrapassa fronteiras, risca bordas para fora de seus mapas e domina continentes inteiros. O estilo Chanel cria e recria clássicos, produz e aquece mercados com artigos que simplesmente lembram os

ensinamentos básicos de moda da estilista. A globalização cria esferas impensadas de consumo e de identidades que se criam através dessas práticas.

Na cidade de Porto Alegre, parte do mercado global, o estilo de Chanel pode ser encontrado nas mais diferentes lojas populares do centro da cidade. As pérolas, os tecidos similares ao *tweed*, as bolsas em estilo matelassê, as *black jackets*, as blusas listradas, as combinações de preto com branco, azul com creme, os vestidos pretos, os sonhos de Gabrielle, seus desejos secretos de se tornar um mito.

REFERÊNCIAS

CANCLINI, Nestor Garcia. *Consumidores e cidadãos*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1996.

_____. *A globalização imaginada*. São Paulo: Iluminuras, 2007.

GREENHALGH, Chris. *Coco Chanel & Igor Stravinsky*. São Paulo: Larrousse, 2010.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

KARBO, K. *O evangelho de Coco Chanel*. São Paulo: Seoman, 2010.

MOREIRA, Elena. *Chanel: Revolucionaria de la moda*. Buenos Aires: Longseller, 2002.

PICARDIE, Justine. *Coco Chanel: A vida e a lenda*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2011.

VALOIS, Carla. Bilionários da Moda. *FFW – Fashion Forward*, 13 set 2012. Disponível em: <http://ffw.com.br/noticias/moda/bilionarios-da-moda/Bilionários da moda>. Acesso em: 30 jul. 2014.

PETIT, F. *Marca e seus personagens*. São Paulo: Futura, 2003.

ZIMMER, Nelson Batista; SARAIVA, Juracy Assmann. De Paris ao camelódromo, o eterno luxo do estilo Chanel. GT 02. *Anais... Comunicon 2014 – Congresso Internacional em Comunicação e Consumo*. São Paulo: ESPM-SP, 2014. Disponível em: http://www.espm.br/download/Anais_Comunicon_2014/gts/gtdois/GT02_ZIMMER.pdf

CIDADES CRIATIVAS E A RECONSTRUÇÃO URBANA

Laura Prodanov¹

Bruna Haubert²

Mary Sandra Guerra Ashton³

Palavras-chave: Cidades Criativas. Desenvolvimento. Cultura.

INTRODUÇÃO

As cidades criativas são consideradas ambientes dinâmicos, em constante movimento, que se adaptam às necessidades econômicas e visam gerar um ambiente favorável ao desenvolvimento coletivo dos criativos e da sociedade que ali circunda. No presente estudo, tem-se como temática a abordagem das cidades criativas e o enfoque dado à cultura por algumas cidades, como base para melhorar a qualidade de vida da população e os indicadores econômicos. Neste sentido, adota-se como problema de pesquisa a questão: como as cidades podem se desenvolver empregando a cultura como pilar de desenvolvimento? Para atender ao problema de pesquisa proposto, utilizou-se o método descritivo e interpretativo, numa pesquisa qualitativa, realizada acerca de cidades que podem ser empregadas como exemplo na questão elencada. Tais cidades foram escolhidas por serem comumente citadas como exemplos quando se trata de cidades criativas que se utilizam da cultura como pilar para seu crescimento. Este trabalho é um recorte do artigo final da disciplina ‘Capital Cultural, Cidades Criativas e Desenvolvimento’, do mestrado em Indústria Criativa, da Universidade Feevale.

REFERENCIAL TEÓRICO

Uma cidade criativa surge da colaboração, do emprego da criatividade na solução dos problemas locais, da conexão de culturas, e se renova com a participação ativa dos indivíduos residentes (REIS, 2012). Landry (2013), Florida (2011) relatam que a criatividade está diretamente relacionada à diversidade e a coletividade, um patrimônio inegável de uma cidade. Promover o entrelaçamento das culturas, conviver com as diferenças e valorizá-las é

¹ Mestranda em Indústria Criativa, na Universidade Feevale. Graduada em Moda, pela Universidade Feevale. E-mail: lauraprodanov@yahoo.com.br.

² Mestranda em Indústria Criativa, na Universidade Feevale. Graduada em Administração de Empresas, pela Universidade Feevale. E-mail: brunahaubert@feevale.br.

³ Doutora em Comunicação Social, pela PUCRS. Professora Titular e Pesquisadora na Universidade Feevale, nos Cursos de Turismo e no Mestrado em Indústria Criativa. E-mail: marysga@feevale.br.

um elemento primordial para o desenvolvimento local. Quando falamos em Bogotá e evidenciamos os resultados do processo de transformação em cidade criativa, destacamos: as conexões entre diversidades, a expansão dos mapas mentais pela apropriação dos espaços públicos, inclusão e conciliação de direitos e o desenvolvimento de cidadãos ativos que questionam e projetam seu futuro. Os pilares que sustentam a transformação contínua de Bogotá são a visão de longo prazo, o senso de urgência, inovações culturais e a cultura cidadã (REIS, 2012).

Vivant (2012) versa sobre a importância dos dirigentes públicos em realizar ações a favor do desenvolvimento urbano. Uma característica de Bogotá é a continuidade de gestão entre governos. Essa gestão ininterrupta garantiu o processo de transformação de Bogotá, que foi designada Cidade Criativa da Música pela Rede Mundial de Cidades Criativas da UNESCO, em março de 2012 (UNESCO, 2015). Reis (2012) cita exemplos como o projeto “BiblioRed”, que distribuiu uma rede de bibliotecas pela cidade, contribuindo com o acesso à educação e ampliando os espaços de convívio social. Os projetos arquitetônicos das bibliotecas agregam valor ao espaço cultural que se desenvolve na cidade.

Outro caso a analisar é a cidade de Bilbao, na Espanha, designada como Cidade Criativa do Design pela Rede Mundial de Cidades Criativas da UNESCO⁴, em dezembro de 2014. Reis (2012) expõe que em meio à crise econômica e social, Bilbao iniciou seu processo de regeneração e teve como elemento principal neste processo o museu Guggenheim. Para Reis (2012) o museu teve grande importância na projeção externa da cidade, pois atraiu milhares de visitantes que movimentaram a economia local. O museu foi o instrumento cultural que serviu de pilar para que Bilbao pudesse atingir seus objetivos econômicos.

Diversas áreas foram reintegradas por conexões simbólicas, como as pontes e os espaços de convívio, estes elementos permitiram maior mobilidade unindo as regiões fragmentadas e abandonadas. O museu como símbolo da regeneração abriu as portas para que Bilbao utilizasse o quesito cultural na atração de turismo, novos investimentos e oportunidades econômicas e sociais. Bilbao é reconhecida como um exemplo mundial de desenvolvimento urbano sustentável, ligado à nova economia criativa (REIS, 2012). É importante salientar a relevância do museu para a cidade, mas também é necessário comentar sobre os acontecimentos que ocorreram no entorno deste ícone e que transformaram Bilbao

⁴ Informação disponível em: <http://www.bilbaointernational.com/en/unesco-appoints-bilbao-city-of-design/>, acesso em 05 jun. 2015.

em fonte de riqueza e emprego, como a ponte próxima, feita por um arquiteto icônico, e a revitalização do rio que passa a frente do museu.

Melguizo (in REIS; KAGEYAMA, 2011) descreve o processo de transformação de Medellín, a segunda maior cidade da Colômbia, que deixou de ser a cidade mais violenta do mundo em 1991 e se transformou em um destino turístico que evidencia todo seu acervo cultural local. “Livros por toda parte, mobilização social para fazer da educação uma meta aspiracional dos jovens, urbanismo social (cada tijolo que construímos deve ter um resultado social [...])” (MELGUIZO in REIS; KAGEYAMA, 2011, p. 46). Os principais investimentos a serem destacados no processo de transformação de Medellín são em educação pública e cultura. Foi criado um fundo local de crédito que auxilia o acesso dos estudantes às 32 universidades da cidade, assim como a oferta de bolsas de estudos e outros benefícios. A cidade potencializou suas raízes culturais através da união entre sociedade civil e instituições privadas, estas ações associadas ao turismo alavancaram a cidade positivamente e transformaram Medellín em um destino internacional.

Bogotá, Bilbao e Medellín são alguns dos exemplos de cidades criativas que elencaram a cultura como um pilar do desenvolvimento e utilizaram tal recurso de forma criativa e produtiva. A dimensão cultural é rica em elementos locais que ressaltam a identidade da sua comunidade. A cultura de um povo comunica ao mundo seus valores e seus princípios endógenos. Em síntese, pode-se relatar que o desenvolvimento local se potencializa ao ser embasado na cultura local, pois sincroniza os objetivos entre sociedade e governo através de um elemento em comum.

METODOLOGIA

A pesquisa classifica-se como descritiva, pois visa descrever o processo de desenvolvimento das cidades criativas baseada na cultura como pilar. Quanto aos objetivos a pesquisa classifica-se como bibliográfica, buscando dados por meio de revisão bibliográfica atualizada e pesquisa documental em sites específicos disponíveis na internet. A pesquisa pode ser classificada como qualitativa, pois objetiva interpretar os dados por análise indutiva pelas pesquisadoras e não por meios estatísticos (PRODANOV; FREITAS, 2013).

RESULTADOS

Aponta-se como resultado dessa pesquisa, de cunho bibliográfico, o entendimento de que a cultura pode ser uma importante alavanca para o crescimento local, pois ao promover a cultura criativa e apontar o ser humano como ator principal do cenário, é possível desenvolver

um ambiente que propicie o desenvolvimento sustentável da cidade. Reis (2012) afirma que promover o entrelaçamento das culturas e valorizar a diversidade cultural pode contribuir no sentido de gerar sentimento de pertencimento à população. Tal fato colabora com o aumento do fluxo de turismo, conforme exemplificado pelas cidades de Medellín e Bilbao. Outro aspecto relevante observado nas cidades criativas abordadas é a continuação dos projetos, pois planos que exigem grandes mudanças demandam tempo, e mais de uma gestão do governo para serem efetivadas, conforme elucidado em Bogotá (REIS, 2012).

CONCLUSÃO

Ao comprovar a discussão apresentada, temos aqui exemplos de cidades como Medellín, que deixou de ser a cidade mais violenta do mundo através de uma profunda mudança, por meio da requalificação dos espaços. Bilbao, por outro lado, conseguiu chamar a atenção do mundo e se tornar ponto turístico mundial por meio do museu que foi a base da reestruturação da cidade contribuindo para que saísse da crise que se encontrava. Ou seja, se bem articulada, levando em consideração aspectos locais e tendo um plano para se ater, a cultura pode sim ajudar de diferentes formas e empregada de diferentes maneiras. Os exemplos apresentados evidenciam que se pode encontrar na cultura a solução para seus problemas, sejam eles de ordem econômica ou social.

REFERENCIAL

BONNIN, Jean-Louis. **Nantes, uma cidade criativa?** In REIS, Ana Carla Fonseca; KAGEYAMA, Peter; (Org.). **Cidades Criativas – Perspectivas**. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011.

FLORIDA, Richard. **A ascensão da classe criativa**. Porto Alegre: LP&M, 2011.

LANDRY, Charles. **Origens e futuros da cidade criativa**. São Paulo: Sesi – SP Editora, 2013.

MELGUIZO, Jorge. **Medellín, uma Cidade Criativa**. In: REIS, A. C. F.; KAGEYAMA, P.; (Org.). **Cidades Criativas – Perspectivas**. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2ª edição. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Cidades Criativas: Da teoria à prática**. São Paulo: Sesi –SP Editora, 2012.

UNESCO, 2015. **Creative Cities Network of Music – Bogotá**. Disponível em: <http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/creativity/creative-cities-network/music/bogota/>. Acesso em: 05 jun. 2015.

VIVANT, Elsa. **O que é uma cidade criativa?** São Paulo: Editora Senac, 2012.

COMUNIDADES DE TERREIRO DE MATRIZ AFRICANA SOB O ENFOQUE DE NANCY FRASER: PARADIGMAS DE DISTRIBUIÇÃO E DE RECONHECIMENTO

Cláudio Kieffer Veiga¹

Luana Dalberto Fonseca²

Paulo Gilberto Cogo Leivas³

Palavras-chave: Terreiro. Matriz africana. Resgate. Distribuição. Reconhecimento.

INTRODUÇÃO

É evidente que as comunidades do povo de terreiro de matriz africana⁴ encontram-se em visível situação de desvantagem histórica — e mesmo socioeconômica — em nossa sociedade, levando ao sofrimento e, respectivamente, a uma verdadeira injustiça. Nesse sentido, a autora Nancy Fraser⁵ propõe, para fins de compreender e lutar contra ela, um esquema entre os paradigmas de distribuição e reconhecimento.

Inicialmente, esquematizar-se-á a origem e a constituição *lato sensu* das comunidades do povo de terreiro de matriz africana. Neste sentido, propõe-se discutir se a teoria de Nancy Fraser, a qual implica aliar uma política cultural da diferença com uma política social da igualdade, é suficiente para um resgate histórico da injustiça que sempre perseguiu os integrantes daqueles grupos sociais. Ao cabo, apresentar-se-á os conceitos de justiça para

¹ Mestre em direito, com área de concentração em direitos humanos, especialista em Direito do trabalho e previdência social pela UNIRITTER.

² Bacharelada em direito pela FADERGS.

³ Doutor e Mestre em direito pela UFRGS, professor do curso de Mestrado em Direitos Humanos da UNIRITTER.

⁴ Mesmo que a base do povo brasileiro tenha sido construída quase ao mesmo tempo, na interação entre as etnias índia, europeia e africana, a partir do século XVI, a cada uma dessas, por séculos, foram atribuídos papéis diferenciados na conjuntura nacional. Incumbiu a etnia representante do Velho Mundo, que aqui lançava os alicerces do colonialismo, o papel de dominadora e subjugadora inicialmente dos índios e, não sendo esses suficientes para tracionar as engrenagens do capitalismo moderno que aqui se arvorava, acabou importando coercitivamente seres humanos oriundos do continente africano para aqui transformarem-se em escravos.

⁵ A trajetória do povo negro no Brasil, entre a chegada dos africanos escravizados, o começo e o fim dos quilombos e até a constituição das comunidades de terreiro de matriz africana, evidencia que essas comunidades pela sua historicidade sofrem a dupla injustiça trazida por essa autora – econômica e cultural/simbólica. No entanto, não é uma teoria unânime, tendo como seu principal crítico Axel Honneth. Sustenta o autor que o conceito de justiça para ele passa pelo elemento essencial do reconhecimento da dignidade e integridade das pessoas ou grupos, assim, a teoria da intersubjetividade de Hegel, com base em uma filosofia prática, proporciona a elaboração do termo de reconhecimento como pano de fundo onde se dão os conflitos (HONNETH, 2010, p. 9-44), sendo que dessa forma a discussão sobre distribuição de renda seria algo secundário e que viria “a reboque” da luta por reconhecimento (LUCAS, 2013, p. 234).

Fraser e quais os remédios, como ela denomina, que poderiam ser aplicados para eliminar as injustiças econômica e cultural sofridas por aquelas comunidades.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para Nancy Fraser as demandas atuais por reconhecimento estão cada vez mais ligadas aos conflitos sociais que foram impulsionados, igualmente, pelo próprio processo de evolução da sociedade capitalista, principalmente em uma era pós-socialista. Essas demandas colocam campanhas por soberania nacional de um lado, e autonomia subnacional de outro (FRASER, 2006, e FRASER, 2004), problema para uma política do multiculturalismo enfrentar.

Pertencente à escola de pensamento conhecida como Teoria Crítica, Fraser pretende desenvolver, em seus textos pertinentes ao tema reconhecimento, uma teoria de política que consiga aliar a política cultural da diferença com a política social da igualdade (RIOS, R., 2008, p. 81). Pois, para ela, a justiça atual exige tanto um viés de redistribuição como o de reconhecimento, assim, a justiça vira um conceito complexo que deve ser entendido sob três dimensões separadas, embora inter-relacionadas, resumidamente em: a) Distribuição => de recursos produtivos e de renda; b) Reconhecimento => das contribuições variadas dos diferentes grupos sociais; c) Representação => na linguagem e em todo o domínio do simbólico. (FRASER, 2006).

Desta forma, para compreender a injustiça, Fraser traz duas formas genéricas de concepção, sustentando que não precisa se vincular a nenhum teórico igualitário (Marx, Rawls, Amartya Sen e Dworkin), basta simplesmente dividi-las em:

a) Injustiça econômica => Considerando todas as suas formas de exploração e marginalização pensáveis, que vão desde a exploração própria pelo capital, a sujeição de subempregos e a privação de um padrão de vida adequado. Essa injustiça está galgada na própria matriz econômica-política de determinada sociedade.

b) Injustiça cultural ou simbólica => Ligada aos padrões sociais de representação, interpretação e comunicação. Com isso, reproduzindo uma dominação cultural (padrões postos pela sociedade), um ocultamento (invisibilidade por estar fora dos padrões ditados), etc. (FRASER, 2006, p. 232).

Nessa mesma seara, apenas com expressões diferenciadas, mas equivalentes para a compreensão do direito da antidiscriminação, Roger Rios entende que uma das formas para a superação da discriminação e da desigualdade (= injustiça), através de medidas concretas, passa pelos princípios do reconhecimento, identificado com o direito à diferença, e o da distribuição, associado ao direito à igualdade (RIOS, R., 2012, p. 250-251-255-256).

Mas, como resolver essas injustiças?

Para Fraser, inicialmente, a injustiça econômica teria como remédio a reestruturação político-econômica, com várias frentes: redistribuição de renda, reorganização da divisão de trabalho, controles democráticos do investimento ou a transformação de outras estruturas econômicas básicas. Já a injustiça cultural partiria por meio de uma mudança cultural ou simbólica, seja através de uma revalorização das identidades desrespeitadas e dos produtos culturais dos grupos difamados, reconhecimento e valorização positiva da diversidade cultural e, mais radicalmente, uma transformação abrangente dos padrões sociais de representação, interpretação e comunicação, de modo a transformar o sentido do *eu* de todas as pessoas (FRASER, 2006, p. 232).

A essas “soluções”, a autora denomina genericamente, no caso para resolver a injustiça econômica, de “redistribuição”; e no caso da injustiça cultural, de “reconhecimento” (FRASER, 2006, p. 232). Apesar de ambas serem importantes para determinadas partes da sociedade, há a preocupação de que uma interfira na outra, seja de forma positiva, seja quase em prejuízo, senão vejamos:

Quando quero realizar uma redistribuição, quero “quebrar” os arranjos de classes e outros que ditam que determinado segmento possui legitimidade para ter melhores salários e vantagens dentro de uma matriz econômica-política, ou seja, desejo abolir esses “arranjos”. Já quando quero um reconhecimento, trabalho de forma invertida, ou seja, fortalecendo a identidade de determinado grupo discriminado ou desconsiderado em relação aos padrões pré-estabelecidos.

Para a autora, as coisas são bem claras para as extremidades dessas injustiças. Mas, como compatibilizar um aparente conflito entre esses dois remédios (redistribuição e reconhecimento), em pessoas sujeitas à injustiça na forma econômica e na cultural, as quais precisam reivindicar e negar suas especificidades? Essa dicotomia \leq pressão/tensão de ambos os lados \Rightarrow a autora denomina de “Dilema redistribuição-reconhecimento” (FRASER, 2006, p. 233).

Para resolver dilemas deste porte, Fraser aponta as estratégias da afirmação e da transformação, igualmente denominadas pela autora de “remédios” (FRASER, 2006. 237). Assim, a estratégia da afirmação, na concepção de equacionar a injustiça, seria a de “[...] corrigir efeitos desiguais de arranjos sociais sem abalar a estrutura subjacente que os engendra”. (FRASER, 2006, p. 237). E a estratégia de transformação serviria para “[...] corrigir efeitos desiguais precisamente por meio de remodelação da estrutura gerativa subjacente”. (FRASER, 2006, p. 237).

No aspecto da injustiça cultural, a qual é pertinente ao presente trabalho, aplicando essas duas estratégias se teria para o remédio afirmativo um “multiculturalismo *mainstream*”, com a compensação do desrespeito através da revalorização das identidades grupais, deixando intactas as diferenças grupais. E como remédio transformador, realizar a desconstrução e, ao mesmo tempo, desestabilizar as identidades e diferenciações grupais existentes (FRASER, 2006, p. 237). Com isso, nota-se que os remédios de reconhecimento afirmativos procuram marcar as diferenciações de grupos existentes, mas buscando o seu “respeito” perante os mesmos, e os remédios de reconhecimento transformadores querem levantar essas barreiras e denominação de diferenças entre os grupos, exatamente para desestabilizá-los, e abrir espaço para futuros reagrupamentos menos segregadores e discriminantes (FRASER, 2006, p. 237-238).

Dessa maneira, os remédios afirmativos podem promover a diferenciação de grupo, e os remédios transformadores podem ajudar a compensar algumas formas de não reconhecimento.

METODOLOGIA

O método a ser utilizado para o desencadeamento da pesquisa será o dialético, discutindo as teorias desenvolvidas por Nancy Fraser em contraposição com os demais autores, através de uma revisão bibliográfica.

RESULTADOS

Estando no início da contemplação das teorias da autora referencial do estudo em desenvolvimento, os primeiros resultados que se pode apresentar é de que há uma hipótese consistente da necessidade do respeito à, inicialmente, diversidade cultural existente dentro de uma comunidade de terreiro de matriz africana.

DISCUSSÃO e CONSIDERAÇÕES FINAIS

Posta essa dicotomia da matriz entre o reconhecimento e a redistribuição, e os remédios afirmativos e transformadores, para eliminar a injustiça cultural e a econômica na sociedade contemporânea, é a própria autora que questiona: Qual a dose de cada remédio que deverá ser aplicado aos grupos submetidos aos dois tipos de injustiças? E isso porque somente determinado grupo social defrontando com essas injustiças é que poderá medir a dose que cada remédio deverá ser ministrado (FRASER, 2006, p. 239).

Neste diapasão, os terreiros de matriz africana reivindicam, como firmado no Decreto nº 51.587/2014 (RIO GRANDE DO SUL, 2014), políticas de reparação civilizatória, equidade econômica, política, cultural e a eliminação das discriminações, na melhor forma dos remédios afirmativos e transformadores sugeridos por Fraser, isto é, para eliminar a injustiça cultural e a econômica.

REFERÊNCIAS

FRASER, Nancy. Repensando a questão do reconhecimento: superar a substituição e a reificação na política cultural. In: BALDI, César Augusto (org.). **Direitos humanos na sociedade cosmopolita**. Rio de Janeiro: Renovar, 2004, p. 601-621.

_____, Nancy. Da redistribuição ao reconhecimento? Dilemas da justiça numa era “pós-socialista”. **Cadernos de Campo**, São Paulo, v.15, n.14/15, mar. 2006, p. 231-239. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/cadernosdecampo/article/view/50109>>. Acesso em: 25 set. 2014.

HONNETH, Axel. **Reconocimiento y menosprecio. Sobre la fundamentación normativa de una teoría social**. Madrid: Katz, 2010.

LUCAS, Doglas Cesar. **Direitos humanos e interculturalidade: um diálogo entre a igualdade e a diferença**. 2.ed. Ijuí: Unijuí, 2013.

RIO GRANDE DO SUL. Decreto 51.587, de 18 de junho de 2014. Disponível em <http://www.al.rs.gov.br/legis/M010/M0100099.ASP?Hid_Tipo=TEXT0&Hid_TodasNormas=61034&hTexto=&Hid_IDNorma=61034>. Acesso em: 07 ago. 2015.

RIOS, Roger Raupp. **Direito da antidiscriminação: discriminação direta, indireta e ações afirmativas**. Porto Alegre: Livraria do advogado, 2008.

_____, Roger Raupp. Direito à diferença ou direito geral de igualdade? In: LIMA, Antônio Carlos de Souza (org.). **Antropologia e direito: temas antropológicos para estudos jurídicos**. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2012, p. 247-259.

CONSIDERAÇÕES SOBRE O CONFORTO FÍSICO E PSICOLÓGICO NO VESTUÁRIO ESCOLAR

Márcio Monticelli Albani¹
Ana Maria Argenton Woltz²

Palavras-chave: Moda. Conforto. Vestuário Escolar.

INTRODUÇÃO

Considerando o conforto como uma sensação agradável relacionada a aspectos físicos, constituídos por elementos como a mobilidade, a postura e a antropometria e aspectos psicológicos, relacionados à percepção e pensando que os conceitos se modificam com o passar do tempo; podemos entender que a ideia do que é confortável foi modificada em cada época, permeada pelos elementos culturais de cada sociedade e pelas possibilidades tecnológicas oferecidas.

A sensação de conforto de ordem psicológica diferencia-se muito das questões físicas, já que ela é influenciada por fatores muito além do corpo do indivíduo. A sensação do usuário não depende da tecnologia e da funcionalidade da peça, ela é influenciada mais por elementos estéticos do que outros, como por exemplo, a mensagem transmitida por uma marca e a identificação com grupos conceituais ou tribos. Fatores geográficos, sociais e culturais são, também, identificadores do conforto psicológico.

O conforto físico parte do princípio da relação do sujeito com o objeto que está em seu contato, nesse caso o vestuário. O conforto ergonômico pensa o vestuário como sistema de interação com o corpo humano, para isso precisa considerar os conhecimentos da biomecânica, que estuda os movimentos do corpo, da anatomia, que analisa as formas de cada parte e a antropometria que estuda as medidas do corpo humano. Para os estudos do conforto ergonômico é fundamental considerar o momento de uso do produto, pois uma roupa para prática de esporte precisa ter um funcionamento diferente de uma roupa de festa, por exemplo.

¹ Especialista em Supervisão Escolar, Licenciado em Artes Visuais, aluno da Especialização em Modelagem do Vestuário da Feevale.

² Orientadora. Professora Feevale. E-mail: anamariaw@feevale.br

Ao considerar as dimensões fisiológica, psicológica e ergonômica do conforto no vestuário percebe-se a complexidade desse conceito e as diferentes influências que ele recebe, tanto de ordem subjetiva do usuário, como de questões funcionais da sua construção e com isso se reconhece a importância de se pensar nesses diferentes fatores no momento de criação de uma peça.

O presente estudo analisa as dimensões fisiológica, ergonômica e psicológica do conforto no vestuário focado nas roupas usadas por alunos de ensino médio. A partir disso busca-se perceber como o conforto de ordem psicológica influencia nas escolhas do vestuário pelos adolescentes. Os dados serão obtidos por meio de pesquisa bibliográfica e de campo.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

De acordo com Heinrich, Carvalho e Barroso (2008); Broega e Silva (2007) para o vestuário a materialização do conceito de conforto é caracterizada pela resultante das dimensões: fisiológica, psicológica e física. Estes mesmos autores explicam que as sensações de conforto ou desconforto podem ser percebidas por um conjunto de processos que são interligados, passando primeiro pelos processos físicos, que envolvem estímulos visuais, térmicos, de pressão ou táteis, por exemplo. De acordo com Slater (1985), estabelece-se uma relação harmoniosa do corpo com o ambiente. No momento em que o sujeito veste uma roupa, esta provoca algum estímulo físico no corpo, algumas sensações já são produzidas no primeiro momento, o corpo sente-se aquecido, o tecido provoca alguma fricção, a peça pressiona alguma região do corpo. Num segundo momento ocorre o processo fisiológico, em que o corpo responde de alguma forma aos estímulos recebidos: o suor alivia o aquecimento ou o corpo força as regiões pressionadas, por exemplo. O terceiro processo é o psicológico em que o sujeito se dá conta dos estímulos e sensações produzidas pelo vestuário, ele percebe que o tecido não é adequado ao clima, que o tamanho da peça não serve ou que a modelagem não se adequa ao seu tipo físico. Nesse momento é feita uma avaliação do vestuário para se chegar ao processo final de percepção do conforto ou desconforto. O cérebro processa os sinais sensoriais e formula uma percepção subjetiva de várias sensações individuais.

O design emocional, estudado por Queiroz, Cardoso e Contijo (2012), é um campo de estudo que colabora no conhecimento do conforto psicológico, já que a estética é o que psicologicamente faz o usuário se sentir bem. Para o designer de moda é importante conhecer os elementos visuais e a sua utilização para transmitir uma sensação de conforto, pois à primeira vista esses serão os elementos que chamarão atenção do usuário. Relações como a regularidade, a transparência e a simetria trazem mais conforto ao olhar do que seus opostos.

Pensar as dimensões do conforto na escola exige analisar como se desenvolveram no decorrer da história os trajes usados pelos alunos, desde uniformes a roupas informais. A partir da visão empirista de filósofos como Rousseau³, que consideravam que a criança precisava de educação para mudar seu comportamento de tendência destruidora, a escola foi se desenvolvendo como um meio opressor. Nesta linha, de acordo com Àries (1975), no final do século XVIII é adotado como uniforme de escolas particulares o traje de calças compridas, originado da marinha. No século XIX o uniforme se tornou um traje de gala e de cerimônia, considerado adequado para o menino, que se libertou tanto do vestido já fora de moda e demasiado infantil, como das calças justas até os joelhos, muito cerimoniais.

Schemes, Araujo e Thön (2013) afirmam que “o uniforme foi instituído pela primeira vez no Rio de Janeiro, capital do Império, no Colégio Pedro II, em 1850, e mais parecia um fardamento militar.” Lonza (2005) diz que no século XX com o aumento do número de escolas o uniforme passou a ter o papel de segurança e de diferenciação do aluno, ele passou a representar os valores da instituição.

Na década de 80 começam a surgir uniformes mais confortáveis, normalmente de malha, para possibilitar os movimentos e atividades práticas da escola. Hoje muitas escolas não tem uma roupa específica para usar nesse espaço. Aqueles estabelecimentos privados e públicos que conseguem exigir tornaram o uniforme bem mais simplificado, normalmente formado por camiseta, moletom e calça de malha.

METODOLOGIA

O estudo realizado foi de caráter exploratório, que visa proporcionar maior familiaridade com o problema, permitindo a construção de hipóteses sobre ele (PRODANOV E FREITAS, 2013). Com base na pesquisa bibliográfica sobre a teoria do conforto foi realizada uma pesquisa com 50 alunos de 15 a 17 anos da E.E.E.M. Marçal Ramos, do município de Caraá/RS. A pesquisa se constituiu de um questionário de 9 perguntas com respostas fechadas, abordando o conforto nos seus aspectos físico e psicológico.

RESULTADOS

Através da pesquisa percebeu-se que o adolescente apresenta uma grande identificação com o grupo e preocupação com sua estética, por isso se destacaram elementos do conforto

³ Jean Jacques **Rousseau** (1712-1778) foi um importante intelectual do século XVIII autor de obras como Do Contrato Social, Emilio ou da Educação dentre outras.

psicológico como a cor e o design. Percebeu-se também a preocupação em valorizar o corpo e mostrá-lo como forma de chamar atenção, pois preferem roupas que realcem seu corpo. Por isso, de acordo com a pesquisa, rejeitam o uso de uniformes, pois o consideram feio e sem identidade. A peça preferida para ir para a escola é a calça jeans, tanto para meninos, quanto meninas. Sobre incômodos no vestuário, os alunos destacaram poucos elementos, o que reflete pouca preocupação com o conforto físico.

DISCUSSÃO

De acordo com os estudos de Slater (1985), o conforto no vestuário pode ser considerado como um estado prazeroso de harmonia física, fisiológica e psicológica entre o ser humano e o ambiente. Tratando-se do vestuário do adolescente para ir à escola e considerando seus interesses, inserção no grupo, anseios, questões sociais e culturais, é possível inferir que esse grupo dá maior valor aos elementos psicológicos do conforto, em detrimento aos físicos explicados por Heinrich, Carvalho e Barroso (2008); Broega e Silva (2007), que são pouco considerados. A calça jeans, por suas inúmeras variações, apresenta-se como uma possibilidade muito utilizada pelo adolescente, pois permite variadas combinações e construção de diferentes estilos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

É possível perceber através da pesquisa que elementos culturais como o tipo de roupa preferido pelo grupo influenciam no modo como os entrevistados notam o conforto, que os fatores estéticos do conforto psicológico são muito relevantes no grupo dos adolescentes, já que esses zelam muito pela aparência e que esta faixa etária não tem grande preocupação com questões físicas do conforto. Quanto à rejeição ao uniforme, ela pode ser entendida pela busca do adolescente por uma identidade e pelo espírito contestador de qualquer elemento disciplinador nesta idade. A pesquisa pode também trazer elementos para a criação de peças adequadas a esse público, considerando suas necessidades e preferências. Este estudo encontra-se em fase inicial, podendo ser aprofundado através da pesquisa sobre o comportamento do adolescente e dos fatores físicos e ergonômicos presentes nos espaços e mobiliários escolares.

REFERÊNCIAS

ARIÈS, Philippe. *História Social da Criança e da Família*. 2ª ed. Rio de Janeiro: LTC, 2011.

BROEGA, Ana Cristina; SILVA, Maria Elisabete Cabeço. *O Conforto Total do Vestuário: Design para os Cinco Sentidos*. Disponível em: <http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_auspicios_publicaciones/actas_diseño/articulos_pdf/A6012.pdf>. Acesso em: 09 de agosto de 2015.

HEINRICH, Daiane Pletsch; CARVALHO, Miguel Angelo Fernandes; BARROSO, Monica Frias da Costa Paz. *Ergonomia e Antropometria aplicadas ao Vestuário: Discussão Analítica a cerca dos Impactos sobre o Conforto e a Qualidade dos Produtos*. Palermo, 2008.

LONZA, Furio. *História do Uniforme Escolar no Brasil*. Brasília: Ministério da Cultura, 2005.

PRADANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. *Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico*. 2ª ed. Novo Hamburgo: Universidade Feevale, 2013.

QUEIROZ, Shirley Gomes; CARDOSO, Cristina Luz; GONTIJO, Leila Amaral. *Design Emocional e Semiótica: caminhos para obter respostas emocionais dos usuários*. Disponível em: http://biblioteca.universia.net/html_bura/ficha/params/title/pt-design-emocional-semiotica-caminhos-obter-respostas-emocionais-dos-usuarios/id/55723464.html. Acesso em 09 de agosto de 2015.

SHEMES, Claudia; ARAUJO, Denise Castilhos de; THÖN, Ida Helena. “*Nem tão distantes*”: *Relações entre o Uniforme Escolar e a Moda Europeia- Um Estudo de Caso*. Fênix- Revista de História e Estudos Culturais, Volume X, nº2, p. 1-17, 2013.

SLATER, Keith. *Human Comfort*. Springfield (Illinois): Charles C. Thomas, 1985

CONSUMIDORAS JUVENIS: UM OLHAR SOBRE AS REVISTAS QUE CONVOCAM PARA UM MOVIMENTO DE CONSUMO COMO FORMA DE NÃO PARAR NO TEMPO

Robson da Silva Constante¹

Sarai Patrícia Schmidt²

Palavras-chave: Consumo. Juventude. Pautas Publicitárias.

INTRODUÇÃO

Em nossa sociedade de consumo, estar em movimento é imprescindível. O presente estudo tem como finalidade a aproximação dos estudos de Zygmunt Bauman à cultura de consumo do público feminino juvenil, ao problematizar as promessas contidas em pautas publicitárias e reportagens voltadas às adolescentes e veiculadas em duas revistas brasileiras. A pesquisa analisa duas edições das revistas *Atrevidas* e *Todateen* publicadas em outubro de 2014 e tem como foco o movimento de consumo em nossos tempos e o medo de ficar parado, o qual está diretamente ligado ao consumo de bens e produtos. O trabalho propõe uma discussão sobre o fato de essas revistas instigarem as leitoras jovens a estar em movimento constante, consumindo os produtos usados por celebridades nacionais e internacionais – estampados em suas páginas –, dando, assim, legitimidade ao produto. Além disso, as revistas analisadas destacam o comportamento, o estilo e o modo de vida das famosas no intuito de incentivar o público jovem feminino a copiá-las.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A CULTURA DO CONSUMO EM UMA SOCIEDADE EM MOVIMENTO

Numa sociedade de consumo, estar em movimento é imprescindível. Bauman (1999) conclui que, devido ao aumento da capacidade de consumo, os indivíduos não devem ter descanso, pois, nessa sociedade, os consumidores “precisam ser mantidos acordados e em

¹ Mestre em Memória Social e Bens Culturais - Centro Universitário Unilasalle. Doutorando em Diversidade Cultural e Inclusão Social no Programa de Pós-Graduação da Universidade Feevale. Bolsista capes.

² Doutorado em Educação – UFRGS – Professora e pesquisadora da Universidade Feevale nos programas de Pós-Graduação em Diversidade Cultural e Inclusão Social e Processos e Manifestações Culturais.

alerta sempre, continuamente expostos a novas tentações, num estado de excitação incessante – também, como efeito, em estado de perpétua suspeita e pronta insatisfação” (IDEM, p. 91).

Bauman (2008) destaca ainda que ser um membro da sociedade de consumo acarreta uma subordinação às empresas produtoras dos bens de consumo, que buscam legitimar o conceito de que o indivíduo deve estar sempre consumindo, mediante campanhas publicitárias.

Ao pensar nos medos difusos e, por vezes, nebulosos em nossa sociedade atual, empresas e profissionais de marketing desempenham um papel importante quando se valem de estratégias de comunicação a fim de criar desejos e transferir para seus produtos e serviços um conceito que se assemelha ao de um remédio para “curar” os efeitos do sentimento de incerteza ou mesmo de ameaças indefinidas, Bauman (2013).

Numa sociedade moderna “normal”, a vulnerabilidade e a insegurança existencial, além da necessidade de viver e agir sob condições de profunda e inescapável incerteza, são garantidas pela exposição dos interesses da vida a forças de mercado sabidamente caprichosas e endemicamente imprevisíveis. (BAUMAN 2013, p. 70).

Bauman (2013) atenta para o fato de que a vulnerabilidade converge para um estado de infelicidade permanente, ou seja, uma experiência de vida em estado de infelicidade incurável como resultado de um descontentamento por não satisfazer as necessidades e os desejos através dos produtos e serviços divulgados pelas campanhas publicitárias. Além disso, o teórico sinaliza que as campanhas publicitárias tendem a ser cada vez mais sedutoras e isso pode ser visto como algo que diverte os consumidores, porque são instigados a consumir produtos/serviços para experimentar sensações que, antes, não sabiam que existiam.

METODOLOGIA

Com o propósito de discutir a relação entre cultura juvenil feminina e a mídia, por meio de análises sobre a ótica de pautas publicitárias em formato de reportagens divididas em seções temáticas conforme são apresentadas nas páginas das revistas.

Cabe esclarecer que na primeira etapa desta pesquisa foram analisadas as edições mensais de seis revistas brasileiras publicadas em outubro de 2014 e com significativa circulação: *Atrevida*, *Capricho*, *Cem por Cento Skate*, *Fluir*, *Mundo Estranho*, *Todateen*. Após reunir dados de todas as reportagens e campanhas publicitárias, foram selecionadas apenas duas revistas, sendo ambas voltadas ao público jovem feminino: *Atrevida* e *Todateen*. A partir disso, foram criadas as categorias de análises agrupadas pelas principais recorrências

editoriais, sendo elas: Deixe o medo de lado e arrisque!; Aposte em um novo visual, as celebridades já mudaram! e Você nasceu para arrasar em diferentes modelos de looks.

RESULTADOS

Uma evidência detalhada nas análises é o apelo ao consumo encontrado nas inúmeras pautas, o que resulta no medo de estar desatualizado por parar de consumir e na necessidade de estar sempre em constante movimento e transformação.

As promessas das campanhas publicitárias nas revistas *Atrevida* e *Todateen* demonstra o perfil destas mídias, que segundo Bauman (2013), tanto homens ou mulheres, adultos ou crianças, ricos ou pobres sempre são convidados, tentados e induzidos a comprar sua própria sorte, seu modo e estilo de vida – em particular pelo consumo excessivo praticado pelos seus ídolos públicos (celebridades), que constantemente estão expostas nas telas de TV e nas capas de tabloides e revistas de luxo – “e a mensurar os valores que tornam a vida digna de ser vivida pela opulência que eles exibem”, Bauman, 2013 p. 27.

Ao mesmo tempo, enquanto as expectativas realistas de uma vida satisfatória continuam a divergir profundamente, os padrões sonhados e os símbolos cobiçados de uma “vida feliz” tendem a convergir; a força motora da conduta não é mais o desejo mais ou menos realista de “se equiparar aos vizinhos”, mas a ideia altamente nebulosa de “equiparar-se às celebridades”, comparar-se com supermodelos, jogadores de grandes times de futebol e cantores de sucesso.

DISCUSSÃO

As revistas analisadas representam as palavras de Bauman 2013, p. 74, com relação a como os consumidores se sentem: “*Bombardeados de todos os lados por sugestões de que precisam se equipar com um ou outro produto fornecido pelas lojas [...]*”, porém, as lojas e produtos permeiam, em formato de pautas jornalísticas, as seções das revistas. Por vezes, consumidores em nossos tempos podem se sentir deslocados, ou mesmo inadequados e abaixo de um padrão social, caso não respondam de imediato aos apelos midiáticos.

Aqui, as promessas e o medo de ficar para trás, caso não “faça isso” ou “aquilo”, deixa em evidência o que está sendo proposto pelas revistas, corrobora com o ato de “movimentar-se para equipar-se” de produtos de acordo com o que a mídia e as celebridades estão dizendo ser o correto. Num segundo olhar, agora ao pensar nas “palavras-chave” divulgadas por ambas as revistas, com relação ao medo/receio de arriscar em um novo visual ou numa nova aquisição de uma mercadoria, elas dizem que basta “apenas copiar”, o que, muitas vezes, resulta em copiar estilos e identidades. Bauman, p. 108: *O processo de auto identificação é*

perseguido, e seus resultados são apresentados com a ajuda de “marcas de pertença” visíveis, em geral encontráveis nas lojas

CONSIDERAÇÕES FINAIS:

O ato de se movimentar numa sociedade de consumidores, pode ser considerado um jogo em que o vencedor paga um prêmio que, segundo Bauman, 2005, p. 76: *“é a liberdade de seguir adiante, mas uma opção que não temos a liberdade de fazer é parar de nos movimentar”*. Assim sendo, esse prêmio tem, além de um “bônus”, um “ônus”, que de certa forma é verificado nas pautas e campanhas publicitárias das revistas analisadas.

Todas as formas de se comunicar com as jovens leitoras a incentivá-las a sair de casa apostando em diversos estilos e comportamento, estão sendo legitimadas com a forma imperativa de “imitar” ou “copiar” o que as celebridades estão consumindo, ou seja, como estão se movimentando.

Ao mesmo tempo, poder consumir sem medo de errar fará com que as leitoras se movimentem, experimentem e se aproximem um pouco das famosas que elas admiram. Porém, Bauman, 2005, p. 37 - 38, *estar em movimento, antes um privilégio e uma conquista, não é mais, portanto, uma questão de escolha: agora se tornou um “must”. Manter-se em alta velocidade, antes uma divertida aventura, transforma-se em uma tarefa exaustiva.*

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: As Consequências Humanas**. Tradução: Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade** Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

BAUMAN, Zygmunt **Vida para o Consumo: A Transformação das Pessoas em Mercadoria** . Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BAUMAN, Zygmunt. **Danos Colaterais: Desigualdades Sociais Numa Era Global**. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

KLEIN, Naomi. **Sem Logo: A Tirania das Marcas em um Planeta Vendido**. Rio de Janeiro: Record. 2009.

REVISTA ATREVIDA. **Número 241**. Outubro de 2014.

REVISTA TODATEEN. Número 227. Outubro de 2014.

SARLO, Beatriz. **Cenas da Vida Pós-Moderna: Intelectuais, Arte e Videocultura na Argentina**. Rio de Janeiro: Editora. UF

CONSUMO COLABORATIVO DO TEMPO: AS INTERAÇÕES NA REDE *Bliive*

Profa. Ms. Luciane Pereira Viana¹

Profa. Dra. Saraí Patrícia Schmidt²

Palavras-chave: Experiência de consumo. Consumo do tempo. *Bliive*.

INTRODUÇÃO

As práticas de consumo estão cada vez mais interligadas às reconfigurações de espaço e tempo potencializadas pelas tecnologias digitais. Um exemplo disto é a rede colaborativa “*Bliive*”³ que propõe o compartilhamento de experiências e, utiliza estrategicamente a relação entre as práticas de consumo, a multiplicidade de representações e as complexas matrizes culturais que envolvem o consumo do tempo e do dinheiro.

Assim, este estudo apresenta como objetivo descrever o significado de “consumo do tempo” a partir da análise das interações no site e Facebook da rede “*Bliive*”. Utilizou-se a pesquisa descritiva e qualitativa, dividido nos procedimentos de pesquisa: bibliográfica e documental, com a análise de conteúdo segundo Bardin (2004). A fim de responder a questão: como o significado de “consumo do tempo” é apresentado nas interações no site e Facebook da rede “*Bliive*”? Este estudo integra uma pesquisa mais ampla que tem como objetivo problematizar relação da inclusão social e o consumo do tempo na juventude contemporânea.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Conforme Canclini (2010, p. 60) o consumo é o “conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos”. O consumo é reconhecido como uma prática social e cultural, pois está presente em diversos momentos e espaços. E, tais práticas estão intrinsecamente ligadas à noção de temporalidade cujas mudanças tornaram-se mais marcantes pela tendência ao consumo instantâneo e a cultura imediatista.

¹ Docente na Faculdade IENH. Administradora, MBA em Estratégia de Marketing, mestre em Processos e Manifestações Culturais e doutoranda em Diversidade Cultural e Inclusão Social na Universidade Feevale.

² Docente na Universidade FEEVALE. Jornalista, mestre e doutora em Educação na linha de pesquisa Estudos Culturais da UFRGS.

³ “*Bliive*” é a rede colaborativa de troca de tempo. O participante oferece uma experiência por uma hora e recebe um *TimeMoney* (moeda de troca na rede) e, poderá trocar este *TimeMoney* por outras experiências. <http://bliive.com> e <http://vimeo.com/66603309>.

Stephen Bertman cunhou os termos ‘cultura agorista’ e ‘cultura apressada’ para denotar a maneira como vivemos em nosso tipo de sociedade. Termos de fato adequados, que se tornam particularmente úteis sempre que tentamos apreender a natureza do fenômeno líquido-moderno do consumismo. Podemos dizer que o consumismo líquido-moderno é notável, mais do que por qualquer outra coisa, pela (até agora singular) *renegociação do significado do tempo*, (BAUMAN, 2008, p. 45 – grifo do autor).

Observa-se que nesta noção de tempo renegociada, o processo de interação⁴ e conexão⁵ do sujeito e do grupo, bem como, a relação entre tempo e dinheiro apresentam novos formatos para tentar acompanhar o ritmo do fluxo do tempo. Os termos “ter tempo”, “faltar tempo” e “ganhar tempo” são notoriamente utilizados e, não por acaso, pois conforme Bauman (2008, p. 122) “[...] ocupam lugar de honra entre nossas ansiedades mais frequentes, enervantes e desgastantes”.

Nesta perspectiva, faz-se necessário refletir sobre as (novas) formas colaborativas e de compartilhamento da sociedade potencializadas pelas tecnologias digitais, principalmente, convém considerar que “o movimento na direção das criações digitais e da criatividade *online* tem a ver com o compartilhamento. Ele é inerentemente social e colaborativo”, (PALFREY E GASSER, 2011, p. 136 – grifo do autor). Jenkins, Ford e Green (2014) também descrevem este modelo participativo, destacando que o consumidor compartilha, reconfigura e remixa os conteúdos de mídias.

Assim, a apropriação das tecnologias tende a reconfigurar e renegociar as formas de consumo. Conforme Shirky (2011, p. 19) “[...] a conexão da humanidade nos permite tratar o tempo livre como um recurso global compartilhado e também definir novos tipos de participação e compartilhamento que se valem desse recurso”. Desta forma, convém considerar que as práticas de consumo do tempo são constitutivas de novas formas de interação e conexão, pois se observa que as tecnologias facilitaram o ato de produzir, distribuir e consumir. Na atual sociedade de consumo ter tempo e saber usar bem o tempo é primordial.

METODOLOGIA

Neste estudo utilizou-se a pesquisa descritiva, qualitativa, dividida em dois procedimentos: bibliográfica e documental (PRODANOV E FREITAS, 2009). A pesquisa

⁴ “Watzlawick, Beavin e Jackson (2000) explicam que a interação representa um processo sempre comunicacional. A interação é, portanto, aquela ação que tem um reflexo comunicativo entre o indivíduo e seus pares, como reflexo social”, (RECUERO, 2009b, p.31).

⁵ “Em termos gerais, as conexões em uma rede social são constituídas dos laços sociais, que, por sua vez, são formados através da interação social entre os atores”, (RECUERO, 2009b, p.30).

bibliográfica busca discutir questões sobre o significado de “consumo do tempo” e, conta com os autores Bauman (2008), Jenkins, Ford e Green (2014), Shirky (2011), entre outros.

A pesquisa documental foi realizada no dia 06 de maio de 2015. Como fonte para a coleta de dados foi utilizada a documentação indireta, com fontes primárias. Sendo utilizada uma amostra não-probabilística por conveniência. Optou-se pela análise de conteúdo, segundo Bardin (2004), sendo obedecidas as seguintes fases: a) pré-análise com preparação do material com a escolha da rede social Facebook da rede “*Bliive*”; b) exploração do material através do “sequenciamento” e “conteúdo”, seguindo a conceituação e etapas de análise descritas por Recuero (2009a); c) tratamento dos resultados, inferência e interpretação.

Primeiramente, foi elencado o significado de “consumo do tempo” no conteúdo do site (figura 1) da rede “*Bliive*”. Depois, foram analisados os dez *post* publicados de janeiro a maio de 2015 no Facebook (figura 2) e, elencou-se o significado de “consumo do tempo” com base no conteúdo destes *posts*. Vale destacar que todos estes *posts* foram compartilhados de sites e blogs que citavam a rede.



Figura 1 – Site “*Bliive*”. Fonte: www.bliive.com, 2015.



Figura 2 – Facebook “*Bliive*”. Fonte: www.facebook.com/Bliive, 2015

RESULTADOS

As figuras 3 e 4 ilustram o significado de “consumo do tempo” no conteúdo analisado no site da rede “*Bliive*” e no Facebook.

Observa-se que com a expansão da cultura de consumo potencializada pelas tecnologias digitais as mudanças na esfera cultural e social tornaram-se mais marcantes. Assim, as possibilidades de “renegociação do significado do tempo” ilustram formas de interação entre os consumidores e, revelam novos significados de consumo do tempo e, consequentemente, de relação entre tempo e dinheiro.

Assim, acredita-se que as diferentes abordagens e perspectivas sobre as experiências de consumo do tempo revelam-se infinitas possibilidades de (novas) conexões socioculturais.

REFERÊNCIAS

- ALVES, Leticia. **Rede social que propõe escambo de conhecimentos multiplica usuários em BH**. Hoje em Dia. 21 Abr. 2015. Acesso em: 18 Maio 2015. Disponível em: <<http://www.hojeemdia.com.br/horizontes/rede-social-que-prop-e-escambo-de-conhecimentos-multiplica-usuarios-em-bh-1.312951>>.
- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2004. p. 223.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008. p. 199.
- BLIIVE. **Bliive: colaboração é a nova revolução**. Acesso em: 06 Maio 2015. Disponível em: <<http://www.bliive.com>>.
- _____. **Facebook**. 2015. Acesso em: 06 Maio 2015. Disponível em: <<https://www.facebook.com/Bliive>>.
- CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 8. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2010. p. 228.
- JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da Conexão: Criando Valor e Significado por Meio da Mídia Propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.
- PRODANOV, Cleber Cristiano e FREITAS, Ernani Cesar. **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. Novo Hamburgo: Feevale, 2009. p. 288.
- RECUERO, Raquel. Mapeando redes sociais na Internet através da conversação mediada pelo computador. In: Antonio Dias Nascimento e Tânia Maria Hetkowsky. **Educação e contemporaneidade: pesquisas científicas e tecnológicas**. Salvador/BA: EDUFBA, 2009a, pp. 251-274.
- _____. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009b.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação: Criatividade e generosidade no mundo conectado**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SILVA, Cátia Andressa da. **Recado versus Contrato: minha primeira experiência no Bliive**. Ascatia.com. 11 Set. 2014. Acesso em: 18 Maio 2015. Disponível em: <<http://ascatia.com/internet/recado-versus-contrato-minha-primeira-experiencia-no-bliive>>.

TEMPOS DE GESTÃO. **Colaboração, uma relação de troca de habilidade e de tempo. Sustentabilidade**. 09 Set. 2014. Acesso em: 18 Maio 2015. Disponível em: <<http://www.temposdegestao.com/sustentabilidade/colaboracao-uma-relacao-de-troca-de-habilidade-e-de-tempo>>.

CRIAÇÃO E COMPARTILHAMENTO DO CONHECIMENTO E O PAPEL DA CULTURA ORGANIZACIONAL

Vivian Sabrine Klaus¹

Vânia Gisele Bessi²

Palavras-chave: Criação do conhecimento. Compartilhamento de conhecimento. Cultura organizacional.

INTRODUÇÃO

Em uma economia incerta, a fonte de vantagem competitiva é o conhecimento. Quando os mercados e tecnologias se transformam, os competidores crescem e os produtos tornam-se ultrapassados do dia para a noite, as empresas bem-sucedidas são as que conseguem criar novos conhecimentos e disseminá-los na organização para ser incorporado em novas tecnologias e produtos. Estas atividades definem a empresa “criadora de conhecimento”. Apesar disso, poucos administradores conseguem entender e conduzir a empresa criadora de conhecimento. A principal razão para isto é o fato de não entenderem o que é conhecimento e o que as empresas devem fazer para explorá-lo (NONAKA; TAKEUCHI, 2009).

Frente ao exposto e dada a importância crescente do tema, este artigo apresenta os principais conceitos sobre a criação do conhecimento organizacional. Irá versar sobre as dimensões de criação do conhecimento e os tipos de conhecimento. Na sequência será abordado o papel da cultura organizacional e da liderança na aprendizagem organizacional como promotores da criação e compartilhamento do conhecimento.

A CRIAÇÃO DO CONHECIMENTO ORGANIZACIONAL

Embora os termos “informação” e “conhecimento” sejam frequentemente empregados como sinônimos, há diferenças claras entre os dois. “A informação proporciona um novo ponto de vista para a interpretação de eventos ou objetos, que torna visíveis os significados

¹ Graduação em Administração pela Universidade Feevale, MBA em Administração de TI, pela Unisinos. Mestranda em Indústria Criativa da Universidade Feevale. Email: vivianlaus@hotmail.com

² Doutora em Administração. Professora do Mestrado Profissional em Indústria Criativa da Universidade Feevale. Email: vania@feevale.br.

previamente invisíveis ou ilumina conexões inesperadas” (NONAKA; TAKEUCHI, 2009, p. 56). A informação configura um meio necessário para extrair e construir o conhecimento.

O conhecimento, segundo Davenport e Prusak (2003), não é algo puro ou simples, e sim, “[...] uma mistura de vários elementos; é fluido como também formalmente estruturado; é intuitivo e portanto difícil de colocar em palavras ou de ser plenamente entendido em termos lógicos. O conhecimento existe dentro das pessoas, faz parte da complexidade e imprevisibilidade humanas” (DAVENPORT; PRUSAK, 2003, p. 6).

Segundo Choo (2006), a construção do conhecimento não é mais uma atividade em que a organização trabalha sozinha, mas o resultado da colaboração de seus membros internos ou através de parcerias com outras empresas. A construção do conhecimento ocorre a partir do relacionamento sinérgico entre o conhecimento tácito e o conhecimento explícito, e quando são criados processos sociais capazes de construir novos conhecimentos através da conversão do conhecimento tácito em conhecimento explícito.

É o diálogo contínuo entre o conhecimento tácito e o conhecimento explícito que impulsiona a criação de novas ideias e conceitos. Embora as ideias sejam concebidas na mente das pessoas, é a interação entre os indivíduos que desempenha papel fundamental no desenvolvimento dessas ideias. Neste contexto, as comunidades de interação podem contribuir para a amplificação e desenvolvimento de novos conhecimentos. Essas comunidades podem estender-se para além das fronteiras organizacionais. O aspecto a ser destacado é que estas comunidades definem uma nova dimensão para criação do conhecimento organizacional, que está associada com a extensão da interação social entre os indivíduos que compartilham e desenvolvem o conhecimento, e que é definida como a dimensão ontológica da criação do conhecimento (NONAKA, 1994).

A criação do conhecimento organizacional deve ser compreendida em termos de um processo que “organizacionalmente” amplifica o conhecimento criado pelos indivíduos, e cristaliza-o como uma parte da rede de conhecimento da organização. Nesta linha, é possível distinguir diversos níveis de interação social em que o conhecimento criado pelo indivíduo é transformado e legitimado (NONAKA, 1994). Esse processo tem lugar dentro da “comunidade de interação” (NONAKA; TAKEUCHI, 2009).

A segunda dimensão de criação do conhecimento é a dimensão epistemológica. Para compreender tal dimensão, recorre-se a distinção empregada por Michael Polanyi (1966), que divide o conhecimento em dois tipos básicos: o conhecimento explícito e o conhecimento tácito. O conhecimento explícito é um tipo de conhecimento formal e sistemático, que pode ser facilmente registrado em papel, expresso em forma de palavras, números, desenhos,

símbolos, objetos e artefatos. Pode ser codificado e inserido em regras e documentos formais, ferramentas ou processos. É facilmente comunicado e compartilhado entre as pessoas, por meio de dados brutos, fórmulas, manuais, e especificações (CHOO, 1998; NONAKA; TAKEUCHI, 1995 apud CHEN; CHEN, 2006).

A noção do conhecimento tácito foi introduzida por Polanyi (1966), que observou que “nós podemos saber mais do que podemos dizer”. O conhecimento tácito é informal, pessoal, vinculado aos sentidos, à percepção individual, às convicções, às perspectivas, às experiências, aos insights, às intuições, aos ideais, valores e emoções e, por esta razão, difícil de ser transmitido, formalizado e compartilhado (NONAKA; TAKEUCHI, 2009).

Para Nonaka e Takeuchi (2009) o conhecimento é criado pela síntese das contradições entre os recursos internos da organização e o ambiente. Desta forma, a estratégia empresarial de uma empresa dialética deve combinar recursos internos e o ajuste do ambiente, de tal forma que os conhecimentos tácito e explícito sejam privilegiados, e não um ou o outro. Em termos práticos, “o conhecimento é criado através da interação entre o conhecimento tácito e o explícito, e entre a organização e o ambiente” (NONAKA; TAKEUCHI, 2009, p. 95).

O PAPEL DA CULTURA ORGANIZACIONAL NA APRENDIZAGEM E CRIAÇÃO E COMPARTILHAMENTO DO CONHECIMENTO

A cultura de um grupo pode ser definida como um padrão de suposições básicas compartilhadas e assumidas como verdadeiras, que foi aprendido por um grupo à medida que este resolvia seus problemas de adaptação externa ou integração interna. Ela se manifesta no nível dos artefatos observáveis e das crenças e valores assumidos e compartilhados (SCHEIN, 2009). A cultura também é definida pelo autor como profunda e complexa. Segundo Cavedon (2003, p. 55), “a cultura possui uma dinâmica que lhe é própria, fruto de um processo contínuo de representação”.

A cultura é transmitida aos funcionários da mesma maneira que o conhecimento, de forma explícita ou tácita, ao longo dos anos, por meio de histórias, relatos, casos e sua documentação, rituais, símbolos materiais e linguagem (MORAES, 2006). São sequências de atividades que se repetem e reforçam os valores da organização (FILGUEIRAS, 2003 apud MORAES, 2006).

A cultura organizacional pode influenciar de forma decisiva o sucesso dos programas de gestão do conhecimento, que dependem de uma cultura favorável ao seu compartilhamento (FURQUIM, 2010). Segundo Figallo e Rhine (2002, apud FURQUIM, 2010), uma maneira de facilitar a cultura de compartilhamento de conhecimento é o fornecimento de incentivos

reais e demonstrações convincentes de fé no novo horizonte cultural, que denote alinhamento com as crenças e valores assumidos pela organização. Liebowitz (2007, apud FURQUIM, 2010), no entanto, defende que o desenvolvimento de uma estratégia que promova o aprendizado e compartilhamento de conhecimento organizacional passa impreterivelmente pela implantação de um sistema de reconhecimento e recompensas para as atividades de compartilhamento de conhecimento.

De acordo com Senge (2008, p. 167): “a organizações só aprendem por meio de indivíduos que aprendem. A aprendizagem individual não garante a aprendizagem organizacional. Entretanto, sem ela, a aprendizagem organizacional não ocorre”. Quanto maior a capacidade de aprendizagem de uma organização, maior será a sua capacidade de gerar conhecimento (SENGE, 2001).

Quando inserimos a questão da aprendizagem ou “aprendizagem perpétua” no contexto da análise cultural, deparamo-nos com um paradoxo: “cultura é uma força estabilizadora, conservadora, um meio de tornar as coisas significativas e previsíveis” (SCHEIN, 2009, p. 367). Num cenário turbulento que exige rápidas mudanças, maior flexibilidade e aprendizagem, como uma cultura forte pode ser influenciada? Schein (2009) atribui o sucesso desta ação à liderança de aprendizagem.

O conceito de aprendizagem é fortemente influenciado pelas suposições culturais e pode significar coisas muito diferentes em distintas culturas e subculturas. As dimensões apresentadas por Schein (2009) refletem o entendimento cultural do autor e devem, conforme sugestão do próprio, ser entendidas como uma aproximação inicial daquilo que uma cultura de aprendizagem deve enfatizar.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A capacidade dos indivíduos e das organizações de criar, processar e transformar informações e conhecimentos em ativos econômicos é tomado atualmente como um relevante fator de produtividade e competitividade. A criação do conhecimento acontece através da interação dos indivíduos com o ambiente e do conhecimento tácito com o conhecimento explícito. Há quatro formas de conversão do conhecimento: socialização, externalização, combinação e internalização. O processo de conversão do conhecimento envolve o indivíduo, grupo e organização, e pode se estender para além dos limites da organização, através de redes interconectadas.

A cultura organizacional tem papel fundamental no desenvolvimento estratégico, e pode influenciar de forma decisiva o sucesso dos programas de gestão do conhecimento, que

dependem de uma cultura apropriada e favorável ao seu compartilhamento. A cultura organizacional, que é uma estrutura densa, pode ser influenciada, no que tange a criação e compartilhamento do conhecimento, pela liderança voltada à aprendizagem.

REFERÊNCIAS

DAVENPORT, Thomas. H.; PRUSAK, Laurence. Conhecimento Empresarial: como as organizações gerenciam o seu capital intelectual. 12ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

CAVEDON, Neusa Rolita. Antropologia para administradores. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2003.

CHOO, Chun Wei. A organização do conhecimento: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões. 2ª ed. São Paulo: SENAC, 2006.

FURQUIM, Tatiana de Almeida. Melhoria de processo de software e gestão do conhecimento em organizações de software. Tese (Doutorado). Universidade de Brasília. Brasília, 2010.

MORAES, Leonardo Barbosa de. A espiral do conhecimento interorganizacional: a força dos valores sócio-culturais dos arranjos produtivos locais (APLs) – O caso das Confeções do Prado/Bh. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte, MG, 2006.

NONAKA, Ikujiro; A Dynamic Theory of Organizational Knowledge Creation. Organization Science. v. 5, n. 1, p. 14-37, Feb. 1994.

NONAKA, Ikujiro; TAKEUCHI, Hirotaka. Gestão do conhecimento. Porto Alegre: Bookman, 2009.

NONAKA, Ikujiro; TAKEUCHI, Hirotaka. Gestão do conhecimento. Porto Alegre: Bookman, 2008.

POLANYI, Michael. The tacit dimension. Garden City: Anchor Books; New York: Doubleday, 1966.

SCHEIN, Edgar H. Cultura organizacional e liderança. São Paulo: Atlas, 2009.

SENGE, Peter. A quinta disciplina. Arte e prática da organização que aprende. 9ª ed. São Paulo: Best Seller, 2001.

SENGE, Peter. A quinta disciplina. Arte e prática da organização que aprende. 24ª ed. São Paulo: Best Seller, 2008.

CULTURA PARTICIPATIVA E JOGOS: OS ARTIFÍCIOS DE SEDUÇÃO DO APLICATIVO WAZE NO INCENTIVO À PARTICIPAÇÃO DE USUÁRIOS

Mônica Neis Fetzner¹

Cristiano Max Pereira Pinheiro²

Palavras-chave: cultura participativa. Jogos. Waze.

INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como tema as instâncias colaborativas e lúdicas do aplicativo para dispositivos móveis Waze e o objetivo de identificar quais são e como atuam os artifícios de sedução utilizados pelo Waze para incentivar a participação continuada de seus usuários. O aplicativo de trânsito e navegação apresenta-se como um dos maiores baseado em uma comunidade, com 50 milhões de usuários. A hipótese principal é de que parte da razão para isto se deva aos aspectos lúdicos do software, que funcionam como elementos de motivação, aliados à sua característica colaborativa. Para buscar comprová-la, este trabalho utiliza-se de procedimentos como a pesquisa bibliográfica e a pesquisa documental a partir dos artigos do Centro de Ajuda Waze. A análise dos artifícios de sedução identificados foi realizada com aporte nos conceitos de cultura participativa de Jenkins (2009) e nas observações de McGonigal (2012) a respeito de como videogames atendem os desejos dos seres humanos. O resultado deste trabalho, embora permita desdobramentos e aprofundamentos, indica que a hipótese está correta.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A construção coletiva do conjunto de informações sobre o trânsito em um aplicativo digital apresenta-se como reflexo da cultura da convergência (JENKINS, 2009). Nesta realidade, a “inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências” (LÉVY, 1999, p. 28), a chamada inteligência coletiva, é uma nova forma de poder que, embora esteja sendo

¹ Mestranda em Indústria Criativa (Universidade Feevale).

² Doutorado em Comunicação Social (PUCRS), professor do Mestrado em Indústria Criativa (Universidade Feevale).

aplicada majoritariamente de maneira recreativa, também tem potencial para ser utilizada em propósitos mais sérios (JENKINS, 2009). McGonigal (2012, p. 343-344) vê potencial semelhante nos videogames, argumentando que “o design de jogos está criando novas formas para trabalharmos em conjunto em escalas extremas e para solucionarmos os maiores problemas do mundo real”. Para a pesquisadora, a realidade não oferece motivação, prazeres planejados, desafios emocionantes e vínculo social com a mesma eficácia dos jogos.

A cultura da convergência facilita a cultura participativa, em que consumidores “são convidados a participar ativamente da criação e circulação de novos conteúdos” (JENKINS, 2009, p. 378). A cultura participativa pode gerar uma inteligência coletiva, cuja base, segundo Lévy (1999), é o reconhecimento e o enriquecimento mútuos das pessoas.

Ressalta-se a reciprocidade de dependência entre a empresa Waze e os usuários de seu aplicativo – um precisa do outro. A mesma reciprocidade (ou, em outras palavras, o mesmo “contrato”) existe também nos jogos. Salen e Zimmerman (2012, p. 113-114) destacam que, para um jogador engajar-se em um jogo, é preciso que disponha da chamada atitude lúdica, pois “sem jogadores predispostos a jogar, o jogo é um sistema formal à espera de ser habitado, como uma partitura à espera de ser tocada”.

Johnson (2005) relaciona o poder cativante dos jogos ao circuito de recompensa natural do cérebro. Há recompensas na “vida real” e também nos jogos, e as duas formas provocam a liberação de dopamina no organismo, pois “no mundo do jogo, a recompensa está em todos os lugares. O universo está, literalmente, apinhado de objetos que transmitem de modo muito claro recompensas articuladas: mais vida, acesso a novos níveis, novos equipamentos, novos encantos” (JOHNSON, 2005, p. 29-30).

McGonigal (2012) apresenta um conjunto de quatro características que definem os jogos: participação voluntária, meta, regras e sistema de *feedback*. Outra característica comum dos jogos, embora não os defina, é o uso de avatares. Segundo McGonigal (2012, p. 129), “observar seu avatar ficar mais poderoso e com mais habilidades a cada tarefa cumprida faz com que o trabalho pareça pessoalmente mais gratificante”.

METODOLOGIA

Esta pesquisa – essencialmente descritiva – utiliza-se de dois procedimentos principais: a pesquisa documental nos artigos do Centro de Ajuda Waze³ e a pesquisa bibliográfica, que apresenta como principais autores Jenkins (2009) e McGonigal (2012). O

³ Disponíveis em: <<https://support.google.com/waze#topic=6049902>>. Acesso em: 05 jul. 2015.

primeiro procedimento oferece dados a respeito da proposta do aplicativo, enquanto o segundo permite analisar de que maneira o conteúdo do Waze atende seus usuários na era da convergência e da colaboração. A pesquisa descritiva, como apontam Prodanov e Freitas (2014, p. 52), “observa, registra, analisa e ordena dados, sem manipulá-los, isto é, sem interferência do pesquisador. Procura descobrir a frequência com que um fato ocorre, sua natureza, suas características, causas, relações com outros fatos”.

Destaca-se a principal vantagem da pesquisa bibliográfica, que é “permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente” (GIL, 2008, p. 50). Já a utilização da pesquisa documental pretende “organizar informações que se encontram dispersas, conferindo-lhe uma nova importância como fonte de consulta” (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 56). A investigação dos artigos do Centro de Ajuda Waze pressupõe a leitura, apresentação de características e análise com base nos conceitos relacionados via pesquisa bibliográfica.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Conforme o artigo “Sobre o Waze”⁴, alocado no Centro de Ajuda Waze, o objeto de estudo desta pesquisa é “um aplicativo completo de navegação GPS 100% gratuito que permite atualizações de trânsito em tempo real, além de todos os elementos legais das redes sociais e de jogos, possibilitando o divertimento da comunidade”. O Waze tem como proposta tornar divertido ajudar outros companheiros de trânsito – e faz isso, segundo sua Central de Ajuda, com pontos e conquistas. Tendo esta prerrogativa, não é de se estranhar que os produtos gerados pelas características do aplicativo lembrem os dos jogos. O Waze tem uma meta – “derrotar o trânsito, juntos” –, regras, sistema de *feedback* e a participação é voluntária. A acumulação de pontos a cada atividade realizada, aliás, é a mecânica de jogos mais evidente no aplicativo. Doces, por exemplo, são colocados ao longo do caminho do usuário, que ganha pontos quando dirige até eles. Enquanto o *wazer* não dirige até o doce, o artifício não adquire significado, e o doce só faz sentido se o usuário apresentar uma atitude lúdica.

Quando começam a usar o Waze, todos os usuários são “*Wazers* Bebê”, um ícone gráfico que representa o próprio usuário na via em que está dirigindo. Ganhar pontos leva a uma evolução para “*Wazer* Adulto”, o que lembra os avatares constantemente observados na

⁴ Disponível em: <https://support.google.com/waze/answer/6071177?hl=pt-BR&ref_topic=6049902>. Acesso em: 05 jul. 2015.

esfera dos jogos, onde o acompanhamento do crescimento de poder e habilidades de um avatar gera uma sensação de recompensa pelo trabalho realizado (MCGONIGAL, 2012).

O trabalho de compartilhar informações sobre o trânsito é feito de graça, em termos financeiros, pelos usuários do Waze. No entanto, embora não haja remuneração monetária para *wazers* por contribuírem com a comunidade, a recompensa com pontos e outros reconhecimentos, como a evolução do avatar, vem através da liberação de dopamina descrita por Johnson (2005).

Há também o “lado social do Waze”. O aplicativo permite ver amigos que estão próximos, compartilhar percursos e ser integrado com as redes sociais Foursquare, Twitter e Facebook. A Central de Ajuda descreve estas funcionalidades como “um monte de coisa para se divertir”. Inicialmente, um sistema de GPS não poderia ser divertido, mas o Waze torna-se lúdico – e assim divertido – ao utilizar-se de mecânicas de jogos e das informações e funções de redes sociais já estabelecidas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a proposta analisar quais são e como atuam os artifícios de sedução utilizados pelo Waze para incentivar a participação continuada de seus usuários, este trabalho identifica e analisa características como o caráter lúdico do aplicativo e suas semelhanças com os jogos, a maneira como recompensa os usuários com pontos e evolução de avatar e a conexão com redes sociais. A compreensão acerca da extensão das culturas baseadas na inteligência coletiva na sociedade contemporânea faz-se especialmente válida quando contribui para facilitar o dia a dia das pessoas. O Waze atrai usuários com a promessa de “derrotar” o trânsito de uma maneira divertida, convergindo o impulso social da busca pelo que é prazeroso, e faz da melhoria do trânsito uma ação coletiva – uma atitude que pode (e deve) ser aplicada a outros aspectos da vida em comunidade.

Este trabalho é o primeiro passo de uma investigação que, possivelmente, será ampliada em uma dissertação. Espera-se que seja possível indicar um espaço para expansão do comportamento observado em relação a aplicativos lúdicos e colaborativos, de modo que a compreensão de suas características sedutoras possa levar a usos em outros aspectos da vida em comunidade que precisam de mudança. Afinal, como salienta Jenkins (2009), as novas formas de comunidade da sociedade contemporânea estimulam o membro individual a buscar novas informações para o bem comum.

REFERÊNCIAS

BRASIL POST. **Telefonia lidera ranking de empresas com maior número de reclamações no Procon em 2014**. Disponível em: <http://www.brasilpost.com.br/2015/02/09/empresas-mais-reclamadas_n_6644778.html>. Acesso em: 18 jul. 2015.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2012. 698 p.

COMSCORE. **comScore in Association with IMS Announce New Research that Shows Insights into Audience Behaviors for the Main Mobile Apps in Latin America**.

Disponível em: <<http://www.comscore.com/Insights/Press-Releases/2015/2/comScore-in-Association-with-IMS-Announce-New-Research-that-Shows-Insights-into-Audience-Behaviors-for-the-Main-Mobile-Apps-in-Latin-America>>. Acesso em: 13 jul. 2015.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008. 200 p.

GOOGLE. **Central de Ajuda Waze**. Disponível em: <<https://support.google.com/waze/?hl=pt-BR#topic=6086975>>. Acesso em: 18 jul. 2015.

GUIMARÃES, Saulo Pereira. **Brasil está entre os cinco países com mais usuários do Waze**. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/brasil-esta-entre-os-cinco-paises-com-mais-usuarios-do-waze>>. Acesso em: 05 jul. 2015.

HUIZINGA, Johan. **Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura**. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 2008. 243 p.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009. 428 p.

JOHNSON, Steven. **Surpreendente!:** a televisão e o videogame nos tornam mais inteligentes. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. 191 p.

KOSTER, Raph. **A Theory of Fun for Game Design**. Scottsdale: Paraglyph Press, 2005. 246 p.

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva:** por uma antropologia do ciberespaço. São Paulo: Editora Loyola, 1999. 212 p.

MCGONIGAL, Jane. **A realidade em jogo**. Rio de Janeiro: Best Seller, 2012. 378 p.

NEGROPONTE, Nicholas. **A vida digital**. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1995. 231 p.

OLHAR DIGITAL. **Windows Phone deixa iOS para trás no Brasil**. Disponível em: <<http://olhardigital.uol.com.br/pro/noticia/windows-phone-deixa-ios-para-tras-no-brasil/40338>>. Acesso em: 18 jul. 2015.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. 276 p.

SALEN, Katie; ZIMMERMAN, Eric. **Regras do jogo**. V. 1. São Paulo: Blucher, 2012. 168 p.

DA HASHTAG À REPRESSÃO: APONTAMENTOS SOBRE SER VISTO

Daiane Pires¹

Saraí Patrícia Schmidt²

Universidade Feevale

Palavras-chave: Protestos. Controle. Redes sociais.

INTRODUÇÃO

A partir da contextualização dos protestos brasileiros de 2013 e de outras mobilizações realizadas em diferentes países antes e depois deles, pontuamos a importância das redes da Internet e de suas potencialidades para a reconfiguração dos modos de disposição e mobilização das insurgências. De forma breve, a criação e a manutenção de um ambiente propício aos levantes, à construção de narrativas polifônicas e à organização da memória também é problematizada. Sob a luz do pensamento de Castells (2013), Malini e Antoun (2013), Bruno (2013), Reis (2013) e Aquino (2007) debatemos o uso das *hashtags* e outras formas de identificação no âmbito do acesso e do rastreamento de conteúdo.

Assim como o Twitter foi determinante para a realização da Primavera Árabe, o Facebook funcionou como um grande palco para as convocações e discussões dos protestos brasileiros de junho de 2013. Afinal, como sugere Castells (2013), o espaço digital constituiu uma importante via para os fluxos revolucionários. Diante desse cenário em ebulição, o governo egípcio, por exemplo, ordenou o bloqueio temporário da Internet e também a suspensão da telefonia móvel. A medida drástica serviu como resposta ao que o Estado considerou uma afronta dos insurgentes. O uso da Internet, especificamente no Brasil, também diferenciou as mobilizações de 2013 das passeatas pelas Diretas Já (1984) e pelo *impeachment* de Collor (1992).

Para Márton Reis (2013, p. 42), nas “redes sociais, sabe-se apenas a origem da mensagem, mas é impossível prever por qualquer mecanismo onde ela será capaz de chegar”. A novidade, porém, traz consigo outros tipos de repressão – ou opressão. Instâncias corporativas, policiais e estatais utilizam diferentes métodos de busca para mapear os dados

¹ É bolsista Fapergs/Capes no mestrado em Processos e Manifestações Culturais. Especialista em Jornalismo e Convergência de Mídias e graduada em Jornalismo pela Universidade Feevale. E-mail: daia.prs@gmail.com.

² Orientadora. Professora Feevale. E-mail: saraischmidt@feevale.br

dos usuários – individual e coletivamente, dos espontaneamente publicados àqueles que geramos involuntariamente em nossas navegações. Ao mesmo tempo em que essas informações servem como catalogadoras de um trabalho imaterial, sugestionam a investigação em razão da segurança – quase sempre disfarçada de liberdade.

DA FORÇA E DA INFLUÊNCIA

A onda de protestos que chegou ao Brasil em 2013 foi precedida por inúmeros levantes ao redor do mundo. Entre eles estão as insurgências da Tunísia, em dezembro de 2010, e o Occupy Wall Street, em setembro de 2011. Mas houve mobilização também no Egito, na Argélia, no Líbano, na Jordânia, na Mauritânia, no Iêmen, no Bahrein, na Líbia, no Marrocos, na Síria, na Espanha e até no México. Distintas no que tange às condições locais específicas de cada uma, essas lutas estão interligadas, entre outras coisas, pelo uso das redes da Internet que, segundo Castells (2013, p. 82), “forneceram um espaço de autonomia”. Os protestos foram potencializados pelo uso da Internet e transformaram “a cultura em instrumento de mudança política” (CASTELLS, 2013, p. 85). Ainda segundo o autor, as redes estabelecidas na Internet funcionaram como instrumentos determinantes de mobilização, organização, deliberação, coordenação e decisão. Por meio delas, os grupos se protegeram da repressão, mantiveram a comunicação e atenderam aos princípios da horizontalidade.

Como uma espécie de ágora, a Internet teve seu potencial libertário revelado durante os protestos. Para Márton Reis (2013, p. 169), as manifestações brasileiras de junho de 2013 “teriam sido inviabilizadas se não tivesse sido possível o uso do Facebook e do Twitter como instrumentos de mobilização social”. À época, o Movimento Passe Livre³ (MPL) convocou pelo Facebook o primeiro grande ato contra o aumento da tarifa do transporte público de São Paulo. A Mídia NINJA⁴ (Narrativas Independentes Jornalismo e Ação), por sua vez, ganhou destaque ao realizar cobertura em tempo real via Twitcasting⁵. Muitos anônimos também engrossam o coro ciberativista, que foi esmiuçado por Fábio Malini e Henrique Antoun (2013) no livro *A internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais*. Na obra, os dois, assim como Castells (2013), destacam a importância da rede e de todos os nós que a compõem. Eles também apontam o uso das *hashtags* – implantadas pelo Facebook em 12 de

³ “Movimento social autônomo, apartidário, horizontal e independente, que luta por um transporte público de verdade, gratuito para o conjunto da população e fora da iniciativa privada” (MOVIMENTO PASSE LIVRE, 2015). Disponível em: <<http://www.mpl.org.br/>>. Acesso em: 7 jul. 2015.

⁴ Rede de comunicadores que produzem e distribuem informação em movimento, conforme apresentação no *site*: <<https://ninja.oximity.com/partner/ninja/about>>. Acesso em: 9 jul. 2015.

⁵ Aplicativo disponível para os sistemas operacionais Android e iOS. Transforma a câmera do *smartphone* em *webcam*, compartilhando vídeos em tempo real.

junho de 2013 – como propulsor de uma agenda global de informação, além de marcador identitário. As etiquetas auxiliam na busca de conteúdo nas redes sociais. No Twitter, elas organizam os *Trending Topics*, que funcionam como o *Google Trends*, listando as palavras mais postadas em tempo real. Das dez mais usadas no Twitter em 2011, duas se referiam aos protestos da Primavera Árabe.

A insatisfação dos brasileiros com a política, a economia, os gastos com a Copa do Mundo de 2014, o percentual de investimento em saúde e educação, entre outros temas, levou mais de 12 milhões de pessoas às ruas há dois anos (JUDENSNAIDER et al., 2013). Nas redes da Internet, a *hashtag* #vemprarua convidava os insurgentes ao mesmo tempo em que mapeava a popularização e concentração dos movimentos. Essas etiquetas, características da web 2.0, baseiam-se na folksonomia e, segundo Maria Clara Aquino (2007, p. 9) “agregam uma nova forma de representação, organização e recuperação de informações”. A autora considera que as *tags* ativam uma rede de associações e, por isso, podem ser relacionadas com o hipertexto 2.0 – construído coletivamente. Entre os pontos negativos da técnica estão a pluralidade de formas semânticas adotadas para etiquetar um mesmo assunto, dadas as subjetividades do próprio etiquetador. Nossa ênfase, porém, tem a ver com outra questão: as intervenções realizadas pelo Estado, por exemplo, a partir da captação de informações produzidas no espaço digital.

Os rastreadores das navegações e ações dos visitantes, de acordo com Fernanda Bruno (2013) são cada vez mais comuns mesmo porque “toda ação deixa um rastro potencialmente recuperável, constituindo um vasto, dinâmico e polifônico arquivo de nossas ações, escolhas, interesses, hábitos, opiniões, etc” (BRUNO, 2013, p. 123). Os serviços de monitoramento são capazes de localizar dos dados que publicamos de forma voluntária aos vestígios inscritos em nossos navegadores. O monitoramento em junho de 2013 englobava, segundo justificativa da Agência Brasileira de Inteligência (Abin), questões de segurança pública.

DA CENSURA E DAS ALTERNATIVAS

Uma notícia publicada pelo Estadão⁶, em 19 de junho de 2013 confirmou: oficiais da Agência Brasileira de Inteligência montaram às pressas uma operação para monitorar pelo Facebook, Twitter, Instagram e até WhatsApp a movimentação dos manifestantes. Por meio do sistema *online* Mosaico, aproximadamente 700 temas definidos pelo ministro do Gabinete de Segurança Institucional (GSI) passaram a ser acompanhados. Conforme a reportagem, a

⁶ Disponível em: <<http://sao-paulo.estadao.com.br/noticias/geral,abin-monta-rede-para-monitorar-internet,1044500>>. Acesso em: 11 jul. 2015.

agência tentou “antecipar o roteiro e o tamanho dos protestos, infiltrações de grupos políticos e até supostos financiamentos dos eventos” (ESTADÃO, 2013). Mas cinco dias depois disso, em 24 de junho de 2013, os relatos de censura no Facebook ganharam espaço no *site* de notícias UOL⁷. As janelas do *chat* foram derrubadas, segundo a reportagem, por se tratarem de *spams*. Além disso, há relatos de que palavras como *protesto* causaram o fechamento das abas de conversa na rede social. O histórico de mensagens que compreendia frases com os termos mencionados teria desaparecido. Os usuários receberam uma mensagem de falha.

Como salientamos antes, com as inferências de Castells (2013), os protestos iniciados em 2010 foram reconfigurados a partir da Internet. Mas o controle policial e estatal, frisamos, é um dos fatores considerados antagônicos à liberdade prometida e buscada no espaço digital. Tanto é que, em Hong Kong, os insurgentes da revolta do guarda-chuva⁸ adotaram o FireChat como alternativa ao monitoramento. De acordo com Fernanda Bruno (2013, p. 131), é comum que setores da segurança pública incorporem em suas investigações “o rastreamento de redes sociais e sites de compartilhamento”. De modo simplista, podemos aferir que o uso das *hashtags*, por exemplo, auxilia na organização do conteúdo produzido e define a forma como certo grupo ou movimento deseja ser identificado. Essa organização, por sua vez, facilita o rastreio das forças de controle, tanto no que tange às previsões do porvir como na construção da memória do que já fora realizado e também registrado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No Egito, como relatamos, a medida adotada pelo governo consistiu no bloqueio das conexões. Contudo, é importante destacar que a ação não obteve sucesso. Isso porque a multimodalidade da rede – proporcionada pela Internet principalmente – permitiu o contorno da situação e, conseqüentemente, a continuidade do movimento, como sustenta Castells (2013, p. 57). Portanto, há que se considerar o espaço digital em diferentes âmbitos: no das possibilidades de estabelecer redes, no da visibilidade que essa participação ocasiona, no da segurança, no do monitoramento, no da contravigilância, entre outros. A vigilância, por sua vez, alimenta-se do afã participativo do público, como sustenta Fernanda Bruno (2013). As próprias decisões dos governos mostram que as subjetividades são determinantes para as

⁷ Disponível em: <<http://tecnologia.uol.com.br/noticias/redacao/2013/06/24/boatos-sobre-censura-no-facebook-podem-levar-ferramenta-antispam-a-bloquear-terminos.htm#fotoNav=2>> Acesso em: 11 jul. 2015.

⁸ No final de setembro de 2014, o parlamento da China aprovou uma medida que limitava os candidatos das eleições de 2017. A favor de um sufrágio universal pleno, a população foi às ruas e, para se defender do gás lacrimogêneo lançado pelas forças policiais, fez do guarda-chuva o símbolo da resistência. O documentário *Levante* (2015), de Barney Owen e Susanna Lira, registra esses e outros protestos. Disponível em: <<http://levante.vc/>>. Acesso em: 11 jul. 2015.

ações dos manifestantes e para as reações do Estado e vice-versa. Nesse sentido, tanto os modos de mobilização quanto as formas de repressão são atualizados considerando-se o espaço digital como campo de luta, associação e disputa.

REFERÊNCIAS

AQUINO, Maria Clara. Hipertexto 2.0, folksonomia e memória coletiva: Um estudo das tags na organização da web. In: **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**. Ago/2007.

BRUNO, Fernanda. **Máquinas de ver, modos de ser: vigilância, tecnologia e subjetividade**. Porto Alegre: Sulina, 2013. 190 p.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013. 271 p. Tradução de: *Networks of outrage and hope: social movements in the internet age*.

ESTADÃO. Disponível em: <<http://sao-paulo.estadao.com.br/noticias/geral,abin-monta-rede-para-monitorar-internet,1044500>>. Acesso em: 11 jul. 2015.

JUDENSNAIDER, Elena et al. **Vinte centavos: a luta contra o aumento**. São Paulo: Veneta, 2013. 237 p.

LEVANTE. 2015. Documentário. Disponível em: <<http://levante.vc/>>. Acesso em: 11 jul. 2015.

MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. **A internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais**. Porto Alegre: Sulina, 2013. 278 p.

MÍDIA NINJA. 2015. Disponível em: <<https://ninja.oximity.com/partner/ninja/about>>. Acesso em: 9 jul. 2015.

MOVIMENTO PASSE LIVRE. 2015. Disponível em: <<http://www.mpl.org.br>>. Acesso em: 7 jul. 2015.

REIS, Márlon. **O gigante acordado: manifestações, Ficha Limpa e reforma política**. Rio de Janeiro: LeYa, 2013. 192 p.

UOL. Disponível em: <<http://tecnologia.uol.com.br/noticias/redacao/2013/06/24/boatos-sobre-censura-no-facebook-podem-levar-ferramenta-antispam-a-bloquear-termos.htm#fotoNav=2>> Acesso em: 11 jul. 2015.

DEFICIÊNCIA: MOTIVO PARA DISCRIMINAÇÃO E EXCLUSÃO SOCIAL?

Michele Barth¹

Jacinta Sidegum Renner²

Margarete Fagundes Nunes³

Palavras-chave: Pessoas com Deficiência. Discriminação. Direitos Humanos. Inclusão Social.

INTRODUÇÃO

Observam-se cada vez mais pessoas com deficiência participando da vida em sociedade. Segundo o Relatório Mundial sobre Deficiência (OMS, 2012), mais de um bilhão de pessoas em todo o mundo convivem com alguma deficiência. No entanto, a maior presença dessas pessoas na sociedade não se deve somente ao aumento do número de pessoas com deficiência, mas principalmente à concessão de direitos a este grupo, favorecendo sua inclusão social.

A Declaração Universal dos Direitos Humanos determina que todos nascem livres e iguais em dignidade e direitos. Por anos, e ainda hoje, a igualdade em dignidade e direitos entre as pessoas não é reconhecida. Pode-se dizer que o processo de concessão de direitos às pessoas com deficiência no Brasil teve seu ponto de partida com a Constituição Federal de 1988. Conforme Soares (2004), os direitos e garantias elencados na referida Constituição inauguram movimentos de valorização da cidadania, fazendo surgir conceitos e atitudes como responsabilidade social, respeito às diferenças, políticas públicas e direitos humanos.

Até o presente momento, muitos direitos já foram garantidos às pessoas com deficiência, mas ainda há muito pelo que lutar. Para que ocorra a inclusão social, não basta simplesmente integrar as pessoas com deficiência ao convívio social, é necessário todo um trabalho junto à sociedade para que haja o reconhecimento do diferente. Soares (2004)

¹ Mestranda em Diversidade Cultural e Inclusão Social. Graduada em Design. Integrante do projeto de pesquisa Acessibilidade para Cadeirantes: da casa ao trabalho, na Universidade Feevale, RS.

² Doutora em Engenharia de Produção (UFRGS). Professora e pesquisadora do Programa em Diversidade Cultural e Inclusão Social, na Universidade Feevale, RS.

³ Doutora em Antropologia Social (UFSC). Professora e pesquisadora do Programa em Diversidade Cultural e Inclusão Social e em Indústria Criativa, na Universidade Feevale, RS.

comenta que quando ocorre a inserção da pessoa com deficiência na sociedade sem que haja uma preparação prévia da sociedade para recebê-la, todo trabalho torna-se unilateral. A autora ressalta que, deste modo, o indivíduo com deficiência é que acaba tendo que adequar-se às condições sociais existentes, sem que ocorram mudanças na estrutura social.

Através do contexto apresentado, idealizou-se a presente investigação objetivando responder ao seguinte questionamento: quais são as barreiras para o reconhecimento das pessoas com deficiência em nossa sociedade e em que medida o conceito de diversidade abarca a especificidade destas pessoas? Portanto, os objetivos estão focados em verificar, a partir do conceito de diversidade, quais são as barreiras para a inclusão de pessoas com deficiência na nossa sociedade.

Este trabalho consiste basicamente numa revisão bibliográfica relacionando o objeto de pesquisa - pessoas com deficiência - com os conceitos estudados na disciplina de "Diversidade, conflitos sociais e direitos humanos" do programa de Mestrado em Diversidade Cultural e Inclusão Social, da Universidade Feevale. Para esta pesquisa utilizaram-se autores trabalhados no decorrer da disciplina, juntamente artigos publicados na base de dados do SCIELO. A busca de artigos foi realizada no período de junho e julho de 2015, a partir dos seguintes descritores: deficiência, direitos humanos e inclusão social.

A DEFICIÊNCIA NA HISTÓRIA

De acordo com Lakshmi (2008), no decorrer da história da humanidade, a deficiência foi tida como um drama pessoal ou familiar em quase todas as sociedades, com explicações religiosas onde ora era considerada um infortúnio, ora a benção divina. Em antigas cidades como de Esparta, na Grécia, os imaturos, os fracos e os defeituosos eram propositalmente eliminados (ARANHA, 2001).

Por muitos anos, questões relativas à deficiência foram tratadas com receio. Segundo Soares (2004), lidar com o corpo diferente, com sentimento e formas de agir fora dos "padrões normais", não interessava à população. A autora complementa que essa visão das pessoas com deficiência ocorre de acordo com o momento histórico e cultural de cada sociedade. As tradições e os valores de uma sociedade não são estáticos, mas vão se modificando no decorrer dos anos. De acordo com Segato (2006), a moral de uma determinada época ou de um determinado povo e a lei são sistemas que interagem e cruzam influências na tradição e costumes, a partir do ato deliberado e racional do contrato e promulgação por parte do grupo que controla os mecanismos de ratificação das leis. A tradição de uma cultura é construída ao longo do tempo e continuará sendo construída na

medida em que a sociedade muda seus valores, ocorrendo novamente uma modificação dos direitos morais.

DEFICIÊNCIA COMO SINÔNIMO DE DISCRIMINAÇÃO

A deficiência seja qual for (paralisia cerebral, surdez, paraplegia, cegueira entre outras) é motivo de estranhamento e causa de certa repulsa do convívio destas pessoas em sociedade. Oliver (1990) afirma que todos os deficientes experimentam a deficiência como restrição social, não importando se essas restrições ocorrem em consequência de ambientes inacessíveis, de noções de inteligência e competência social, da incapacidade da população de utilizar a língua de sinais ou falta de material em braile.

O Artigo 1º da Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência, sistematizados a partir do Pacto Internacional dos Direitos Econômicos, Sociais e Culturais e do Pacto Internacional dos Direitos Civis e Políticos, define pessoas com deficiência aquelas que têm impedimentos de natureza física, intelectual ou sensorial, os quais, em interação com diversas barreiras, podem obstruir sua participação plena e efetiva na sociedade com as demais pessoas (CONVENÇÃO, 1966 apud FONSECA, 2008). De acordo com o Artigo 2º da Convenção, qualquer diferenciação, exclusão ou restrição baseada em deficiência, cujo propósito é impossibilitar o reconhecimento, desfrute ou exercício em igualdade com as demais pessoas, considera-se "discriminação por motivo de deficiência".

Segundo Sasaki (1999, p. 28), "uma das razões pelas quais as pessoas deficientes estão expostas à discriminação é que são frequentemente declarados doentes". O autor esclarece que estas pessoas são consideradas dependentes de outras pessoas, incapazes de trabalhar, isentos de deveres normais e levando vidas inúteis. Conforme Fonseca (2008), os impedimentos pessoais sejam físicos, mentais, intelectuais ou sensoriais são fatores que restringem o acesso aos direitos, não por causa dos efeitos em si dos impedimentos, mas devido às barreiras sociais e atitudinais.

A corporeidade, ou seja, a importância que é atribuída ao corpo perfeito, é outro fator extremamente relevante à discriminação e exclusão social da pessoa com deficiência. Vivemos no mundo da valorização da aparência física, fortemente influenciado pela mídia, onde o que somos vai depender de como nos apresentamos visualmente, e por este modelo que seremos aceitos ou não pela sociedade (FREIRE; DANTAS, 2012). Diniz (2009) afirma que com o modelo social, a deficiência passou a ser compreendida como uma experiência de desigualdade, onde pessoas com impedimentos são discriminadas e oprimidas pela cultura da normalidade.

RECONHECER PARA INCLUIR

As pessoas com deficiência diversas vezes são desrespeitadas e discriminadas na sociedade, seja por ignorância ou falta de reconhecimento. Sodré (2006) aponta dois problemas que impedem de aceitar o diferente: o valor e a diferenciação. O valor, segundo ele, não é neutro, pois se baseia nas convicções e crenças de cada um. Para a diferenciação geralmente julga-se pela identidade da diferença do outro, ocorre o "saber automático", ou seja, ao ver uma determinada pessoa achamos que sabemos tudo sobre ela, formando um pré-conceito.

Diniz (2009) explica que os impedimentos corporais ganham significado somente com a interação social, e quanto maior forem as barreiras sociais, mais restrita a participação dos indivíduos com deficiência. O antropólogo Clifford Geertz (apud SEGATO, 2006) afirma que convivemos com padrões para o comportamento e padrões de comportamento. Os padrões para o comportamento são os que nos fazem agir, impulsionam a conduta e nos possibilita a vida em comum; já os padrões de comportamento são estes mesmos padrões já identificados após processo de análise cultural e de auto-análise.

Incluir as pessoas com deficiência no convívio em sociedade é muito importante para modificar esse preconceito sobre deficiência. Contudo, Soares (2004) ressalta a importância de um trabalho de conscientização da sociedade, preparando-a para receber e aceitar as pessoas com deficiência. Segato (2006) ainda comenta que ser ético é também nos reconhecermos no olhar do outro, nos colocar no lugar dele. É necessário que o diferente seja reconhecido na sociedade como um todo, buscando mudar o conceito negativo de deficiência que vem sendo trazido durante tantos anos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa torna clara a relevância de uma apresentação física e de conduta conforme as normas culturais para a aceitação social. Compreende-se que o reconhecimento simbólico e cultural passa pelo reconhecimento de uma diversidade colocada no plano da corporeidade. O indivíduo que não se encaixa em determinados padrões físicos e morais, acaba sendo discriminado.

Acredita-se que, com maior presença na vida em sociedade, as pessoas com deficiência, além de estarem buscando e usufruindo de seus direitos, serão muito importantes na modificação do conceito de deficiência comumente adotado pelas pessoas. Conviver com o diferente e reconhecê-lo em sua diversidade é o caminho para a inclusão social.

REFERÊNCIAS

ARANHA, Maria Salete Fábio. Paradigmas da relação da sociedade com as pessoas com deficiências. **Revista do Ministério do Trabalho**. Ano XI, n 21, mar. 2001. P. 160-173.

DINIZ, Debora; BARBOSA, Livia; SANTOS, Wederson Rufino dos. Deficiência, direitos humanos e justiça. **Revista Internacional de Direitos Humanos**, v. 6, n. 11, dez. 2009, p. 65-77.

FONSECA, R. T. M. F. A ONU e o seu conceito revolucionário de pessoa com deficiência. In: **A inclusão social da pessoa com deficiência no Brasil - Como Multiplicar este Direito**. São Paulo: Instituto Paradigma, 2008. Brasília: Secretaria Especial dos Direitos Humanos. Coordenadoria Nacional para Integração da Pessoa Portadora de Deficiência, 2008. p. 46

FREIRE, I. M.; DANTAS, M. H. A. Educação e corporeidade: um novo olhar sobre o corpo. **Holos**, 28 (4), 2012.

LAKSHMI: a menina-deusa. 2008. Documentário: Discovery Channel, 45 min., Inglaterra. OLIVER, Michael. **The politics of Disablement**. London: Macmillian, 1990.

Organização Mundial da Saúde. **Relatório Mundial sobre a Deficiência**. São Paulo: SEDPcD, 2012. 334 p.

SASSAKI, Romeu Kasumi. **Inclusão: construindo uma sociedade para todos**. Rio de Janeiro: Editora WVA, 1997.

SEGATO, Rita Laura. **Antropologia e direitos humanos: alteridade e ética no movimento de expansão dos direitos universais**. Revista Mana, 12 (1), 207-236, 2006.

SOARES, Ana Cecília Viera. **Direitos humanos, deficiência e arte: a arte de dançar como fator de inclusão social de pessoa com deficiência**. Monografia. 54 f. Especialização em Direitos Humanos, Universidade Católica de Pernambuco, Recife, 2004.

SODRÉ, Muniz. Diversidade e diferença. **Revista Científica de Información y Comunicación**, n. 3, 5-15, 2006.

DESIGN DE MODA COMO PRODUTO CRIATIVO: ESTUDO DE UMA EMPRESA ATUANTE NO SEGMENTO TÊXTIL

Deise Link¹

Dr.^a Margarete Fagundes Nunes²

Dr. Dusan Schreiber³

Palavras-chave: Moda. Cultura. Globalização.

INTRODUÇÃO

“A moda manipula significados ligados à expressão dos indivíduos ou de grupos determinados e se apoia neles, adequando o discurso para atrair uma geração após a outra. O apelo recorrente bate na tecla da construção de identidades” (DE CARLI, 2010). A estética e o consumo estão devidamente entrelaçados e são palavras-chave para o entendimento das relações entre cultura e economia (FEATHERSTONE, 1999), dos processos de identificação e da constituição de ethos comunitários (MAFFESOLI, 1998); da estilização e estetização da vida cotidiana (FEATHERSTONE, 1995) na contemporaneidade. Esta “indústria” engloba desde produtos e serviços de entretenimento até produtos vinculados ao “mundo da moda”. Desta mudança cultural e social existente, a indústria criativa inicia suas atividades. A estetização da vida cotidiana é um elemento agregador e fundamental das sociedades moderno-contemporâneas (MAFFESOLI, 1999). Em virtude disso, faz-se necessário aprofundar o estudo sobre o processo criativo presente nas organizações, especialmente no que tange às influências culturais na formação de tendências de moda. Este trabalho, propõe-se uma reflexão sobre a cultura e globalização na contemporaneidade. Esta reflexão é o nosso objeto de estudo de investigação no mestrado de indústria criativa. O objeto de estudo o design de moda do segmento têxtil e seu processo criativo, a partir do estudo de uma empresa do segmento moda. O problema formatado para esta pesquisa é: Quais são os principais elementos e influências culturais utilizados para a formação de tendências do design de moda nos produtos desenvolvidos em uma indústria do segmento têxtil? O

¹ Graduada em Administração de empresas pela Universidade Feevale, Mestranda em Indústria Criativa.

² Professora da Universidade Feevale.

³ Professor da Universidade Feevale.

objetivo deste trabalho portanto é investigar quais são os principais elementos e influências culturais utilizados para a formatação de tendências do design de moda nos produtos desenvolvidos na empresa objeto de estudo. Com o intuito de inteirar o leitor aborda-se no item a seguir uma breve fundamentação dos teóricos utilizados nesta pesquisa.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

MODA, IDENTIDADE, CULTURA E GLOBALIZAÇÃO

A moda é essencialmente uma forma de relação entre seres, um laço social caracterizado pela imitação dos contemporâneos e pelo amor das novidades estrangeiras. (LIPOVETSKY, 2002) Neste viés é perceptível a moda atuante como um elemento que apresenta ao indivíduo uma identificação pessoal bem como expõe uma identificação coletiva para a sociedade (MAFFESOLI, 1999). Associa a necessidade de aceitação com o processo de moda e estilo. É a leitura da estética, transmitindo mensagens, valores e conexões com os demais, como o autor cita, a estética que garante a sinergia social, a convergência das ações e das vontades, que permite um equilíbrio. “... a estética não pode ser mais considerada como algo autônomo, separado da vida, mas muito pelo contrário, que ela é a própria vida, é apenas um outro modo de dizer “a aura” que engloba, que serve de matriz a vida social” (MAFFESOLI, 1999, p.111). A mensagem é atrelada a imagem, ao vestuário; desta forma, a estética é algo muito abordado e explorado na atualidade. Os estudos de Kellner (2001) corroboram neste sentido pois visualizam a identidade exposta a novas determinações e forças resultando em uma alteração de estilo. A cultura da imagem cria identidades instáveis para reestruturação da identidade pessoal.

A moda se apoia nos processos culturais para seu processo criativo ocorrer. Contextualizando a cultura apoia-se na percepção de Clifford Geertz. No entanto para a compreensão e interpretação dos fenômenos relacionados a moda e ao consumo nas sociedades contemporâneas, há que se considerar os processos de troca, intercâmbio e as relações de poder e dominação que se estabelecem entre sociedades e culturas. A cultura local/ nacional precisa ser compreendida na sua interconexão com processos globais. Este é o processo de transnacionalidade definido por Ribeiro (2000). O autor comenta que existe uma cultura dominante que interfere as demais estabelecendo novas conexões socioculturais, políticas e econômicas. Os coeficientes de relação destes níveis (local, nacional e internacional) possuem diferentes intensidades de influência sobre a estruturação das preferências dos agentes coletivos (sociedade) e individuais (pessoa). Eles interferem

portanto, na geração de identidade. As relações e interações não são unilineares, mas registradas por disjunções e poderes de estruturação circunstanciais desiguais (RIBEIRO, 2000).

METODOLOGIA

Para o desenvolvimento deste artigo utiliza-se a metodologia de estudo de caso, no qual realizou-se coleta dos materiais desenvolvidos para a coleção e a realização de entrevistas em profundidade, com a área de criação. A opção pelo estudo de caso foi julgada mais adequada, sob a perspectiva de alinhamento com o objetivo da pesquisa, à luz do delineamento metodológico de Gil (1996) Ao encontro deste ponto de vista o artigo estrutura-se através da observação e acompanhamento in loco do processo criativo, entrevista com todos os colaboradores envolvidos e leitura dos documentos elaborados para o processo criativo.

Sumarizando, os dados que deram origem ao presente artigo, emanaram de uma pesquisa que pode ser considerada aplicada, com estudo descritivo, exploratório, de abordagem qualitativa. A coleta de evidências é dada por meio de entrevistas em profundidade, além de observações in loco Cabe comentar que a empresa objeto de estudo está situada na região sul do Brasil, atendendo clientes de todo o país no segmento de moda, através da elaboração de acabamentos diferenciados para tecidos, couros e sintéticos.

RESULTADOS

A empresa objeto de estudo está inserida no segmento de moda, vinculada ao vestuário, criando efeitos e texturas de acordo com as demandas dos clientes para couro, tecido e sintético. Ela desenvolve inclusive pesquisas de tendências e cria produtos “conceitos” para cada estação. Seus clientes estão dispersos em todo o Brasil. Para esta pesquisa o enfoque está na coleção desenvolvida primavera/verão 2015/2016. As fontes de pesquisa utilizadas pela área criativa foram sites referência de tendências de moda, tais como, WGSN e STYLE LIST. Utilizado material fotográfico das viagens e feiras as quais a empresa visitou (em Paris e Londres), materiais recebidos pelo fornecedor contendo tendências de moda para a próxima estação. A partir das fontes de pesquisa a coleção foi dividida em quatro temas: O estilo esporte, que hoje está presente em vários looks, se configura como o tema Eco Ativo. A cultura POP e o estilo jovem influenciado por cartoons farão parte do tema Soft POP. O tema Verão Profundo apresentará as cores e as texturas do fundo do mar. Além do ar misterioso do oceano, com apelo visual gótico inspirado no surf. E a união do velho com o novo ficará por conta do tema Passado Moderno, com utilização do acabamento artesanal.

DISCUSSÃO

O projeto está em andamento. A coleta de dados in loco está em fase inicial, verificando superficialmente as fontes para as tendências de moda e a organização da criação e coleção. Dos dados levantados identificam-se possíveis traços de influência cultural internacional, nacional e local. Todavia somente na finalização da pesquisa será possível evidenciar tal hipótese.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa está em andamento, portanto, não é possível ainda identificar quais são os principais elementos e influências culturais utilizados para a formatação de tendências do design de moda nos produtos desenvolvidos na empresa objeto de estudo. Previamente é possível apontar que a coleta dos elementos de tendências no design de moda no segmento têxtil é realizada com pesquisa nos principais eventos de moda internacionais e nacionais. A empresa utiliza para a criação de acabamentos superficiais os desenhos que são desenvolvidos pela área criativa bem como a utilização de filmes termotransferíveis importados da Itália. Eles oferecem texturas e efeitos diferenciados ao produto. Por fim ainda não foi possível identificar quais os elementos culturais que influenciam na criação e formatação do processo criativo e de tendências de moda.

REFERÊNCIAS

DE CARLI, Ana Mery Sehbe; MANFREDINI, Mercedes Lusa (Org.). **Moda em sintonia**. Caxias do Sul, RS: EDUCS, 2010. 163 p.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura global: nacionalismo, globalização e modernidade**. Editora: Vozes, 1999. 437p.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. 1. ed. Rio de Janeiro, RJ: LTC, 2008. 213 p.

MAFFESOLI, Michael. **Elogio da razão sensível**. Editora Vozes, 1998. 196p.

MAFFESOLI, Michel. **No fundo das aparências**. Editora Vozes Rio de Janeiro, 1999. 350p.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Trad. Ivone Castilho Benedetti. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo; Companhia das letras: 2002. 294p.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3ªed. São Paulo. Editora Atlas. 1996.159p.

RIBEIRO, Gustavo Lins. **Cultura e política no mundo contemporâneo: paisagens e passagens**. Editora: Universidade de Brasília, Brasília. 2000, 320p.

DIREITOS HUMANOS E SUA EFICÁCIA NO ÂMBITO DA PREVIDÊNCIA SOCIAL

Fabiano Tacachi Matte¹
William Matheus Marins Vitt²

Palavras-chave: Direitos humanos. Previdência Social. Direitos sociais. Eficácia.

INTRODUÇÃO

Tema: Eficácia dos direitos humanos no âmbito da previdência social.

Delimitação do tema: Efeitos que os direitos sociais - previstos em tratados de direitos humanos – provocam no direito previdenciário interno.

Contextualização: Existência de discriminações na legislação previdenciária e que, por consequência, ofendem direitos humanos e fundamentais. Com o reconhecimento destas omissões e a demora do legislador em corrigir tais deficiências, legitima-se a correção pelo Judiciário.

Justificativa: As promessas constitucionais, dentre as quais a de tornar efetivos os direitos sociais, bem como, de resguardar os direitos humanos, deve ser levada a sério, não podendo ser consideradas um compromisso inconsequente, sob pena de comprometimento do próprio sistema jurídico.

Problema de pesquisa: Qual a eficácia dos tratados de direitos humanos na aplicação e interpretação do direito previdenciário?

Objetivo geral: Analisar a promoção dos direitos humanos, enfrentando-se a questão pela perspectiva do direito previdenciário.

Objetivos específicos: Almeja-se: a) investigar a compreensão dos Tribunais, especialmente do Supremo Tribunal Federal, acerca da eficácia dos tratados de direitos humanos no ordenamento nacional; b) analisar os efeitos decorrentes dos tratados de direitos humanos, sob uma perspectiva do dever de tratamento isonômico, na aplicação e interpretação do direito previdenciário.

Procedimento metodológico: Constatada a ausência de maiores enfrentamentos, propõe-se à análise de decisões do Supremo Tribunal Federal (STF) e na busca em arestos

¹ Mestrando em Direito, com ênfase em Direitos Humanos, UNIRITTER.

² Mestrando em Direito, com ênfase em Direitos Humanos, UNIRITTER. Bolsista pela FAPERGS.

destacados, e na doutrina jurídica, argumentos com vistas a fomentar a investigação da questão.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Conforme a teoria discursiva do Direito, os direitos humanos são o núcleo da justiça (ALEXY, 2014, p. 175), que tem por base as ideias de liberdade e de igualdade (p. 192). Há um ponto de encontro entre a seguridade social e direitos humanos, pois aquela aparece incorporada no princípio da segurança social.

A Corte Interamericana dos Direitos Humanos (CIDH) tem tutelado de forma indireta os direitos previdenciários, invocando na solução, o direito de propriedade e o direito de acesso à Justiça (direitos de 1ª dimensão), deixando de abordar a progressividade dos direitos econômicos, sociais e culturais (SERAU JUNIOR, 2010).

No Brasil, em razão da cláusula constitucional de abertura aos tratados de direito humanos, conferiu-se um tratamento especial aos tratados de direitos humanos, em que possuem *status supralegal*, conforme reconhecido explicitamente no ano de 2008, o Supremo Tribunal Federal, no Recurso Extraordinário 466.343-1. Além disso, aqueles tratados aprovados pelo rito especial do artigo 5º, § 3º, da CF, são dotados de natureza equivalente a emenda constitucional ou, conforme BARROSO (2013, p. 173), não se trata da criação de uma nova espécie normativa, mas na atribuição de uma eficácia qualificada, compondo o “bloco de constitucionalidade”.

Contudo, outros problemas passam a ser enfrentados, sobretudo quanto aos chamados direitos sociais, os quais tem se reconhecido diversas barreiras jurídicas e fáticas em sua efetivação, como a “cultura da crise”, onde: “Transfere-se, assim, o tema da constitucionalidade dos direitos e garantias sociais para o domínio da governabilidade, do orçamento fiscal, do alto custo das contribuições patronais e da falta de equidade na concessão de benefícios e aposentadorias.” (MOTA, 2015, p. 247).

Mas, há mudanças nas teorias da interpretação jurídica, em razão da superação de um modelo dogmático que se revelava insuficiente (VIGO, 2005, p. 40), abrindo espaço para um maior protagonismo judicial, embora que este não seja indene de críticas (RAMOS, 2010).

Com isso, normas de direitos sociais ganham justiciabilidade (ABRAMOVICH; COURTIS, 2014), mesmo que exista o silêncio do legislador, como no caso de lacunas legais que criam tratamento desigual (ou lacunas axiológicas, veja-se CHIASSONI, 2011, p. 248), onde se supera a ausência de um dispositivo legal, concretizando diretamente uma norma constitucional ou de direitos humanos. Contudo, é problemática a situação dos direitos sociais

dos quais derivem prestações quanto aos limites fáticos, como a reserva do possível (SARLET, 2005).

Tem se sustentado que a previdência social, como um direito humano social de 2ª dimensão, sujeita-se a reserva do possível atuarial, não podendo o juiz ampliar os benefícios existentes. Em caso de uma flagrante violação à isonomia, não se poderia estender o benefício a outras categorias, salvo naqueles casos de benefícios relevantes para a manutenção do segurado (IBRAHIM, 2011, p. 155). Por outro lado, há quem defenda que o problema da precedência de custeio, isto é, argumentos de ordem econômica ou atuarial como obstáculo para o reconhecimento de direitos extraído das normas previdenciárias, não pode prevalecer (ROCHA; SAVARIS, 2014).

METODOLOGIA

A proposta compreende o uso do raciocínio problemático como método de abordagem, amparado na revisão bibliográfica e jurisprudencial como método procedimental.

RESULTADOS

No âmbito do STF o enfrentamento da eficácia dos direitos humanos em questões que envolvam a seguridade social ainda é bastante restrito, não existindo um modelo metodológico pronto e acabado. Igualmente, na jurisprudência da CIDH está a merecer melhores desenvolvimentos.

Como ponto de partida, há o reconhecimento do mencionado *status* supralegal dos tratados de direitos humanos, verificando-se a utilização do critério interpretativo da primazia da norma mais favorável ao indivíduo (RAMOS, 2014, p. 112), como a adotada no Agravo Regimental em Recurso Ordinário em Mandado de Segurança nº 32732, da relatoria do Ministro Celso de Mello³.

Noutro julgado importante, da Turma Nacional de Uniformização de Jurisprudência (TNU)⁴, reconheceu-se o *status* constitucional da Convenção Internacional sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência, impedindo que a lei brasileira faça discriminação às pessoas com deficiência. Desta forma, o adicional de 25% na aposentadoria por invalidez, concedido à pessoa que necessite do auxílio de terceiro, também foi estendido para a aposentadoria por idade, numa interpretação sistemática.

³ STF, RMS 32732 AgR, Relator(a): Min. CELSO DE MELLO, Segunda Turma, julgado em 03/06/2014, PROCESSO ELETRÔNICO DJe-148 DIVULG 31-07-2014 PUBLIC 01-08-2014.

⁴ TNU, PEDILEF 05010669320144058502, JUIZ FEDERAL SÉRGIO MURILO WANDERLEY QUEIROGA, DOU 20/03/2015 PÁGINAS 106/170.

DISCUSSÃO

Apesar de existirem julgados reconhecendo a invocação dos tratados de direitos humanos, existem ainda um longo caminho para a plena utilização destas normas, pois se possuem normatividade no plano interno, não cabe o aplicador e intérprete simplesmente afastar a sua incidência por uma escolha lastreada num ponto de vista subjetivo. Mas, por terem normalmente uma estrutura de princípio, estabelecendo uma prescrição da realização de um estado ideal de coisas, restam carentes da previsão, de antemão, das condutas exigidas para a consecução do fim visado, o que reclama uma jurisprudência ativa, construtiva deste conteúdo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em uma breve e sumária conclusão, afirma-se positivamente ao problema, de que os tratados de direitos humanos atuam na ordem interna, isto é, possuem eficácia, desde que devidamente internalizados. Porém, ainda está a merecer melhores definições sobre os significados destes princípios que dizem respeito a direitos sociais, o que alcança o direito previdenciário.

Nota-se que a dificuldade reside no campo da CIDH e se estende ao STF, onde inclusive neste último há uma crescente preocupação com a promoção dos direitos humanos, mas quando alcançam os ditos direitos sociais, ainda há um déficit no exame por este viés.

Como o critério da precedência do custeio atuarial impede a concessão de benefícios não previstos em lei, a existência de desigualdades de tratamento não poderá servir como óbice para a sua concessão a pessoas em mesma situação, por efeito do dever de tratamento isonômico.

REFERÊNCIAS

ABRAMOVICH, Víctor; COURTIS, Christian. **Los derechos sociales como derechos exigibles**. Madrid: Trotta, 2014.

ALEXY, Robert. A existência dos direitos humanos. *in* **Princípios formais e outros aspectos da teoria discursiva do Direito**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2014.

BARROSO, Luís Roberto. Constituição e tratados internacionais: alguns aspectos da relação entre direito internacional e direito interno. *in* MARINONI, Luiz Guilherme; MAZZUOLI,

Valerio de Oliveira. **Controle de convencionalidade**. Brasília: Gazeta Jurídica, 2013. p. 147-180.

CHIASSONI, Pierluigi. **Técnica de interpretación jurídica**. Madrid: Marcial Pons, 2011.

IBRAHIM, Fábio Zambitte. **A previdência social no estado contemporâneo: fundamentos, financiamento e regulação**. Niterói: Impetus, 2011.

MOTA, Ana Elizabete. **Cultura da crise e seguridade social**. 7 ed. São Paulo: Cortez, 2015.
RAMOS, Elival da Silva. **Ativismo judicial**. São Paulo: Saraiva, 2010.

RAMOS, André de Carvalho. **Teoria geral dos direitos humanos**. 4 ed. São Paulo: Saraiva, 2014.

ROCHA, Daniel Machado da; SAVARIS, José Antonio. **Curso de direito previdenciário**. Curitiba: Alteridade, 2014.

SARLET, Ingo Wolfgang. **A eficácia dos direitos fundamentais**. 6 ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2006.

SERAU JUNIOR, Marco Aurélio. Análise do caso “Cinco pensionistas vs. Peru”, da Corte Interamericana de Direitos Humanos. Caso Nº 12.0341. **Revista jurídica**, UCES, v. 14, 2010, p. 114-126.

VIGO, Rodolfo Luis. **Interpretação jurídica**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2005.

DISCRIMINAÇÃO DE TRABALHADORES E RISCOS PSICOSSOCIAIS NO AMBIENTE LABORAL

Ellen Lindemann Wother¹
Roger Raupp Rios (orientador)²

Palavras-chave: Meio ambiente do trabalho. Discriminação. Assédio moral no trabalho. Riscos psicossociais. Saúde.

INTRODUÇÃO

TEMA

Discriminação de trabalhadores e riscos psicossociais no ambiente laboral.

DELIMITAÇÃO DO TEMA

Discriminação de trabalhadores e riscos psicossociais.

CONTEXTUALIZAÇÃO E JUSTIFICATIVA

É crescente o número de processos trabalhistas em que são postuladas indenizações para reparação de danos decorrentes de condutas discriminatórias praticadas contra trabalhadores. As situações de discriminação denunciadas nas ações ocorrem por diversos motivos, degradam o meio ambiente do trabalho, vitimam diferentes perfis de pessoas e criam riscos psicossociais que podem lesar a saúde física e psicológica dos trabalhadores. Trata-se de problemática atual e que justifica o presente estudo, para o fim de compreender sob o prisma jurídico a discriminação de trabalhadores como um risco do meio ambiente do trabalho.

PROBLEMA DE PESQUISA:

O presente trabalho investiga a discriminação dos trabalhadores como um risco do meio ambiente laboral.

1.5 Objetivo geral

¹ Mestranda em Direito (área de concentração Direitos Humanos) no Centro Universitário Ritter dos Reis, Porto Alegre, RS. Pós-graduada *lato sensu* (especialista) em Direito do Trabalho pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS. Advogada.

² Doutor e Mestre em Direito pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS. Professor no Centro Universitário Ritter dos Reis, Porto Alegre, RS. Juiz Federal do Tribunal Regional Federal da 4ª Região.

Investigar se a discriminação de trabalhadores ocorrida no ambiente do trabalho pode ser identificada como um risco.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Estudar o conceito jurídico de meio ambiente do trabalho.
- b) Analisar o direito humano fundamental do trabalhador a um meio ambiente do trabalho que garanta sua saúde física e mental.
- c) Analisar a discriminação no ambiente do trabalho sob a perspectiva de risco psicossocial.

PROCEDIMENTO METODOLÓGICO

A metodologia utilizada consistiu na análise qualitativa do material resultante da pesquisa bibliográfica, composta por livros, periódicos, jurisprudência, legislação e outros.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O MEIO AMBIENTE DO TRABALHO

O *meio ambiente do trabalho* é espécie do gênero *meio ambiente* e resulta da conjugação de conceitos do Direito Ambiental (meio ambiente) e do Direito do Trabalho (ambiente do trabalho). Celso Antonio Pacheco Fiorillo entende que o meio ambiente do trabalho pode ser conceituado da seguinte forma:

Constitui meio ambiente do trabalho o local onde as pessoas desempenham suas atividades laborais relacionadas à sua saúde, sejam remuneradas ou não, cujo equilíbrio está baseado na salubridade do meio e na ausência de agentes que comprometam a incolumidade físico-psíquica dos trabalhadores, independente da condição que ostentem (homens ou mulheres, maiores ou menores de idade, celetistas, servidores públicos, autônomos etc.).³

As questões ambientais são interdisciplinares e ensejam a conjugação de conhecimentos de áreas distintas da ciência jurídica, tais como medicina, física, química, engenharia, psicologia, ciências biológicas e outras, para a proteção do meio ambiente do trabalho através de medidas preventivas e corretivas contra os riscos laborais.

³ FIORILLO, Celso Antonio Pacheco. *Curso de direito ambiental brasileiro*. 14. ed. São Paulo: Saraiva, 2013. p. 52.

O DIREITO HUMANO FUNDAMENTAL DO TRABALHADOR AO MEIO AMBIENTE DO TRABALHO QUE GARANTA SUA SAÚDE FÍSICA E MENTAL

No direito positivo brasileiro, as normas referentes ao ambiente do trabalho e proteção da segurança e saúde do trabalhador são voltadas especialmente para os riscos físicos, químicos e biológicos. Esta perspectiva acarreta na inobservância da íntegra do conceito de *saúde* da Organização Mundial de Saúde que enuncia que: “a saúde é um estado de completo bem-estar físico, mental e social, e não somente a ausência de doença ou enfermidade.”

A saúde psíquica também merece ser objeto de proteção, visto que o meio ambiente do trabalho saudável, seguro e adequado é um direito humano fundamental do trabalhador.

A DISCRIMINAÇÃO NO AMBIENTE DO TRABALHO COMO RISCO PSICOSSOCIAL

A Agência Europeia para a Segurança e Saúde no Trabalho⁴ aponta que os riscos psicossociais e o estresse relacionado com o trabalho impactam de forma significativa na saúde das pessoas, nas empresas e economias nacionais.

Estudos apontam que um dos fatores com potencial de causar riscos psicossociais no ambiente laboral é a discriminação no trabalho.⁵

Ao tratar do Direito da Antidiscriminação, Roger Raupp Rios apresenta o seguinte conceito jurídico constitucional de discriminação:

Qualquer distinção, exclusão, restrição ou preferência que tenha o propósito ou o efeito de anular ou prejudicar o reconhecimento, gozo ou exercício em pé de igualdade de direitos humanos e liberdades fundamentais nos campos econômico, social, cultural ou em qualquer campo da vida pública.⁶

A discriminação pode ser direta ou indireta. A discriminação direta é a modalidade mais óbvia e ocorre quando a vítima recebe tratamento desigual, menos favorável, motivada exclusivamente por causa de “sua raça, cor, sexo, origem ou qualquer outro fator que a diferencie da maioria dominante.”⁷ Na discriminação direta existe o propósito de prejudicar,

⁴ EUROPEAN AGENCY FOR SAFETY AND HEALTH AT WORK. Psychosocial risks and stress at work. Disponível em: <https://osha.europa.eu/pt/topics/stress/index_html> Acesso em 15 mar.2015.

⁵ Um dos estudos que pode ser destacado é o que foi realizado em Portugal e que encontra-se disponível em: <http://www.ugt.pt/riscospsicossociais_ESENER_14_12_2012.pdf>

⁶ RIOS, Roger Raupp. *Direito da antidiscriminação: discriminação direta, indireta e ações afirmativas*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2008. p.20.

⁷ GOMES, Joaquim Benedito Barbosa. *Ação afirmativa e princípio constitucional da igualdade: o direito como instrumento de transformação social*. Rio de Janeiro: Renovar, 2001. p. 20.

enquanto na forma indireta o prejuízo é produzido por meio de práticas, requerimentos ou medidas neutras e não intencionais.⁸

METODOLOGIA

A metodologia a ser utilizada será a análise qualitativa do material resultante da pesquisa bibliográfica, composta por livros e periódicos, jurisprudência dos Tribunais Regionais do Trabalho e do Tribunal Superior do Trabalho, legislação brasileira (trabalhista e constitucional) e normas internacionais. Conforme Cervo, Bervian e Da Silva (2007, p. 60), através da pesquisa bibliográfica busca-se a explicação de um problema a partir de referências teóricas, tais como artigos e livros.

Será utilizado o método de abordagem dialético, tendo em vista que através da abordagem dialética é possível conseguir “as bases para uma interpretação dinâmica e totalizante da realidade, uma vez que estabelece que os fatos sociais não podem ser entendidos quando considerados isoladamente, abstraídos de suas influências políticas, econômicas, culturais, etc” (GIL, 2008, p. 14).

RESULTADOS

Através de pesquisa jurisprudencial foram apuradas situações de discriminação dos trabalhadores no ambiente laboral, dentre as quais a maior parte refere-se à discriminação direta, efetivada através de práticas de assédio moral praticado por prepostos e colegas de trabalho em níveis hierárquicos superiores ou do mesmo grau da vítima.

DISCUSSÃO

A configuração da discriminação como um risco psicossocial no meio ambiente do trabalho deve ser parametrizado para fins de prevenção, da mesma forma como se procede para eliminar os riscos físicos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O mundo do trabalho está em constante modificação. Vivemos uma fase na qual é possível mapear os riscos de meio ambiente do trabalho, inclusive riscos que antes não eram considerados na tutela da saúde e bem-estar dos trabalhadores.

⁸ RIOS, Roger Raupp. *Direito da antidiscriminação: discriminação direta, indireta e ações afirmativas*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2008. p.89.

A discriminação por assédio moral tem sido apontada na jurisprudência trabalhista como fundamento do reconhecimento de nexos causais de doenças que afetam a saúde mental e física dos trabalhadores. Isso demonstra que independentemente do referido risco estar regulamentado por normas, existe o dever do empregador de prevenir a prática de discriminação por assédio moral no meio ambiente do trabalho.

REFERÊNCIAS

ALKIMIN, Maria Aparecida. *Assédio moral na relação de emprego*. Curitiba: Juruá, 2005.

ANTUNES, Paulo de Bessa. *Direito ambiental*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2005.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS MAGISTRADOS DA JUSTIÇA DO TRABALHO. *1ª Jornada de Direito Material e Processual da Justiça do Trabalho. Enunciados aprovados*. São Paulo: LTr, 2008.

BRASIL. MINISTERIO DO TRABALHO E EMPREGO. *Convenções*. Disponível em: <<http://portal.mte.gov.br/legislacao/convencoes.htm>> Acesso em 02 fev. 2015.

BRASIL. Tribunal Superior do Trabalho. Acórdão do recurso de revista n. 0000331-41.2011.5.10.0018. Ministro Aloysio Correa da Veiga. 06 de dezembro de 2012. Disponível em: <www.tst.jus.br> Acesso em 22 set. 2014.

CESARINO JUNIOR, A. F. *Direito social brasileiro*. v. 2. 6. ed. São Paulo: Saraiva, 1970.

EUROPEAN AGENCY FOR SAFETY AND HEALTH AT WORK. Psychosocial risks and stress at work. Disponível em: <https://osha.europa.eu/pt/topics/stress/index_html> Acesso em 15 mar.2015.

FIGUEIREDO, Guilherme José Purvim de. *Direito ambiental e a saúde dos trabalhadores*. São Paulo: LTr, 2000.

FIORILLO, Celso Antonio Pacheco. *Curso de direito ambiental brasileiro*. 14. ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

GOMES, Joaquim Benedito Barbosa. *Ação afirmativa e princípio constitucional da igualdade: o direito como instrumento de transformação social*. Rio de Janeiro: Renovar, 2001.

HIRIGOYEN, Marie-France. *Mal-estar no trabalho: redefinindo o assédio moral*. Rio de Janeiro: Bertrand, 2002.

LIMA, Firmino Alves. *Teoria da discriminação nas relações de trabalho*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

MACHADO, Paulo Afonso Leme. *Direito ambiental brasileiro*. 10 ed. São Paulo: Malheiros, 2002.

MELO, Raimundo Simão de. *Direito ambiental do trabalho e a saúde do trabalhador: responsabilidades legais, dano material, dano moral, dano estético*. São Paulo: LTr, 2004.

NASCIMENTO, Amauri Mascaro. *Curso de direito processual do trabalho*. 22. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

OLIVEIRA, Sebastião Geraldo de. *Proteção jurídica à saúde do trabalhador*. 3 d. São Paulo: LTr, 2001.

ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO. Cuando el trabajo resulta peligroso. *Trabajo. Revista da la OIT*, 1998, p. 6-9.

RIOS, Roger Raupp. *Direito da antidiscriminação: discriminação direta, indireta e ações afirmativas*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2008.

SILVA, José Afonso da. *Direito ambiental constitucional*. 8. ed. São Paulo: Malheiros, 2010.

SUSSEKIND, Arnaldo. *Direito constitucional do trabalho*. 3. ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2004.

UNIÃO GERAL DOS TRABALHADORES. *Riscos Psicossociais no Trabalho em Portugal. Compilação de dados baseada no ESENER. Resultados do 5º Inquérito Europeu sobre as Condições de Trabalho*. Lisboa, 2012. Disponível em:
<http://www.ugt.pt/riscospsicossociais_ESENER_14_12_2012.pdf> Acesso em 08 mar.2015.

DO VANDALISMO AO PROTESTO: O DISCURSO DE ZERO HORA SOBRE AS MANIFESTAÇÕES CONTRA O AUMENTO DA TARIFA EM PORTO ALEGRE

Andréia Poerschke Sarmanho¹

Norberto Kuhn Junior²

Palavras-chave: Manifestações. Transporte Público. Análise de Conteúdo.

INTRODUÇÃO

O reajuste da tarifa do transporte público de Porto Alegre, em março de 2013, fez a indignação ser convertida em movimento³ e os manifestantes se tornarem notícia. Com uma análise do conteúdo jornalístico veiculado pelo jornal Zero Hora, buscamos evidenciar seu posicionamento em relação às manifestações em dois momentos. Primeiro, sobre como foram abordadas nos meses de março e abril, durante os primeiros atos após o reajuste e, depois, em junho, quando o movimento cresceu em número de manifestantes e, até, de reivindicações.

Através desta análise, podemos perceber como a mídia tradicional⁴ valora os acontecimentos, como se posiciona, mediante a forma como os qualifica, o espaço dado a eles, dentre outras variáveis. Por fim, o significado do discurso passa a ser analisado a partir de teorias que levem em consideração o papel e a atuação da mídia no espaço social.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

As narrativas, mesmo na condição de notícia, “não podem ser vistas como emergindo naturalmente dos acontecimentos do mundo real; as notícias acontecem na conjunção de acontecimentos e textos” (TRAQUINA, 1999, p. 168). Assim como Nelson Traquina, Stuart Hall (1999) aponta a prática de selecionar o que terá visibilidade e alerta para a compreensão do que é noticiado, reforçando a existência de “orientações relativas aos acontecimentos e

¹ Especialista em Jornalismo e Convergência de Mídias pela Universidade Feevale. Jornalista graduada em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo na Universidade Federal do Pampa (Unipampa). E-mail: andreiasarmanho@gmail.com.

² Doutor em Ciências da Comunicação pela Unisinos. Professor e pesquisador da Universidade Feevale do Programa de Diversidade Cultural e Inclusão Social e do Mestrado Profissional em Indústria Criativa. E-mail: nkjunior@feevale.br.

³ Abordamos o conceito de movimento social de Ilse Scherer-Warren (1989), que os entende como “ação grupal para a transformação, voltada para a realização dos mesmos objetivos, sob a orientação mais ou menos consciente de princípios valorativos comuns e sob uma organização diretiva mais ou menos definida” (p.20).

⁴ Aqui o conceito de “mídia tradicional” não se refere ao sentido tecnológico (mídias tradicionais *versus* mídias digitais), mas sim ao posicionamento enquanto agente de comunicação de massa e de manutenção do *status quo*.

pessoas ou grupos nela envolvidos” (p. 228). O jornalismo, portanto, opta por sustentar ou descartar, por legitimar e impulsionar a efervescência social ou manter o *status quo*.

A partir da noção de “espaço social” de Pierre Bourdieu (1996), podemos observar as relações, dadas as diferenças constituídas mediante a distribuição de fatores de influência, sendo a posição ocupada determinada pela quantidade de energia política – econômica ou cultural – que vem a ser o “capital”, neste contexto. O “poder simbólico” (BOURDIEU, 1989), reside na capacidade de fazer com que as pessoas façam aquilo que desejamos. Aqueles que o têm em maior quantidade, são profissionais do poder e, dependendo da posição que ocupam, atuam pela transformação ou pela manutenção deste espaço social.

Na linha teórica de Weber (1996), são abordadas as estruturas de dominação, onde a política é “o conjunto de esforços feitos com vistas a participar do poder ou a influenciar a divisão do poder” (p. 56). Os veículos de comunicação, como agentes políticos socialmente influentes, podem nem sempre estar voltados a legitimar a ação do Estado, mas atuam para manter a própria posição, prezando por uma ordem social favorável a sua reprodução, valendo-se do seu capital cultural, submetidos também ao poder do capital econômico.

METODOLOGIA

A análise de conteúdo foi difundida na comunicação a partir de 1927, por Harold Lasswell, porque “descrevia com objetividade e precisão o que era dito sobre um determinado tema, num determinado lugar e num determinado espaço” (HERSCOVITZ, 2007, p. 123). Com os passos propostos por Heloisa Herscovitz, selecionamos e segmentamos a amostragem da cobertura, em fases – a primeira em março e início de abril e, a segunda, no mês de junho.

Foram trabalhadas duas edições do jornal Zero Hora referentes a cada uma destas fases – quatro edições, no total –, com avaliação da capa e dos textos de matérias referentes à manifestação noticiada. A codificação para classificação e interpretação do conteúdo tem como base unidades de registro relacionadas aos elementos propostos por Bardin (2002), aqui representados pelas categorias *Liderança* (delegação de poder ou responsabilidade), *Causa* (bandeiras de luta), *Desqualificação* (registro de atos negativos) e *Qualificação* (registro de atos positivos). Na análise da capa e das imagens, há quantificação e classificação nas categorias *Vandalismo* (confrontos) e *Protesto* (massa pacífica, personagens e cartazes).

A etapa seguinte foi identificar no discurso estratégias de marcação de posição da mídia no campo social. Partindo dos conceitos de espaço social, poder simbólico e capital cultural, de Pierre Bourdieu, buscamos refletir sobre o papel dos veículos de comunicação enquanto agentes do campo midiático. Vale também a observação a respeito dos fatores que

conferem poder às empresas de comunicação e como elas se utilizam dele enquanto agentes políticos dentro das estruturas de dominação, conforme a abordagem de Max Weber.

RESULTADOS

A partir da tabulação dos dados, observamos que a cobertura das manifestações ganha espaço gradativamente. Em relação à primeira fase, na edição de 28 de março, o fato não é destaque e transparece a preocupação em responsabilizar, encontrar culpados para a desordem. Na edição seguinte, de 2 de abril, após protesto com mais adesão que o anterior, percebemos mais itens em *Qualificação*. Ainda assim, toda menção ao ato, que transcorreu pacificamente, traz ressalvas, comparando a situações de vandalismo do protesto anterior.

Na segunda fase, nenhuma instituição com legitimidade prévia é apontada como *Liderança* e se nota a tentativa de manutenção do *status quo* pela falta de representatividade característica de movimentos ditos espontâneos. Se a edição de 14 de junho traz uma capa quase totalmente voltada ao “basta” da chamada “Passou dos limites” junto à imagem grande de um contêiner em chamas, a edição do dia 18 traz estampada a dualidade do bem *versus* mal – “O Protesto” e “A Batalha”, com destaque para uma jovem de rosto pintado, levantando um cartaz com a frase “O dia vai raiar sem lhe pedir licença”. Agora o veículo resolve humanizar a manifestação, destacando uma imagem de *Protesto*, de valor positivo, ainda que acompanhada de outras negativas. Sem poder ignorar o volume de manifestantes nas ruas em todo o Brasil, Zero Hora noticiou os demais atos. Agora, 17 das 48 páginas do jornal (excluindo os cadernos especiais), abordavam as manifestações.

DISCUSSÃO

Na obra “Sobre a Televisão”, Bourdieu critica a lógica televisiva do jornalismo e seus efeitos, que considera ameaçadores à vida política e à democracia, ao avaliar que “esses mecanismos concorrem para produzir um efeito global de despolitização ou, mais exatamente, de desencanto com a política” (1996, p. 139). Foi o que verificamos desde o início da análise, com a identificação de um discurso desqualificador da “agitação” percebida no espaço social.

A desqualificação e tentativa de rotular e desapropriar socialmente o fenômeno não foi à toa. “O jogo político é um assunto de profissionais, para encorajar, sobretudo nos menos politizados, um desencanto fatalista evidentemente favorável à manutenção da ordem estabelecida” (BOURDIEU, 1996, p. 142).

Nas coberturas da segunda fase, acontece uma reviravolta na forma como as manifestações são retratadas. Com o fenômeno das ruas ganhando força e, de certa forma,

direcionamento político, a mídia precisa saber jogar para manter sua posição dentro do espaço social – até porque ela passa a ser subjugada pelo movimento, portanto, tendo sua reprodução ameaçada. Em Porto Alegre, confrontos entre polícia e manifestantes ocorriam repetidamente nas imediações da sede do jornal. Em outras capitais também não foram raros os episódios de hostilidade a veículos e profissionais de imprensa. Outras análises da repercussão midiática das manifestações dão conta desta mudança generalizada na postura dos veículos dominantes:

No que diz respeito à mídia tradicional, usualmente alinhada com o status quo, a mudança no tom é chamativa: ela, que chamava os manifestantes de “vândalos” e “rebeldes sem causa”, agora os chama de “heróis” e “campeões da democracia”. Deve-se notar, portanto, que enquanto os protestos passaram, eles próprios, para um posicionamento político diferente daquele de origem, a mídia decidia que era hora de apoiá-los, não de denunciá-los (PINTO, 2013, p. 158).

As mídias, então, consolidam-se agentes políticos cuja atuação transcende o campo midiático, à medida que suas ações impactam a totalidade do espaço social. Legitimadas pela amplitude do próprio capital cultural, desenvolvem um novo tipo de capital simbólico, que é o de dar visibilidade, tornar público e legitimar discursos sobre como as coisas *são* e como *devem ser*, a partir da ordem ideal para a manutenção da sua própria posição e reprodução.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise de conteúdo e do contexto, com base em um marco teórico voltado à concepção da mídia como agente político no espaço social, deixa clara a mudança de posicionamento do discurso, que abordou o fenômeno da forma conveniente ao momento. Primeiro, houve a tentativa direta de manutenção do *status quo*, destacando a perturbação da ordem em detrimento da retratação da luta social que tomava forma com o movimento, até que ele cresceu. Zero Hora abriu espaço, reconheceu o fenômeno como movimento social e reproduziu a indignação despolitizada que logo cairia no “desengajamento fatalista”, referido por Bourdieu, como condição ideal de retomada do *status quo*. A mídia precisou se posicionar para sair da rota de colisão e tentar assumir a condução para onde fosse conveniente à composição da legitimidade social enquanto produtora cultural (campo de produção simbólica, da notícia) e à manutenção e reprodução do negócio (campo econômico).

Onde há poder, há disputa. O espaço social abriga o cotidiano, o indivíduo, o coletivo e uma luta constante de agentes políticos. No revezamento de forças, a tomada de posição por parte da mídia é natural, embora não seja totalmente consciente pelo coletivo. Para assegurar sua reprodução, sua linha discursiva terá compatibilidade com as forças que

garantam as condições para a manutenção do seu próprio poder. E poder, recapitulando, só existe quando é reconhecido pela maioria.

REFERENCIAL

BARDIN, Laurence. **Análisis de Contenido**. 3. ed. Madri: Akal, 2002.

BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

_____. **Razões Práticas: Sobre a teoria da ação**. Campinas: Papirus, 1996.

_____. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

HALL, Stuart et al. A produção social das notícias: o mugging nos media. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e "estórias"**. Lisboa, Vega, 1999.

HERSCOVITZ, Heloiza. Análise do Conteúdo em Jornalismo. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia (Org.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007.

MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. Um modelo híbrido de pesquisa: a metodologia aplicada pelo GJOL. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia (Org.). **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007.

MORETZSOHN, Sylvia. "Profissionalismo" e "objetividade": o jornalismo na contramão da política. In: MOTTA, Luiz Gonzaga (coord). **Imprensa e Poder**. Brasília, Editora Universidade de Brasília, 2002.

Governo do Estado do Rio Grande do Sul. Hábitos Relacionados ao Jornal. In: **Pesquisa de Opinião Pública: Foco Opinião e Mercado**, 2013. Disponível em: <<http://www.clicrbs.com.br/pdf/14911176.pdf>>. Acesso em: 09 nov de 2014.

PINTO, O. L. V. Os protestos no Brasil, ou Sobre como a passagem de ônibus revelou contradições. **The International Journal of Badiou Studies**, v. 2, p. 156-159, 2013.

SCHERER-WARREN, Ilse. **Movimentos sociais: um ensaio de interpretação sociológica**. 3. ed. Florianópolis: UFSC, 1989.

SOLOSKI, John. O jornalismo e o profissionalismo: alguns constrangimentos no trabalho jornalístico. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e "estórias"**. Lisboa, Vega, 1999.

TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e "estórias"**. Lisboa: Vega, 1999.

WEBER, Max. A Política como Vocaçao. In: WEBER, Max. **Ciência e Política: Duas vocações**. São Paulo: Editora Cultrix, 1996. p. 53-124.

ESPELHO, ESPELHO MEU, EXISTE ALGUÉM MAIS NARCISO DO QUE EU? PROPOSTA INTERDISCIPLINAR DAS MANIFESTAÇÕES DE SELFIES NAS REDES

Cristiane Weber¹

Sandra Portella Montardo²

Palavras-chave: Narcisismo. Selfies. Tecnologia. Cibercultura. Neuroimagem.

INTRODUÇÃO

UMA BREVE DISCUSSÃO SOBRE A CULTURA AO NARCISISMO NAS REDES SOCIAIS

Individualmente, a sociedade parece viver o momento do culto aferido e voluntário: o ‘eu’ é reverenciado em olímpos das redes sociais, como o *Instagram*. Diariamente, milhares de pessoas postam fotos, carregadas de filtros de imagem, para momentos diversos, tais como ida a festas, formaturas, restaurantes, encontros no parque para o gaúcho chimarrão. A causa para a selfie (ou foto de si mesmo) de fato, parece ser o menos importante. Pois mais do que motivos, a relevância está na consequência da foto: é preciso que alguém curta e compartilhe sua manifestação narcísica. E que a venere também.

A profusão de tais registros ganhou aliados que se movimentam junto ao ciclo narcísico mundial: os *upgrades* tecnológicos. Nos últimos anos, até mesmo as câmeras fotográficas tradicionais perderam espaço para as lentes acopladas aos celulares. São inúmeros recursos que chegam com o objetivo de alavancar ainda mais a cultura da autoadmiração. Lentes, sistemas operacionais e outras parafernálias. Cada vez mais, a tecnologia responde a uma demanda narcísica, que responde com a requisição de maior e mais eficiente tecnologia.

Aparentemente, os dois polos – o social e o tecnológico – podem estar se retroalimentando e promovendo esse ciclo de autoveneração que permeia a sociedade. Há, porém, um terceiro eixo, este muitas vezes pesquisado individualmente: o que envolve os

¹ Jornalista. Mestre e doutoranda em Processos e Manifestações Culturais na Universidade Feevale. crisjornalistas@gmail.com

² Orientadora. Professora Feevale. E-mail: sandramontardo@feevale.br

aspectos neurais do cérebro ao reagir à própria imagem e os aspectos narcísicos do ponto de vista da psicanálise. Com essa terceira via e diante da manifestação atual de egos enaltecidos e apropriação de tecnologias para tanto, o presente resumo reúne os principais elementos da tese da pesquisadora, a ser desenvolvida no programa de Pós-Graduação em Processos e Manifestações Culturais da Universidade Feevale. A pesquisa tem o objetivo de problematizar, em profunda investigação, o atual ciclo narcísico que marca a sociedade atual, promovendo uma triangulação entre os três polos.

Como problema de pesquisa, temos a seguinte questão: qual a base dessa triangulação? Determinada a base, quais os reais impactos dos outros dois eixos? Nesse sentido, apontam-se como três principais objetivos específicos: (a) investigar as tipologias de selfies em frente ao espelho, com análise não só quantitativa como qualitativa (corpus); (b) realizar uma ampla pesquisa acerca da evolução histórica e tecnológica da selfie, desde o autorretrato e sua difusão na pintura até as milhões de postagens diárias e instantâneas; (c) coletar e processar dados de exames de ressonância magnética em amostra a ser determinada, com leitura da atividade cerebral durante o reconhecimento da face. O corpus sugerido pela pesquisadora se trata de um compilado de selfies em frente ao espelho, catalogadas pela ferramenta *Websta*, voltada a quantificar *hashtags* (marcações de conteúdo online) e fotos postadas na rede social Instagram.

A metodologia proposta para a pesquisa é de natureza exploratória, com método de procedimento observacional, além de metodologia de neuroimagem funcional, desenvolvido por pesquisadores do Instituto do Cérebro do Rio Grande do Sul – PUCRS. A seguir, os principais eixos norteadores do estudo.

SÍNDROME DO PROTAGONISMO: UMA SOCIEDADE EM ESPETÁCULO

A atual predileção social da sociedade pelo estrelato momentâneo pode ser associada à teoria destacada por Moraes (2008) sobre a síndrome do protagonismo. Segundo Moraes (2008, p. 18),

[...] é possível definir a síndrome do protagonista simplesmente como uma condição que se afigura comum a sujeitos identificados na necessidade de ocupar o primeiro plano dos acontecimentos. E há razões para esta conceituação inicial ser formada a partir das utilizações mais triviais das palavras. Em primeiro lugar, porque o próprio tema de que se trata refere-se aos sujeitos comuns que passam a protagonizar produções midiáticas.

Moraes (2008) acrescenta que, antes da concepção de protagonista midiático, o ser humano vive em sociedade e dessa sociedade extrai um aspecto cultural. A sociedade funcionaria como um grande palco onde os competidores (protagonistas) compartilham formatos de comportamento e sentidos. Essa seria, segundo Moraes (2008, p.18) “a condição cultural que identifica os sujeitos que correm na direção do protagonismo”.

EGO ESCANEADO: O PROCESSO DE NEUROIMAGEM FUNCIONAL

Do ponto de vista do exacerbado movimento narcísico, além de aspectos embasados na psicanálise, a proposta da pesquisa é a de realizar exames de ressonância magnética no Instituto do Cérebro do Rio Grande do Sul, em amostra aproximada de trinta jovens praticantes de selfies de forma regular, com idade e outros fatores a serem definidos, que responderão a questionário com conteúdo a ser elaborado, para posterior cruzamento de informações e definições de padrões de leitura e análise em neuroimagem funcional. A proposta interdisciplinar, compreende-se, atende a um movimento de estudos perene em neurociência e relações sociais.

De acordo com Damásio (2005, p. 282), "a compreensão cabal da mente humana requer a adoção de uma perspectiva do organismo, não só a mente tem de passar de um cogitum não físico para o domínio do tecido biológico, como deve também ser relacionada com todo o organismo que possui cérebro e corpo integrados e que se encontra plenamente interativo com um meio ambiente físico e social". A proposta de estudo foi aceita por pesquisadores que integram grupo de estudo em neurofilosofia, voltado a outros estudos na esfera das redes sociais.

A APROPRIAÇÃO DAS TECNOLOGIAS: EGOS NO OLIMPO

A proliferação de imagens, na mídia eletrônica, de corpos e de sua boa forma, levam o indivíduo a "imaginar, a diagramar, a fantasiar determinadas existências corporais, nas formas de sonhar e de desejar que propõem" (SANTAELLA, 2008, p. 150). A estimulação e a exaltação do rosto perfeito – nem que seja o que é editado com filtros disponíveis – provoca uma resposta imediata da indústria tecnológica, que desenvolve constantemente novas ferramentas que venham ao encontro do modelo individualista e paradoxalmente envolvido no movimento em massa que acomete as redes sociais. O objetivo do estudo é delinear uma linha do tempo da evolução do autorretrato, desde a pintura até os programas de edição que hoje compõem os *hardwares* que acompanham a necessidade de se postar mais rapidamente – e com mais recursos – uma selfie no Instagram.

Com a superexposição da vida privada pelo uso desta selfie publicada, a produção desenfreada de selfies acaba alimentando novas tecnologias, que por sua vez retroalimentam a prática de compartilhar imagens de si em demasia. A hipótese é a de que a fusão desses elementos, por sua vez, seria fruto de um egocentrismo exacerbado ainda não ou pouco explorado do ponto de vista da neurociência, que liga questões ambientais a aspectos neurais e da psicanálise. Como frisa Silva (2013, p. 7), a produção de selfies passa a ser uma maneira de “visibilidade a personagens obscuros, iluminando-os até revelar a transparência, ou opacidade, de seus espíritos”.

METODOLOGIA

Um dos principais métodos utilizados, o método observacional, de acordo com Prodanov e Freitas (2013), é um dos mais utilizados nas ciências sociais e apresenta alguns aspectos interessantes: “por um lado, pode ser considerado como o mais primitivo e, conseqüentemente, o mais impreciso. Mas, por outro lado, pode ser tido como um dos mais modernos, visto ser o que possibilita o mais elevado grau de precisão nas ciências sociais.” (GIL, 2008 apud PRODANOV e FREITAS, 2013). O objetivo final do estudo é alcançar as correlações pela triangulação proposta, em profunda investigação sobre a temática.

DISCUSSÃO PROPOSTA E CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir dos eixos propostos, a pesquisa de doutorado proposta tem como objetivo investigar o recente fenômeno das selfies no processo de relações sociais permeadas pela cultura narcísica que, acredita-se, têm relação direta e fundante neste processo. Ao longo do período proposto pela pós-graduação *stricto sensu*, pretende-se alcançar uma análise eficiente e contributiva aos estudos de relações sociais, revelando os processos que funcionam como elos no recente fenômeno, impensável para alguns anos atrás e ainda obscuros aos anos que se seguem. Estamos fadados à exposição absoluta e cada vez maior? Sabemos a origem da ânsia pela fama que pensamos/sonhamos ter? O que se passa em nosso cérebro quando nos deparamos com nós mesmos? Algumas perguntas que pretendemos responder ao longo dos quatro anos de doutorado.

REFERÊNCIAS

DAMÁSIO, António. O Erro de Descartes: Emoção, razão e o cérebro humano. 2a. edição. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

MORAES, Ana Luisa Coiro. **A síndrome do protagonista: uma abordagem cultural às personagens dos espetáculos de realidade da mídia.** 2008. 319 p. Tese (Doutorado em Comunicação Social). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, 2008. Disponível em: <http://tede.pucrs.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=1291>. Acesso em: 29 jan 2015.

PRODANOV, Cleber Cristiano. Metodologia do trabalho científico [recurso eletrônico]: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico / Cleber Cristiano Prodanov, Ernani Cesar de Freitas. – 2. ed. – Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

SANTAELLA, Lúcia. Artes do corpo biocibernético e suas manifestações no Brasil. Revista Nuestra América. nº 5. jan-jul 2008.

SILVA, J. M. d. A Sociedade Midíocre - passagem ao hiperespetacular (o fim do direito autoral, do livro e da escrita). 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2013.

ESTUDO DE CASO DE UMA EMPRESA DO SETOR DE GAMES

André Souza Silva¹

Thiago Muradas Bulhões²

Fernando Rafael Stahnke³

Marta Rosecler Bez⁴

Palavras-chaves: Indústria criativa. posicionamento empresarial. jogos.

INTRODUÇÃO

Este resumo expandido apresenta como tema central os atores de uma categoria da indústria do setor de computação gráfica (games) no Rio Grande do Sul. Para Etzkovitz (2009) a indústria é o ator chave e locus de produção em uma economia baseada em conhecimento. Este trabalho aborda o problema da falta de uma perspectiva de boa gestão interna de empresas de pequeno porte no mercado regional frente ao atual cenário econômico.

A metodologia utilizada se baseia em pesquisa de fundamentação teórica unida com o estudo de caso de um estúdio de pequeno porte. Como aplicação da teoria a prática será apresentado o *Rainforest* (Hwang, 2013). Esta é uma estratégia que permite a criação de ideias e a motivação de equipes em projetos, tendo sido implementada com sucesso em diversas empresas do ramo de animação. Como resultado final, a partir do estudo da realidade da empresa e da estratégia *Rainforest*, apresenta-se uma proposta de boas práticas a serem seguidas para um melhor posicionamento das empresas do setor.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Romerscheidt (2013) afirmou que mesmo com preços altos, o mercado brasileiro cresce enquanto praticamente todos os países da Europa estão com números negativos. O mercado brasileiro já fatura mais que os mercados britânico, alemão e espanhol. Confirmando esta informação, o boletim de 2014 do SEBRAE sobre os grandes *players* e pequenos

¹ Mestrando em Indústria Criativa pela Feevale. Sócio da Napalm Studio. E-mail: asouza2386@gmail.com

² Mestre em Arquitetura e Urbanismo pela UFRGS. Professor da ESPM RS. Sócio da Napalm Studio. E-mail: thiago@napalmstudio.com.br

³ Bacharel em Ciência da Computação e Mestrando em Indústria Criativa da Universidade Feevale. Sócio do I3C - Instituto Curioso de Ciência e Criação. E-mail: fstahnke@gmail.com

⁴ Doutora em Informática na Educação pela UFRGS. Professora do Mestrado de Indústria criativa da Universidade Feevale. E-mail: martabez@gmail.com

negócios de *games* mapeia a economia com foco na indústria de jogos digitais apresentando o crescente faturamento anual e também a movimentação prevista desta economia em bilhões de dólares até 2016 (SEBRAE, 2014).

O relatório do GEDIGames (2014) aponta o Rio Grande do Sul como o segundo maior estado no número de desenvolvedoras de jogos, demonstrando a forte mão de obra presente no estado neste setor da economia criativa. Ainda de acordo com o GEDIGames (2014), a maior parte das empresas do setor de jogos são de pequeno porte, com faturamento anual de até 240 mil reais e com menos de cinco anos de fundação. A questão que se impõem é: como incentivar e trabalhar de forma a tornar uma pequena empresa do setor de games altamente produtiva, mesmo com uma equipe de trabalho pequena.

A empresa que busca um diferencial no seu produto perante o mercado precisa, além do seu posicionamento mercadológico, se definir internamente. O sistema *Rainforest* (Hwang, 2013) consiste em permitir a criação de ideias e motivar a equipe presente no projeto para que se sinta confortável em expressar a sua opinião. Este tem como base três partes: plantar, cultivar e sustentar. Estas etapas podem ser atingidas de forma gradual, porém, se algo não estiver de acordo com o pensamento da empresa, é possível voltar um passo e recomeçar.

O primeiro passo consiste em conhecer as pessoas que fazem parte da sua equipe e a si mesmo. Catmull (2014) indica as qualificações necessárias: "as pessoas escolhidas devem: (a) fazê-lo pensar melhor e (b) apresentar muitas soluções em pouco tempo." A segunda parte do sistema, cultivar, consiste em tornar as melhores ideias em planos de ação. Outro fator importante no cultivo de ideias, de acordo com Hwang (2013), é quebrar problemas em pequenos passos para poder definir papéis e responsabilidades.

Na terceira etapa, sustentar, pode ser feita a distinção entre hardware e software dentro do sistema *Rainforest*. O hardware é o que constrói a *Rainforest*: pessoas, profissionais, espaço físico e política da empresa. Já o software, é o que não é possível ver, como diversidade, motivação, confiança, regras do *Rainforest* e a interpretação das regras.

Catmull (2014) afirma que no caso de empreendimentos criativos, o conceito de zero falhas é pior que inútil. Ele é contraproducente. Por fim, Catmull (2014) cita Andrew Stanton, diretor de filmes na Pixar Animation Studios, que é conhecido por repetir as frases "falhe cedo e falhe rápido" e "erre o mais rápido que puder". O fracasso construtivo, segundo Barrett (2013), não chega sem uma mentalidade que valorize a inovação e entenda que a incubação de ideias exige tempo e recursos.

METODOLOGIA

Neste trabalho optou-se por uma metodologia balizada em uma pesquisa exploratória de cunho bibliográfico baseado em análises de Mercado do SEBRAE (2014) e o Mapeamento da Indústria Brasileira e Global de Jogos Digitais (GEDIGames, 2014), bem como a estratégia *Rainforest*. Além disso, é apresentado um estudo de caso em uma empresa de pequeno porte situada no mercado regional de jogos, unindo, desta forma, teoria e prática. Esta insere-se na economia criativa, que segundo Florida (2011), surge para promover e explorar a criatividade.

ESTUDO DE CASO

A empresa estudada, Napalm Studio, surgiu como muitas outras empresas deste setor, basicamente motivada pelo desejo de seus fundadores em criar o seu próprio negócio, a partir da boa experiência artística de cada um e com uma visão fantasiosa do mercado. Aos poucos a empresa começa a desenvolver um portfólio significativo, construir um *network* mais sólido e começa a ser reconhecida. Neste momento há uma transição, e em um intervalo de dois anos a empresa muda de uma sala de 20m² em uma área central desvalorizada para uma sala de 55m² em um prédio comercial em uma área nobre da cidade. A equipe neste período era composta por 12 pessoas, entre sócios, funcionários e estagiários e estava prestando serviço para grandes marcas do estado e eventualmente para países como Alemanha, Itália e EUA.

Paralelamente ao crescimento vieram os problemas, como gestão de pessoas, fluxo de caixa, gestão da produção, padrão de qualidade, diferenças de posição entre os sócios, entre outros. Quando comparada uma pequena empresa da indústria criativa com a estratégia de Hwang (2013) o “*Rainforest*”, é possível perceber pontos de contato e de conflito. Neste contexto, uma das principais dificuldades na empresa era aplicar estes conceitos na prática. A equipe era constituída apenas por artistas e programadores, o que por si só representa um problema. Os conflitos entre a equipe se tronaram frequentes, e a gestão de pessoas começou a representar uma questão relevante dentro da empresa. O que Hwang (2013) denomina *software*, ou seja, a diversidade, motivação, confiança, regras do *Rainforest* e a interpretação das regras, não funcionavam adequadamente.

Um pouco após esta situação, os sócios começaram a estudar mais sobre gestão. Uma das principais conclusões é a percepção de que a empresa foi constituída inicialmente com uma visão muito ingênua e que por muito tempo tentou reproduzir o padrão de uma empresa tradicional, criando uma espécie de linha de montagem presencial.

A partir da experiência adquirida, a empresa optou por uma desconstrução do sistema tradicional e totalmente presencial de trabalho, alternando trabalho remoto com encontros presenciais e utilizando a tecnologia como instrumento de conexão e controle de produção. As consequências desta mudança são o aumento da produtividade e qualidade, redução do stress e conflitos dentro da empresa, além da qualificação da equipe.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As três partes do sistema *Rainforest* de Hwang (2013), plantar, cultivar e sustentar foram discutidos neste trabalho, demonstrando que os mesmos formam etapas que podem ser atingidas de forma gradual, porém, retomados em um sistema cíclico em constante validação.

O histórico da empresa estudada - Napalm Studios, foi apresentado, desde a sua criação, estrutura e forma de gerenciamento. Aspectos que conduziram a diretoria da empresa a mudar o foco administrativo e gerencial da equipe foram exemplificados e justificados. Com isso, pode ser respondida a hipótese de que a criatividade e o incentivo a mesma, pode ser considerado um fator crítico para o posicionamento de empresas no setor.

Como resultado final, tem-se sugestões de boas práticas a ser utilizadas para melhor organização e estruturação da equipe em empresas do setor criativo de jogos digitais: 1) falhar e falhar rápido, pois o processo criativo permite e precisa do fracasso para evoluir; 2) o ambiente de trabalho deve estar estruturado de forma que os integrantes estejam confortáveis com as suas tarefas e engajados na realização; 3) a empresa deve ter definido qual o objetivo dos seus produtos e que tipo de produto está ofertando para melhor montar a equipe para esta demanda; 4) a necessidade de uma equipe multidisciplinar para melhores resultados no desenvolvimento dos produtos.

REFERENCIAS

ETZKOWITZ, H. Hélice Tríplice, EdiPUCRS, 2009.

BARRETT, F. J. Sim à Desordem - Lições Surpreendentes do Jazz Para Líderes Contemporâneos. Campus, 2013.

CATMULL, E. Criatividade S.A.: Superando as forças invisíveis que ficam no caminho da verdadeira inspiração. Rocco, 2014.

FLORIDA, R. L. A ascensão da classe criativa: e seu papel na transformação do trabalho, do lazer, da comunidade e do cotidiano. Porto Alegre, RS: L&PM, 2011.

HWANGM V. W. The Rainforest Blueprint: How to Design Your Own Silicon Valley | Unleash an Ecosystem of Innovation in Your Company, Organization, or Hometown Paperback – May 20, 2013.

SEBRAE. Grandes Players e pequenos negócios de games. Disponível em: http://sebrae2014.sebrae.com.br/Sebrae/Sebrae%202014/Boletins/2014_06_06_BO_Economia_Criativa_Grandes_players_pequenos_neg%C3%B3cios_de_games.pdf. Acesso em maio de 2015.

GEDIGames. Relatório Final: Mapeamento da Indústria Brasileira e Global de Jogos Digitais. 2014. Disponível em: http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/seminario/seminario_mapeamento_industria_games042014_Relatorio_Final.pdf. Acesso em maio de 2015.

IDENTIFICAÇÃO DE UM CONJUNTO DE INDICADORES DE SUSTENTABILIDADE PARA INDÚSTRIA DE BEBIDAS ESPECIALIZADA NA PRODUÇÃO DE SUCO DE UVA ORGÂNICO

Camila Fagundes¹

Dusan Schreiber²

Palavras-chave: Indicadores. Sustentabilidade. Indústria de bebidas. Suco de uva orgânico.

INTRODUÇÃO

Diante do crescente aumento da população, cada vez mais as organizações tem explorado os recursos naturais de forma intensa, desordenada e insensata. Desde os séculos passados, mas principalmente depois da Revolução Industrial do século XVIII a atividade antrópica prevaleceu sobre o meio ambiente, o homem se tornou o principal agente de destruição, acarretando em consequências irreparáveis. Entretanto, em meados do século XX, uma preocupação com esses recursos passou a ganhar força.

A partir disso, pesquisas e estudos voltados para a temática do Meio Ambiente passou a surgir em diversos contextos. E a sociedade aos poucos passou a perceber sobre a grande importância em debater esse assunto. Nessa perspectiva, na década de 1990, o termo desenvolvimento sustentável surgiu. A organização das Nações Unidas propôs o conceito de sustentabilidade e que foi difundida pela Rio92, que dizia o seguinte: “atender às necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazer suas próprias necessidades”.

Quando se pensa em desenvolvimento sustentável e redução dos impactos ambientais, a produção orgânica diferente da convencional, no qual não se tem adição de adubos solúveis e agro-químicos para que sua fertilidade aumente, surge como grande diferencial. Essa proposta de cultivo pode ser considerada uma grande aliada na harmonia entre o ser humano e o meio ambiente (MAZZOLENI; NOGUEIRA, 2006). Nos últimos

¹ Bacharel em Administração e Turismo pela Universidade Feevale. Bolsista PROSUP/CAPES do Programa de Pós-graduação em Qualidade Ambiental da Universidade Feevale.

² Doutor em Administração pela UFRGS. Professor e pesquisador do Programa de Pós-graduação em Qualidade Ambiental e do Curso de Mestrado em Indústrias Criativas na mesma instituição.

anos, a busca por esse tipo de produto, caracterizado como orgânico, tem aumentado em média 20% ao ano (ANDRADE; BERTOLDI, 2012).

Nessa perspectiva, além de tentar atingir esse público preocupado com o desenvolvimento sustentável, cada vez mais as organizações estão precisando se adaptar com questões relacionadas ao meio ambiente. Desde exigências da legislação, até do consumir, pois cada vez mais as organizações não querem mais seus produtos e/ou serviços estejam ligados a impactos negativos ao meio ambiente, como poluição ou degradação ambiental.

Kinderyte (2010) ressalta que ao medir a sustentabilidade de uma empresa, é preciso pensar em três esferas diferentes, o econômico, o social e o ambiental. Os indicadores de sustentabilidade são uma ferramenta de gestão, capazes de realizarem avaliação de uma localidade, e assim propor um conjunto de ações para transformação do ambiente (MIRANDA; TEIXEIRA, 2004).

Para isso o seguinte questionamento se tem como problema de pesquisa para o estudo em questão: Quais são os indicadores de sustentabilidade mais apropriados para uma produtora de suco de uva orgânico? Para o alcance dessa problemática, o objetivo geral é o seguinte: identificar o conjunto de indicadores de sustentabilidade mais adequados para indústria de bebidas especializada em sucos de uva orgânico. Para isso três objetivos específicos foram listados: Descrever o processo de elaboração do suco de uva orgânico, desde o cultivo da uva até a sua comercialização; Identificar indicadores de sustentabilidade apropriados para o cultivo, produção, logística e comercialização, no aspecto *Triple Bottom Line*; e por último realizar comparação entre as três organizações escolhidas para o estudo.

É importante destacar que esse estudo é o projeto de mestrado da estudante que participa do Programa de Pós-graduação em Qualidade Ambiental na Universidade Feevale.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A busca pelo desenvolvimento sustentável é guiada especialmente pela tomada de decisão com base em resultados apresentados pelos chamados indicadores de sustentabilidade. De acordo com Hanai; Espíndola (2011) os indicadores de sustentabilidade podem ser qualitativos e/ou quantitativos. Os qualitativos aparecem em três situações diferentes: quando as informações de forma quantitativas não estão disponíveis; quando a informação a ser avaliada é impossível de ser quantificada e quando os custos das considerações tornam-se determinante. Já os indicadores quantitativos, normalmente são utilizados para medir quantidade, e com isso são considerados mais confiáveis e valiosos.

É importante destacar que eles são medidos normalmente através de uma perspectiva *Triple Bottom Line*, dimensões ambientais, sociais e econômicas. Outro aspecto de extrema importância é quem e como os indicadores são selecionados. E nesse sentido duas abordagens são dominantes, a *top-down*, no qual com ajuda de especialistas da área, eles definem o conjunto de indicadores a serem implementados, e os coloca para os tomadores de decisão. É um método mais utilizados pela Comissão do Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas. E a abordagem *bottom-up*, é montada através da participação das pessoas envolvidas, os chamados *stakeholders*, como os tomadores de decisão, sociedade entre outros (BELLEN, 2006).

Para a produção orgânica, segunda temática de maior expressão nesse trabalho. De acordo com a legislação brasileira, de acordo com a Lei nº 10.831 de 23 de dezembro de 2003, a agricultura orgânica pode ser considerada da seguinte maneira.

Considera-se sistema orgânico de produção agropecuária todo aquele em que se adotam técnicas específicas, mediante a otimização do uso dos recursos naturais e socioeconômicos disponíveis e o respeito à integridade cultural das comunidades rurais, tendo por objetivo a sustentabilidade econômica e ecológica, a maximização dos benefícios sociais, a minimização da dependência de energia não-renovável, empregando, sempre que possível, métodos culturais, biológicos e mecânicos, em contraposição ao uso de materiais sintéticos, a eliminação do uso de organismos geneticamente modificados e radiações ionizantes, em qualquer fase do processo de produção, processamento, armazenamento, distribuição e comercialização, e a proteção do meio ambiente.

Nesse contexto e como a proposta desta pesquisa é estudar uma indústria de suco de uva orgânico, contextualizar esse cenário se considerada de extrema importância. A viticultura no Brasil representa uma área de 81 mil hectares, com uma produção de 777 milhões de toneladas por ano. Nessa produção se destacam principalmente a região sul do país, o estado do Rio Grande de Sul, e a região de Petrolina, em Pernambuco e de Juazeiro no estado da Bahia. De acordo com a UVIBRA (2015), o Brasil entre os anos de 2003 e 2012, teve um aumento de produção de uva significativa. De um total de 383.112.050 quilos de uva em 2003, no ano de 2012 atingiu 696.934.740 quilos de uva. No total de vinhos e derivados, também é possível perceber um aumento, quando que em 2003 se tinha uma produção de 232.355.918 litros, no ano de 2012 essa produção quase dobrou, alcançando 428.801.599 litros. Desse cultivo anual de uva, 57% do total são destinados à comercialização de uvas de mesa, e o restante encaminhado para a produção (MAPA, 2015). Importante destacar que nesse levantamento realizado pela Uvibra, não se tinha dados relacionados à produção de uvas orgânicas separados (UVIBRA, 2015). A Emater-RS procura acompanhar a produção de uvas

orgânicas no Rio Grande do Sul, e constatou que entre 2005 e 2011 teve-se um aumento de 1000t para 7000 toneladas, na produção de uva orgânica no estado (CAMARGO; TONIETTO; HOFFMANN, 2011).

METODOLOGIA

Em alinhamento com o objetivo da pesquisa a discente optou pelo estudo de caso múltiplo, constituído de três organizações industriais do segmento de produção de suco de uva orgânico, localizadas na serra gaúcha, em cidades Garibaldi, Bento Gonçalves e Antônio Prado. As empresas possuem características similares. Atualmente elas produzem média de 250 mil litros de suco de uva orgânico e todas não produzem apenas a bebida, e sim outros produtos derivados da agricultura orgânica, como azeites, farinhas e molhos. O critério de escolha das três organizações foi com base em acessibilidade e conveniência da pesquisadora.

Diante da complexidade que um estudo de caso múltiplo exige, pois para que as informações possam realmente demonstrar uma realidade, elas precisam convergir entre si, e para isso uma triangulação de dados está prevista. Segundo Yin (2010) a realização do estudo de caso exige a triangulação de dados, para representar, de forma mais adequada, a realidade. Essa técnica permite maior confiabilidade, pois são utilizadas várias fontes de evidências. Para atender a referida recomendação a pesquisadora optou pela combinação de três técnicas de coleta de dados, a saber, entrevistas semiestruturadas, observação não participante e levantamento documental. Nessa perspectiva, se espera um total de 10 entrevistas a ser realizadas com proprietários das organizações, gerentes de operações e agricultores orgânicos.

Quanto à abordagem do problema, a pesquisa é considerada qualitativa. “A interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são básicas no processo de pesquisa qualitativa”. Nesse sentido, não se tem a utilização de técnicas ou métodos de estatística. O ambiente e seus significados são o foco principal do estudo, e o pesquisador o ponto chave para a interpretação (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 70).

Nesse estudo a metodologia que pretende se utilizar para alcançar os objetivos propostos e resolver o problema de pesquisa é de caráter exploratório e descritivo, quanto a seus objetivos. A discente irá utilizar de pesquisa bibliográfica que de acordo com Prodanov; Freitas (2013) esse tipo de pesquisa é elaborada em cima de material já publicado e disponibilizado para a população. Normalmente as consultas são realizadas em livros, artigos científicos publicados em periódicos científicos, entre outros. Nesse sentido a realização de revisão bibliográfica será através de consultas em periódicos científicos da Administração e

da Ciências Ambientais, para que alguns conceitos sejam esclarecidos e para que a estudante tenha maior domínio sobre o assunto a ser estudado.

Para finalizar o estudo e para que a pesquisadora possa realizar a análise dos resultados alcançados, a pesquisa prevê análise de conteúdo. Os dados obtidos, por meio de entrevistas e levantamento documental, predominantemente de natureza textual, serão submetidos à análise de conteúdo.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Luísa Mol Senna; BERTOLDI, Michele Corrêa. Atitudes e motivações em relação ao consumo de alimentos orgânicos em Belo Horizonte – MG. **Brazilian Journal of Food Technology**, v.15. Campinas, Nov 2012.

BELLEN, Hans Michael Van. Indicadores de sustentabilidade: uma análise comparativa. 2. Ed Rio de Janeiro, 2006.

CAMARGO, Umberto Almeida; TONIETTO, Jorge; HOFFMANN, Alexandre. Progresso na viticultura Brasileira. **Revista Brasileira de Fruticultura**, v.33, nesp. 1, Jaboticabal, out 2011.

HANAI, Frederico Yuri. ESPÍNDOLA, Evaldo Luiz Gaeta. Indicadores de sustentabilidade: conceito, tipologias e aplicação ao contexto do desenvolvimento turístico local, **Revista de Gestão Social e Ambiental**, v.5, n.3, p.135-149, dez 2011.

KINDERYTE, Loreta. Methodology of Sustainability Indicators Determination for Enterprise Assessment. **Environmental Research, Engineering and Management**, v. 52, n.2, p. 25-31, 2010.

MAZZOLENI, Eduardo Mello; NOGUEIRA, Jorge Madeira. Agricultura orgânica: características básicas do seu produtor. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v.44, n.2. Brasília, abr/jun 2006.

MAPA. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Disponível em <http://www.agricultura.gov.br/> Acesso em 06 de maio de 2015.

MIRANDA, Aline Branco de; TEIXEIRA, Bernardo Arantes do Nascimento. Indicadores para o monitoramento da sustentabilidade em sistemas urbanos de abastecimento de água e esgotamento sanitário. **Engenharia Sanitária e Ambiental**, v. 9, n.4. Rio de Janeiro, oct/dec 2004.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani César de. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Editora Feevale, 2013.

UVIBRA. União Brasileira de Vitivinicultura. Disponível em <http://www.uvibra.com.br/>
Acesso em junho de 2015.

Yin, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 4. Ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2010.

IMPLANTAÇÃO DE PRÁTICAS DE GESTÃO DO CONHECIMENTO À LUZ DA GESTÃO ORGANIZACIONAL

Lilian Corrêa Fontana¹

Dusan Schreiber²

Palavras-chave: Gestão do Conhecimento. Inovação. Desenvolvimento de Software.

INTRODUÇÃO

As mudanças que estão ocorrendo nos ambientes de negócios têm motivado as empresas a modificar estruturas organizacionais e processos produtivos, migrando de uma visão tradicional, baseada em áreas funcionais, em direção a redes de processos, cujo foco é o cliente. A competitividade depende, cada vez mais, do estabelecimento de conexões destas redes e da capacidade de gerar inovações, absorver e reter conhecimentos. Sob esta perspectiva, a Gestão do Conhecimento se insere nesse contexto como uma importante ferramenta para potencializar e promover o compartilhamento de informações e conhecimentos entre diferentes grupos, gerar valor para os clientes e obter uma vantagem competitiva.

Neste sentido, o objetivo geral desta pesquisa é analisar as práticas de gestão do conhecimento que foram incorporados ao processo em uma empresa de desenvolvimento de software e consultoria. Para atingir o objetivo, pretende-se: (I) identificar as práticas de gestão do conhecimento aplicadas ao fluxo de trabalho; (ii) caracterizar o impacto da execução das práticas de gestão do conhecimento no contexto organizacional e de projetos. A metodologia apresenta, quanto aos seus objetivos, caráter exploratório e descritivo. O problema de pesquisa foi abordado de forma qualitativa, utilizando-se como técnica de coleta de dados a entrevista semiestruturada.

¹ Consultora em gestão de processos de negócio e projetos de melhoria de software.

² Doutor em Administração pela UFRGS, professor e pesquisador da Universidade FEEVALE, do Programa de Qualidade Ambiental e graduação em Administração.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

As atividades baseadas no conhecimento organizacional e orientadas ao desenvolvimento de produtos e processos, cada vez mais, estão se tornando uma das principais fontes de vantagem competitiva (DAVENPORT e PRUSAK, 1998).

Nonaka e Takeuchi (1997) classificam o conhecimento em dois tipos: explícito e tácito. De acordo com os autores acima, o conhecimento explícito pode ser transmitido facilmente entre os indivíduos, já que pode ser articulado na linguagem formal, ao contrário do conhecimento tácito. Para os estudiosos, o tácito é o conhecimento pessoal incorporado à experiência individual e envolve fatores intangíveis como: crenças e valores pessoais. Compreende-se que o segundo tipo de conhecimento é uma importante fonte de criatividade nas empresas.

Conforme constatado por Alvarenga Neto (2008), a Gestão do Conhecimento pode ser considerada como uma série de atividades que visam promover o conhecimento organizacional, possibilitando que as empresas e seus funcionários utilizem os conhecimentos e informações disponíveis, com o propósito de alcançar os objetivos organizacionais e aumentar o *market share* da empresa.

Entende-se que mudanças culturais devem ocorrer na organização para motivar as pessoas a compartilharem seus conhecimentos. Do contrário, não existirá uma gestão efetiva do conhecimento, uma vez que os membros da organização não compreendem o real motivo para disseminar os seus conhecimentos sobre a organização (PROBST *et al.*, 2000).

A aquisição do conhecimento pode resultar da participação individual e da interação com tarefas, rotinas, tecnologias, recursos e pessoas, dentro de um contexto específico, segundo Brown e Duguid (1991) e Tsoukas (1996). Os indivíduos assimilam os conhecimentos, mas cabe às organizações criar o contexto favorável para que estes se apropriem do mesmo.

METODOLOGIA

Com o propósito de adotar as ações adequadas no processo de investigação científica, o método de pesquisa empregado é a pesquisa qualitativa, do tipo estudo de caso. De acordo com Yin (2001), o estudo de caso se trata de uma investigação empírica que busca averiguar um fenômeno contemporâneo em profundidade e seu contexto com a vida real.

Os dados foram coletados por meio de uma entrevista semiestruturada com o Diretor Executivo da empresa. Os dados foram analisados de forma descritiva, através da técnica de

análise de conteúdo e seguindo as recomendações de Roesch (1999), onde o pesquisador classifica palavras, frases ou mesmo parágrafos em categorias de conteúdo.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A empresa que originou este estudo atua no mercado de desenvolvimento de software e consultoria desde 1997 e possui 17 anos de atuação em projetos nacionais e internacionais. Atende aos diversos segmentos de mercado, envolvendo empresas públicas e privadas, como por exemplo: indústria automotiva, indústria calçadista, bancos, hospitais, redes de hotéis, etc. Possui, aproximadamente, 30 funcionários e está localizada na cidade de Porto Alegre. Está embasada na certificação do modelo MPS-SW, Nível E³, o que lhe garante o reconhecimento de seu nível de maturidade em desenvolvimento de software. A fim de manter o sigilo das informações concedidas pelo Diretor Executivo da empresa, neste estudo a organização será denominada de BETA.

De acordo com o discurso do Diretor Executivo, evidencia-se que a tarefa de implantar efetivamente um conjunto de atividades organizacionais, as quais devem ser realizadas de forma sistemática para adquirir, organizar e comunicar conhecimento, foi um desafio para a organização. Uma vez implantado, o processo de gestão do conhecimento na empresa BETA permitiram alcançar os resultados que foram identificados por Alvarenga Neto (2008).

Traçando-se um paralelo com Probst *et al.* (2000) e com as informações obtidas através da entrevista, observou-se que houve mudanças na cultura da empresa que promoveram o compartilhamento do conhecimento e a manutenção da memória organizacional.

A análise das informações fornecidas pelo Diretor Executivo implicou na compreensão de que a empresa entende o real significado e a importância em utilizar o conhecimento organizacional como um ativo estratégico. Os principais processos estratégicos, táticos e operacionais da BETA se encontram mapeados, articulados e alinhados com a estratégia organizacional. Os processos relativos à aquisição e disseminação de conhecimento estão inseridos e adaptados aos processos organizacionais já existentes. Dito isso e, conforme constatado por Davenport e Prusak (1998), pode-se afirmar que o conhecimento organizacional é uma das principais fontes de vantagem competitiva para a empresa.

Desta forma, observa-se que a empresa mantém um sistema de gerenciamento dos ativos de conhecimento da organização que inclui, além de documentação, métodos, técnicas,

³ MPS-SW está associada ao modelo MPS para software – Melhoria do Processo de Software. Nível E - Parcialmente Definido.

a infraestrutura e o treinamento para apoiar aos usuários e contribuintes dos ativos de conhecimento. Um fator importante da estratégia da BETA é a constante manutenção da base de conhecimento organizacional de maneira a garantir a confiabilidade da mesma e o fácil acesso aos usuários.

Constata-se ainda que a BETA estruturou uma Rede de Especialistas com o propósito de fomentar a troca de conhecimento e, com isso, facilitar e incentivar a criação de novo conhecimento útil para a organização, o que contribui para a evolução contínua da memória organizacional, e é alimentada diretamente pelo conhecimento criado durante a rotina normal de trabalho.

Por fim, é importante ressaltar o que enfatizam os autores Brown e Duguid (1991) e Tsoukas (1996): Os indivíduos assimilam os conhecimentos, mas cabe às organizações criar o contexto favorável para que estes se apropriem do mesmo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como objetivo analisar as práticas de gestão de conhecimento que foram incorporados ao processo em uma empresa de desenvolvimento de software e consultoria. Acredita-se que este estudo oferece importantes contribuições para o entendimento da relevância da gestão do conhecimento como a força propulsora para a transformação, a qual estimula a criatividade e a aprendizagem organizacional, além de ser fonte de inovação e vantagem competitiva.

Constata-se que os principais processos foram aprimorados com base no referencial teórico MPS-SW, Nível E, que foca nas seguintes questões: definição de processos padrões organizacionais aplicados em projetos de software, gerência de recursos humanos, gerenciamento de ativos reutilizáveis e gestão do conhecimento. A utilização deste referencial teórico ajudou a empresa a dar os primeiros passos em direção à adoção de práticas internas voltadas para o compartilhamento do conhecimento entre seus colaboradores, alinhadas com os seus objetivos organizacionais.

REFERÊNCIAS

ALVARENGA NETO, Rivadávia Correa Drummond. **Gestão do Conhecimento em Organizações: Proposta de Mapeamento Conceitual Integrativo**. São Paulo: Saraiva, 2008.

BROWN, John Seely; DUGUID, Paul. **Knowledge and organization: A social-practice perspective**. Organization Science; Mar/Apr 2001; 12, 2; ABI/INFORM Global pg. 198-213.

DAVENPORT, Thomas H.; PRUSAK, Laurence. **Working knowledge: How organizations manage what they know**. Harvard Business Press, 1998.

NONAKA, Ikujiro; TAKEUCHI, Hirotaka. **Criação de conhecimento na empresa: como as empresas japonesas geram a dinâmica da inovação**. Rio de Janeiro, Editora Campus, 1997.

PROBST, Gilbert; ROMHARDT, Kai; RAUB, Steffan. **Managing knowledge: Building blocks for success**. J. Wiley, 2000.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso**. Atlas, 1999.

TSOUKAS, Haridimos. **The firm as a distributed knowledge system: a constructionist approach**. Strategic management journal, v. 17, p. 11-25, 1996.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: Planejamento e Métodos**.- 2ª. ed. – Porto Alegre: Bookman, 2001.

INDÚSTRIA CRIATIVA: AS COMUNIDADES VIRTUAIS QUE MOVIMENTAM O SETOR DE DESIGN

Sibele da Silva Lange Repenning¹

Sandra Portella Montardo²

Palavras-chave: Indústria Criativa. Comunidades Virtuais. Design.

INTRODUÇÃO

Este estudo traz como tema as comunidades virtuais que movimentam o setor de Design na cidade de Porto Alegre, RS, Brasil, no contexto da Indústria Criativa, em que o conhecimento e a criatividade de seus profissionais são bases importantes, que geram produtos e serviços com valor econômico. Assim, o objetivo é trazer contribuições para a Indústria Criativa a respeito das práticas das comunidades virtuais da área do Design em Porto Alegre, onde o Facebook propicia socialização online com os mais variados objetivos. Importa investigar de que forma a Indústria Criativa aprende nesta socialização, através dos conteúdos, compondo uma dinâmica de interação. Diante disso, se tem como hipótese, que a maioria foca na difusão de informação estimulando a construção de um capital social de nível 1 (Relacional+ normativo+ cognitivo). Os dados mostram evidências coletadas através de uma pesquisa exploratória, utilizando técnica netnográfica envolvendo levantamento bibliográfico (LAKATOS; MARCONI, 2002).

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A Indústria Criativa se refere aos setores com potencial econômico que tem como base a criatividade, em que se gera um produto, como um bem ou serviço (REIS, 2012). De acordo com a ideia de Howkins (2013), a criação, comercialização de bens de natureza cultural e produção estão distribuídas em diferentes áreas, entre elas, o Design.

A classe criativa de Designers, no caso, detém a criatividade como força motriz e agente central na economia. A criatividade nas suas diferentes formas aprimora processos tendo em vista a diversidade através das relações humanas, num compartilhamento de

¹ Especialista em Gestão de Educação Corporativa e Mestranda do curso de Indústria Criativa na Universidade Feevale.

² Doutora em Comunicação Social e docente no curso de Mestrado em Indústria Criativa na Universidade Feevale.

interesses e ideias (FLORIDA, 2011). As comunidades virtuais neste ínterim de compartilhamento, reforça ideias, de forma espontânea e natural estabelecendo os laços sociais que ocorrem por intermédio da rede social, permitindo estudar as estruturas sociais e suas dinâmicas, tais como a criação de capital social (RECUERO, 2009).

Portanto, para entender o capital social é necessário analisar o conteúdo das mensagens que são trocadas através delas, para obter as características destas comunidades no ambiente das redes sociais, que neste caso, se apresenta no Facebook (RECUERO, 2009). A rede social Facebook é um site com espaço específico para compartilhamento de conteúdo entre indivíduos, permitindo que os usuários sejam criadores ativos de conteúdo. (FERREIRA; ARRUDA FILHO; LIMA, 2014).

Bertolini e Bravo ([20--]), explicam que o capital social está dividido em 2 níveis. O primeiro nível está relacionado ao capital relacional, o capital normativo e o capital cognitivo, onde os indivíduos estabelecem laços, ou seguem regras, ou ainda trocam informações, dúvidas, postagens carinhosas, entre outros (RECUERO, 2007).

O segundo nível está relacionado ao capital social ligado à **confiança no ambiente** além do **institucional**. A confiança no ambiente corresponde o quanto o indivíduo se sente à vontade para responder às postagens na comunidade, podendo caracterizar laços mais fortes. Enquanto o institucional representa o apoio de membros, para reforçarem um tema em comum, um gosto, uma ideia, enfim, uma forma de pensar. (RECUERO, 2004).

METODOLOGIA

O método está baseado numa pesquisa exploratória via técnica netnográfica, voltada à complexidade de conteúdo da sociedade digital, desenvolvida por observação, que resulta em dados coletados em determinado grupo. O levantamento bibliográfico serviu de suporte para compreensão da socialização on line, através do capital social (BARRICHELLO; RUBLESCKI, 2014). Portanto, o emprego de vários mecanismos possíveis para torná-lo mais explícito, adiciona maior valor à pesquisa (LAKATOS; MARCONI, 2002). A pesquisa aconteceu num período de um mês com 5 comunidades da área do Design.

RESULTADOS

Como resultados da pesquisa, observou-se que a maioria foca na difusão de informação estimulando a construção de um capital social de nível 1 (Relacional+ normativo+ cognitivo). No período de um mês todas as comunidades geraram de 10 a 15 postagens, sendo

que apenas uma comunidade superou 17 postagens. Eram postagens de divulgação de trabalhos, cursos e inclusive momentos mais descontraídos, como por exemplo, brincadeiras.

Em relação ao nível 2 (confiança no ambiente + institucional), os usuários quase não respondiam às postagens. No geral, tiveram uma média de 2 a 4 respostas no mesmo período, em relação a todas as postagens.

DISCUSSÃO

Os resultados corroboram com a hipótese de que a maioria foca na difusão de informação estimulando a construção de um capital social de nível 1 (Relacional+ normativo+ cognitivo), já que a maioria das comunidades da área, tentam estabelecer um laço social de interação. Os conteúdos postados correspondem a atitudes que acontecem de forma espontânea, conforme a ideia de Recuero (2009). As comunidades virtuais se relacionam de forma espontânea e natural estabelecendo os laços sociais. Como prática destas comunidades, alcançando o objetivo proposto do estudo, percebeu-se que existe interesse em divulgar trabalhos da área, o que fortalece o contexto da Indústria Criativa, onde conhecimento e criatividade geram produtos ou serviços para comercialização, contendo seu valor econômico (REIS, 2012), (RECUERO, 2009) e (HOWKINS, 2013).

O fato do capital social de nível 2, ser baixo, corresponde a falta de confiança nos ambientes on line, o que representou pouco reforço de uma ideia, conforme citado por RECUERO (2004), ao descrever exemplos de nível 2.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através do capital social, redes de relacionamento on line se configuram possibilitando interação, independente do nível de relação.

A metodologia contribuiu para esta análise netnográfica, para investigar de que forma, a comunidade do Design na rede social, aprende, socializa-se, através da análise de conteúdo. Para melhores resultados futuros sugere-se uma comparação de conteúdo com outras mídias, ou pesquisa em outra área da Indústria Criativa.

REFERÊNCIAS

BARRICHELLO, Eugenia Mariano da Rocha; RUBLESCKI, Anelise. **Pesquisa em comunicação**: olhares e abordagens. Santa Maria: UFSM, 2014.

BERTOLINI, Sandra; BRAVO, Giacomo. **Social Capital, a Multidimensional Concept**. [20--]. Disponível em:
<<http://www.ex.ac.uk/shipss/politics/research/socialcapital/other/bertolini.pdf>> Acesso em:
23 jul. 2015.

FERREIRA, Naiara Silva; ARRUDA FILHO, Emílio José Montero; LIMA, Rosa Maria Chaves. Convergência tecnológica da rede social Facebook: uma análise netnográfica da preferência de uso. **Contemporânea - Revista de Comunicação e Cultura**, Salvador, v. 12, n. 1, p. 211-233, jan./abr. 2014.

FLORIDA, Richard. **A ascensão da classe criativa e seu papel na transformação do trabalho, o lazer, da comunidade e do cotidiano**. Porto Alegre: L&PM, 2011.

LAKATOS, Eva Maria. MARCONI, Marina de Andrade. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens, e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

RECUERO, Raquel da Cunha. **A importância do capital social na estrutura de redes de comunidades marginais virtuais**. 2007.

RECUERO, Raquel da Cunha. **Redes sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RECUERO, Raquel da Cunha. **Um estudo do capital social gerado a partir de redes sociais no Orkut e Weblogs**. 2004.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Cidades criativas: da teoria à prática**. São Paulo: SESI, 2012.

INICIATIVAS CULTURAIS E DESENVOLVIMENTO DO TURISMO EM IVOTI, RS, SOB A PERSPECTIVA DO CONCEITO DE CIDADES CRIATIVAS

Luciano Schmitz¹

Marcelo Noronha De Mello²

Dra. Mary Sandra Guerra Ashton³

Dr. Marsal Ávila Alves Branco⁴

Palavras-chave: Indústria criativa. Cultura e identidade. Desenvolvimento e turismo. Cidades criativas. Ivoti, RS.

INTRODUÇÃO

O conceito de cidades criativas define-se como um processo de conexão entre criatividade, cultura e a cidade, capaz de transformar continuamente sua estrutura socioeconômica com base na criatividade de seus habitantes aliada às singularidades culturais. Para delimitação desta pesquisa, utilizaram-se os setores criativos definidos pelo MINC, sobre os campos criativos, culturais e artísticos de Ivoti, RS. A escolha deste município deu-se em função da sua capacidade como pólo cultural e turístico da região do Vale dos Sinos, bem como o potencial de fortalecimento e desenvolvimento observado em estudos sobre as cidades criativas, que relatam abordagens mundiais bem sucedidas nesta área de aplicação. Logo, surgiram questionamentos sobre essas iniciativas culturais do município e se este poderia ser enquadrado nos conceitos apresentados. Portanto, concentrou-se na verificação da sua capacidade turística e na validação da sua tendência previamente constatada, quanto ao conceito de cidades criativas. Utilizou-se o método de revisão bibliográfica através de pesquisa exploratória descritiva e qualitativa, com base no referencial teórico e nos levantamentos realizados para esse estudo. Além disso, por meio de pesquisa virtual e *in loco*,

¹ Bacharel em Comunicação Social com ênfase em Relações Públicas, Universidade Feevale. Mestrando em Indústria Criativa, Universidade Feevale, Novo Hamburgo, RS, Brasil. E-mail: lucianos@feevale.br

² Bacharel em Comunicação Social com ênfase em Publicidade e Propaganda, Universidade Feevale. Mestrando em Indústria Criativa, Universidade Feevale, Novo Hamburgo, RS, Brasil. E-mail: noronha@feevale.br

³ Doutora em Comunicação Social, PUCRS. Docente no Curso de Turismo e no Mestrado em Indústria Criativa, Universidade Feevale, Novo Hamburgo, RS, Brasil. E-mail: marysga@feevale.br

⁴ Doutor em Comunicação Social, Unisinos. Vice-coordenador e Docente no Mestrado em Indústria Criativa. Líder de Pesquisa da IC (CNPQ), Universidade Feevale, Novo Hamburgo, RS, Brasil. E-mail: marsal@feevale.br

identificaram-se diversas iniciativas culturais, a partir dos campos indicados na delimitação. Assim, foi possível verificar que Ivoti, RS, possui iniciativas culturais favoráveis ao desenvolvimento do turismo, e que o município enquadra-se ao conceito de cidades criativas.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A cidade criativa pode ser compreendida como aquela capaz de transformar constantemente a sua estrutura socioeconômica, embasando-se na criatividade de seus habitantes e por meio de uma aliança entre as suas singularidades culturais e vocações econômicas (REIS e MARCO, 2009). Neste sentido, é importante considerar o engajamento entre as pessoas e os espaços urbanos, o que gera uma profunda conexão entre identidade e essência da cidade (REIS e KAGEYAMA, 2011). Sua singularidade é capaz de reverter os efeitos do desinvestimento, eventualmente provocado pelo declínio industrial (VIVANT, 2012). Ao incentivar a criatividade, as qualidades de inteligência, a capacidade inventiva e o aprendizado ao longo do caminho, torna-se importante que os cidadãos percebam-se como construtores, formadores e cocriadores de sua experiência (LANDRY, 2013). Logo, faz-se necessário incluir pessoas que sejam confiantes da sua identidade local e que resolvam seus problemas de maneira inventiva. Portanto, o desafio concentra-se em fixar um entendimento flexível e criativo, na forma como a cidade opera. Assim, faz-se necessário desenvolver um tipo de plataforma de criatividade, como ferramenta estratégica que propicie dentro da cidade uma ecologia criativa abrangente (LANDRY, 2013). A cidade de Ivoti, RS, destaca-se justamente pelo turismo histórico e cultural, tal como pela sua inserção na rota colonial pelo interior do município. Diversos aspectos fazem deste destino turístico uma opção diferenciada, desde as antigas casas construídas pelos primeiros imigrantes por meio do método enxaimel¹, ou pela sua comunidade formadora e pelo seu legado cultural histórico. Culinária, artesanato, língua, arquitetura, eventos, dança e outros costumes também podem ser vivenciados neste principal roteiro que compõe a Rota Romântica, localizada na serra ao norte do Estado do Rio Grande do Sul (DHEIN, 2012, P.14-15). Dessa forma, procurou-se identificar por meio de pesquisa de campo, iniciativas culturais de Ivoti, RS, com a finalidade de correlacioná-la com as características das cidades criativas e como estas oportunizam o fortalecimento do turismo, meio estratégico de desenvolvimento pelo âmbito da indústria criativa.

METODOLOGIA

Utilizou-se o método de revisão bibliográfica de pesquisa exploratória descritiva e qualitativa, com base no escopo dos setores criativos (MINC, 2011), a partir do conceito apresentado por Marinho (2009), Reis (2012), Vivant (2012) e Landry (2013), sobre as cidades criativas. Também foram realizadas pesquisas virtuais a partir de canais oficiais do município, como sites da Prefeitura e em mídias de divulgação das atividades relacionadas às iniciativas culturais. E, realizaram-se pesquisas *in loco* entre os dias 27/06/2015 a 02/07/2015, envolvendo entrevistas com roteiro semiestruturado, junto aos órgãos competentes, com base na delimitação indicada para essa pesquisa. Os dados obtidos foram analisados conforme Bardin (2011), que indica alguns passos: pré-análise, baseada no contexto estudado; exploração do material, identificação dos setores criativos com o levantamento de dados, pesquisa *in loco* e entrevistas; tratamento dos resultados obtidos, pelo enquadramento dos campos da economia criativa; inferência e interpretação, análise comparativa quanto aos conceitos estudados.

RESULTADOS

Para estudo de campo, realizaram-se visitas em locais turísticos icônicos, identificados em materiais de divulgação de Ivoti, RS, com a finalidade de verificar suas iniciativas culturais. Na visitação, também foi aplicado uma entrevista por meio de um roteiro semiestruturado, respondida pela equipe do Departamento de Cultura do Município.

Tabela 1: Mapeamento/Delimitação para pesquisa de iniciativas culturais

(tabela continua)

Setores Criativos (MINC, 2011).	Questionário semiestruturado aplicado <i>in loco</i> , sobre as iniciativas culturais de Ivoti, RS, respondido pelo Dep. de Cultura do Município (07/2015).
CAMPO DO PATRIMÔNIO	
Patrimônio Material	Ponte do Imperador; Núcleo de Casa Enxaimel; Museu Municipal Cláudio Oscar Becker; Praça das Flores; do Skate; da Emancipação; Concórdia; e Neldo Holler; Casa Amarela; Igreja Matriz; Casa Holler (maior casa enxaimel do RS); Casa Bervian; Casa Staudt; Antiga Subprefeitura (atua o CRAS); Casa de Heinrich Müller; Casa Albino Müller; Sociedade de Canto Concórdia; Belvedere com mirante e vista panorâmica; O Pórtico no acesso principal, construído com pedra arenito e estrutura enxaimel.
Patrimônio Imaterial	A cultura de Imigrantes Japoneses e Alemães, sua comida típica e costumes; Sociedade Concórdia de Canto (1924); Sociedade de Canto Harmonia (reúne bandinhas típicas desde 1920); As manifestações das Religiões Afro e a cultura de oferendas realizadas próximo ao Rio Feitoria também fazem parte do patrimônio imaterial do Município.
Arquivos	A Biblioteca Machado de Assis guarda inúmeros arquivos históricos.
Museus	O Museu Municipal Cláudio Oscar Becker, que mantém peças históricas de antigos moradores e conta um pouco da vida e história dos colonos da região.

CAMPO DAS EXPRESSÕES CULTURAIS	
Artesanato	Associação bordadeiras de Ivoti; Casa do Artesão; Bambu Japonês.
Culturas Populares	Kerb (festa típica) em janeiro; Feira do Mel da Rosca e da Nata, em maio; Entreposto e Casa do Mel; Bailes típicos nas sociedades da região; Festas tradicionais no Memorial da Colônia Japonesa; Feira Colonial nos últimos domingos do mês; Feira Agroecológica nas quartas na Praça Emancipação; Feiras de produtos coloniais (germânicos e japoneses) no segundo e terceiro domingo do mês, no Núcleo de Casas Enxaimel; Kolonistenfest, homenagem que comemora a imigração alemã no RS; Semana Farroupilha em setembro; Dia da criança em outubro; Feira das Flores (valoriza o cultivo jardins pelos moradores em suas casas, comemora aniversário da cidade em outubro); Natal do Coração no Núcleo de Casas Enxaimel; Feira Municipal do Livro em maio; Comemoração de São Pedro e Festa de São Cristóvão; Oktoberfest em outubro; E, empreendimentos como a Cachaçaria Weber Haus, iniciou sua produção orgânica artesanal na década de 1950, hoje é referência nacional; Vinhos Berwian, técnicas de fabricação alemã; Ewald Pahler preserva a tradição da linguíça.
Culturas Indígenas	Existem registros de índios nômades, mas não há mais nenhuma manifestação remanescente e nenhuma mostra ou evidência oficial.
Culturas Afro	Manifestações Afro Brasileiras são realizadas nas proximidades do Rio Feitoria.
Artes Visuais	Existe um registro documentário sobre os 180 anos de imigração na cidade; Também foi apontado o artista Mauricio Weber no campo das artes visuais.
CAMPO DAS ARTES DE ESPETÁCULO	
Dança e Teatro	Raízes da Paz dança folclórica. Programa Lazer Unindo Gerações (PLUG), oferece oficinas de teatro e dança para mais de mil crianças, jovens, adultos e a terceira idade.
Música	Banda Toar, Casual Rock e Sociedade de Canto Harmonia e Concórdia. Instituto ASCARTE, instrumentos de corda, convênio escolar oferece projetos. Bandas marciais escolares. Apresentações ao vivo em bares: Santa Avenida, Pub Garagem 23 e Boliche.
Circo	Não foram identificadas iniciativas relacionadas a atividades circenses.
CAMPO DO ÁUDIO VISUAL E DO LIVRO, DA LEITURA E DA LITERATURA.	
Cinema e Vídeo	Registro de documentário sobre a cidade, que retrata os 180 anos de imigração germânica; Não há cinema na cidade, mas existem apresentações em ginásios locais dos curtas produzidos pelas escolas com apoio do PLUG.
Publicações e mídias impressas	Autores locais: Lea Cassol; Herta Sporket Patro; Marcia Funke Dieter; Liane Veiga Copke; Roque Amadeu Kreutz; Jornal Destak; O Diário; e, Revista Mix Social.
CAMPO DAS CRIAÇÕES FUNCIONAIS	
Moda	Diversas empresas do segmento de confecção criam e comercializam produtos, entre as quais foram citadas: Viva Bordados; Dass Outlet (West Coast); e, Miss Blue.
Design	Instituto Superior de Educação de Ivoti oferece cursos técnicos em Informática e Design; Oficina da madeira (produção de móveis); CF Stands (cenografia em eventos).
Arquitetura	Núcleo de Casa Enxaimel, com arquitetura histórica, edificadas entre 1826 e 1950; Comentou-se que existem outras iniciativas mantidas, mas não foram apontadas.
Arte Digital	Não foram identificados movimentos relacionados à arte digital.

(fim da tabela)

Fonte: elaborado pelos autores, com base na realização de entrevistas e mapeamento (2015)

CONCLUSÃO

O trabalho de campo permitiu identificar iniciativas culturais, entretanto, percebe-se que este estudo pode ser aprofundado, visto que se faz necessário verificar os interesses da comunidade sobre o tema, e como se percebem em relação aos campos pesquisados, uma vez que as pessoas são apontadas como propulsoras para desenvolver a criatividade na cidade. Foram localizadas características que estimulam uma economia específica, baseada na cultura, sendo que foi possível identificar possibilidades de desenvolvimento do turismo em todos os setores criativos analisados. Percebe-se que a proposta desse estudo, apresenta novas perspectivas para Ivoti, RS, ao incluir em seu planejamento o escopo dos setores criativos, elevando investimentos para o fomento de iniciativas voltadas para o conceito das cidades criativas, a fim de gerar novas oportunidades para a economia criativa local.

REFERÊNCIAS

AMRR, Associação dos Municípios da Rota Romântica. **A Rota Romântica**. [Nova Petrópolis, RS]: [s.n.], [201-]. Disponível em: <<http://www.rotaromantica.com.br/>>. Acesso em: 20/06/2015.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Tradução Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. 2ª reimp. da 1ª Ed. São Paulo: Edições 70, 2011, 279 p.

DHEIN, Cíntia Elisa. **A interpretação patrimonial da imigração alemã para o turismo na Rota Romântica RS/BR**. 2012. 176 p. Disponível em: <<https://repositorio.ucs.br/jspui/bitstream/11338/733/1/Dissertacao%20C%C3%ADntia%20Elisa%20Dhein.pdf>>. Acesso em: 14/07/2015.

ENXAIMEL, [2013?]. Disponível em: <<http://casasensexaimel.com.br/page8.aspx>>. Acesso em: 10/07/2015.

FECOMERCIO SP, Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo. **Lançamento do Índice de Criatividade das Cidades**. [São Paulo]: Conselho de Criatividade e Inovação do FecomercioSP, 2012. Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/tutufischer/economia-criativa-nas-cidades-29032012-apresentao-do-ndice-de-criatividade-das-cidades>>. Acesso em: 12/07/2015.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Ivoti, RS**. [Brasília]: [s.n.], [201-]. Disponível em: <<http://cod.ibge.gov.br/62Z>>. Acesso em: 01/07/2015.

IVOTI. **Dados Municipais e Turismo**. [Ivoti, RS]: [Prefeitura Municipal de Ivoti], [201-]. Disponível em: <<http://www.ivoti.rs.gov.br/>>. Acesso em: 01/07/2015.

LANDRY, Charles. **Origens e futuros da cidade criativa**. São Paulo: SESI-SP editora, 2013. 96 p.

MARINHO, Heliana. **Cidades Criativas, Turismo e Revitalização Urbana**. In: REIS, Ana Carla Fonseca; MARCO, Kátia (orgs). *Economia da cultura: ideias e vivências*. Rio de Janeiro: Publit, 2009. P.251-260

MARTINS, Rolando Borges. **LISBOA, CRIATIVA?** In: REIS, Ana Carla Fonseca; MARCO, Kátia (orgs). *Economia da cultura: ideias e vivências*. Rio de Janeiro: Publit, 2009. P.78-83.

MINC, Ministério da Cultura. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014**. Brasília, Ministério da Cultura, 2011.148 p.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico** [recurso eletrônico]: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Cidades criativas: da teoria à prática**. São Paulo: SESI-SP editora, 2012. 236 p.

_____; REIS, A. C. F. e KAGEYAMA, Peter (orgs.). **Cidades criativas: perspectivas**. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. 176 p.

_____; REIS, A. C. F. e MARCO, Kátia (orgs). **Economia da cultura: ideias e vivências**. Rio de Janeiro: Publit, 2009. 252 p.

VIVANT, Elsa. **O que é uma Cidade Criativa?** São Paulo: SENAC, 2012. 96 p.

¹ Enxaimel é o termo que denomina a construção de casas em que madeiras são usadas com encaixes para formar estruturas rígidas, os vãos são preenchidos depois de ser colocado o telhado, então são preenchidos os vãos (ENXAIMEL, [2013?], online).

INOVAÇÃO E GESTÃO AMBIENTAL: UM ESTUDO MULTICASO

Giselly Santos Mendes¹

Vanessa Theis²

Dusan Schreiber³

Palavras-chave: Inovação. Gestão Ambiental. Indústria Coureira. Indústria metal mecânico.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho traz um recorte de duas dissertações do Programa de Pós Graduação em Qualidade Ambiental da Universidade Feevale, que tinham como objetivo geral investigar como as organizações dos segmentos metal mecânico e em indústrias de processamento de couro do Vale do Rio do Sinos, conciliam as atividades de inovação de produtos e processos, com os princípios estruturantes da gestão ambiental. Neste recorte, o objetivo é avaliar como as organizações dos referidos segmentos relacionam a inovação e a prática ambiental.

Para tanto, foram definidos, como objetivos específicos: 1) conceitualizar a variável ambiental, no que tange à inovação; 2) caracterizar o entendimento sobre inovação e prática ambiental; e 3) apresentar convergências e divergências entre a prática de inovar e a concepção ambiental do estudo multicaso. Os procedimentos metodológicos utilizados neste trabalho caracterizam-se pela pesquisa exploratória, através de pesquisa bibliográfica e estudo multicaso. Utilizou-se a abordagem qualitativa, com a coleta de dados através de entrevista semiestruturada e análise de conteúdo, aplicada a nove empresas dos segmentos em análise, localizadas na região do Vale do Rio do Sinos. Frente ao exposto, este trabalho, justifica-se ao pontuar a variável ambiental como relevante à concepção de inovações, assim como estas podem contribuir à mitigação de impactos ambientais.

1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

¹Mestre em Qualidade Ambiental, Bacharel em Administração de Empresas pela Universidade Feevale (0107142@feevale.br).

² Mestre e Doutoranda em Qualidade Ambiental na Universidade Feevale (vanessat@feevale.br).

³Doutor em Administração, Professor e pesquisador do PPG em Qualidade Ambiental (dusan@feevale.br).

As crescentes pressões por produtos e sistemas de produção menos agressivos são crescentes a nível global. Das pequenas às grandes inovações, a busca pela sustentabilidade impõe-se como imperativo na busca pelo sucesso. Neste contexto, o sucesso de qualquer empreendimento depende não somente de sua capacidade técnica e econômica, mas também de sua capacidade em responder a tal condicionante (NETO, 2011).

Tal proposição também é abordada nos estudos de Arruda e Carvalho (2014), que entendem que o meio ambiente influencia fortemente a atuação empresarial, figurando, muitas vezes, como elemento chave dentro da equação produtiva. Sendo assim, torna-se premente que as organizações conscientizem-se da necessidade de adotar práticas que minimizem o seu impacto ambiental. Nesta perspectiva, a inovação mostra-se um estratégico instrumento empresarial na busca por alternativas sustentáveis.

Na visão de Schumpeter (1982) o que suscita a variação no estado de constância econômica é o surgimento de inovações economicamente viáveis. Ainda, segundo o autor estas, quando incorporadas ao sistema econômico, visam à sustentabilidade organizacional, o retorno sobre o investimento realizado, e a constituição de diferencial competitivo. Além disso, o investimento em inovações repercute diretamente sobre o desempenho financeiro, a liderança de mercado e o aporte tecnológico das organizações.

Neste sentido, a inovação é um processo iniciado pela percepção de um novo mercado ou oportunidade. Compreende a produção de algo novo, que apresente valor potencial, a partir de uma nova ideia. Também pode compreender qualquer projeto que seja novo para quem o planeje e que possua um resultado (CARVALHO, 2009; LUDIN, 2009; GOVINDARAJAN; TRIMBLE, 2010). Paralelamente, Scherer e Carlomagno (2009) afirmam que inovar compreende a busca por novos resultados através de novas estratégias, novas ideias e novas atitudes, tipificadas em produtos, processos e métodos organizacionais.

Analisando pontualmente os estudos com enfoque ambiental, Jabbour e Jabbour (2013) identificaram que o potencial inovador das organizações também é influenciado por sua atuação e posicionamento ambiental. Ainda com base na visão de tais autores, a inovação ambiental pode ser compreendida como a adoção de conceitos e práticas orientados a uma produção ambientalmente amigável, bem como à redução do impacto ambiental.

Em pesquisas realizadas por Lustosa (2003) são apresentados como aspectos determinantes ao investimento ambiental a regulação ambiental, a demanda de consumidores e a pressão das partes interessadas. Tais aspectos também são pontuados nos estudos de Prates e Serra (2007) ao destacarem o marco regulatório como principal estímulo à mudança no

campo ambiental, ainda que parte desta motivação tenha se deslocado para a estratégia empresarial nos últimos anos.

Em síntese, organizações inovadoras sustentáveis são aquelas que geram não apenas resultados financeiros positivos, mas também aquelas que ponderam o meio ambiente e o social em suas ações de inovação (BARBIERI, 2007).

METODOLOGIA

O método de pesquisa escolhido para análise foi o estudo de caso, por se entender que apresenta melhor aderência aos objetivos que nortearam o estudo. Segundo Yin (2005), o estudo de caso é utilizado quando se questiona sobre um conjunto de acontecimentos contemporâneos sobre qual o pesquisador possui quase nenhum controle. Para a coleta de dados, optou-se pelo uso de entrevistas semiestruturadas e pela observação sistemática.

Conforme recomendação de Yin (2005), as entrevistas semiestruturadas caracterizam-se por direcionar o entrevistador por meio de perguntas abertas que procuram garantir que o entrevistado responda às questões não necessariamente na ordem pré-estabelecida. As entrevistas semiestruturadas das dissertações foram aplicadas sem um roteiro rígido e com perguntas abertas, mas sempre embasadas e guiadas pelas questões norteadoras do estudo. As entrevistas foram realizadas *in loco* com gestores de nove empresas, sendo cinco do setor metal mecânico e quatro do segmento coureiro. Estas empresas foram selecionadas de forma não probabilística, intencional e por conveniência, adotando critérios de acessibilidade e disponibilidade de tempo dos entrevistados.

O teor das entrevistas foi submetido à análise de conteúdo, que, segundo Bardin (2004, p.38) se refere a um “conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens”. Roesch (1999) pondera que este método consiste em procedimentos para levantar inferências válidas a partir do texto, buscando classificar palavras, frases, ou mesmo parágrafos em categorias de conteúdo.

RESULTADOS E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Em termos gerais, assim como Carvalho (2009), Ludin (2009) e Govindarajan e Trimble (2010), as organizações do segmento metal mecânico entrevistadas caracterizam a inovação como toda a atividade relacionada à P&D, novos métodos de fabricação e ao uso de novos componentes e matérias primas. Sendo o mesmo observado nas do segmento coureiro

entrevistadas, cuja compressão sobre inovação permeia a mudança de método, a substituição de materiais e a aplicação de novas tecnologias.

No que tange a novos desenvolvimentos, frente aos aspectos ambientais as metalúrgicas analisadas procuram avaliar o impacto ambiental em sua cadeia produtiva, através do controle da poluição, da redução de resíduos e do desperdício de recursos. O que corrobora aos estudos realizados por Barbieri (2007), Jabbour e Jabbour (2013). Já as empresas coureiras procuram inovar relacionando o meio ambiente, desde que a nova criação acompanhe as tendências de sua cadeia produtiva de modo a obter diferenciação.

Por meio dos relatos das organizações, observou-se que ainda entre os aspectos determinantes à implementação de uma inovação tecnológica ou ambiental, destacam-se a relação custo x faturamento nas empresas coureiras. Sendo o mesmo observado nas empresas metalúrgicas, cuja relevância da dimensão econômica da inovação deve resultar em incremento do retorno financeiro obrigatoriamente. Quanto aos objetivos mais representativos entre a relação da prática de inovar com a prática de preservar, as empresas coureiras analisadas buscam a eficiência, a lucratividade e a manutenção de suas relações com as partes interessadas. Enquanto as empresas observadas do segmento metal mecânico restringem-se a redução de custos, o aperfeiçoamento do desempenho funcional e aumento do retorno financeiro.

Observa-se também que os motivos que levam as empresas pesquisadas a inovar com vista à temática ambiental, dizem respeito ao atendimento à legislação e a prospecção de clientes. Contudo, nas metalúrgicas analisadas observou-se uma forte tendência em inovar processos a fim de melhorar o controle e gerenciamento dos resíduos gerados. Sob esta perspectiva Lustosa (2003), Prates e Serra (2007) também sustentam o resultado destas entrevistas, ao indicarem que com maior frequência as organizações buscam elevar o seu nível de competitividade, realizando investimentos em capacitação tecnológica, para inovar, em produtos e processos, combinando as boas práticas de gestão ambiental.

Para as empresas do segmento coureiro entrevistadas a inovação ambiental figura como elemento estratégico, uma vez que contribui diretamente a conquista de novos mercados de atuação como o europeu e asiático. Tal posicionamento é tratado por Arruda e Carvalho (2014) os quais defendem a variável ambiental como elemento chave dentro da equação produtiva. Já as empresas analisadas do segmento metal mecânico entendem que quando atuam nesta linha, atem-se apenas ao atendimento de dispositivos legais, e que a diferenciação pelas questões ambientais ocorre apenas nos processos industriais.

Em relação aos benefícios percebidos nesta linha de atuação, as empresas coureiras analisadas citam a diferenciação, o reconhecimento como agente ambiental e a redução de custos. Embora seus esforços ambientais sejam mais orientados aos processos industriais, as empresas metalúrgicas analisadas percebem como benefícios a obtenção de certificações sociais e ambientais, que respaldem seu comprometimento com o desenvolvimento sustentável.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sendo assim, pode-se inferir que a inovação ainda não é um processo intrínseco às empresas do segmento coureiro analisadas. De modo geral, a inovação ambiental começa a fazer parte da estrutura destas organizações, na qual a questão ambiental desponta como agente catalisador de mudanças. Já para empresas metalúrgicas estudadas, pode-se inferir que não há inclinação em adequar as inovações a uma política ambiental mais ampla, do que a solicitada por lei. A análise de narrativas, dos casos expostos nas dissertações consultadas, permitiu evidenciar que as práticas ambientais podem se relacionar aos processos de inovações, mesmo variando em intensidade nos segmentos comparados.

REFERÊNCIAS

ARRUDA, Carlos; CARVALHO, Flavia. **Inovações ambientais: oportunidades de negócios, políticas públicas e tecnologias**. 1. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

BARBIERI, José C. **Organizações inovadoras sustentáveis: uma reflexão sobre o futuro das organizações**. São Paulo, SP: Atlas, 2007.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. 3. ed. Lisboa: Edições 70, 2004.

CARVALHO, Marly Monteiro de. **Inovação: estratégias e comunidades de conhecimento**. São Paulo: Atlas, 2009.

GOVINDARAJAN, Vijay; TRIMBLE, Chris. **O outro lado da inovação: a execução como fator crítico de sucesso**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

JABBOUR, Ana Beatriz Lopes de Sousa, JABBOUR, Charbel José Chiappetta. **Gestão ambiental nas organizações: fundamentos e tendências**. São Paulo: Atlas, 2013.

LUDIN, Stephen. **As nove vidas da inovação: cats**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

LUSTOSA, Maria Cecília Junqueira. **Industrialização, Meio Ambiente, Inovação e Competitividade**. In: MAY, Peter H.; LUSTOSA; Maria Cecília; VINHA, Valéria da (organizadores). *Economia do Meio Ambiente – Teoria e Prática*. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003, pp. 155-172.

NETO, João Amato. **Sustentabilidade e Produção: teoria e prática para uma gestão sustentável**. São Paulo: 2011.

PRATES, Thierry; SERRA, Maurício. Os impactos da regulação ambiental na inovação: algumas considerações. **Economia & Tecnologia** - Ano 03, Vol. 08 –Jan./Mar. de 2007. Disponível em: <<http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs2/index.php/ret/article/view/29506/19201>>. Acesso em: 14/07/2015.

ROESCH, Sylvia M. A. **Projetos de estágios e de pesquisa em Administração: Guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudo de caso**. São Paulo: Atlas, 1999.

SCHERER, Felipe Ost; CARLOMAGNO, Maximiliano Selistre. **Gestão da inovação na prática: como aplicar conceitos e ferramentas para alavancar a inovação**. São Paulo: Atlas, 2009.

SCHUMPETER, Joseph A. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: Planejamento e Métodos**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010. 248 p.

INTERATIVIDADE NO JORNALISMO: A VOZ DO INTERAGENTE

André Antônio Varnieri Haar¹

Anelise Rublescki²

Palavras-chave: Jornalismo. Colaboração. Interagente. Interatividade. Participação.

INTRODUÇÃO

O jornalismo está mudando no ritmo das novas tecnologias, principalmente com o uso da internet e as redes sociais digitais.

Este artigo aborda o jornalismo, a interatividade, a participação e a colaboração, não pelo viés dos veículos de comunicação, mas a quem mais interessa neste trabalho: o consumidor de notícias - o telespectador - o leitor - o ouvinte, o internauta. É para o interagente que as empresas de comunicação apresentam suas estratégias para aproximar o cidadão das redações. Mas para o interagente é, de fato, interatividade? Qual é a importância para as pessoas poderem participar?

Apresenta-se o resultado parcial de uma pesquisa *online* realizada entre os dias 15 de maio e 2 de junho de 2015, pelas redes sociais Twitter, Facebook e Instagram, que alcançou o número exato de 500 respondentes. Este artigo tem por objetivo geral “analisar o processo de interatividade mapeando as percepções e demandas do interagente”. E para darmos conta processualmente desta discussão, esse artigo se divide em quatro sessões: 1- Discutir a relação jornalismo - interagente na sociedade contemporânea; 2- Aprofundar a delimitação teórica do conceito de interatividade; participação e colaboração; 3- Mapear diferentes estratégias de interação praticadas/prometidas pelos conglomerados midiáticos; 4- Investigar a opinião, questionamentos, conhecimento, uso das ferramentas e motivações dos interagentes sobre a

¹ Jornalista, graduado pela Universidade FEEVALE-Novo Hamburgo-RS, aluno do Curso de Mestrado em Processos e Manifestações Culturais da Universidade FEEVALE- Novo Hamburgo-RS.

² Jornalista, mestre em Comunicação e Ciência da Informação (UFRJ- convênio CNPq/IBICT), doutora em Comunicação e Informação (UFRGS), Pós-doutora em comunicação midiática (UFSM). Docente no Programa de Pós-Graduação em Processos e Manifestações Culturais, na Universidade FEEVALE.

interatividade com (dos) veículos noticiosos. Esta pesquisa é de cunho exploratório, de caráter descritivo, a partir de uma abordagem quanti-qualitativa.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para a interatividade, ou a prática da interatividade, é consenso que no processo há um conjunto de comportamentos que acompanham o avanço cultural do consumidor de notícias. Portanto, além de trazermos alguns conceitos de interatividade, participação e colaboração, vamos acrescentar elementos de “Cultura da Participação” de Shirky (2011) e da “Cultura da Conexão”, de Jenkins (2014). Sabemos que todo comportamento está associado à formação de um povo, seus hábitos, costumes e sua cultura, evidenciado pelas suas manifestações culturais.

Uma das maiores referências da convergência digital, o norte-americano Henry Jenkins (2009), em “Cultura da Convergência”, considera essencial a diferenciação entre interatividade e participação. Não podem ser tratadas como sinônimos.

A interatividade estaria ligada a mecanismos executados por produtores de mídia para oferecer respostas aos consumidores de informação, sendo assim, as diferentes formas de comunicação teriam diferentes graus de interatividade, proporcional às respostas enviadas aos interagentes. Para ele, a interatividade está proporcionalmente associada ao fato de reação do interagente ao conteúdo.

Neste sentido, Clay Shirky diz que

[...] há outra noção, herdada dos padrões de consumo de mídia ao longo das últimas décadas, de que mídia se refere a um conjunto de negócios, de jornais e revistas até rádio e televisão, com maneiras específicas de produzir material e formas específicas de fazer dinheiro. E, enquanto usarmos “mídia” para nos referirmos apenas a esses negócios e a esse material, a palavra será um anacronismo, inadequada ao que acontece hoje em dia. Nossa capacidade de equilibrar consumo, produção e compartilhamento, nossa habilidade de nos conectarmos uns aos outros, está transformando o conceito de mídia, de um determinado setor da economia em mecanismo barato e globalmente disponível para o compartilhamento organizado (SHIRKY, 2011, p. 29).

Para o autor, a era do compartilhamento está transformando o comportamento das empresas de comunicação, uma vez que a participação do público consumidor é cada vez maior, influenciando as decisões, tanto das redações jornalísticas, como das estratégias dos próprios veículos, Marco Silva, um dos autores mais críticos sobre o uso do termo interatividade na atualidade, apresenta os vários sentidos que deveriam ser contemplados quando se promove a interatividade.

Parto do seguinte princípio: um produto, uma comunicação, um equipamento, uma obra de arte são de fato interativos quando estão imbuídos de uma concepção que contemple complexidade, multiplicidade, não linearidade, bidirecionalidade³ etc., permitindo ao usuário-interlocutor-fruidor a liberdade de participação, de intervenção, de criação (SILVA, 2012, p.122).

SILVA (2012, p.11), apresenta as reações imediatas que o termo interatividade provoca nas pessoas e propõe também uma profunda reflexão no que considera um termo muito complexo. Diz - como um recado aos pesquisadores que fazem diversas menções conceituais -, que “não estão de todo equivocados, mas que há muito mais a dizer sobre interatividade”. Sobre as reações, explica que

A primeira é aquela que vê mera aplicação oportunista de um termo “da moda” para significar velhas coisas como diálogo e comunicação. Para a segunda reação, interatividade tem a ver com ideologia, com publicidade, estratégia de *marketing*, fabricação de adesão, produção de opinião pública, aquilo que legitima a expansão globalizada do novo poderio tecnointustrial baseado na informática. E fazem parte da terceira reação os que dizem jamais se iludir com a interatividade homem-computador, porque, por trás de uma aparente inocência da tecnologia “amigável”, “soft”, haveria rivalidade e dominação da técnica promovendo a regressão do homem à condição da máquina (SILVA, 2012, p. 11, grifo do autor).

METODOLOGIA

Metodologicamente é um artigo teórico-empírico que utiliza a revisão bibliográfica para delimitar os conceitos-chave da discussão e de uma pesquisa quantitativa *online*, de cunho exploratório, sobre o comportamento do interagente frente às possibilidades de interatividade oferecidas pelos veículos de comunicação. A pesquisa, através de questionários que realizamos com interagentes, foi de caráter exploratório, *online*, contendo perguntas sobre a rotina do consumidor de informação sobre interatividade, participação e colaboração com (dos) veículos de comunicação de massa. Foi publicada nas páginas das redes sociais no dia 12 de maio de 2015.

RESULTADOS

Na análise das respostas do questionário *online* com os interagentes, percebe-se o desejo das pessoas em fazerem parte da produção da informação, seja participando, colaborando, interagindo, mesmo que estes ainda sejam, no jornalismo, conceitos ainda muito abertos e passíveis de uma melhor interpretação e definição. É visível que as pessoas têm

³ Bidirecionalidade para o autor significa o caminho de ida e volta em um processo comunicacional, como o telefone.

utilizado a internet para fazer parte dos espaços noticiosos, inclusive. E por isso abrimos aqui um espaço para este interagente. Uma das perguntas que realizamos foi se “você acha que os veículos de comunicação, de fato, exercem a interatividade com o público. A resposta “mais ou menos” foi a escolhida por 72% dos entrevistados. E apenas 17% responderam que “sim, muito”. Evidencia que os veículos ainda têm um longo caminho a seguir no que se refere à participação das pessoas. As pessoas demonstraram também que valorizam a participação das pessoas na programação. Ao todo 84% disseram que sim, é muito importante que os veículos de comunicação promovam a interatividade.

DISCUSSÃO

Ao compararmos as respostas dos interagentes no questionário *online* com a bibliografia escolhida para este estudo, se confirma a afirmação de Clay Shirky ao dizer que “as pessoas gostam de consumir, mas também gostam de produzir e de compartilhar” (SHIRKY, 2011, p. 25), evidenciando o desejo constante das pessoas em serem contadoras de histórias. Para o autor, “Participar é agir como se sua presença importasse, como se, quando você vê ou ouve algo, sua resposta fizesse parte do evento” (SHIRKY, 2011, p. 25). No questionário, perguntamos para o interagente sobre a “intenção quando colabora com algum veículo de comunicação. Por que você faz?”. Ao todo, entre 500, 351 respostas foram no sentido de “colaborar para que as pessoas tenham conhecimento de algo”. Portanto, a grande maioria vê na intenção de compartilhar, colaborar com outras pessoas. Apenas 3 pessoas, ou seja, 0,3% disseram nunca ter colaborado com algum veículo de comunicação.

Nossa pergunta seguinte aqui abordada é sobre a Interatividade. Queríamos saber, afinal, o que as pessoas - os interagentes -, pensam sobre a interatividade. A pergunta foi: “Os veículos de comunicação falam muito em INTERATIVIDADE. Pelo seu conhecimento sobre INTERAÇÃO, você acha que os veículos, de fato, exercem a interatividade com o público?”.

Para 72% dos entrevistados, ou seja, 359 pessoas, a resposta escolhida foi “mais ou menos”. Para 17% a resposta foi a mais positiva: “Sim, muito”. Para 3% dos entrevistados, apenas 14 pessoas, a interatividade não está nos planos, ao optarem pela resposta “Não tenho tempo para colaborar, quero é receber a informação e está ótimo”.

Para os autores Jenkins, Green e Ford, as pessoas ainda estão vivendo em um mundo de adaptações, de transformações e mudanças. Escrevem que a análise social em tempos de Cultura da Conexão

[...] não supõe que as novas plataformas liberem as pessoas de velhas limitações, mas, em vez disso, sugere que as facilidades da mídia digital funcionam como catalisadoras para a reconceitualização de outros aspectos de cultura, exigindo que sejam repensadas as relações sociais [...] (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p.25).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Percebemos, através da participação no questionário *online* que há, visivelmente, um interesse cada vez maior das pessoas fazerem presentes nos veículos de comunicação. Desejam cada vez mais interagir, participar, colaborar. E a partir deste primeiro questionário quantitativo, que teve a participação de 500 respondentes, será encaminhado um segundo questionário, desta vez aprofundando os questionamentos em uma pesquisa qualitativa. Serão enviadas perguntas a 383 pessoas que se propuseram a responder o questionário com mais profundidade. Outro aspecto importante a considerar é a bibliografia que será acrescentada aos estudos por sugestão da banca de qualificação. Autores ligados à sociologia serão trabalhados antes da elaboração e envio dos questionários, a fim de que tenha-se uma base sociológica sobre a interatividade.

REFERÊNCIAS

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: 2. Ed, Aleph, 2009.

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

SILVA, Marco. **O Que é interatividade**. Boletim Técnico do SENAC, Rio de Janeiro, v. 24, n. 2, p. 27-35, maio/ago. 1998.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado**. Tradução: Celina Portocarrero. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

INTERVENÇÃO REGULATÓRIA DA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA À LUZ DA SUSTENTABILIDADE

Kátia Jaqueline Rech Medeiros Rodrigues¹

Ricardo Libel Waldman²

Palavras-chave: Sociedade de risco. Desenvolvimento sustentável. Inovação. Sustentabilidade. Precaução. Propriedade Intelectual.

INTRODUÇÃO

TEMA

Intervenção Regulatória Da Inovação Tecnológica

DELIMITAÇÃO DO TEMA

Intervenção Regulatória Da Inovação Tecnológica à Luz Da Sustentabilidade na Lei de Patentes

CONTEXTUALIZAÇÃO E JUSTIFICATIVA

O desenvolvimento econômico exige das organizações a constante inovação de produtos e processos, com o objetivo de atender as expectativas do mercado consumidor e, conseqüentemente, manterem sua competitividade e lucratividade. Porém, a incessante busca pela inovação em especial a tecnológica implica no uso exacerbado dos recursos naturais e, muitas vezes, no descarte indevido. Dessa realidade, percebe-se que o exercício do crescimento econômico colocou em crise a sociedade atual, bem como as gerações futuras, pois juntamente com os benefícios advindos das inovações tecnológicas, surgem riscos que ameaçam a preservação do meio ambiente, delineando os contornos de uma nova sociedade, denominada de sociedade de risco, exigindo que se repense as atividades econômicas, em

¹ Autora: Mestranda do Programa de Pós-Graduação *stricto sensu* Mestrado em Direitos Humanos do Centro Universitário Ritter dos Reis - UNIRITTER. Especialista em Direito Processual Civil pela PUC/RS. MBA em Direito da Economia e da Empresa pela FGV/RS. Graduada em ciências Jurídicas e Sociais pela UNISINOS.

² Orientador: Professor do Programa de Pós-Graduação *stricto sensu* Mestrado em Direitos Humanos do Centro Universitário Ritter dos Reis – UNIRITTER.

especial, o patenteamento de inovações tecnológicas sob o prisma do desenvolvimento sustentável em sentido forte.

PROBLEMA DE PESQUISA

Investigar se os critérios fixados pelo ordenamento jurídico nacional e internacional relativo ao patenteamento de inovações tecnológicas visam a sustentabilidade.

OBJETIVO GERAL

Analisar se os atuais requisitos existentes para patenteamento de novos produtos e processos atendem a perspectiva da sustentabilidade em sentido forte.

OBJETIVO ESPECÍFICOS

a) Analisar o conceito de desenvolvimento sustentável, seus sentidos forte e fraco, suas dimensões e entrelaçamentos que ocorrem entre as mesmas; b) Investigar se a atual legislação sobre patentes fixa a exigência de prévia verificação da sustentabilidade do produto e dos potenciais riscos antes de sua disponibilização no mercado; c) Verificar em que medida o princípio da precaução deverá atuar na regulação de inovações tecnológicas e a possibilidade de intervenção nas fases iniciais do desenvolvimento de novas tecnologias.

PROCEDIMENTO METODOLÓGICO

O método escolhido é o hipotético desenvolvido a partir da pesquisa bibliográfica, documental, legislação e jurisprudência.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

CONTEXTUALIZAÇÃO: SOCIEDADE DO RISCO GLOBAL

A sociedade hodierna está estruturada sobre um paradigma de desenvolvimento resultante de longa evolução histórica cunhada pelas necessidades de sobrevivência e de progresso científico. Esse paradigma, associado a fatores diversos, exhibe uma realidade complexa de riscos relacionados às decisões tomadas nas diversas instâncias, sobretudo pela economia. Em face desse cenário o estudo do risco ecológico tem recebido especial atenção das ciências sociais como forma de tentar minimizar os impactos da crise ambiental. Surge, então, a teoria da sociedade de risco cunhada pelo sociólogo alemão Ulrich Beck. Para Beck, o conceito de sociedade de risco “designa uma fase no desenvolvimento da sociedade

moderna, em que os riscos sociais, políticos, econômicos e individuais tendem cada vez mais a escapar das instituições para o controle e a proteção da sociedade industrial”.³ A insegurança e a incerteza estão atingindo todos os ramos do conhecimento até mesmo o Direito e as áreas da pesquisa e desenvolvimento das organizações empresariais.

DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Segundo, o relatório *Nosso Futuro Comum* desenvolvimento sustentável é “um desenvolvimento capaz de suprir as necessidades da geração presente sem afetar a habilidade das futuras gerações de suprir as suas”⁴. De acordo com Klaus Bosselmann esse princípio pode ser compreendido em sentido fraco, que simplesmente reconhece a inter-relação entre economia, ecologia e sociedade e, em um sentido forte, pelo qual sociedade e economia são submetidas à integridade ecológica (manutenção do equilíbrio dos ecossistemas existentes)⁵. Entretanto, o princípio em seu sentido fraco, o qual tem prevalecido, não se mostra capaz de resolver a crise que estamos enfrentando; pois, ao mesmo tempo em que, reconhece a relação entre os objetivos ambientais, econômicos e sociais, dá a cada um desses objetivos valor autônomo, no sentido de que admite que se pode alcançar um em detrimento dos outros sem que se perca em termos de sustentabilidade. Verifica-se que há uma “tensão dialética” permanente entre o objetivo da proteção ambiental e o crescimento econômico que decorre, sobretudo, em virtude da excessiva utilização dos recursos naturais em busca do desenvolvimento econômico. Porém, não se pode privilegiar a atividade econômica em detrimento de um padrão mínimo que deve ser assegurado aos seres humanos no contexto da equidade intergeracional, mas sim a preservação e a utilização sustentável devem ser buscadas para a elevação da qualidade de vida, pautada pelo fator econômico como desenvolvimento e não como crescimento⁶. Aliás, Ingo W. Sarlet e Tiago Fensterseifer citando a Declaração sobre o Direito ao Desenvolvimento, do qual o Brasil é signatário, alertam que o conceito de desenvolvimento ultrapassa a ideia limitada de crescimento econômico⁷. Portanto, seguindo o entendimento de Bosselmann, o sentido forte é mais promissor, eis que é mais preciso do que

³BECK, Ulrich, GIDDENS, Anthony e LASH, Scott. *Modernização Reflexiva: política, tradição e estética na ordem social moderna*. Tradução de Magda Lopes. São Paulo: UNESP, 1997. p. 15-16.

⁴ Definição proposta pelo Relatório Brundtland (1987), acordado na ECO (92).

⁵ BOSSELMANN, Klaus. *The principle of sustainability: transforming law and governance*. Surrey, England: Ashgate Publishing Limited, 2009.

⁶ SARLET, Ingo Wolfgang; FENSTERSEIFER, Tiago. Estado socioambiental e mínimo existencial (ecológico?): algumas aproximações. In SARLET, Ingo Wolfgang (Org.). *Estado Socioambiental e direitos fundamentais*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2010, p. 21-22.

⁷ SARLET, Ingo W.; FENSTERSEIFER, Tiago. Estado socioambiental e mínimo existencial (ecológico?): algumas aproximações. In SARLET, Ingo Wolfgang (Org.). *Estado Socioambiental e direitos fundamentais*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2010, p. 21.

a mera percepção de inter-relação, visto que estabelece como critério para a ação humana a preservação de um estado de coisas conhecido⁸.

REGRAMENTO DA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA

No âmbito jurídico a matéria patenteável, invenção e modelo de utilidade, encontra-se definida nos artigos 8º e 9º da Lei n.º 9.279/96 que rege a propriedade industrial (Lei de Patentes)⁹. Dentre os requisitos de patenteabilidade estão a novidade, merecendo destaque o conceito de *novo* prescrito no artigo 11 “A invenção e o modelo de utilidade são considerados novos quando não compreendidos no estado da técnica”¹⁰. Por sua vez, a Lei n.º 10.973/04 (Lei de Inovação) define inovação em seu artigo 2º, inciso IV como “introdução de novidade ou aperfeiçoamento no ambiente produtivo ou social que resulte em novos produtos, processos ou serviços”.

METODOLOGIA

Importa destacar que esta investigação está em caráter inicial, tendo por intuito proporcionar uma nova perspectiva do ordenamento sobre patenteamento de inovações tecnológicas sob o enfoque da sustentabilidade. Assim, a pesquisa é exploratória e explicativa, aplicando o método hipotético. Segundo Gil, a pesquisa exploratória envolve levantamento bibliográfico, documental, legislação, jurisprudencial e estudo de caso¹¹, sendo utilizada para esclarecer como o ordenamento se posiciona em relação a inserção de novos produtos e processos à luz da sustentabilidade. Além do aspecto exploratório a pesquisa é explicativa. Para Gil, as pesquisas explicativas “têm como preocupação central identificar os fatores que determinam ou que contribuem para a ocorrência dos fenômenos”¹².

⁸ BOSSELMANN, Klaus. *The principle of sustainability: transforming law and governance*. Surrey, England: Ashgate Publishing Limited, 2009.

⁹ Art. 8º É patenteável a invenção que atenda aos requisitos de novidade, atividade inventiva e aplicação industrial. Art. 9º É patenteável como modelo de utilidade o objeto de uso prático, ou parte deste, suscetível de aplicação industrial, que apresente nova forma ou disposição, envolvendo ato inventivo, que resulte em melhoria funcional no seu uso ou em sua fabricação.

¹⁰ Art. 11. A invenção e o modelo de utilidade são considerados *novos* quando não compreendidos no estado da técnica. § 1º O estado da técnica é constituído por tudo aquilo tornado acessível ao público antes da data de depósito do pedido de patente, por descrição escrita ou oral, por uso ou qualquer outro meio, no Brasil ou no exterior, ressalvado o disposto nos arts. 12, 16 e 17. § 2º Para fins de aferição da novidade, o conteúdo completo de pedido depositado no Brasil, e ainda não publicado, será considerado estado da técnica a partir da data de depósito, ou da prioridade reivindicada, desde que venha a ser publicado, mesmo que subsequente. § 3º O disposto no parágrafo anterior será aplicado ao pedido internacional de patente depositado segundo tratado ou convenção em vigor no Brasil, desde que haja processamento nacional.

¹¹ GIL, Antônio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007, p. 44-50.

¹² GIL, Antônio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007, p. 44-50.

DISCUSSÃO E RESULTADOS PARCIAIS

Após investigar a aplicabilidade do princípio do devido processo legal, em ambas as dimensões, como mecanismo de proteção ao meio ambiente e de garantia do direito fundamental ao meio ambiente saudável, conclui-se pela possibilidade de sua aplicação. Aliás, na doutrina há quem defenda a existência de um devido processo legal ambiental, indicando que dadas as peculiaridades do direito ambiental é necessária uma interpretação específica (“diálogo das fontes”) do direito processual e material para uma tutela justa e adequada do meio ambiente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo, em fase inicial, permite perceber que o regramento referente as inovações tecnológicas, especificamente, a propriedade intelectual, não abarca a análise do produto (ou processo) sob a ótica da sustentabilidade e do potencial risco que as novas tecnologias acarretarão ao meio ambiente. Assim, supõe-se que à legislação patentária deve-se agregar critérios ambientais, de modo a adequá-la ao princípio do desenvolvimento sustentável em sentido forte, abrangendo a aplicação do princípio da precaução na análise para concessão de patente a um produto ou processo, evitando que invenções que apresentem riscos ou efeitos nocivos à saúde das pessoas e ao meio ambiente sejam patenteadas.

REFERÊNCIAS

- ÁVILA, Humberto Bergmann. *Teoria dos princípios*. 3. ed. São Paulo: Malheiros, 2004.
- BECK, Ulrich. *Políticas ecológicas en la edad del riesco: antídotos la irresponsabilidad organizada*. Barcelona: El Roure Editorial, 1998.
- BERTI, Enrico. *As razões de Aristóteles*. Trad. de Dion Davi Machado. São Paulo: Loyola, 1998.
- BOBBIO, Norberto. *A era dos direitos*. Trad. Carlos Nelson Coutinho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004. 13ª reimpressão.
- BOSELNANN, Klaus. “A legal framework for sustainable development” In *Environmental law for a sustainable society*.
- BOSELNANN, K, “Ecological Justice and Law”, In: B. Richardson and S.Wood (eds.), *Environmental Law for Sustainability: A Critical Reader*, Hart Publ. Oxford, 2006. pp 129-163.

BOSELMANN, Klaus. *O Princípio da Sustentabilidade: transformando direito e governança*. Trad. Phillip Gil França. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2015.

BOSELMANN, Klaus. “The concept of sustainable development” In *Environmental law for a sustainable society*. BOSELMAN, K. & GRINLINTON, D. (eds.). New Zealand Centre for Environmental Law Monograph Series: v.1. Auckland: New Zealand Centre for Environmental Law, 2002.p. 81-96.

FENSTERSEIFER, Tiago. *Direitos fundamentais e proteção do meio ambiente*. Porto Alegre: Livraria do Advogado. 2008.

FREITAS, Juarez. *Sustentabilidade: o direito ao futuro comum*. Belo Horizonte: Fórum, 2011.

GIL, Antônio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

HÄBERLE, Peter. A dignidade humana como fundamento da comunidade estatal. In

SARLET, Ingo Wolfgang (org.). *Dimensões da Dignidade: ensaios de Filosofia do Direito e Direito Constitucional*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2005

HABERMAS, Jürgen. *O futuro da natureza humana*. Tradução: JANNINI, Karina. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

JONAS, Hans. *O princípio responsabilidade: ensaio de uma ética para a civilização tecnológica*. Tradução: LISBOA, Marijane e MONTEZ, Luiz Barros. Rio de Janeiro: PUC-RJ, 2006.

SARLET, Ingo Wolfgang, FENSTERSEIFER, Tiago. *Direito constitucional ambiental*. 4. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais.

TORRES, Ricardo Lobo. *O direito ao mínimo existencial*. Rio de Janeiro: Renovar, 2009.

MEDO E FASCÍNIO: O IMAGINÁRIO DA CIBERCULTURA REVISTO NO FILME HER (ELA)

Samyr Paz¹

Sandra Portella Montardo²

Palavras-chave: Cibercultura. Imaginário. Her (Ela).

INTRODUÇÃO

A tecnologia sempre exerceu forte influência no ser humano. É o que aponta Boyd (2014), argumentando que muitos sentimentos contrários e favoráveis surgem historicamente em relação à novas tecnologias. Não é diferente atualmente, quando a discussão fica mais evidente pela existência de um ecossistema vasto de tecnologias, representados pela Internet, dispositivos móveis, computadores e demais aparelhos acessíveis aos humanos. Curiosamente como criador e criatura, Victor Frankstein e o monstro, por vezes humanos sentem medo das potencialidades da tecnologia. Poderiam ser criados autônomos que exterminem a vida na Terra? Ou poderiam robôs substituírem o carinho e o sentimento, algo pretensamente exclusivo da raça humana? Por outro lado, também há toda a sorte de fascínio e excitação referente ao que a técnica pode fazer. Por exemplo, através da Internet é possível a aproximação entre pessoas queridas, subvertendo a distância física. Ou, quem sabe, em um futuro será possível transferir a consciência humana para as máquinas e assim postular a vida eterna.

Partindo das premissas apresentadas no parágrafo anterior, este trabalho analisa o filme Her (2013), dirigido por Spike Jonze e traduzido para o português no Brasil para Ela. O objetivo é percorrer abordagens teóricas referentes a cibercultura e o imaginário, oferecendo perspectivas quanto ao que a narrativa do filme reflete pensamentos contemporâneos em relação a tecnologia. Apesar do título do trabalho trazer as palavras medo e fascínio, o estudo se desenvolve em um campo muito mais cinza. Como o próprio filme aborda questões complexas e sensíveis, não seria justo apenas apontar duas categorias tão dicotômicas. Por isso a escolha de revisar o imaginário, conceito que segundo Segundo Maffesoli (2001) pode

¹ Mestrando do Curso de Processos e Manifestações Culturais da Universidade Feevale, email: samyrpaz@gmail.com

² Orientadora. Professora Feevale. E-mail: sandramontardo@feevale.br

ser compreendido como uma aura não quantificável que envolve a materialidade. Portanto, a questão do trabalho envolve analisar o filme *Her*, sensibilizando-se por entender os sentimentos humanos em relação as tecnologias, conforme apresentando pela narrativa.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Histórias ficcionais de alguma forma conseguem coletar parte do imaginário e o representam conforme as vozes de seus autores e artistas. É perceptível essa constatação pela lembrança de filmes como: *2001: Uma Odisséia no Espaço* (Stanley Kubrick, 1968), *Blade Runner – O Caçador de Andróides* (Ridley Scott, 1982) e *Matrix* (Andy e Lana Wachowski, 1999). São obras que apresentam conflitos entre humanos e máquinas, refletindo pensamentos que não se finalizam na narrativa em si. *Her* (2013) não é diferente. Porém, a narrativa investe muitos mais em um cotidiano humano tecnológico, do que em conflitos físicos e militares. Spike Jonze constrói uma história em que Theodore (Joaquin Phoenix) se apaixona por um sistema operacional (voz de Scarlett Johansson). Perante essa relação inusitada, afinal o sentimento do OS1 (auto intitulado Samantha) é recíproco, a narrativa tensiona questões referentes ao isolamento humano no mundo digital, o corpo (ou falta dele), ubiquidade tecnológica, inteligência artificial, tempo e espaço, transcendência e afetividade.

Para entender o contexto do filme, é preciso recorrer a teorias da cibercultura, afinal as mesmas oferecem um panorama contemporâneo em relação as tecnologias. Pois, cibercultura nasce do ciberespaço. Este último criado pela conexão entre computadores e das memórias por estes oferecidos, segundo Lévy (apud MARTINO, 2013). Martino, citando Lévy, argumenta que “a cibercultura é a transposição para um espaço conectado das culturas humanas em sua complexidade e diversidade” (2013, p. 28). Não é o nascimento de uma nova cultura, mas de certa forma é a transposição para um mundo conectado em rede do que já existia e estava latente no ser humano. Felinto, em sentido semelhante de Martino, salienta que “a cibercultura não seria muito mais que uma outra expressão para designar nossa complexa e intrigante pós-modernidade” (2006, p. 2). A cibercultura é uma tecnocultura mais abrangente. A tecnologia penetrando a sociedade em todos os seus aspectos.

Por exemplo, com o desenvolvimento de tecnologias que cabem na palma da mão (celulares, tablets e notebooks) e a mobilidade oferecida por essas ferramentas, o sujeito é exigido à comunicação a todo instante (FELINTO, 2006). “A cibercultura representa, nesse sentido, o instante supremo de realização da comunicação tecnológica: sem limites, sem fronteiras, sem ruídos – uma comunicação total” (FELINTO, 2006, p. 3). Sem cair no alçapão

do determinismo tecnológico, este trabalho apenas está apontando a forma como as tecnologias penetram a vida das pessoas. Fato este comprovado pela pesquisa TIC Domicílios (2014). Foi registrado que 51% dos brasileiros, com 10 anos ou mais, acessaram a Internet em 2013. A porcentagem corresponde a 85,9 milhões de pessoas. Além disso, 49% dos domicílios têm computador, correspondendo a 30,6 milhões de domicílios. E observa-se o crescente uso de Internet móvel: 31% dos brasileiros, com 10 anos ou mais, acessaram a Internet pelo celular em 2013 (52,5 milhões de pessoas). A expansão do acesso à Internet e a disponibilidade de dispositivos móveis oferece "a interseção dos espaços, antes chamados de real e de virtual, constituindo hoje uma mistura inextricável que se imiscuiu no tecido mesmo das nossas vidas" (SANTAELLA, 2013, p. 136). Acessar informações e se comunicar com outros está acessível através de multipontos no espaço. O ciberespaço se torna simbiótico à vida social contemporânea.

Porém, Felinto (2006) destaca o seguinte contraponto: uma comunicação total é um mito e está apenas presente em um imaginário tecnológico. Segundo Maffesoli (2001) o imaginário é uma aura não quantificável que envolve a materialidade. É uma relação direta entre as intimações objetivas e a subjetividade. Ainda segundo Maffesoli, o imaginário só existe no coletivo e funciona como uma espécie de cimento social. Portanto, a cibercultura como conceito transita nesta dualidade ficcional e concreta, aventando entre sonho e realidade.

A cibercultura se manifesta como um imaginário no qual o paradigma chega para realizar um sonho imemorial da humanidade: a transcendência das limitações humanas, a manipulação da realidade convertida em padrões de informação, a conquista da natureza e das leis do cosmos – em uma palavra, a divinização do *homo ciberneticus*. (FELINTO, 2006, p. 8, grifo do autor)

Conforme a citação destacada, é possível notar como a cibercultura representa tanto esperanças como o terror humano. É o mesmo sentimento causado pelo divino. O ser humano quer tocar o divino e alcançar patamares até então desconhecidos. Porém, o desconhecido enche de medo e mantém status de proibido.

METODOLOGIA

A pesquisa se caracteriza como qualitativa e exploratória. Por meio de levantamento bibliográfico (PRODANOV, FREITAS, 2013) e análise fílmica (RAMOS, 2002) o trabalho procura alcançar o objetivo proposto de entender o pensamento contemporâneo em relação a tecnologia. Sendo assim, foi escolhido o filme Her (Spike Jonze, 2013) como obra a ser

analisada, de maneira que apontamentos referentes aos conceitos de cibercultura e imaginário emergissem. A análise fílmica leva em conta um todo da obra, não apenas as técnicas de filmagens ou a narrativa, mas sim o conjunto fílmico. O todo é maior que a soma das partes.

A análise é feita em seis passos distintos: um primeiro e um segundo momento onde a obra é desfrutada, com menor grau de atenção à análise; no terceiro momento o filme recebe um olhar com atenção aos detalhes (fotografia, enquadramentos, figurinos, interpretação dos atores, direção, roteiro, etc); um quarto momento de levantamento de hipóteses com relação as teorias apresentadas; no quinto momento as hipóteses e formulações são colocadas em choque ao assistir o filme novamente; e por fim, no último e sexto passo, a redação da análise fílmica é elaborada (RAMOS, 2002).

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Her, dirigido por Spike Jonze, é um filme muito particular. De certa forma até intimista. Diferente de outras ficções-científicas, o conflito apresentado pela obra não está em naves intergaláticas destruindo mundos e humanos lutando contra máquinas. O foco está no indivíduo, e nas subjetividades do devir de um vida de paixões virtuais. É uma metáfora para tempos de Facebook, WhatsApp, Tinder³ e afins. Esse já é um reflexo do imaginário observável na obra. (apud MARTINO, 2014) oferece o ponto de vista em que o mundo conectado é recheado de ambivalência. A tecnologia permite uma espécie de relacionamento entre pessoas que é ao mesmo tempo próximo, mas sem intimidade. A solidão é mantida, com um senso de preenchimento facilitado pela conexão contínua com outros.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As tecnologias de conexão à Internet estão cada vez mais presentes na vida humana, se misturando com a própria existência dos seres. O filme Her colabora para a construção de um imaginário, pela perspectiva da afetividade. O relacionamento e a subjetividade são colocados a prova, quando o homem se apaixona pela máquina. Medo de ser substituído poderia ser uma das hipóteses desse imaginário, ao mesmo tempo que o fascínio pelo novo também se faz presente.

³ Aplicativo de dispositivos móveis para encontros amorosos.

REFERÊNCIAS

2001: Uma Odisséia no Espaço. Direção: Stanley Kubrick. Roteiro: Stanley Kubrick e Arthur C. Clarke. Metro-Goldwyn-Mayer, 1968.

BLADE Runner. Direção: Ridley Scott. Roteiro: Hampton Fancher e David Peoples. Warner Home Video, 1982. Baseado na novela “Do androids dream of electric sheep?”, de Philip K. Dick.

BOYD, Danah. **It's complicated: the social lives of networked teens.** Disponível em: <<http://danah.org/books/itscomplicated.pdf>>. Acesso em 10 ago. de 2014

CETIC - Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação. **TIC Domicílios Indica que 31% da População Brasileira usa Internet pelo Telefone Celular.** Disponível em: <<http://cetic.br/noticia/tic-domicilios-indica-que-31-da-populacao-brasileira-usa-internet-pelo-telefone-celular/10044>>. Acesso em 10 ago. de 2015.

FELINTO, Erick. Os computadores também sonham? Para uma Teoria da Cibercultura como Imaginário. **In: Intexto.** Porto Alegre, v.2, n. 15, 2006.

HER. Direção e roteiro: Spike Jonze. Annapurna Pictures, 2013.

MAFFESOLI, Michel. **O imaginário é uma realidade (Entrevista).** In: Revista FAMECOS, n.15. Porto Alegre, 2001.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria da Mídias Digitais: Linguagens, Ambientes, Redes.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

MATRIX, The. Direção e roteiro: Wachowski, Andy e Lana. Warner Home Video, 1999.

MONTARDO, Sandra Portella; ROCHA, Paula Jung. Netnografia: incursões metodológicas na cibercultura. **E-Compós (Brasília)**, Brasil, v. 4, 2005. p. 1-22

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico.** 2. ed., Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RAMOS, André. **Das teorias do cinema à análise fílmica.** Dissertação (Mestrado em Comunicação e Culturas Contemporâneas). Faculdade de Comunicação, UFBA, 2002.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação Ubíqua: Repercussões na Cultura e na Educação.** São Paulo: Paulus, 2013.

MÍDIA, IMAGINÁRIO E REPRESENTAÇÃO: UMA ANÁLISE DA IMAGEM DA FAMÍLIA NA PUBLICIDADE DE TELEFONIA MÓVEL

Caroline Roveda Pilger¹

Saraí Patrícia Schmidt²

Universidade Feevale

Palavras-chave: Representação. Imaginário. Família. Mídia. Publicidade.

INTRODUÇÃO

A mídia e os meios de comunicação fazem parte importante do ciclo de constituição de imagens e saberes sobre o mundo em que vivemos. Comerciais, programas de televisão, novelas, revistas, jornais, filmes, músicas e a internet podem ser considerados lugares de formação dos indivíduos e também onde constituem suas identidades. Em uma cultura contemporânea dominada pela mídia, os meios dominantes de informação e entretenimento são uma fonte profunda e muitas vezes não percebida de *pedagogia cultural*. E também, sem dúvida nenhuma, colaboram de forma extremamente relevante para constituição de imaginários e representações sociais.

Douglas Kellner (2001) adverte que as pessoas hoje passam um tempo enorme assistindo à televisão, ouvindo rádio, frequentando cinemas, fazendo compras, lendo revistas e jornais, convivendo com a música, ou seja, participando dessas e de outras formas de cultura veiculada pelos meios de comunicação. Portanto, de acordo com o autor, trata-se de uma cultura que passou a dominar a vida cotidiana, “servindo de pano de fundo onipresente e muitas vezes de sedutor primeiro plano para o qual convergem nossa atenção e nossas atividades, algo que, segundo alguns, está minando a potencialidade e a criatividade humana.” (KELLNER, 2001, p. 11).

Dessa forma, pensando no cenário midiático atual, a televisão, em especial, tem um papel relevante na vida dos indivíduos contemporâneos, podendo ser considerada hoje quase como um membro ou extensão das famílias. No tocante a este ponto, é importante lembrar

¹Mestre e doutoranda do Programa de Pós- Graduação em Processos e Manifestações Culturais da Universidade Feevale com bolsa da Capes. Graduada em Jornalismo pela mesma Universidade. E-mail: carolinepilger@feevale.br.

²Orientadora. Professora da Universidade Feevale. E-mail: saraischmidt@feevale.br

que, além de estar presente em mais de 97% das casas no Brasil, as crianças brasileiras são as que mais assistem TV no mundo, passando, em média, mais de 4 horas por dia em frente da “telinha”³.

Neste sentido, a pesquisa apresenta uma análise das representações da família em um conjunto de comerciais televisivos das empresas de telefonia móvel Claro, Oi e Vivo. O objetivo é compreender os conceitos de representação e imaginário social a partir do campo da história e relacioná-los com reflexões sobre a mídia contemporânea. Tendo como referencial teórico as contribuições dos Estudos Culturais, o estudo problematiza a recorrente utilização da imagem da família nos filmes publicitários que pretendem vender tecnologias como celulares, internet móvel e pacotes de TV por assinatura. A análise tenciona a representação da família hegemônica utilizada pelos filmes publicitários que está calcada em um imaginário de família ideal onde as posições sociais de cada um dos sujeitos estão fortemente marcadas e fixas, ou seja, excluindo e deslegitimando qualquer outra possibilidade de construção da representação familiar na sociedade contemporânea.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A pesquisa apoiou-se em uma reflexão sobre os conceitos de imaginário e representação social e sua relação com a mídia contemporânea. Para a conceitualização de imaginário utilizamos Maffesoli (2001), Durand (1993) e Bourdieu (1998); para representação foi recorrido a Chartier (2002), Hall (1997) e Woodward (2012) e para refletir sobre a mídia e seu poder pedagógico utilizamos Costa (2002) e Fischer (2002).

METODOLOGIA

Neste estudo interessa-me analisar a representação da família nos comerciais televisivos das empresas de telecomunicações Claro, Oi e Vivo. Para isso, também é objetivo deste trabalho compreender os conceitos de *representação* e *imaginário social*. Parto da hipótese que a representação de família utilizada pelos comerciais está fortemente calcada em um imaginário de família ideal, como única possibilidade de ser representada, e onde as posições sociais de cada um dos sujeitos, membros da família, estão fortemente marcadas e fixas. Analisando comerciais de três empresas brasileiras - Oi, Claro e Vivo - durante todo o

³ Dados IBGE.

ano de 2012 até o mês de julho de 2013⁴, a aparição da imagem da família torna-se algo recorrente, surgindo em 25 dos 62 comerciais coletados no período, ou seja, cerca de 40% das propagandas tem a representação da família em sua construção. Outro fator importante, é que quando a família do comercial aparece é sempre formada por um pai (homem), uma mãe (mulher), ambos brancos na faixa dos 30 aos 40 anos, com um casal de filhos (um menino e uma menina, estando um na infância e o outro na adolescência). Esta composição parece ser a única representação possível de família, ou pelo menos é o que todas as empresas empregam em seus filmes publicitários como a imagem do que pode ser uma família hoje.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Hoje, talvez não tenhamos mais como desvencilhar o imaginário social das tecnologias da mídia. Como afirma Maffesoli, tudo faz parte de um ciclo de construção, quando as “tecnologias do imaginário” se fortalecem, “bebem em fontes imaginárias”, para assim alimentar novos imaginários e legitimar ainda mais os já existentes. Pensar na publicidade como auxiliar na constituição de um imaginário social sobre a família é relevante para entender a sociedade e os indivíduos, pois, segundo Baczko (1985) o imaginário social é uma das forças reguladoras da vida coletiva. Desse modo, o imaginário social é uma peça eficaz do dispositivo de controle da vida coletiva e, em especial, do exercício da autoridade e do poder. Ao mesmo tempo, ele torna-se o *lugar* e o *objeto* dos conflitos sociais (BACZKO, 1985. p.310).

Pesquisamos para a dissertação de mestrado, comerciais televisivos de três empresas de telefonia brasileira: Claro, Oi e Vivo. Para esta pesquisa, interessou-nos analisar os filmes publicitários televisivos que utilizam a imagem da criança em sua construção. Porém, a partir deste estudo, o que também pudemos constatar foi a presença recorrente da representação de família nas campanhas publicitárias. Fica evidente a utilização da criança quase sempre acompanhada de uma representação do que parecer ser a “família ideal”. Como já mencionado na introdução deste artigo, dos 62 comerciais encontrados, 25 deles possuem a imagem da família. Este número, cerca de 40%, é surpreendente, levando-se em consideração que todas as aparições da representação de família foram feitas praticamente da mesma forma: pais heterossexuais, brancos, entre 30 e 40 anos, com um casal de filhos (uma menina e um

⁴ Pesquisa realizada para a dissertação de mestrado em Processos e Manifestações Culturais intitulada: *Criança, tecnologia e publicidade: a conexão da experiência nos comerciais da Claro, Oi e Vivo*. Trabalho defendido em 25 de fevereiro de 2015 na Universidade Feevale.

menino também brancos) um ainda criança e o outro adolescente⁵. Neste aspecto, podemos nos perguntar: porque comerciais, de três empresas distintas e concorrentes, utilizam apenas uma representação de família atualmente?

Vivemos em um tempo onde existem diversas configurações familiares na sociedade: pais separados com filhos, pais solteiros, mães e pais com filhos adotivos, casais sem filhos, casais gays com filhos ou sem filhos, famílias constituídas por duas ou mais raças, enfim uma gama diversa de concepções e representações que podem ser apresentadas quando se trata da imagem ou constituição de família. Como afirma Hall (1997b, p.22), a interpretação é um aspecto essencial no processo pelo qual o sentido é dado e tomado, e dessa forma as representações construídas, o leitor, ou neste caso, o telespectador, é tão importante quando o publicitário criador, na produção de sentido.

Portanto, o que é passível de preocupação é quando comerciais mostram para esse telespectador somente uma forma de se representar a família, e a repetem insistentemente, contribuindo para a formação de um imaginário estereotipado e exclusivista, com lugar apenas para uma imagem e representação desta instituição. O que torna-se ainda mais preocupante é quando este público telespectador é a criança, que tem capacidade crítica reduzida e vai capturar com mais “facilidade” as representações impostas à ela na mídia. Conforme argumenta Hall (1997b), estes sistemas de convenções e representações, como a mídia por exemplo, vai equipar as crianças com um “know-how” cultural, permitindo que as mesmas funcionem como sujeitos culturais.

Segundo Fischer (2002), os meios de comunicação, incluindo a televisão e seus comerciais, não são apenas fontes de lazer e informação, pois contribuem significativamente para a formação e constituição do sujeito e de seus comportamentos na sociedade. Ou seja, podemos perceber que os espaços da mídia constituem-se como lugares de formação para as famílias. Em outras palavras, a análise que integra este estudo, evidencia o que Fischer denomina do “dispositivo pedagógico da mídia” quando os meios de comunicação estão ensinando como olhar e interpretar o mundo em que vivemos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Percebemos no decorrer do estudo que a representação de família que estas publicidades estão tentando legitimar não abrange a heterogeneidade das formações de famílias que temos atualmente na sociedade. Mesmo vivendo em um tempo onde a concepção

⁵ Quando a família não foi representada desta forma, era representada por um casal heterossexual, também branco, sem filhos, porém, na maioria da vezes a mulher era representada em período de gravidez.

de família não é mais a mesma que em séculos passados, fica evidente que os comerciais de TV se valem de uma única representação, retrógrada, onde excluem toda a diversidade presente em nosso tempo para representar, justamente, a família hoje.

Dessa forma, cria, e mais que isso, legitima um imaginário social do que deva ser uma família ideal, construído historicamente e calcado em valores que talvez já não façam mais sentido no mundo de hoje. Ou como afirma Woodward (2012, p. 28) ao tentar afirmar esta única identidade de família, podemos buscar legitimá-la “por referência a um suposto e autêntico passado- possivelmente um passado glorioso, mas, de qualquer forma, um passado que parece “real” – que poderia validar a identidade que reivindicamos”. E representando-a em seus comerciais de forma única e, pode-se afirmar, estereotipada, exclui e deslegitima qualquer outra possibilidade de construção da representação familiar na sociedade atual.

REFERÊNCIAS

BACZKO, Bronislaw. **A imaginação social**. In: Leach, Edmund et Alii. *Anthropos-Homem*. Lisboa, Imprensa Nacional/Casa da Moeda, 1985.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas lingüísticas**. (O que falar quer dizer). São Paulo: EDUSP, 1998.

COSTA, Marisa Vorraber. **O papel dos Estudos Culturais na atualidade**. Revista Nova América, n. 96, dez. 2002.

CUCHE, Denys. **A noção de cultura nas ciências sociais**. 2. Ed. Bauru, SP: EDUSC, 2002.

CHARTIER, Roger. **À beira da Falésia: A História entre certezas e inquietude**. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 2002.

_____. **A História Cultural: Entre Práticas e Representações**. Rio de Janeiro: Bertrand, 1990.

DURAND, Gilbert. **A imaginação simbólica**. Lisboa, Portugal: Edições 70, 2000.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. **O dispositivo pedagógico da mídia: modos de educar na (e pela) TV**. In: Educação e Pesquisa, São Paulo, v.28, n.1, p. 151-162, jan./jun. 2002.

FOUCAULT, Michel. **As palavras e as coisas: uma arqueologia das ciências humanas**. 9 ed. São Paulo, SP: Martins Fontes, 2007.

_____. **Estética: literatura e pintura, música e cinema**. 2. ed. São Paulo, SP Forense Universitária, 2009.

HALL, Stuart. **A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo.** *Educação & Realidade*, v. 22, n.2, jul./dez., 1997.

_____. **A identidade cultural na pós-modernidade.** Tradução Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro - 11ª edição – Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

_____. **The work of representation.** In: Hall, Stuart. Representation: cultural representations and signifying practices. London/TheLondon/Thousand Oaks/New Delhi: Sage/The Open University, 1997b. (Tradução Ricardo Uebel).

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia: estudos culturais, identidade e política entre o moderno e o pós-moderno;** tradução Ivone Castilho Benedetti. São Paulo: EDUSC, 2001.

MAFFESOLI, Michel. **O imaginário é uma realidade.** (Entrevista). In: Revista FAMECOS. Porto Alegre, nº15, agosto, 2001.

SARLO, Beatriz. **Cenas da vida pós-moderna: intelectuais, arte e vídeo-cultura na Argentina.** Tradução de Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual.** IN: Silva, Tomaza Tadeu da (Org). Indentidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

MODELOS ORGANIZACIONAIS NÃO TRADICIONAIS DECORRENTES DAS PERSPECTIVAS DE COMPORTAMENTO COLABORATIVO

Marcelo Noronha De Mello¹

Luciano Schmitz²

Dr. Marsal Ávila Alves Branco³

Dra. Marinês Andrea Kunz⁴

Dra. Mary Sandra Guerra Ashton⁵

Palavras-chave: Modelos organizacionais Não tradicionais. Comportamento colaborativo. Cultura participativa e inteligência coletiva. Fab Lab. Economia Criativa.

INTRODUÇÃO

Há um entendimento sobre um perfil colaborativo com características que sucedem movimentos disruptivos em relação a arranjos produtivos tradicionais. Percebe-se que novas perspectivas comportamentais podem ocorrer a partir da mudança de mentalidade, caracterizando esse perfil como importante ator no desenvolvimento de novos modelos organizacionais não tradicionais. O Fab Lab se destaca como um ambiente facilitador de encontros, do acaso e do desenvolvimento de métodos inovadores que possibilita o cruzamento entre diversas competências, para empreendedores que desejem experimentar, enriquecer conhecimentos e práticas, passando rapidamente do conceito ao protótipo. Seu sucesso e popularidade ocorre em função da abertura que oferece a todos, sem distinção de prática, formação, projeto ou uso, façam parte dessas plataformas de prototipagem rápida. Este artigo tem como objetivo investigar a filosofia de abertura de um Fab Lab, percebido como decorrente das novas perspectivas de comportamento colaborativo, tal como o reflexo

¹ Bacharel em Comunicação Social com ênfase em Publicidade e Propaganda, Universidade Feevale. Mestrando em Indústria Criativa, Universidade Feevale, Novo Hamburgo, RS, Brasil. E-mail: noronha@feevale.br

² Bacharel em Comunicação Social com ênfase em Relações Públicas, Universidade Feevale. Mestrando em Indústria Criativa, Universidade Feevale, Novo Hamburgo, RS, Brasil. E-mail: lucianos@feevale.br

³ Dr. em Comunicação Social, Unisinos. Vice-coordenador e Docente no Mestrado em Indústria Criativa. Líder de Pesquisa da IC (CNPQ), Universidade Feevale, Novo Hamburgo, RS, Brasil. E-mail: marsal@feevale.br

⁴ Dra. em Linguística e Letras, PUCRS. Docente em Letras e no Mestrado em Indústria Criativa. Coordena o Mestrado em Letras, Universidade Feevale, Novo Hamburgo, RS, Brasil. E-mail: marinesak@feevale.br

⁵ Doutora em Comunicação Social, PUCRS. Docente no Curso de Turismo e no Mestrado em Indústria Criativa, Universidade Feevale, Novo Hamburgo, RS, Brasil. E-mail: marysaga@feevale.br

dessa ideologia no funcionamento da sua gestão. Realizou-se revisões bibliográficas sobre o comportamento colaborativo e o modelo de Fab Lab. Também realizou-se um estudo de campo, por meio de observação e entrevistas, e constatou-se aderência entre os conceitos do referencial teórico e os resultados do estudo de campo.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Ao contextualizar o tema, Jenkins (2009) indica que as interações sociais ocorrem de acordo com um novo conjunto de regras e que as comunidades de conhecimento formam-se em torno de interesses intelectuais mútuos, em função da convergência dos meios, da cultura participativa e da inteligência coletiva. Eychenne e Neves (2013), indicam os Fab Labs, conceito introduzido por Neil Gershenfeld em 2001 (*How to Make (Almost) Anything*), como laboratórios que oferecem estrutura e um ambiente facilitador para encontros, o acaso e o desenvolvimento de métodos inovadores. A chave de sucesso e popularidade ocorre em função da sua abertura, onde todos, sem distinção de prática, formação, projeto ou uso, podem fazer parte destas plataformas de prototipagem rápida.

METODOLOGIA

Realizou-se revisões bibliográficas sobre o comportamento colaborativo (JENKINS, 2009) e sobre os Fab Labs (EYCHENNE e NEVES, 2013) e estudo de campo, a partir da observação e de entrevistas *in loco*, foi aplicado um questionário semiestruturado junto aos cofundadores do Fabrique Lab, localizado em Porto Alegre, RS. Por fim, realizou-se uma análise comparativa teórica e empírica.

RESULTADOS

Foram realizadas visitas no Fabrique Lab entre abril e julho de 2015, em que foram estabelecidos diálogos e também um questionário semiestruturado, para verificação quanto ao funcionamento do Fab Lab. Foram feitos diversos apontamentos sobre o modelo organizacional e as características comportamentais colaborativas. Pode-se apontar que; os investimento cooperados representam um facilitador; com dez meses de funcionamento seu crescimento já exige um espaço além dos 200 m² atuais; o conceito de negócio e sua estratégia segue em constante formulação; boa parte dos insumos são de reuso de materiais reciclados; a proposta aberta apresenta-se com maior relevância em que as ideias e projetos são compartilhados (*open source*); o produtor cria laços emocionais com o processo e o resultado; não existe disponível, assim como em outros modelos, um enquadramento jurídico

(CNAE) específico; a gestão é feita de maneira totalmente horizontal, sem divisão de papéis; as lideranças ocorrem em função da contribuição da expertise dos envolvidos; a geração de renda diferencia-se com a locação avulsa e flexível da estrutura e com os cursos de livre aprendizagem (conhecimento e prática); os especialistas de apoio trabalham de forma consultiva preservando a abertura e a prática (tentativa e erro); pode ser desenvolvido quase qualquer coisa, inclusive com apoio de parcerias; identificou-se que a indústria tradicional (Ford, GE, Renault, Arno, Fiat, Seat) adotou o conceito de Fab Lab, fugindo da ideia central que tem como princípio a abertura; a proposta não adere a visão de propriedade intelectual, pois todos trabalham abertamente, o que se propõe é que sejam desenvolvidas etapas iniciais de ideação e elaboração de protótipos, a produção propriamente dita ocorre fora desse espaço; o Fab Lab é um ambiente de terceiro lugar, que mistura trabalho e diversão; fomenta-se soluções locais, empoderamento social e retorno para economia criativa; os cofundadores aproximaram-se da proposta em função do conceito, centrado na proposta de ambiente permissivo, sendo possível trocar ideias, testar produtos, criar e inovar por meio da estrutura tecnológica oferecida, um espaço extremamente criativo com pessoas trabalhando em parceria e objetivos em comum, em que as coisas vão sendo desenvolvidas de forma aberta, por se tratar de um modelo organizacional evolutivo e mutável, por permitir contemplar expertises de diversas áreas, pela redução de investimento privado em equipamentos e ferramentas, e, por ser acessível e adaptável à cultura brasileira.

DISCUSSÃO

De acordo com os conceitos estudados e os levantamentos realizados, identificou-se que os Fab Labs podem ser indicados como novos modelos organizacionais não tradicionais, visto que não apresentam um enquadramento claro e preciso em relação as possibilidades oferecidas por meio de regulação, como é o caso dos arranjos produtivos tradicionais. Além disso, também é possível afirmar, que o comportamento colaborativo apresenta-se como elemento chave no desenvolvimento destas organizações inovadoras. As análises foram realizadas com base na observação, tanto virtual quanto *in loco*, e nas entrevistas realizadas entre abril e julho de 2015, em que foi possível constatar diversos elementos e variáveis condicionantes para a implementação, operacionalização e manutenção de um Fab Lab. Pode-se apontar, previamente, que tais fatores indicam diferenças entre esse novo modelo organizacional não tradicional decorrente das novas perspectivas de comportamento colaborativo. Foram abordadas questões como: enquadramento no CNAE¹, constituição legal, regularização fiscal, modelo de gestão, produtos e serviços comercializados e outros pontos

que serão esclarecidos. Quanto aos produtos e serviços oferecidos, suas características e diferenças frente ao modelo tradicional de negócio, pode-se apontar segundo as falas dos entrevistados, que as similaridades são adaptadas para uma nova realidade. A locação do espaço para empresas que se instalam por exemplo, seria um caso. Muitos empresários oferecem prédios e alugam salas para empreendedores. Entretanto, diferencia-se em função da possibilidade de uso avulso, isto é, a locação de horas ou turnos são permitidas, enquanto no tradicional isso não é disponibilizado, sem falar na infraestrutura, visto que ao tratar sobre espaço em um Fab Lab, estamos falando de um conjunto de coisas disponíveis, além do espaço físico em si. Portanto, a principal diferença está na flexibilidade do modelo, não utilizado usualmente em arranjos produtivos tradicionais que, em geral, propõe contratos de no mínimo 12 meses, enquanto o Fab Lab disponibiliza períodos menores, como turnos ou dias, além de oferecer todo o ferramental para o desenvolvimento de quase qualquer coisa. Outra frente comercial são os cursos oferecidos que podem ser semelhantes aos treinamentos tradicionais encontrados no mercado, mas diferentes em sua abordagem, visto que são focados na prática. Em se comparando com os dados da pesquisa, no conceito de Fab Lab são oferecidos um amplo incentivo para criatividade, imaginação, aprendizagem e experimentação, por meio da multidisciplinaridade técnica e da reflexão, baseada na colaboração, ludicidade, inovação, com foco no processo e não no resultado final propriamente dito. Bem como Jenkins (2009), afirma ao indicar que “comunidades de conhecimento formam-se em torno de interesses intelectuais mútuos; seus membros trabalham juntos para forjar novos conhecimentos, muitas vezes em domínios em que não há especialistas tradicionais; [...] Essas comunidades podem nos revelar como o conhecimento se torna poder na era da convergência (JENKINS, 2009, p.48). Outro ponto relevante é ainda o atendimento consultivo, semelhante na prática ao modelo tradicional, mas diferente quanto ao viés que é oferecido, visto que preserva a abertura e a troca de valores que não se dá em função da transferência monetária ou em função de horas de atendimento, mas sim, pela transferência de conhecimento em função de sua abertura. As dúvidas que surgem na comunidade são esclarecidas como troca de valor baseada na transferência da expertise disponível no grupo, em que se oferece uma consultoria prática com uma pessoa próxima. Logo, percebe-se que “grupos com diferentes formações, projetos, pontos de vista e conhecimentos podem se ouvir e trabalhar juntos pelo bem comum (JENKINS, 2009, p.328). Quanto ao fazer “quase qualquer coisa”, fica clara uma diferença na abertura deste modelo, que reflete em um processo flexível e dinâmico, através de um ambiente permissivo, isto é, que habilita aos seus usuários e membros que as ideias sejam concretizadas de forma

adaptativa, sem qualquer tipo de engessamento. Logo, o *core business* de um Fab Lab centra-se na experimentação, na cultura do erro, no princípio de que as ideias devem e podem ser prototipadas, melhoradas e evolucionadas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Entre os resultados obtidos, observou-se forte aproximação entre os conceitos dos autores pesquisados em relação ao estudo de campo utilizado neste artigo. A partir da revisão bibliográfica, os conceitos utilizados como base para o estudo de um Fab Lab decorrente de novas perspectivas de comportamento colaborativo, permitiram constatar aderência entre a teoria e a prática. Após as entrevistas, foi possível constatar as principais diferenças entre os arranjos produtivos tradicionais e os novos modelos organizacionais não tradicionais. Em termos do Fab Lab, é interessante ressaltar o quanto o modelo está arraigado a uma nova perspectiva de comportamento colaborativo, que reflete em mudanças na forma como as pessoas se relacionam entre si e com o contexto em que estão inseridas. Ao que percebe-se, tudo muda sob a influência da interrelação entre as expertises dos envolvidos, refletindo de forma acentuada em todos os processo, desde a produção até a capacidade de inclusão que, em função da sua abertura, centra-se na experimentação. O compartilhamento do conhecimento, do bem e lugar comum e do trabalho heterogêneo, conecta-se para além dos desejos, afetos e liberdade de escolhas individuais, e produz um profundo sentimento de pertencimento e capacidade de transformação. Quanto a experiência revelada ao longo do processo de pesquisa, vale relatar que foi possível perceber aspectos enriquecedores e curiosidades diversas sobre o tema pesquisado, oportunizando novos aprendizados e a construção de futuros caminhos, principalmente, em se tratando da possibilidade e interesse em dar continuidade ao estudo em questão.

REFERÊNCIAS

BENDASSOLLI, Pedro F. et al. **Indústrias criativas**: definição, limites e possibilidades. São Paulo, SP: RAE. Mar 2009, vol. 49, n. 1, p. 10-18

EYCHENNE, Fabien; NEVES, Heloisa. **Fab Lab**: A Vanguarda da Nova Revolução Industrial. São Paulo: Editorial Fab Lab Brasil, 2013. 72 p.

FLORIDA, Richard. **A ascensão da classe criativa**. Porto Alegre: L&PM, 2011.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009. 432 p.

HOWKINS, John. **Economia Criativa**: Como ganhar dinheiro com ideias criativas. São Paulo: M.Books do Brasil, 2013.

LANDRY, Charles. **Origens e futuros da cidade criativa**. São Paulo: SESI-SP editora, 2013. 96 p.

LÉVY, Pierre. **A Inteligência coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço. 4. ed. São Paulo, SP: Loyola, 2003. 212 p.

NEVES, Heloisa; ROSSI, Dorival. **Open Design**. 8º Congresso Brasileiro de Gestão de Desenvolvimento de Produto. Anais do 8º CBGDP, 2011. Porto Alegre, RS. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/cbgdp2011/downloads/9950.pdf>>. Acesso em: 25/04/2015.

NOYA, Antonella. **Economia Social e Empreendedorismo Social**. In: DOCUMENTO DE TRABALHO 2014: ECONOMIA SOCIAL E SOLIDÁRIA – PARA UM DESENVOLVIMENTO INCLUSIVO E SUSTENTÁVEL. 4 ed. Campinas: Academia sobre a Economia Social e Solidária, OIT Genebra, CIF OIT Turim, 2014. p. 174-193. Disponível em: <<http://marista.edu.br/ims/files/2015/03/Documento-de-Trabalho-OIT-def.pdf>>. Acesso em: 05/06/2015.

MINC. Ministério da Cultura. **Plano da Secretaria da Economia Criativa**: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014. Brasília, Ministério da Cultura, 2012. 148 p. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/documents/10913/636523/PLANO+DA+SECRETARIA+DA+ECONOMIA+CRIATIVA/81dd57b6-e43b-43ec-93cf-2a29be1dd071>> Acessado em: 04/03/2015.

PISANO, Paola; PIRONTI, Marco; CHRISTODOULOU, Ioannis P. **The open long tail model between new culture and digital technology**. Sinergie, Rivista di Studi e Ricerche. n.93, Gennaio-Aprile 2014, p. 79-93.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico** [recurso eletrônico]: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

¹ Apresentação CNAE – Classificação Nacional de Atividades Econômicas. Disponível em: <<http://www.receita.fazenda.gov.br/pessoajuridica/cnaefiscal/txtcnae.htm>>. Acesso em: 19/07/2015.

MOVIMENTO URBE: PERSPECTIVAS DAS INTERVENÇÕES URBANAS SOB A ÓTICA DO FORMISMO DE MICHEL MAFFESOLI

Diego Martins de Assunção¹

Norberto Kuhn Júnior²

Margarete Fagundes Nunes³

Palavras-chave: Cultura pós-moderna. Formismo. Intervenção urbana. Movimento Urbe.

INTRODUÇÃO

Com a passagem do século XIX para o XX, ocorreram mudanças que delinearão o início de um deslocamento da modernidade para a pós-modernidade. Este deslocamento ocorreu, não somente do ponto de vista temporal, mas também pela ótica social (MAFFESOLI, 1998b).

Transgressão esta complexa, na qual tenciona diversos elementos fundantes da socialidade e de certa forma vem promovendo o (re)nascimento do papel da cultura na sociedade (MAFFESOLI, 1998b). Esta proposição traz a luz o enfoque dos efeitos destes comportamentos no campo social, uma vez que as pessoas estão cada vez mais conectadas, compartilhando experiências e sentimentos, se organizando em redes e formando verdadeiras tribos de consumo (MAFFESOLI, 1998b).

Este movimento é comparado com o objeto de investigação deste estudo, um projeto de intervenção urbana, denominado como movimento Urbe, que por meio de intervenções artísticas, tem buscado a revitalização de espaços públicos, bem como instigar o pensamento reflexivo do ponto de vista social, na comunidade na qual as obras estão inseridas.

Diante deste enfoque, o presente trabalho tem como objetivo investigar quais são as relações do projeto de intervenção urbana Movimento Urbe, com a perspectiva sensível da cultura pós-moderna.

¹ Diego Martins de Assunção, Mestrando em Indústria Criativa, Bacharel em Administração de Empresas – Ênfase em Gestão Empresarial pela Universidade Feevale. (diegomartinsassuncao@gmail.com)

² Norberto Kuhn Júnior, professor doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (nkjunior@feevale.br)

³ Margarete Fagundes Nunes professora doutora em Antropologia Social pela Universidade Federal de Santa Catarina (marga.nunes@feevale.br)

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

As sociedades de um modo geral são animadas de modo orgânico, seus traços mesmo com os passar dos anos, são organizados em torno das imagens, que podem ser caracterizados de diversas maneiras. Não obstante, cabe por luz sob à ótica do estilo destas formas, que ao mesmo tempo acentuam-se com a estética, o cotidiano e o comunicacional e, resumindo em um termo mais abrangente, pelo simbólico (MAFFESOLI, 1998a).

Partindo desta perspectiva, vários estudos que abordam a comunicação o fazem de forma superficial ou ainda não abrangem contextos mais amplos (MAFFESOLI, 1998a). Para Maffesoli (1998a, p. 80) a comunicação, bem como a imagem e o estilo “são simplesmente os elementos mais marcantes de uma cultura nascente”. Esta cultura por sua vez, não tem muita relação com a que prevaleceu durante a modernidade, e que, de forma silenciosa, mas efetiva está revolucionando o sentido coletivo do pós-moderno (MAFFESOLI, 1998a).

Buscando uma melhor compreensão deste movimento, Maffesoli (1998a) ressalta a importância da noção de forma, empregada por George Simmel (1981), no que diz respeito aos pontos de vista epistemológicos e fenomenológicos, que permitem destacar a mudança qualitativa, à qual de maneira empírica a sociedade é confrontada cotidianamente, propondo o neologismo formismo.

Para Maffesoli (1998a) o termo forma ou formismo importa pouco, contudo destaca a necessidade da realização de uma reflexão através destas formas que configuram imagens da vida social, não somente sob a superfície, mas também sob uma constatação mais profunda e trivial, visto que a forma “é de fato a matriz que gera todos os fenômenos estéticos que delimitam a cultura pós-moderna” (MAFFESOLI, 1998a, p. 82).

Esta mudança de percepção é complexa, Maffesoli (1998a) remete a um movimento subterrâneo, misterioso e não menos seguro, que reúne elementos disseminados, estes por sua vez, fenômenos fragmentados de uma socialidade nascente. Esta multiplicidade de fenômenos é antagônica para com as características da modernidade, que resultou na homogeneidade de valores. Um exemplo desta homogeneização é o nacionalismo, no qual o estado-nação foram os grandes sistemas de referência do século XIX, que prevaleceu em toda modernidade (MAFFESOLI, 1998a). Para ilustrar de forma mais clara, a figura a seguir apresenta a ideia básica de Maffesoli (1998a) quanto à passagem da Modernidade para a Pós-modernidade.

Segundo Maffesoli (1998a) a modernidade era conduzida pela estrutura social, isto é, os grupos eram estruturados de forma permanente ao longo do tempo, que compartilhavam características determinadas, pautadas pelas identidades. Esta característica de identidade remete ao indivíduo centrado, racional, consciente, ativo e unificado (HALL, 2002). No que

tange a pós-modernidade, a formação grupal mecanicamente estruturada que demarcou a modernidade se desintegra, surgindo por sua vez uma estrutura de organização social mais complexa e orgânica, que se funde não mais na lógica de identidade, e sim na lógica de socialidade: emoção, sentimentos e experiências são compartilhados (MAFFESOLI, 1996, 1998a).

METODOLOGIA

Buscando maior aprofundamento sobre a temática escolhida os autores optaram pela pesquisa descritiva com enfoque qualitativo, que consiste em processos registro, descrição e análise dos fenômenos investigados (LAKATOS; MARCONI, 2001, p. 20). A pesquisa bibliográfica foi construída a partir de dados secundários, com acesso ao material existente e disponibilizado pelo coordenador do projeto, contando também com a fundamentação teórica através de livros e artigos científicos. Estes procedimentos metodológicos, conforme destacam Prodanov e Freitas (2013) são considerados fundamentais, visto que o pesquisador deve verificar a veracidade das informações fornecidas. Já o estudo de caso constitui-se a partir da análise do projeto Movimento Urbe, por meio de análise documental e entrevista em profundidade, por meio de um roteiro semi-estruturado com onze questões abertas. De acordo com Gil (2008) este tipo estudo permite uma aplicação imediata de conhecimentos na realidade investiga, possibilitando o desenvolvimento de teorias.

O procedimento utilizado para análise entrevista foi a análise de conteúdo. Esta técnica expande a capacidade de descoberta do pesquisador em relação ao tema que está sendo estudado. Além disso, divide-se em três etapas: pré-análise, exploração do material, tratamento e interpretação dos resultados atingidos (BARDIN, 2004).

RESULTADOS

O projeto Movimento Urbe, como foi apresentado anteriormente está vinculado à Universidade Feevale, contudo sua idealização partiu de uma demanda externa, fato revelado pelo coordenador do projeto na entrevista. Nota-se então, que o movimento surge de uma ideia primária trazida pela comunidade, o que vem de encontro com a experiência ética apontada por Maffesoli (1998b, p. 27), da qual “não se espera mais, apenas, do Estado avassalador que se encarregue de certos problemas, cujos efeitos são visíveis e próximos”.

[...] a visão de que o espaço da rua é um espaço potente, poeticamente potente. Qualquer ação que você desenvolva na rua demanda uma energia grande por parte do proponente, contudo os resultados são quase que imediatos, sejam eles quais

foram. O acesso às pessoas é muito amplo e as possibilidades infinitas (COORDENADOR DO PROJETO).

Este diálogo entre uma intervenção urbana, por meio de uma criação artística, converge com a perspectiva *maffesoliana* da constituição de uma áurea estética, na qual remete a pulsão comunitária, que visa atingir os indivíduos através da sensibilidade coletiva (MAFFESOLI, 1998b).

De acordo com o entrevistado, o trabalho coletivo é uma realidade existente no campo das artes visuais, design gráfico, dentre outros cursos, porém, o trabalho coletivo, em um projeto de intervenção urbana, que projeta o desenvolvimento social, “oportuniza trocas, negociações, o desenvolvimento de argumentação, enfim é suficientemente interessante para a vida pós-acadêmica dos alunos” (COORDENADOR DO PROJETO). Tal perspectiva corrobora com a visão de Maffesoli (1998a), que reflete sobre este compartilhamento de símbolos e imagens expressam realmente uma ação enraizada no sentimento coletivo, demarcações importantes na configuração de uma memória coletiva, que servirão de adubo para o desenvolvimento de uma cultura.

Também destaca-se que o projeto surtiu efeito não apenas na comunidade que mora no entorno da intervenção urbana, mas também em pedestres que passavam pelo local no momento da realização das obras artísticas. Segundo o coordenador do projeto, “alguns transeuntes, em geral, colocavam o desejo de ter um espaço ocupado por um trabalho como o nosso”. Sentimento de pertencimento, reforçado por Maffesoli (1998b, p. 27) como uma das características do tribalismo, na qual “o ideal comunitário de bairro ou aldeia age mais por contaminação do imaginário coletivo do que por persuasão de uma razão social”.

Além disso a proposição de intervenção artística não é “meramente um desenho colocado na parede, ou design de superfície, mas algo que perturbasse o senso comum” (COORDENADOR DO PROJETO). Esta liberdade do exercício reflexivo é uma característica existencial do formismo, “que por sua vez, deixa abertas as potencialidades que podem ou não realizar-se” (MAFFESOLI, 1998a, p. 86).

Para o entrevistado um projeto desta dimensão artística e ocupação de um espaço público, tem o papel de instigar a sociedade em que está inserida, uma vez que este tipo de trabalho “parte de um “incomodo”, Arte com “A” maiúsculo, não responde as questões ela coloca dúvidas, incomoda, perturba o pensamento das pessoas” (COORDENADOR DO PROJETO).

Este questionamento que o entrevistado traz, corrobora com a noção instigadora da forma que Maffesoli (1998a) contrapõe de maneira dicotômica em: forma e fórmula. A noção

de fórmula fornece soluções, aplica certezas e funciona de acordo com pensamentos pré-estabelecidos, ou seja, a fórmula tem um conjunto de respostas, o gabarito da vida social. Em contrapartida, a forma, ou sua expressão filosófica aqui citada como formismo, atenta-se para um levantamento de problemáticas, fornecendo apenas condições de possibilidade para responder de individualmente cada caso e não de maneira abstrata. É nesse sentido que “a forma é cheia de dúvidas, e faz destas uma força inegável no processo de conhecimento” (MAFFESOLI, 1998a, p. 86).

DISCUSSÃO

Evidenciou-se, por meio da entrevista com o coordenador do projeto, uma preocupação social das intervenções, em provocar certo desconforto sob a ótica reflexiva, indo ao encontro dos tensionamentos propostos pela literatura. Do ponto de vista conceitual, abordou-se a análise filosófica do formismo (MAFFESOLI, 1998a), como categoria de representação de uma estética, que na verdade aborda uma representação simbólica e em seu conteúdo, repousa um sentimento coletivo, carregado de traços culturais que demarcam o campo social.

Esta aproximação com o social revela uma potencialidade positiva do projeto, dada sua função reflexiva, sua estrutura de trabalho coletivo e a proposta de intervenção urbana. Maffesoli (1998b) ressalta que “existe uma conexão entre as grandes obras da cultura e aquela “cultura” vivida no dia-a-dia, constitui o cimento essencial de toda a vida societal” (MAFFESOLI, 1998, p. 34).

Além da proposição reflexiva do projeto, destaca-se a demanda social da qual o Movimento Urbe surgiu, o que sinaliza um interessante movimento ativo da comunidade, que instigou a melhoria dos espaços públicos. Comportamento este, trazido pelos autores como pós-moderno, onde o indivíduo busca na lógica da socialidade, o compartilhamento de experiências e de ações, que primam pela organização afetiva, também sublinhada pelo desejo de expansão do projeto segundo pedestres que acompanhavam as obras artísticas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Cabe destacar que o enfoque trazido pela análise deste objeto de estudo, debruça-se sob a percepção e relato do professor coordenador do projeto, que reflete sob o alcance deste trabalho na comunidade e na percepção dos alunos envolvidos nas intervenções urbanas, a ficando como sugestão para futuros trabalhos a análise da percepção da população em si, quanto ao projeto.

No entanto, conota-se a importância deste tipo de projeto, que promove não somente a melhoria dos espaços urbanos, mas também que propõe o desenvolvimento cultural, tanto na comunidade acadêmica, quanto na comunidade em geral. Seja este desenvolvimento, pelas ações e obras realizadas, pelo envolvimento entre os acadêmicos e professores, ou ainda pela participação ou admiração comunitária, como uma forma de suprir as demandas latentes e desenvolver a região como um todo.

REFERÊNCIAS

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. 3. ed. Lisboa, Portugal: Edições 70, 2004.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HALL, S. **A identidade em questão** (7a ed.). Rio de Janeiro: DP&A. 2002.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

MAFFESOLI, Michel. **No fundo das aparências**. Petrópolis, RJ: Vozes. 1996.

_____. **Elogio da razão sensível**. tradução de Albert Christophe Migueis Stuckenbruck. – Petrópolis, RJ : Vozes, 1998a.

_____. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. Tradução de Maria de Lourdes Menezes. 2ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998b.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo, RS: Feevale, 2013.

SIMMEL, George. **Sociologie et Epistemologie**. Paris, 1981.

NAGASAKI: O CONFLITO ENTRE REPRESENTAÇÃO E MEMÓRIA

Daniela Israel¹

Daniel Conte²

Palavras-chaves: Bomba atômica. Japão. Memória. Representação.

INTRODUÇÃO

Em 1941 o Japão não tinha condições objetivas de consolidar uma provável vitória militar sobre os EUA, mas, ainda assim, até 1945 as batalhas não cessaram. Após a conquista da ilha de Iwo Jima, as forças Aliadas passaram a controlar os céus e bombardeavam frequentemente as cidades com bombas incendiárias. No entanto, o "caminho para Tóquio" a ser percorrido pelos Aliados mostrava-se muito difícil e a resistência dos japoneses preocupava. Assim, em 1945, os EUA, temendo as perdas humanas e materiais, ao invadir um país onde milhões de pessoas estariam dispostas a morrer pelo império, optou em substituir a invasão pelo uso de um novo tipo de arma: a bomba atômica. Duas bombas foram lançadas, a primeira na cidade de Hiroshima, uma bomba de urânio explodiu às 8h15min, no dia 06 de agosto de 1945, instantaneamente 80 mil pessoas perderam a vida. E a segunda, dois dias depois, em Nagasaki, às 11h02min uma bomba de plutônio deixou mais de 40 mil mortos. Em 14 de agosto, o Japão admitiu sua derrota e a Segunda Guerra Mundial terminou.

No Brasil, em meio as celebrações de 70 anos dos bombardeios, os meios de comunicação proliferam reportagens sobre o ocorrido. São divulgadas cartas inéditas, telejornais visitam museus, cinemas exibem documentários e, nas prateleiras das livrarias, livros sobre o tema são expostos em destaque. Nesse contexto, porém, se pode observar que as reportagens, filmes ou livros, em geral, destacam a cidade de Hiroshima e pouco ressaltam a cidade de Nagasaki. O jornal O Globo, por exemplo, publicou, no início do mês de agosto de 2015 uma reportagem com o título *Nos 70 anos de Hiroshima, pesquisadores discutem o que levou os EUA a detonarem a bomba*³. Na matéria, além do destaque visível no título, a

¹ Especialista em Gestão Cultural, bacharel em Comunicação Social e mestranda em Processos e Manifestações Culturais pela Universidade Feevale. Professora universitária. E-mail: dani.israel@gmail.com

² Doutor em Letras. Docente do curso de Letras e do PPG em Processos e Manifestações Culturais da Universidade Feevale. E-mail: danielconte@feevale.br

³ JORNAL O GLOBO. Nos 70 anos de Hiroshima, pesquisadores discutem o que levou os EUA a detonarem a bomba. São Paulo, 2015. Disponível em < <http://oglobo.globo.com/sociedade/historia/nos-70-anos-de-hiroshima-pesquisadores-discutem-que-levou-os-eua-detonarem-bomba-17048987> > Acesso em: agosto de 2015

palavra *Hiroshima* aparece doze vezes enquanto, *Nagasaki*, apenas três. Dessa ordem contextual o estudo propõe uma reflexão sobre os fatores que contribuíram para Nagasaki projetar uma imagem de cidade não-vítima dos bombardeios atômicos.

METODOLOGIA

A investigação é de natureza bibliográfica, tendo por base os estudos sobre representação de Roger Chartier; sobre memória de Michael Pollak e Maurice Halbwachs; e sobre o sentido do passado por Eric Hobsbawm.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA E DISCUSSÃO

“... ser membro de uma comunidade humana é situar-se em relação ao seu passado [...] ainda que *apenas para rejeita-lo.*” (HOBBSAWM, 1998, p. 22, grifo nosso)

Nagasaki surgiu como uma pequena vila de pescadores e só assumiu importância política com a chegada de portugueses que estabeleceram, em 1549, um ponto de comércio entre a Europa, China e Japão. Foi através de Nagasaki que os japoneses tiveram contato com armas de fogo e com o cristianismo, que rapidamente se espalhou pela região (BATH, 1993, p. 32). A proibição da religião cristã foi sancionada pelos governantes em 1587 e durante o início do século XVI, os adeptos foram perseguidos e executados; os que sobreviveram, mantiveram suas práticas clandestinamente e, mesmo frente a repressão da época, a cidade se manteve como um centro cristão. Entre 1639 e 1854, enquanto o país vivia sob o regime civil-militar e isolado de contato internacional⁴, o porto de Nagasaki era o único local autorizado pelo império para receber navios da Holanda e da China.

Quando o avião da força aérea americana decolou em 9 de agosto de 1945, o destino não era Nagasaki. Na ordem de alvos prioritários estava Kokura, Niigata e, por último, Nagasaki. Todavia, o mau tempo e a pouca visibilidade de Kokura alterou os planos e, às 11h02min, a bomba atômica foi lançada na cidade de Nagasaki, e sua explosão se deu em cima da mais importante e tradicional catedral cristã de todo o Japão (BATH, 1993, p. 32).

Hoje, totalmente reconstruída, a cidade investe esforços para evidenciar seu “estrangeirismo”, e explora, no mercado turístico, seu estilo exótico de influências holandesas

⁴ A política do isolamento, conhecida como *Bakumatsu*, que traduzido ao português representaria algo como país acorrentado durou mais de dois séculos e deixou o país sem contato externo (YAMASHIRO, 1960).

e chinesas. Em 2007, por exemplo, enviou a UNESCO⁵, um processo para tornar patrimônio cultural universal suas as igrejas e seus sítios cristãos.

Esse relato da trajetória de Nagasaki se faz necessário para que se possam articular os seguintes itens: a) os conceito de representação; b) os estudos de memória; e c) o sentido do passado, afim de compreender como Nagasaki negou o título de cidade vítima de uma explosão atômica.

A teoria de Chartier propõe que “é do crédito concedido (ou recusado) à imagem que uma comunidade produz de si mesma, portanto de seu ‘ser percebido’, que depende a afirmação (ou negação) de seu ser social” (CHARTIER, 2002, p. 10). No exemplo de Nagasaki – seu ser percebido – é marcado pela constante presença estrangeira, e que se expressa – seu ser social – como uma “cidade não-japonesa”. Assim sendo, pode-se enquadrar Nagasaki, como uma “comunidade imaginada”, no entendimento da cidade como uma “comunidade política imaginada – e imaginada como sendo intrinsecamente limitada e ao mesmo tempo soberana” (ANDERSON, 2008 p. 32).

Se analisado o “ser social” de Nagasaki, sob o viés da memória coletiva; aqui compreendida, como a seleção – e a conseqüente exclusão – de pontos de referência comuns de uma comunidade; percebe-se uma constante força institucional para excluir o evento da explosão atômica da memória coletiva da cidade. O trecho abaixo exemplifica essa tendência:

Os promotores da cidade de Nagasaki ainda preferem pensar em sua cultura local em termos de propriedades holandesas e templos chineses, e, decididamente, não como a cidade da bomba atômica que, no entanto, é. (GONÇALVES, 2011, p. 85)

Em seus estudos sobre memória, esquecimento e silêncio, Pollak (1989) aborda o sentimento de culpa como um fator que favorece o processo de silenciamento. Silenciamento entendido como a tentativa, imposta ou voluntária, de apagar da memória coletiva um evento traumático. O autor explica que a existência de lembranças traumáticas impõe a todos aqueles que querem evitar culpar as vítimas uma posição de silêncio e que, no caso das vítimas a situação é semelhante. A força do silêncio de Nagasaki, recalcado no sentimento de culpa, vem da soma de três fatores culturais distintivos, em primeiro, da prática religiosa local, o cristianismo, que explorar a ideia da “culpa” e estimula a “aceitação” dos atos de Deus sem questionamentos. Em segundo, do pensamento japonês que, independente da religião, crê que “cremar os mortos e guardar suas cinzas é uma responsabilidade moral maior que cuidar os

⁵ UNESCO. *Churches and Christian Sites in Nagasaki*. Disponível em <<http://whc.unesco.org/en/tentativelists/5096/>> Acesso em: julho de 2015

vivos” (HERSEY, 2002, p. 69). E em terceiro, estabelecido na força da linguagem, que, não proclama sobreviventes – a se referia a alguém que passou pela experiência dos bombardeios atômicos os japoneses “tendiam a evitar o termo sobrevivente, cujo ênfase no fato de estar vivo podia sugerir algum desrespeito para com os mortos sagrados” (HERSEY, 2002, p. 99).

É preciso observar, também como o contexto internacional atou sobre essa problemática. Hobsbawm (1998, p. 22) declarou que operamos em “sociedades e comunidades para quais o passado é essencialmente o padrão para o presente”, de forma que é

justamente por isso que destruição de Nagasaki foi tão crucial na história. Um ato redundante dentro da lógica da Segunda Guerra Mundial [...] Se Hiroshima iniciou a era nuclear, Nagasaki a confirmou. Isso torna o caso de Nagasaki mais terrível, apesar da sua menor carnificina: a sua aniquilação converteu o que poderia ter sido uma aberração [...] em um padrão. Ela virou de estratégia para uma tática; aplicada facilmente em nossas cidades hoje, sejam elas quais forem (GONÇALVES, 2011, p. 86)

Ainda que a explosão da segunda bomba atômica tenha encerrado o conflito mundial, ao mesmo tempo, pode-se atestar também que iniciou a era nuclear. No cenário internacional, o evento de Nagasaki instalou no imaginário coletivo a possibilidade (e o medo) de uma guerra nuclear. A lembrança de Nagasaki agora operando na forma de memória herdada, foi fundamental para que os discursos impostos durante a Guerra Fria tivessem credibilidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS E RESULTADOS

Está investigação está ainda em construção e os resultados são apenas parciais, mas pode-se destacar três fatores ajudam na compreensão da problemática da representação de Nagasaki e sua negação como vítima da bomba atômica. Primeiro, a posição de Nagasaki, que se percebe e se faz perceber como uma “cidade não-japonesa; segundo, o sentimento de culpa interiorizado nas vítimas, que as silenciou; terceiro, o evento no contexto internacional, que instalou a era nuclear e desviou a atenção das consequências dos bombardeios atômicos.

REFERÊNCIAS

ANDERSON, Benedict. **Comunidades Imaginadas**. Ed. Cia das Letras. São Paulo: 2008

BATH, Sérgio. **Japão: Ontem e hoje**. Editora Ática, São Paulo, 1993

CHARTIER, Roger. **À Beira da falésia**. A história entre certezas e inquietudes. Porto Alegre: Ed. Da Universidade/UFRGS, 2002

GONÇALVES, Ana Cristina. **A Representações de Hiroshima: a problemática da representação a partir de Gen pés Descalços**. 2011. 124p. Dissertação (Mestrado em língua, literatura e cultura japonesa), Faculdade de filosofia, letras e ciências humanas, Departamento de Letras Orientais. Universidade de São Paulo, 2011.

HERSEY, John. **Hiroshima**. 2.ed. Companhia das Letras. São Paulo: 2002

HOBBSAWM, Eric. **Sobre a História**. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

MAFESSOLI, Michel. O imaginário é uma realidade. (entrevista). **Revista FAMECOS**. Porto Alegre, nº 15, agosto de 2011.

PERALVA, Osvaldo. **Um retrato do Japão**. 5.ed. Editora Moderna. São Paulo: 1990

POLLAK, Michael. **Memória e identidade social**. In: Estudos Históricos, Rio de Janeiro, vol. 5, n. 10, 1992.

POLLAK, Michael. **Memória, Esquecimento e silêncio**. In: Estudos Históricos, Rio de Janeiro, vol. 2, n. 3, 1989

SAKURAI, Célia. **Os Japoneses**. Editora Contexto, 2ed., 2 reimpressão. São Paulo: 2014

O DESENVOLVIMENTO DA IDENTIDADE VISUAL DA MARCA *DESIRÉE FELDMANN*

Desirée Jaromicz Feldmann¹

Taís Vieira Pereira²

Palavras-chave: Marca. Identidade. Marca. Identidade visual.

INTRODUÇÃO

A marca *Desirée Feldmann* desenvolve desenhos, pinturas e colagens, mesclando técnicas artesanais e digitais para executar seus projetos. Atua em duas frentes: prestação de serviços para empresas de moda e desenvolvimento de produtos próprios.

Atualmente a prestação de serviço compreende a criação de estamparia para produtos de moda, como vestuário e calçado; e ilustrações para o segmento editorial, na publicação de livros e revistas. O desenvolvimento dos próprios produtos fica segmentado em duas linhas distintas. A primeira compreende o licenciamento de artes para sites que terceirizam a produção dos produtos e o segundo, a produção de aquarelas originais, peças únicas com seu processo todo artesanal, da pintura à manufatura dos quadros.

A marca quer ser percebida como um agente transformador na vida dos seus consumidores, aproximando a propriedade exclusiva que um desenho artesanal pode proporcionar com o dinamismo da arte digital. Neste cenário de múltiplas possibilidades criativas, sentiu-se a necessidade de estudar o desenvolvimento de uma identidade visual para unificar todas as áreas de atuação e conseguir transmitir essa identidade em todos os pontos de contato da marca *Desirée Feldmann*.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Marca é uma representação simbólica que identifica e diferencia produto e serviços de uma empresa no mercado (WHEELER, 2012). O modelo de marca estabelecido por Aaker e Joachimsthaler (2007), em seu livro *Como Construir Marcas Líderes*, se baseia na premissa de que a construção de marca não apenas cria ativos para a empresa, como também é fator

¹ Bel. em Moda pela Universidade Feevale e proprietária da marca *Desirée Feldmann*, aluna da Especialização em Comunicação na Moda.

² Mestre em Design. Pós Graduação em Moda - Universidade Feevale, professora.

determinante no sucesso da mesma. O branding, também chamado de gestão de marca, se apresenta como um conjunto das melhores ferramentas para que as marcas se comuniquem com os clientes. Para que essa gestão possa ocorrer com mais eficiência, o estudo sobre a segmentação e posicionamento de marca traça o perfil do público-alvo que se quer atingir.

A identidade de marca representa um conjunto de associações inseridos na marca para orientar a comunicação entre cliente e marca, e gerar uma proposta de valor. Pode-se dizer também que é o primeiro contato que o cliente tem com a marca, por isso precisa ser uma ferramenta estratégica para construir consciência, personalidade, aumentar o reconhecimento, comunicar qualidade e expressar diferenças competitivas (WHELLER, 2012). Este estudo o desenvolvimento da identidade visual. O projeto de identidade visual é um processo interativo, que busca integrar o significado da marca com a forma. Depende de um planejamento coeso e utiliza cores, famílias tipográficas e formatos de design. Esse sistema define o reconhecimento imediato da empresa e dá apoio à personalidade da marca nas mais diversas mídias (WHEELER, 2012).

METODOLOGIA

O presente trabalho está organizado em quatro momentos. O primeiro envolve o referencial teórico, compreendendo as definições de marca e gestão de marca, bem como a segmentação e posicionamento de marca. No segundo momento, uma análise sobre identidade de marca, seu sistema, elementos e a identidade visual. No terceiro, apresenta-se o *case* da marca *Desirée Feldmann*, colocando em prática os conhecimentos teóricos adquiridos no decorrer do curso de pós-graduação em Comunicação para Moda, Universidade Feevale, evidenciando o processo metodológico e criativo utilizado para desenvolver a identidade visual. O quarto momento foi a construção do brandbook e as ferramentas de gestão para a marca *Desirée Feldmann*.

Os principais autores que embasam esse trabalho são Alina Wheeler (2012) e seu livro *Design de Identidade da Marca*; e David Aaker e Erich Joachimsthaler (2007) e o livro *Como Construir Marcas Líderes*. Eles foram escolhidos por tratarem do tema *identidade de marca* de forma atualizada e aprofundada, apontando caminhos concretos para a realização dos objetivos deste estudo. Os autores complementares são Marcos Cobra (2007) e seu livro *Marketing e Moda*; e Eugênio Bisco Melo (2014) com o livro *Gestão de Marketing e Branding: a arte de desenvolver e gerenciar marcas*. O primeiro autor apresenta tópicos importantes sobre os conceitos de marketing e exemplifica-os na moda; o segundo oferece uma visão geral de branding e do marketing 3.0.

RESULTADOS

O sistema de identidade da marca *Desirée Feldmann*, assim como os elementos de sua identidade visual foram desenvolvidos para definir um conjunto de associações entre marca e cliente que gerem propostas de valor. A construção do *case* da marca foi baseado no estudo de briefing de marca proposto por Wheeler (2012) e o resultado compreende: o logotipo e assinatura visual, cores, tipografia e aplicações de teste. Para este resumo expandido, escolheu-se apresentar a assinatura visual.

A assinatura visual será usada em cor preta sobre fundo branco. A não utilização da versão em negativo da assinatura visual completa - escrita branca sobre fundo preto ou escrita branca sobre fundo colorido (ilustração) - foi definida com base na legibilidade. O logotipo poderá aparecer sozinho como uma “assinatura” da designer.



Desirée Feldmann
art . illustration . design

Figura 1 - Assinatura visual da marca Desirée Feldmann
Fonte: Acervo pessoal

A assinatura visual da marca é composta apenas pelo logotipo ancorado pela palavras decodificadoras. O logotipo - Desirée Feldmann - foi desenvolvido a partir da assinatura pessoal da designer e a escolha das palavras decodificadoras - *art, illustration, design* - de uma necessidade no briefing da marca de situar o mercado sobre as linhas de atuação da empresa. A escolha da língua inglesa deve -se ao fato de que o mercado da marca pretende ser global.

DISCUSSÃO

A marca *Desirée Feldmann* surgiu dentro da proposta disciplinar do curso de pós-graduação em comunicação na moda, um processo que contou com os conhecimentos sobre planejamento e gestão da comunicação de marcas, produtos e serviços de moda. Este tópico apresentará o briefing e o sistema de identidade visual proposto para a marca, embasado na fundamentação teórica abordada neste artigo.

O briefing de marca proposto por Wheeler (2012) sugere um diagrama estratégico que compreende os seguintes elementos: grande ideia, visão e missão, principais produtos ou

serviços da marca, principais concorrentes, vantagens competitivas, stakeholders, propostas de valor, mercado-alvo e atributos (WHEELER, 2012).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O sistema de identidade de marca define etapas essenciais para seu desenvolvimento. Estas podem ser adaptadas a qualquer tipo de empresa ou negócio, independente do seu tamanho ou grau de atuação no mercado. Nos elementos de identidade da marca, os tópicos abordados apresentaram os diferentes tipos da representação da marca na mente do consumidor, sendo que a-identidade visual integra o significado com a forma.

Conhecer todas as etapas da construção de uma marca e os fundamentos necessários durante o curso de pós-graduação foi essencial para o aprimoramento da marca desenvolvida. A escolha do tema deste artigo foi por acreditar que a identidade é parte fundamental na criação de uma marca.

A autora do artigo entende que o maior desafio deste trabalho foi desenvolver sua marca pessoal e, um apoio fundamental foi o estudo de briefing da marca *Desirée Feldman*, a partir do modelo proposto por Wheeler (2012). Esta abordou tópicos fundamentais para a aplicação do sistema de identidade e dos elementos da identidade visual. Isso se refletiu na tomada de decisões no desenvolvimento da identidade visual apresentado no *case* da marca.

A construção do brandbook representa a concretização da marca *Desirée Feldmann* e as ferramentas de gestão para guiar as tomadas de decisões futuras, o consenso dessas categorias permite que qualquer processo criativo relacionado à marca, tenha o embasamento necessário para atingir seus objetivos.

REFERÊNCIAS

AAKER, David A.; JOACHIMSTHALER, Erich. *Como construir marcas líderes*. Porto Alegre: Bookman, 2007. P. 321

BIANCA GREEN, Disponível em: <<http://www.biancagreen.com>> Acesso em: 15 mar. 2015

COBRA, Marcos. *Marketing e moda*. São Paulo: Editora Senac São Paulo; Cobra Editora e Marketing, 2007. P. 263

FORTY, Adrian. *Objetos de desejo - design e sociedade desde 1750*. São Paulo: Cosac Naify, 2007. P. 347

FRANCISCO VALLE ART, Disponível em: <<http://www.franciscovalleart.com/>> Acesso em: 15 mar. 2015

FREITAS, Ermani Cesar de; PRODANOV, Cleber Cristiano. *Metodologia do trabalho científico [recurso eletrônico]: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico*. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. P. 276

KAREN HOFSTETTER, Disponível em: <<http://www.karenhofstetter.com/>> Acesso em: 15 mar. 2015

MELO, Eugênio Bispo. *Gestão de marketing e branding: a arte de desenvolver e gerenciar marcas*. Rio de Janeiro: Alta Books, 2014. P. 144

OHK LOJA, Disponível em: <<http://www.oh-kay.com.br/>> Acesso em: 15 mar. 2015

PEDROSA, Israel. *O universo da cor*. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2014. P. 160

SOCIETY6 PRODUTOS, Disponível em: <<http://society6.com/help/products>> Acesso em: 15 mar. 2015

URBAN ARTS LOJAS, Disponível em:
<<http://www.urbanarts.com.br/institucionais/AntesCompra/NossasLojas.aspx>> Acesso em: 15 mar. 2015

WHEELER, Alina. *Design de identidade de marca: guia essencial para toda a equipe gestão de marcas*. Porto Alegre: Bookman, 2012. P. 320

O DESIGN E A VALORIZAÇÃO DA IDENTIDADE CULTURAL GAÚCHA

Fernanda Rech¹

Marcos Emílio Santuário²

Palavras-chave: Cultura. Identidade. Território. Design. Cultura gaúcha.

INTRODUÇÃO

O presente artigo apresenta uma pesquisa sobre os conceitos de cultura, identidade e território, aliando estes conceitos a um estudo sobre a atividade do design no contexto contemporâneo, vinculando-o ao resgate e a valorização da identidade cultural gaúcha.

O objetivo deste artigo é compreender as transformações nas estruturas sociais provocadas pelo ambiente contemporâneo e os impactos destas transformações na realização da atividade do design, investigando possibilidades para o desenvolvimento de produtos que possam aliar a inovação, a tradição, bem como atributos locais e conexões globais. Utiliza-se como concreto o exemplo do trabalho das arquitetas Tina e Lui, buscando compreender a maneira como o design auxilia no desenvolvimento de produtos que valorizem a identidade cultural gaúcha. A metodologia utilizada compreende a revisão bibliográfica, bem como um estudo de caso único. Para esta pesquisa serão utilizados autores como Néstor Garcia Canclini (1998), Jesus Martin Barbero (2004), Stuart Hall (2001), Lia Krucken (2009), Zygmunt Bauman (2007; 2008), entre outros.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A sociedade contemporânea apresenta uma série de transformações nas estruturas sociais. A chamada era da informação, que tem como principal matéria-prima o conhecimento, modifica a forma como bens de consumo estão sendo produzidos e consumidos. Vivencia-se uma nova lógica, marcada pelo enfraquecimento do território

¹ Mestranda em Indústria Criativa pela Universidade Feevale, especialização em Marketing e Design de Moda pela ESPM. fernandarechmoda@gmail.com

² Doutor em Comunicação Social pela PUC/RS, mestre em Comunicação Social pela PUC/RS. Professor do mestrado em Indústria Criativa pela Universidade Feevale. santuario@feevale.br

geográfico, pelo hibridismo cultural e por uma nova interpretação da relação entre espaço e tempo.

Bauman (2007) utiliza o termo *modernidade líquida* para fazer referência ao contexto pós-moderno, caracterizado pela fragilidade das relações humanas, pela separação entre o poder e a política, pela fragmentação das organizações sociais e pela substituição do pensamento em longo prazo por projetos de curta duração.

A abertura para o mercado externo e as inúmeras conexões que o processo de globalização³ propiciou, permite uma nova interpretação dos conceitos de cultura, identidade e território. A cultura é definida por Canclini (1998) como um fenômeno que por meio de símbolos e representações, auxilia na continuidade ou modificação do sistema social, ou seja, ela é um processo de produção de significados que são capazes de propiciar a manutenção ou reformulação de maneiras de viver, ideias e valores.

Segundo Barbero (2004) a globalização econômica e tecnológica enfraquece a importância do território, desvalorizando as referências tradicionais de identidade. Cria-se uma dissociação da identidade com o tempo, o lugar, a história e a tradição e configura-se uma nova maneira de relação entre os processos simbólicos. Cultura e identidade estão diretamente relacionadas, uma vez que a primeira, contribui para a formação da segunda. A identidade é formada através dos processos inconscientes, ela não é algo imutável, está sempre em constante transformação (Hall, 2001).

A contínua demanda por um referencial identitário favorece e faz florescer a busca pelo fortalecimento da cultura local. A valorização do local acaba servindo como referência para o indivíduo, na medida em que:

o lugar significa nossa ancoragem primordial: a corporeidade do cotidiano e a materialidade da ação (...). Pois ainda atravessado pelas redes do global, o lugar continua sendo feito do tecido e da proximidade dos parentescos e vizinhanças. (BARBERO, 2004, p.269).

Este contexto propicia uma modificação no papel do design. Para Krucken (2009) a inserção em um cenário que valoriza cada vez mais os serviços, reduzindo o valor dos objetos em si, que propicia uma conexão entre os indivíduos marcada pela virtualização e a desterritorialização da produção, são fenômenos que exigem uma alta capacidade de abstração, inovação e de flexibilidade nos projetos de design.

³ A globalização é definida por Giddens (2002) como um processo que acentua as relações sociais em uma proporção mundial.

A busca pela valorização dos recursos locais pode resultar em soluções promissoras e uma saída econômica, principalmente para economias emergentes. A conexão entre o local e o global é vista como um dos pontos de equilíbrio quando se trata de rever o modo de pensar e fazer design. De acordo com Krucken (2009) produtos locais são expressões culturais que estão relacionadas com o território e a comunidade que os desenvolveu. Estes produtos são consequência de uma trama, desenvolvida ao longo do tempo, que engloba recursos de biodiversidade, modos tradicionais de produção, costumes, bem como hábitos de consumo. Moraes (2009) sinaliza o aumento da procura por produtos autóctones como referencial histórico local que se materializa na forma de objetos:

Ocorre em paralelo o ressurgimento do artesanato como meio de produção possível e de poética própria, a demonstrar que tudo isso, ao mesmo tempo, completa e contrapõe a relação local-global instituída pelo processo de globalização. (MORAES, 2009, p.10)

Como afirma Borges (2011), a aproximação do design e do artesanato acontece na década de 80, através da preservação das técnicas produtivas que haviam sido passadas pelas gerações e da incorporação de novos elementos aos objetos.

Sobre a cultura gaúcha é possível afirmar que ela é formada por uma série de mesclas e particularidades, e é impossível conseguir detalhá-la sem antes apresentar o conceito de cultura regional. Em suma, a cultura regional engloba todas as categorias e níveis de manifestações de uma região que caracterizem a sua realidade sociocultural (JACKS, 2003).

Para Santos & Filho (1994) o tempo deixou um legado para o homem gaúcho, marcado por elementos da cultura tribal guarani, muitos deles mesclados no processo de missionarização, realizado pelos padres jesuítas nos séculos XVII e XVIII. Desta experiência resulta “um processo de transformação cultural, caracterizado pela influência de elementos da cultura europeia, alterando a tradicional cultura tribal existente.” (SANTOS & FILHO, 1994, p.22).

Pode-se dizer que a identidade gaúcha é formada por um histórico de lutas, trabalho, valores aportados pelos indígenas, guarani-missionários, negros, espanhóis, lusitanos, alemães, italianos, judeus, sírios, orientais, entre outros (SANTOS & FILHO, 1994, p.38). Neste contexto alguns fatores acabaram perdendo relevância, dando lugar a outros acontecimentos e questões que tomaram grande proporção, alterando a maneira como os atores sociais atuam, se relacionam e buscam a sua identificação.

METODOLOGIA

Para a realização deste artigo, optou-se pela pesquisa exploratória bibliográfica. Além disso, foi realizado o método exploratório de estudo de caso único através de entrevista não estruturada, tendo como objeto de análise o caso Tina e Lui, a partir de sua relação entre o design e o artesanato.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para esta pesquisa foi realizado um estudo de caso único a partir de entrevista realizada com a arquiteta Maria Cristina de Azevedo Moura (Tina), a fim de compreender a maneira como o design se relaciona com a identidade cultural gaúcha. Tina trabalha juntamente com sua irmã, Ana Luísa Lo Pumo (Lui). As irmãs desenvolvem projetos em parceria com diversos grupos de artesãos. Dentre os grupos assessorados pela dupla destacam-se: o Favos do sul, o Ladrilã e o Bichos do mar de dentro.

A partir deste estudo de caso percebe-se que a maioria dos produtos desenvolvidos, que buscam a valorização da identidade gaúcha, enfatiza a matéria-prima local, como por exemplo, o couro e a lã. Alguns grupos tem como foco a valorização de questões relacionadas ao território e a comunidade que nele habita, como é o caso do Bichos do mar de dentro, pois são desenvolvidos objetos que apresentam os animais silvestres da região da Costa Doce, que se estende de Guaíba ao Chuí.

Um dos grandes problemas detectados é a gestão do negócio, pois na maioria dos casos quando o projeto fica nas mãos dos artesãos, este perde força, enfrentando inúmeras dificuldades relacionadas à gestão. Ainda, sobre a questão do consumo no cenário contemporâneo, o estudo permitiu concluir que existe um nicho de mercado que valoriza produtos não massificados, consumidores que buscam a história de cada produto e que fazer um artefato com características locais para um mercado global não é uma tarefa difícil, pois o consumidor se encanta por aquilo que tem história.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante desta pesquisa, percebe-se a importância da atividade do design para a valorização da cultura local, bem como o valor de sua relação com o artesanato no sentido de resgatar memórias e contribuir para fortalecer o sentimento de pertença dos indivíduos. As modificações provocadas pela modernidade líquida afetam o papel profissional do designer e por isso faz-se necessário repensar o projeto. Trabalhar de forma sistêmica e em conjunto pode ser uma saída para atuar diante das estruturas dinâmicas da atualidade. Sobre a

valorização da cultura gaúcha nota-se um destaque para a utilização da matéria-prima local e uma relação forte com o artesanato. Nota-se que uma das fragilidades é a continuidade do projeto uma vez que os artesãos tomam às rédeas do negócio.

Ainda, identifica-se que estamos diante de uma lógica, que a partir do resgate de recursos locais e atuando de forma sistêmica pode reconfigurar as relações com o mercado. É possível que resida aí, uma nova forma de nos relacionarmos com os indivíduos, os lugares e as mercadorias.

REFERÊNCIAS

BARBERO, Jesus Martín . *Ofício de cartógrafo*. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

BAUMAN, ZYGMUNT. *Tempos líquidos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

_____. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias*. Zygmunt Bauman. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

BORGES, Adélia. *Design + artesanato: o caminho brasileiro*. São Paulo: Terceiro Nome, 2011.

CANCLINI, Néstor García. *Culturas híbridas*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1998.

GIDDENS, Anthony. *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

JACKS, Nilda. *Mídia nativa: indústria cultural e cultura regional*. Porto Alegre: Universidade/UFRGS, 2003.

KRUCKEN, Lia. *Design e território: valorização de identidades e produtos locais*. São Paulo: Studio Nobel, 2009.

MANZO, A. J. *Manual para la preparación de monografías: una guía para presentar informes y tesis*. Buenos Aires: Humanistas, 1971.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. *Técnicas de Pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MORAES, Dijon de. In: KRUCKEN, Lia. *Design e território: valorização de identidades e produtos locais*. São Paulo: Studio Nobel, 2009.

SANTOS, Julio Ricardo Quevedo dos; FILHO, Carlos César Bento. *In: Rio Grande do Sul: aspectos da cultura*. Harry Rodrigues Bellomo (org). Porto Alegre: Martins livreiro, 1994.

O DESIGN THINKING COMO FERRAMENTA DE CRIATIVIDADE NO AMBIENTE ORGANIZACIONAL

Bruna Haubert¹
Dusan Schreiber²

Palavras-chave: Criatividade. Design Thinking. Organização.

INTRODUÇÃO

A sociedade pós-industrial prioriza e incentiva a criatividade muito mais do que a sociedade industrial. O processo criativo se relaciona à solução de problemas e as estratégias são advindas de experiências, onde trabalhadores criativos são vistos atualmente como solucionadores de problemas. Neste contexto, considerando que ferramentas de criatividade dão suporte aos processos de desenvolvimento de produtos e contribuem na solução de problemas, Brown (2010) CEO da IDEO apresenta o *design thinking* como uma metodologia criativa baseada na interdisciplinaridade da equipe.

O tema desta pesquisa está inserido na área de conhecimento da Administração e subárea de Gestão e Inovação. Adota-se como problema de pesquisa a seguinte questão: Sob quais aspectos o design thinking se apresenta como ferramenta de criatividade? Visando responder ao problema de pesquisa proposto, esta pesquisa adota como objetivos: (i) elencar conceitos acerca de criatividade, (ii) expor o *design thinking* como ferramenta de criatividade. Para tanto, utilizou-se o método descritivo e interpretativo, numa pesquisa qualitativa. Com o objetivo de contribuir com o debate, realizou-se uma pesquisa teórica por meio de uma revisão bibliográfica (MARCONI; LAKATOS, 2013). A pesquisa justifica-se pelo interesse da pesquisadora em aprofundar o conhecimento acerca de ferramentas de criatividade para o processo de P&D de novos produtos, pesquisa em desenvolvimento na dissertação do mestrado.

¹ Mestranda em Indústria Criativa, na Universidade Feevale. Graduada em Administração de Empresas, pela Universidade Feevale. E-mail: brunahaubert@feevale.br.

² Doutor em Administração pela UFRGS. Pesquisador e Professor Adjunto na Universidade Feevale. Docente no Curso de Administração e no Mestrado em Indústria Criativa na Universidade Feevale. E-mail: dusan@feevale.br.

REFERENCIAL TEÓRICO

Os novos modelos de gestão são pautados pela liberdade, flexibilidade, inovação, mas ainda insipiente no âmbito da criatividade, apenas 2% (MORAES; LIMA in ALENCAR; BRUNO-FARIA; FLEITH, 2010). Apesar de estarmos em uma era que valoriza a criatividade, por entender que se trata de um atributo essencial para a concepção de soluções, ainda é pouco explorada ou permitida no domínio organizacional.

Nesta perspectiva, os grandes avanços acontecem quando os gestores abrem espaço para aquilo que não conhecem, permitindo que seus colaboradores contribuam com sua criatividade na busca do novo. Catmull e Wallace (2014) relatam que todos têm potencial para serem criativos e incentivar o desenvolvimento da criatividade é um ato nobre. Corroborando a afirmação dos autores, Predebon (2005) relata que a espécie humana tem a capacidade de raciocinar construtivamente e esta habilidade pode ser chamada de criatividade.

Csikszentmihalyi (2009) relata que problemas são resolvidos quando dedicamos atenção e agimos de forma criativa. A criatividade, no entanto, surge da interação entre pensamentos e um contexto sociocultural, não é um fenômeno individual (CSIKSZENTMIHALYI, 2009).

Puccio e Cabra (in KAUFMAN; STERNBERG, 2010) citam que a criatividade vem sendo estudada no cenário organizacional e um dos motivos que explica tal fato é a necessidade das empresas se adaptarem às mudanças sociais e de mercado. Para isso, a criatividade surge como um resultado da interação entre pessoas, processos que elas se engajam e o ambiente que elas atuam (PUCCIO; CABRA in KAUFMAN; STERNBERG, 2010, CSIKSZENTMIHALYI, 2009), que contribui com a adaptação das organizações ao mercado.

Nesta análise dos conceitos da criatividade que evoluem do indivíduo para o contexto social e empresarial, Howkins (2013) expõe o fato de que muitas pessoas tem o potencial criativo, mas dependem de fatores ambientais e de recursos para produzir efetivamente um produto criativo. O pensamento criativo pode ser estimulado por ferramentas ou técnicas, as quais eliminam possíveis barreiras à criatividade. Além das ferramentas e técnicas, um ambiente seguro, aberto a novas ideias e apoiador destas é essencial. King e Schlicksupp (1999) também apontam o trabalho em equipe como um meio colaborador do processo criativo.

A soma do conhecimento, habilidades e experiências de cada integrante do grupo influenciará o potencial do desempenho da equipe. King e Schlicksupp (1999) referem que as ferramentas de criatividade podem ser aplicadas individualmente, porém a eficácia é

relativamente maior quando aplicada em equipe. Quanto mais sinergia entre os membros, melhores serão as contribuições em função das diversas visões acerca de um problema (KING; SCHLICKSUPP, 1999).

Considerando a ideia de um conjunto de ferramentas no apoio do processo criativo, Brown (2010) CEO da IDEO apresenta o *design thinking* como uma metodologia criativa para desenvolver produtos inovadores. Os princípios do *design thinking* são aplicáveis em diversas empresas e situações, pois conforme sugere Tim Brown, os *thinkers*, assim chamados, se apropriam de seu conhecimento e em uma equipe interdisciplinar e são capazes de solucionar uma variedade de desafios.

O *design thinking* propõe que os *design thinkers* possam ser arquitetos com experiência em psicologia ou artistas com diploma de MBA, o que importa realmente é que estejam dispostos a colaborar em diferentes contextos, representando o que Brown (2010) denomina de equipe interdisciplinar. Nesta interdisciplinaridade, todos se sentem donos das ideias e contribuem com elas, por meio de seu conhecimento e experiência pessoal. Esta metodologia não foi criada para ser utilizada como um molde fixo para inovar, mas sim como uma arte de impulsionar a inovação por meio de flexibilidade e promover um ambiente motivador para isso, com pessoas engajadas e motivadas. Espaços padronizados estão predispostos a gerar ideias padronizadas, é preciso de flexibilidade para o sucesso do *design thinking* (BROWN, 2010).

Neste sentido, ao compreender que o foco da atividade econômica mundial migrou da intensiva produção industrial para a produção de conhecimento, a criatividade se apresenta como uma valiosa ferramenta na estratégia de sobrevivência das organizações. A criatividade é uma aliada ao processo de inovação e pode ser empregada de diversas formas, através de diversas técnicas e metodologias criativas, inclusive pelo *design thinking*.

METODOLOGIA

Para delinear o conjunto de procedimentos ao qual esta pesquisa será submetida apresenta-se algumas classificações relevantes para a compreensão do estudo da pesquisadora. Quanto ao objetivo proposto, esta pesquisa caracteriza-se como descritiva e será realizada uma revisão bibliográfica sobre os conceitos de criatividade e o *design thinking* como ferramenta criativa no âmbito organizacional. A pesquisa terá uma abordagem qualitativa, visando interpretar os conceitos e atribuir significados por modo de análise indutiva, pela pesquisadora e não por métodos estatísticos (PRODANOV; FREITAS, 2013).

RESULTADOS PARCIAIS

Cabe ressaltar que a pesquisa encontra-se ainda em fase inicial de desenvolvimento, pertencente ao projeto de pesquisa de dissertação da autora, no entanto, os resultados ainda são parciais. Os conceitos apresentados acerca de criatividade abarcam a ideia apresentada por Catmull e Wallace (2014) de que todos podem ser criativos, em geral a premissa das técnicas de criatividade é envolver as pessoas para que desenvolvam ideias a partir de seu conhecimento e experiência pessoal, conforme abordado no *design thinking*. Csikszentmihalyi (2009), King e Schlicksupp (1999), Puccio e Cabra (in KAUFMAN; STERNBERG, 2010) apresentam uma convergência de pensamento sobre a importância da interação entre o ser criativo e o contexto sociocultural na produção de ideias criativas que contribuem com as organizações para se manterem competitivas no mercado.

Para Howkins (2010) a criatividade deve ser estimulada, neste caso, as técnicas e ferramentas dão o suporte necessário, servindo de base preliminar para a efervescência da criatividade no meio empresarial. Na mesma linha de pensamento, King e Schlicksupp (1999) referem-se às ferramentas de criatividade como meio de estimular o pensamento criativo. Neste contexto de ferramentas de criatividade, observa-se que o *design thinking* é uma metodologia que pode ser empregada como ferramenta de criatividade em organizações para gerar soluções criativas, baseado na flexibilidade de aplicação e na interdisciplinaridade da equipe.

CONCLUSÃO

A partir dos resultados parciais obtidos, considera-se que a criatividade não é algo novo, tampouco é característica só de determinados indivíduos. A criatividade é um atributo inerente a todo ser humano desde sempre e continuamente foi associado à solução de problemas do cotidiano, das organizações e da civilização. O uso das ferramentas de criatividade nas organizações pressupõe a integração de equipes interdisciplinares, valorizando o saber de cada indivíduo que a integra. Esta ação promove o indivíduo como um ator principal no processo de mudanças da organização.

As ferramentas de criatividade são meios de reunir conhecimentos diversos em busca de um objetivo comum, seja ele a solução de um problema ou mesmo a definição de um problema que não está claro. Associar diferentes experiências e conhecimentos é o ponto central desta nova era em que vivemos, a era do conhecimento.

Cabe ressaltar que existem diversas ferramentas de criatividade disponíveis na literatura, para esta discussão foi empregado somente o *design thinking*, o estudo terá

sequência analisando outro modelo de P&D de produtos, assim como será realizado um estudo de caso para aplicação prática dos resultados que emergirão da pesquisa.

REFERENCIAL

BROWN, Tim. **Design Thinking**: Uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010 – 11ª reimpressão.

CATMULL, Ed; WALLACE, Amy. **Criatividade S.A**: Superando as forças invisíveis que ficam no caminho da verdadeira inspiração. Tradução de Nivaldo Montingelli Jr. – 1ª ed. Rio de Janeiro: Rocco, 2014.

CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly. **Creativity**: Flow and the Psychology of Discovery and invention. Harper Collins e-books: New York, 2009.

HOWKINS, John. **Economia Criativa**: Como ganhar dinheiro com ideias criativas. São Paulo: M. Books, 2013.

KING, Bob; SCHLICKSUPP, Helmut. **Criatividade**: uma vantagem competitiva. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados. 7ª ed. 7ª reimpr. São Paulo: Atlas, 2013.

MORAES; Melissa Machado de; LIMA, Suzana Maria Valle. **Estratégias para criar no trabalho**. In ALENCAR, Eunice M. L. Soriano de; BRUNO-FARIA, Maria de Fátima; FLEITH, Denise de S. (cols.). **Medidas de Criatividade**: teoria e prática. Porto Alegre: Artmed, 2010.

PREDEBON, José. **Criatividade**: abrindo o lado inovador da mente: um caminho para o exercício prático dessa potencialidade, esquecida ou reprimida quando deixamos de ser crianças. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2005.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do Trabalho Científico [recurso eletrônico]**: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico. 2ª edição. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

PUCCIO, Gerard J.; CABRA, John F. **Organizational Creativity**: A systems approach. In KAUFMAN, James C.; STERNBERG, Robert J. **The Cambridge Handbook of Creativity**. New York: Cambridge University Press, 2010.

O DIREITO À PROPRIEDADE E O DIREITO DE DESAPROPRIAR: A BUSCA POR UM PONTO DE EQUILÍBRIO

Jéssica Damian¹

Paulo Gilberto Cogo Leivas²

Palavras-chave: Propriedade. Desapropriação. Indenização prévia. Imissão Provisória.

INTRODUÇÃO

O presente projeto de pesquisa objetiva analisar os processos de desapropriação que ocorrem no entorno das rodovias federais (desapropriação para duplicação nas Rodovias BR101, 448, 392, 386 e 116) para assim demonstrar que a metodologia utilizadas nesses processos atendem tanto o direito propriedade como o direito a desapropriação, não tendo apenas um caráter legal, mas também mais efetivo da realização da justiça. De forma mais específica se busca verificar os aspectos históricos, conceituais e normativos do direito a propriedade, abordar como são realizados os processos de desapropriação por utilidade e necessidade pública, descrever o instituto da justa e prévia indenização e como ele é executado nos casos de imissão provisória na posse nos processos de desapropriação, investigar a porcentagem de acordos realizados nos processos de desapropriação quando realizadas as audiências públicas de conciliação e o percentual de aumento dos valores ofertados. O método utilizado é o indutivo, a qual possui um viés exploratório, uma vez que será realizada pesquisa bibliográfica e análise de casos. Com os dados coletados até a presente data fica demonstrado que realizadas as desapropriações do método em questão elas atingem seu objetivo mais efetivamente observando de forma mais justa os dois lados envolvidos, proprietários e Estado.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A origem e os fundamentos da propriedade sempre despertaram imenso interesse tanto de teóricos quanto de filósofos, dando origem a duas correntes predominantes, aqueles que entendem a propriedade como sendo um direito natural do homem, que nasce com ele, desta

¹ Autora; mestranda em Direito, com ênfase em Direitos Humanos, UNIRITTER

² Orientador; Doutor, professor; UNIRITTER

forma sendo anterior ao Estado, e aqueles que a entendem como uma criação do Estado e sendo assim, sujeita a normas dele oriundas.

Para os seguidores da primeira corrente a propriedade é vista como um prolongamento do próprio corpo de quem a possui, como descreve Fabio Konder Comparato (COMPARATO, 2013) quando relata o entendimento de Romanos e Gregos na Antiguidade, a ideia de propriedade privada para eles era a de que os mesmos estavam ligados a ela como sendo algo ligado por laços de sangue que unem um grupo familiar.

Já aqueles que entendem a propriedade como criação do Estado, a entende como possuidora de um status constitucional que encontra amparo em um complexo de normas constitucionais relativas a propriedade, de acordo com o conceito ofertado por Bulos (BULOS, 2012).

Com amparo em ambas as correntes, a primeira com expressão na Declaração dos Direitos Humanos, artigo XVII, recepcionada pela Constituição Federal de 1988, baseando-se na segunda corrente, no artigo 5º, caput e inciso XXII, entende que todos possuem direito a propriedade.

A mesma Constituição garante ao Estado, artigo 5º, inciso XXIV, o direito de desapropriar nos casos de necessidade ou utilidade pública, ou por interesse social, devendo em contraponto ser indenizado o proprietário do bem, de forma justa em dinheiro, salvo exceção.

METODOLOGIA

O método utilizado é o indutivo, a qual possui um viés exploratório, uma vez que será realizada pesquisa bibliográfica e análise de casos. Na análise de casos será observado o índice de acordos realizados o aumento dos valores propostos os quais caracterizam a justa indenização, além de analisar o prazo para a retirada das famílias das áreas desapropriadas bem como a forma que é realizada.

RESULTADOS

A permissão ao Estado em realizar a desapropriação, nos casos de utilidade e necessidade públicas esses delimitados no Decreto-lei 3.365/1941 e Decreto-lei 1.075/1970, foco do presente trabalho, desde que preencha o requisito da prévia e justa indenização ao dinheiro.

Tal requisito é peça chave do assunto em questão uma vez que a intenção do legislador, ao mesmo tempo que dá ao Estado o poder de desapropriar, garante ao expropriado

condições de adquirir nova propriedade com a indenização paga, com as mesmas condições da que perdeu em detrimento da necessidade/utilidade do Estado.

No entanto como esclarece Kiyoshi Harada o pagamento prévio só é exigível para a efetiva consumação da desapropriação, que se dá com a transferência do domínio para o Poder Público. É, pois, a imissão definitiva na posse, regulada pelo art. 29 da lei de Desapropriação, que deve ser precedida do pagamento do justo preço, fixado por sentença. O requisito da previdência não tem aplicação para a chamada imissão provisória(2002, p.99). Importante salientar, nos casos de necessidade e utilidade são raras as vezes que a administração pública não requer a imissão provisória na posse, baseada na própria motivação do processo desapropriatório.

Nesses casos, o expropriado contestando o valor ofertado, o juiz realizará prévia avaliação, se o valor ofertado pelo expropriante, e depositado no processo, alcançar 50% do valor arbitrado poderá ele ser emitido na posse, caso contrário terá que complementar o depósito até o referido percentual.

Neste momento restando ao expropriado optar por sacar 50% do valor arbitrado ou 80% do valor ofertado, em qualquer uma das hipóteses não terá o valor total do seu bem para poder adquirir outro, nas mesmas condições, diante de tal situação posiciona-se Clovis Beznos que mesmo em se apurando o preço, mediante arbitramento, não se autoriza o desapossado a levantar integralmente o valor arbitrado, caso resolva contestar a ação expropriatória, como se existisse nas previsões em questão uma proposital pressão para a aceitação da oferta pelo expropriado, que nessa circunstância frequentemente se transforma em verdadeira vítima da truculência com que se vê despojado da posse de seu bem (2006, p 41).

Muito embora o fato possa parecer inconstitucional, por não respeitar o direito a propriedade do expropriado, as decisões proferidas pelo STF são no âmbito de garantir a desapropriação em tais termos, prevalecendo o direito desapropriatório, conforme vasta jurisprudência:

Como forma de amenizar a disparidade, entendendo o direito a propriedade como direito a ser protegido, tratando-o como um direito moral, a Justiça Federal do Rio Grande do Sul, conjuntamente com o Departamento Nacional de Infraestrutura e Transportes, órgão responsável pela desapropriação de áreas para duplicação das rodovias federais, vem realizando as audiências públicas de conciliação.

O referido projeto consiste em o expropriante entregar a avaliação aos expropriados em uma audiência pública, dentro do prazo de 10 a 30 dias são realizadas as rodadas de

conciliação onde podem esses contestar o valor e, comprovando os motivos aumentar o valor indenizado, receber o valor total no prazo de 15 dias, com prazo para a entrega do bem ao expropriante contado a partir do pagamento.

DISCUSSÃO

Diante de tal dilema, como utilizar o poder de desapropriação do Estado, sem se sobrepor ao direito humano de propriedade? Tal indagação pode ser respondida com a análise da própria Constituição uma vez que há a necessidade de pagamento prévio e justo pelo bem a ser desapropriado, mas como chegar a este valor?

O que é justo para o Estado e para os desapropriados? O que deve ser levado em consideração para chegar a tal montante? O que é considerado prévio quando da análise da possível imissão provisória na posse do bem objeto da desapropriação?

Muito embora o desenvolvimento seja necessário e o interesse da coletividade deva ser predominante ao individual todos os seres humanos devem ser respeitados, sendo observados todos os seus direitos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente tema é relevante de ser analisado diante da realidade do país, onde se busca incansavelmente o crescimento e desenvolvimento, mas para tanto acaba sendo necessário o deslocamento de famílias de áreas antes destinadas a moradia para ampliação de rodovias, aeroportos e demais obras de mobilidade urbana.

Ao longo da história da humanidade o direito a propriedade busca ser preservado sendo previsto em documentos de altíssima relevância jurídica, Declaração de Direitos da Virgínia - 1776 , Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão - 1789, Declaração Universal dos Direitos do Homem – 1948, recepcionada pela Constituição Federal de 1988.

O cerne do trabalho em desenvolvimento é apresentar as audiências públicas, conforme são realizadas no âmbito federal, para a desapropriação as margens das rodovias federais, como uma maneira de minimizar o dano ocasionado às famílias desapropriadas, sendo seu direito a propriedade respeitado, observados e considerado, dando-lhes voz no momento correto, respeitada sua condição de ser humano.

REFERÊNCIAS

ARIMATÉA, José Rodrigues. **O direito a propriedade: limitações e restrições públicas**. São Paulo: Lemos & Cruz, 2003.

BEZNOS, Clovis. **Aspectos jurídicos da indenização na desapropriação**. Belo Horizonte: Fórum, 2006

BRASIL. **Constituição Federal de 1988**.

BRASIL. **Lei 5.896/1973**. Institui o Código de Processo Civil

BRASIL. **Decreto-lei 3.365/1941**. Dispõe sobre a desapropriação por utilidade pública.

BRASIL. **Decreto-lei 1.075/1970**. Regula a imissão de posse, initio litis, em imóveis residenciais urbanos.

BOBBIO, Norberto. **A Era dos Direitos**. Tradução de Carlos Nelson Coutinho – Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

BRONDANI, Clóvis. **O direito a propriedade em Hobbes e Locke**. Revista Consciência Centro Universitário Diocesano do Sudoeste do Paraná – UNICS – Palmas – Paraná. v. 19, n.1, jan./jun. 2005.

BULOS, Uadi Lammêngo. **Curso de Direito Constitucional**. São Paulo: Saraiva, 2012.

COMPARATO, Fábio Konder. **Direitos e deveres fundamentais em matéria de propriedade**. Disponível em: <<http://www.dhnet.org.br/direitos/militantes/comparato/comparatol.htm>> Acesso em: 25 out. 2013.

CASSEB, Robinson. **A desapropriação e a intervenção na propriedade**. São Paulo: Saraiva, 1983.

CORRÊA, Gustavo Angelim Chaves. **A Súmula nº 23 do Supremo Tribunal Federal e a incongruência da vedação de indenização frente ao princípio da boa-fé, ao direito de propriedade e à vertente da teoria dos atos próprios, denominada venire contra factum proprium**. Disponível em < <http://bd.tjmg.jus.br/jspui/bitstream/tjmg/754/1/gc2010asu.pdf>> Acesso em: 27 de out. de 2013

FRANÇAIS, Code civil dès. Disponível em: < <http://www.assemblee-nationale.fr/evenements/code-civil-1804-1.asp>> Acesso em: 30 out. 2013.

FILHO, José dos Santos Carvalho. **Manual de direito administrativo**. 18º ed. rev., atual. e ampl. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2007.

GOMES, Orlando. **Direitos reais**. 10ª ed. Rio de Janeiro: Forense, 1994.

HARADA, Kiyoshi. **Desapropriação: doutrina e prática**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

LOCKE, John. **Segundo tratado sobre o governo civil**. São Paulo: Martin Claret, 2003.

MALUF, Adriana Caldas do Rego Freitas Dabus. **Limitações urbanas ao direito de propriedade**. São Paulo: Atlas, 2010.

MARCHESAN, Ana Maria Moreira. **De um extremo ao outro: a propriedade em Aristóteles, Locke e Marx**. Revista de Direito Privado. São Paulo: Editora

Revista dos Tribunais. v. 9, n. 35, jul/set. 2008.

MORAES, Walter. **Direito da personalidade** – in Enciclopédia Saraiva do Direito, nº 26, p.29-30, s/d.

ONU. **Declaração Universal dos Direitos Humanos**. 1948

SALLES, José Carlos de Moraes. **A desapropriação á luz da doutrina e da jurisprudência**. 6ª ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2009.

O DIREITO FUNDAMENTAL À ÁGUA POTÁVEL PARA CONSUMO HUMANO: UMA ANÁLISE COMPARATIVA ENTRE AS LEGISLAÇÕES BRASILEIRA E ESTRANGEIRA

Maicon Artmann¹

Dra. Haide Maria Hupffer²

Palavras-chave: Direito Ambiental. Direitos Fundamentais. Água Potável.

INTRODUÇÃO

O paradoxo entre a essencialidade da água para a manutenção da vida e a inacessibilidade a esse recurso em muitas regiões do planeta torna o tema do direito fundamental à água potável relevante no cenário acadêmico. O estudo objetiva examinar legislações internacionais e normas brasileiras sobre o direito fundamental à água potável destinada ao consumo humano. A metodologia centrou-se em uma pesquisa bibliográfica sobre o direito de águas, abrangendo a evolução legislativa sobre o assunto no Brasil, suas características e seus princípios, bem como a abordagem do tema em legislações estrangeiras.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O Plano de Ação resultante da Conferência das Nações Unidas sobre a Água, em 1977, reconheceu, pela primeira vez, a água como um direito ao declarar que “todos os povos, seja qual for o seu estágio de desenvolvimento e as suas condições sociais e econômicas, têm direito a ter acesso à água potável em quantidade e qualidade igual às suas necessidades básicas”.³ Desde então, algumas nações têm se preocupado, ainda que timidamente, em reconhecer tal direito em suas legislações.

Em 28 de Julho de 2010, a Assembleia Geral das Nações Unidas, por meio da Resolução A/RES/64/292 declarou a água limpa e segura e o saneamento direitos humanos

¹ Graduado em Direito pela Universidade Feevale (Novo Hamburgo, RS). Advogado. Pesquisador do Programa de Aperfeiçoamento Científico da Universidade Feevale. E-mail: artmann.maicon@gmail.com.

² Doutora em Direito pela Unisinos, Docente do PPG em Qualidade Ambiental e no Curso de Direito da Universidade Feevale.

³ ONU. **O Direito Humano à Água e ao Saneamento:** Marcos. Disponível em: <http://www.un.org/waterforlifedecade/pdf/human_right_to_water_and_sanitation_media_brief_por.pdf>. Acesso em: 02 mar. 2014.

essenciais para gozar plenamente a vida e todos os outros direitos humanos.⁴

Apesar desse direcionamento internacional, no Brasil, a Constituição da República Federativa de 1988 não inclui a água como Direito Fundamental, limitando-se a considerá-la um bem da União e dos Estados. Nesse cenário, importante destacar a Proposta de Emenda à Constituição (PEC) 07/10, que sugere a inserção do acesso à água potável entre os direitos sociais previstos no art. 6º da Constituição. A PEC sugere ainda o acréscimo de um parágrafo ao art. 225, determinando que a água é um bem de domínio público e um "recurso natural limitado, dotado de valor econômico, social e ambiental".⁵

Embora a Constituição se omita no que se refere ao direito fundamental à água potável, cumpre destacar que, na legislação infraconstitucional, a lei nº 9.433/97, que instituiu a Política Nacional de Recursos Hídricos, estabeleceu entre seus objetivos "assegurar à atual e às futuras gerações a necessária disponibilidade de água, em padrões de qualidade adequados aos respectivos usos".⁶

Voltando o olhar para outras partes do mundo, verifica-se que a Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia não faz menção explícita ao direito à água, especificamente, tratando da proteção do meio ambiente de forma geral, em seu art. 37. O tema aparece, entretanto, na Recomendação 14/2001 do Comitê de Ministros para Estados-membro designado para Recursos da Água, que prevê que todos têm direito à quantidade suficiente de água para suas necessidades básicas.⁷ A Diretiva Marco da Água – DMA (2000/60) da União Europeia do ano de 2000 estabelece que a água é um patrimônio e deve ser protegida e fornecida em "quantidade suficiente de água superficial e subterrânea de boa qualidade, para uma utilização sustentável, equilibrada e equitativa".⁸

Nos Estados Unidos verifica-se a existência de regulamentos específicos para cada Estado, mas não se observa o reconhecimento do acesso à água como um direito fundamental.

Na Bolívia, o art. 20 da Constituição reconhece que "el acceso al agua y alcantarillado

⁴ ONU. **O Direito Humano à Água e ao Saneamento**: Marcos. Disponível em: <http://www.un.org/waterforlifedecade/pdf/human_right_to_water_and_sanitation_media_brief_por.pdf>. Acesso em: 02 mar. 2014.

⁵ BRASIL. **Proposta de Emenda à Constituição 07/10**. Altera os arts. 6º e 225 da Constituição Federal para determinar que o acesso à água potável e ao saneamento básico são um Direito Social e que a água é um bem de domínio público. Disponível em:

<http://www.senado.gov.br/atividade/materia/detalhes.asp?p_cod_mate=96303>. Acesso em: 02 abr. 2014.

⁶ MILARÉ, Édis. **Direito do Ambiente**: doutrina, jurisprudência, glossário. 5. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007, p. 184.

⁷ COUNCIL OF EUROPE. **Recommendation Rec(2001)14 of the Committee of Ministers to member states on the European Charter on Water Resources**. Disponível em:

<<https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=231615>>. Acesso em: 10 set. 2014.

⁸ UNIÃO EUROPEIA. **DIRETIVA 2000/60/CE DO PARLAMENTO EUROPEU E DO CONSELHO**, de 23 de Outubro de 2000, que estabelece um quadro de ação comunitária no domínio da política da água.

constituyen derechos humanos, no son objeto de concesión ni privatización y están sujetos a régimen de licencias y registros, conforme a ley”.⁹

Da mesma forma, o art. 12 da Constituição do Equador legisla que “el derecho humano al agua es fundamental e irrenunciable. El agua constituye patrimonio nacional estratégico de uso público, inalienable, imprescriptible, inembargable y esencial para la vida”.¹⁰

Ainda, outras Constituições reconhecem tal direito fundamental, como é o caso, por exemplo, da Rep. Dem. do Congo (2006), em seu art. 48, Kenya (2005), no texto do seu art. 65, Nicaragua (1987), no art. 105, África do Sul (1996), na Seção 27.1(b), Uganda (1995), por meio do seu art. XIV e Uruguay (1967), no seu art. 47.

METODOLOGIA

Em relação ao método de abordagem, o presente estudo se desenvolve com o apoio do método dedutivo e comparativo com utilização de pesquisa bibliográfica e documental. Do ponto de vista de seus objetivos o estudo é exploratório e descritivo. Na pesquisa bibliográfica abordou-se a evolução legislativa sobre o assunto no Brasil, suas características e seus princípios. Verificou-se a abordagem do tema nas legislações constitucional e infraconstitucional brasileiras, bem como na jurisprudência dos tribunais nacionais. Em seguida, realizou-se a pesquisa no âmbito internacional, por meio de uma análise comparativa entre o texto constitucional brasileiro, constituições estrangeiras, bem como resoluções e diretivas da ONU (Organização das Nações Unidas).

RESULTADOS

Os resultados parciais demonstram a necessidade de adequação do direito brasileiro, uma vez que a Carta Magna de 1988 não inclui expressamente a água potável como um de seus direitos fundamentais, tornando imprescindível uma emenda à Constituição que reconheça legalmente o direito fundamental à água potável. Apesar de algumas constituições promulgadas mais recentemente já positivarem esse direito, é necessário que se adote o acesso à água potável como uma prerrogativa humana fundamental para que todos os Estados criem e executem políticas e ações que viabilizem esse direito para toda a população.

⁹ BOLÍVIA. **Constitución Política del Estado**. Disponível em: <<http://www.transparencialegislativa.org/wp-content/uploads/2013/04/Constitucion%CC%81n-Bolivia.pdf>>. Acesso em: 10 ago 2014.

¹⁰ EQUADOR. **Constitución del Ecuador**. Disponível em: <http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf>. Acesso em: 10 ago 2014.

5 DISCUSSÃO

A pesquisa realizada corrobora que o acesso à água potável, enquanto direito fundamental, necessita receber proteção jurídica expressa em benefício de cada pessoa, vinculando assim todos os poderes estatais e, inclusive, os particulares para o desenvolvimento de políticas efetivas que visem recepcionar essa garantia e proporcionar sobrevivência digna para as presentes e futuras gerações.

A Organização das Nações Unidas em 2010, pela Diretiva 64/292, assume o direito à água potável como direito humano fundamental indispensável para a realização do princípio da dignidade da pessoa humana. O Brasil ainda não internalizou esse direito expressamente em sua Constituição Federal, devendo realizar a ratificação e a promulgação, seguida da publicação de Decreto para, então, adquirir vigência no ordenamento brasileiro.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A água, a essência da vida é um direito humano básico, encontra-se no cerne de uma crise diária que afeta vários milhões das pessoas mais vulneráveis do mundo - uma crise que ameaça a vida e destrói os meios de subsistência a uma escala arrasadora. Neste sentido, torna-se imperiosa uma conscientização internacional a respeito da temática, no sentido de que todos os governos deveriam ir além de vagos princípios constitucionais para a preservação do direito humano à água na legislação em vigor.

REFERÊNCIAS

BOLÍVIA. Constitución Política del Estado. Disponível em: <<http://www.transparencialegislativa.org/wp-content/uploads/2013/04/Constitucion%CC%81n-Bolivia.pdf>>. Acesso em: 10 ago 2014.

BRASIL. Proposta de Emenda à Constituição 07/10. Altera os arts. 6º e 225 da Constituição Federal para determinar que o acesso à água potável e ao saneamento básico são um Direito Social e que a água é um bem de domínio público. Disponível em: <http://www.senado.gov.br/atividade/materia/detalhes.asp?p_cod_mate=96303>. Acesso em: 02 abr. 2014.

COUNCIL OF EUROPE. Recommendation Rec(2001)14 of the Committee of Ministers to member states on the European Charter on Water Resources. Disponível em: <<https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=231615>>. Acesso em: 10 set. 2014.

EQUADOR. **Constitución del Ecuador**. Disponível em:
<http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2014.

MILARÉ, Édis. **Direito do Ambiente**: doutrina, jurisprudência, glossário. 5. ed. São Paulo:Revista dos Tribunais, 2007.

ONU. **O Direito Humano à Água e ao Saneamento**: Marcos. Disponível em:
<http://www.un.org/waterforlifedecade/pdf/human_right_to_water_and_sanitation_media_brief_por.pdf>. Acesso em: 02 mar. 2014.

SARLET, Ingo Wolfgang. **A eficácia dos direitos fundamentais**. 5. ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2005.

UNIÃO EUROPEIA. **DIRECTIVA 2000/60/CE DO PARLAMENTO EUROPEU E DO CONSELHO**, de 23 de Outubro de 2000, que estabelece um quadro de ação comunitária no domínio da política da água.

O DISCURSO DE ÓDIO NA INTERNET: REFLEXÕES SOBRE DIGNIDADE E DEMOCRACIA

Claudia Perrone¹

José Guilherme Giacomuzzi²

Palavras-chave: Direitos Humanos. Discurso de Ódio. Dignidade. Democracia.

INTRODUÇÃO

Os direitos são importantes reivindicações que indivíduos ou grupos podem fazer, relativamente a pessoas ou a organizações; são demandas políticas legítimas, cuja concretização depende de mecanismos e instituições que garantam o igual valor dos seres humanos; logo, a democracia exerce papel central na determinação de como esses seres devem viver juntos, mesmo quando discordam sobre quais direitos devem ter (CAMPBELL, 2006, p. xi-xiii). O tema central deste estudo é o discurso de ódio, tendo como pano de fundo percepções pragmáticas constatáveis na comunicação virtual, especialmente na popularização das redes sociais, o que parece indicar que alguns limites à liberdade de expressão, já impostos pela legislação nacional, não estão sendo respeitados.³ A virtualização da comunicação, diz Tsesis (2009, p. 497-8), trouxe este desafio ao Direito, pois o discurso de ódio se propaga pela rede mundial, sendo replicado em países onde a conduta é criminalizada. Essa circunstância peculiar é um desafio às sociedades democráticas pluralistas, uma vez que ao promover a liberdade de expressão não se pode violar o caráter igualitário da democracia⁴.

¹ Mestranda em Direito, UniRitter, Porto Alegre, RS. Advogada especialista em Direito Empresarial (Unisinos, 2010). Bacharel em Direito (Feevale, 2007). E-mail: cperrone06@gmail.com

² Doutor em Direito (*George Washington University Law School*, EUA, 2007), Mestre em Direito (UFRGS, 2000). Professor Adjunto de Direito Administrativo na Faculdade de Direito da UFRGS e Professor no curso de Direito (graduação e mestrado em Direitos Humanos) do UniRitter. Promotor de Justiça no RS desde 1995. E-mail: jose.giacomuzzi@ufrgs.br.

³ São muitas as manifestações racistas e xenofóbicas disponíveis na rede mundial. A título exemplificativo, ver as notícias que dão conta da ocorrência de alguns fatos recentes: “**Quem é o covarde que humilha, em vídeo, um imigrante haitiano?**”; “**Atriz crucificada na Parada LGBT recebe ameaças**”; “**Ginastas envolvidos em incidente racial são oficialmente afastados**”. Todas as notícias estão disponíveis em: <<http://www.pragmatismopolitico.com.br>>. Acesso em: 10.06.2015. Estas situações também vão além das notícias replicadas pelos sites de informação e inundam a área de comentários de diversos sites com manifestações que reiteram tais condutas.

⁴ Para Bobbio (2002, p. 12-3), a democracia é composta pela liberdade e pela igualdade; a inobservância da igualdade seja no processo, seja no resultado, podemos gerar decisões majoritárias, porém antidemocráticas. Sobre o tema ver Tocqueville (2014) que aponta a tirania da maioria como efeito perverso da democracia.

A questão que se apresenta diz com a identificação de uma relação de interferência do discurso de ódio no processo democrático; ou seja o discurso de ódio é apenas uma questão de violação de direito capaz de ferir a honra de pessoas ou grupos, ou discursos dessa natureza interferem no processo democrático? Em função disso, o principal objetivo deste estudo é encontrar, dentro do sistema jurídico os elementos que indiquem a relação, bem como aqueles que ausentes na realidade social permitem a superação do problema formulado. Para alcançar esse objetivo o estudo será dividido em duas partes: a primeira abordará a linguagem dos direitos e a dignidade considerada como status; e a segunda a liberdade de expressão e o discurso de ódio, assim como a sua relação e papel no processo democrático.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A liberdade de expressão (direito humano) é considerado um pilar das democracias modernas. É amplamente associada ao direito de participação, pois garante aos membros das sociedades democráticas o direito de falar e ser ouvido com respeito, especialmente sobre as questões que importam no bem-estar geral. Pode ser considerado como um direito ilimitado, ou que só deve ser restringido quando houver “boas razões” para fazê-lo (CAMPBELL, 2006, p. 142-8). Contudo, mesmo nas sociedades democráticas, esse direito encontra restrições quanto ao “conteúdo, forma, mecanismos institucionais e justificações racionais para liberdade de discurso, expressão e comunicação”, limitações essas que são “[...] uma questão para o processo político democrático” (CAMPBELL, 2006, p. 189).

Waldron (2010, p. 1635-8), afirma que “a liberdade pela qual vale a pena lutar depende precisamente do seu potencial para provocar danos aos indivíduos e à ordem social”, por isso, a proibição do discurso de ódio deve limitar a disseminação de opiniões degradantes, que violam a igualdade e a dignidade de indivíduos e/ou grupos vulneráveis, já que

[...] estes ataques à reputação importam em ataques à *dignidade* das pessoas afetadas – *dignidade* no sentido da posição social básica destas pessoas, das bases de seu reconhecimento como socialmente iguais, e de seu status como detentores de direitos humanos e de direitos constitucionais. O imperativo moral de respeito pela dignidade humana é cada vez mais entendido como um fundamento essencial dos direitos fundamentais e da igualdade (WALDRON, 2010, p. 1610-1).

Aqui, importante considerar que a dignidade não se resume a uma visão derivada da filosofia kantiana e associada à ideia do valor do ser humano como agente moral, tampouco à afirmação filosófica de que a dignidade é inerente a todo ser humano. A dignidade aqui

É uma questão de status – o status de alguém como um membro com boa posição na sociedade. Valida a posição jurídica do indivíduo comum, tanto como igual (paradoxalmente) quanto detentor de uma posição muito alta [*very high-ranking status*]. E isso gera demandas por reconhecimento e tratamento de acordo com esse status (WALDRON, 2010, p. 1611-2).

Essa também é a concepção de dignidade para Whitmann (2004a, p. 17-23; 2000, p. 1384-6), que associa um forte compromisso com as noções de honra e dignidade e sua ampla distribuição a toda sociedade. Para ele as origens aristocráticas do conceito expressam questões tais como civilidade e respeito, associadas à contemporânea ideia de igualdade. Ou seja: hoje a lei não admite mais a distinção entre os indivíduos como se estes ocupassem posições diferentes na sociedade, mas nas sociedades que se comprometem com a dignidade, todos foram elevados a uma posição social mais alta (*levelling-up*), uma posição de nobreza.

Waldron (2010, p. 1612-3), ao tratar do discurso de ódio, propõem o deslocamento da ênfase na ofensa, para a dignidade: a questão deixa de ser o dano provocado pelo discurso ofensivo e passa a ser a diminuição da posição ocupada pelo indivíduo ou pelo grupo na sociedade. O discurso de ódio ou a identificação de estereótipos humilhantes obstam um debate pluralístico aprofundado, pois além de intimidar determinados indivíduos e grupos subalternizados para que não participem do processo deliberativo, podem deslegitimar suas opiniões. Assim, a reconciliação de interesses concorrentes deve dar lugar a outros valores democráticos, além da mera liberdade de expressão (TSESIS, 2009, p. 499-500).

Essa é a base da Teoria do Direito de Waldron (2003): somos muitos e discordamos. Ao compreender o desacordo como parte do processo democrático, o autor dá legitimidade ao direito por sua construção social, relevando que a construção dos direitos e das instituições que dá atenção às mais diversas vozes é mais substancial. A expressão da diferença fortalece o processo democrático, permitindo que um número maior de razões se manifestem e constituam a expressão do bem comum, daquilo que interessa à sociedade. Ou seja: “[...] não podemos ter uma democracia pluralista funcional sem uma proteção vigorosa da liberdade de expressão [ao mesmo tempo que] Uma sociedade que constitucionalmente protege o discurso do ódio é, muito simplesmente, uma democracia não pluralista” (FELDMAN, 2013, p. 88).

Sobre a constatação de Tesis (2009), de que mesmo países onde a liberdade de expressão é limitada, as manifestações odiosas ou discriminatórias têm se propagado pela reprodução em meio digital (internet), o que parece faltar é uma cultura de civilidade e respeito. Essa, diz Whitman (2000, 2004b), inclui uma série de intrincados padrões de comportamento social que se revelam em aspectos das relações interpessoais não impostos pelo direito, mas que o permeiam e o constituem e correspondem a uma “revolucionária

distribuição de honra”. A questão talvez se desloque para a responsabilidade do cidadão que participa do processo democrático e que não pode minar a correta provisão dos bens sociais pelo excesso no exercício da liberdade de expressão. Talvez por isso o positivismo normativo de Waldron (2010) leve em conta um caráter de responsabilidade⁵ inerente a alguns direitos (e.g. participação democrática e liberdade de expressão). Logo, a responsabilidade de participar e contribuir para a deliberação pública incluiria a preocupação de não minimizar o mal que o abuso no exercício da liberdade de expressão pode causar ao processo democrático (WALDRON, 2011, p. 1124). A liberdade de expressão considerada como um “direito-responsabilidade” manifesta um caráter coletivo, uma intenção de “criar uma sociedade de cidadãos que interagem em termos de respeito mútuo” (KOPPELMANN, 2011, p. 1201).

METODOLOGIA

O presente estudo utiliza a abordagem qualitativa, assim caracterizada porque parte de um fenômeno social concreto. Será uma pesquisa com a análise de dados de forma descritiva, orientando-se pela tentativa de compreensão do significado do contexto social delimitado pelo tema (TRIVIÑOS, 1987, p. 128-30). O método utilizado é o dialético, a partir do pressuposto do conflito social, em que “[...] toda formação social é suficientemente contraditória, para ser historicamente superável” (DEMO, 1995, p. 89-90). Partindo da tese (realidade social), a antítese será apresentada nos elementos do campo filosófico ausentes nessa realidade. Com isso, espera-se a superação da tese inicial, pela apresentação de uma síntese (DEMO, 1995, p. 92). Tem natureza de pesquisa aplicada, uma vez que objetiva, a partir de premissas filosóficas, gerar conhecimento de aplicação prática, orientados à solução dos problemas jurídicos específicos, e utiliza técnica de pesquisa bibliográfica.

RESULTADOS, DISCUSSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS

As questões propostas neste estudo estão intrinsecamente relacionadas, uma vez que, em essência, são questões da humanidade e da necessária convivência em sociedade. A liberdade de expressão pode ser um forte mecanismo de empoderamento e participação social, assim como um elemento subjugador e perpetuador da desigualdade, por permitir que

⁵ Os direitos assim considerados possuem característica dual, tanto de direito, quanto de responsabilidade e caracterizam-se por se: “(1) uma importante tarefa; (2) privilégio de alguma pessoa para realizar a tarefa, tomando as decisões necessárias; (3) fazê-lo tendo em conta o interesse particular que essa pessoa tem na matéria; e (4) a proteção da decisão tomada nos termos de sua responsabilidade, contra interferência por outros e mesmo pelo estado (exceto em casos extremos)” (WALDRON, 2011, p. 1116).

peessoas/grupos permaneçam em situação de subalternização, alvos do discurso odioso que promovem a estigmatização de características que lhes são inerentes.

O desrespeito expresso por meio de intolerância a quaisquer questões relativas à raça, gênero, etnia, nacionalidade, religião, orientação sexual, enfim, qualquer aspecto discriminatório é um desafio à implementação dos Direitos Humanos. O que fica é a constatação de que os direitos devem ser constantemente submetidos ao escrutínio crítico e a ponderações sobre seu conteúdo e limites, pensado dentro da diversidade associada ao seu contexto social, geográfico e histórico. A existência de tamanho desafio deve orientar o debate sobre o exercício e as limitações de direitos tais como a liberdade de expressão. O ponto, no entanto, parece ser que qualquer discussão e análise sobre a essencialidade de tal direito deve sempre ser considerada dentro de um ideal democrático, e este, não se contenta apenas com a liberdade, ele exige igualdade. A democracia pluralista, de fato, exige que todos tenham um tratamento igualmente nobre, como condição para que o resultado do processo político seja apto a expressar o interesse comum da sociedade.

REFERÊNCIAS

CAMPBELL, Tom D. **The Legal Theory of Ethical Positivism**. Aldershot: Dartmouth, 1996.

_____. **Rights: a critical introduction**. Oxford: Routledge, 2006.

_____. The Point of Legal Positivism. **The King's College Law Journal**, vol. 9, 1998, pp 63-97.

BOBBIO, Norberto. **A era dos direitos**. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier, 2004.

_____. **Liberdade e Igualdade**. 5ª Ed. Rio de Janeiro: Ediouro, 2002.

DEMO, Pedro. **Metodologia científica em Ciências Sociais**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

FELDMAN, Stephen M. Hate Speech and Democracy. **Criminal Justice Ethics**, vol. 32, pp. 78-90, 2013. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1080/0731129X.2013.777254>>.

KOPPELMAN, Andrew. Waldron, Responsibilities-Rights, and Hate Speech. **Arizona State Law Journal**. Vol. 43, Issue 4, winter 2011, pp. 1201-21.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

TOCQUEVILLE, Alexis de. **A democracia na América**. 3. ed. São Paulo, SP: Martins Fontes, 2014. 2 v.

SCHACHTER, Oscar. Human Dignity as a Normative Concept. **American Journal of International Law**. v. 77, 1983, p. 848-854.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987. p. 128-30.

TSESIS, Alexander. Dignity and Speech: The Regulation of Hate Speech in a Democracy. **Wake Forest Law Review**, Vol. 44, Mai. 2009, pp. 497-532. Disponível em: <<http://ssrn.com/abstract=1402908>>. Acesso em: 28.11.2014.

WALDRON, Jeremy. Citizenship and Dignity. In: McCRUDDEN, Christopher (Editor). **Understanding Human Dignity**. Oxford: Oxford U. Press, 2013. pp. 327-43.

_____. Dignity and Defamation: The Visibility of Hate (Oliver Wendell Holmes Lecture). **Harvard Law Review**, Vol. 123, Issue 7, May 2010, pp. 1596-1657.

_____. **Dignity, Rank, & Rights** (The Berkeley Tanner Lectures). Oxford: Oxford University Press, 2012.

_____. Dignity, Rights and Responsibilities. **Arizona State Law Journal**. Vol. 43, Issue 4, winter 2011, pp. 1107-36.

_____. **Law and disagreement**. Oxford: Oxford University, 2003.

_____. Normative (or Ethical) Positivism. In: COLEMAN, Jules (Ed.). **Hart's Postscript: Essays On The Postscript To *The Concept Of Law***, Oxford: Oxford University Press, 2001, pp. 411-433.

_____. What do the Philosophers Have against Dignity? **New York University School Of Law Public Law & Legal Theory Research Paper Series. Working Paper No. 14-59**, Nov. 2014, Disponível em: <<http://ssrn.com/abstract=2497742>>.

WHITMAN, James Q. "Human Dignity" in Europe and the United States: the social foundations. **Human Rights Law Journal**, vol. 25, 2004a, pp. 17-23.

_____. Enforcing Civility and Respect: Three Societies. **Yale Law Journal**, v. 109, 2000, pp. 1279-1398.

_____. **Harsh Justice: Criminal Punishment and the Widening Divide between America and Europe**. Oxford: Oxford University Press, 2003.

_____. The Two Western Cultures of Privacy: Dignity *Versus* Liberty. **Yale Law Journal**, vol. 113, 2004b, pp. 1151-1221.

O FEMINISMO NA COMUNICAÇÃO: UMA ANÁLISE DOS TRABALHOS APRESENTADOS NOS CONGRESSOS DA COMPÓS DE 2005 A 2014

Vera Martins¹

Marina Zoppas de Albuquerque²

Palavras-chave: Feminismo. Comunicação. Cartografia.

INTRODUÇÃO

Este trabalho apresenta um estudo sobre a presença do conceito de feminismo nos textos apresentados nos congressos anuais da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS)³ nos últimos 10 anos - de 2005 à 2014. Considerando que este evento reúne os principais nomes da pesquisa em Comunicação no país parte-se do entendimento que os trabalhos ali apresentados, e que compõem seus anais, são representativos dos temas que tem interessado pesquisadoras e pesquisadores da área.

Também nestes últimos anos, as discussões sobre o feminismo, numa perspectiva política que expressa a luta das mulheres por equidade social, tem ganhado os mais diferentes espaços. Já como abordagem teórica os Estudos Feministas e os Estudos de Gênero (que não são sinônimos) tem amparado desde a militância social de homens e mulheres, quanto as investigações acadêmicas nas mais diversas áreas do conhecimento.

Ao fazer uma busca, por palavras-chave, nos anais dos últimos 10 congressos da Compós, e usando como filtro as palavras feminismo, mulher, comunicação, práticas jornalísticas e processos midiáticos, associadas entre si, encontrei 15 textos. São eles que compõe agora o *corpus* deste estudo. A escolha do termo “feminismo” para orientar a busca nos anais do evento não é aleatória. Por se tratar de um conceito que traduz uma perspectiva de ação política, entendo que as/os autoras/res ao optarem por seu uso, estão também considerando nos seus trabalhos esta mesma perspectiva. Com o material encontrado fica

¹Mestra em Ciências da Comunicação/Unisinos (2010) e docente do Depto. de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria - campus Frederico Westphalen/RS. E-mail: vera.martins@ufsm.br

²Doutoranda e Mestra pelo Prog. de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação na UNISINOS. Bolsistada Coord. de Aperfeiçoamento Pessoal de Nível Superior (CAPES). E-mail:mzalbuquerque@gmail.com.

³Disponível em. www.compos.org.br. Acesso em 08 de agosto de 2015.

claro que as discussões em torno do feminismo têm despertado interesse de pesquisadoras e pesquisadores da Comunicação, e então é pertinente observar como o campo da Comunicação tem incorporado esta perspectiva nos seus estudos.

Neste contexto, este trabalho se propõe a responder a seguinte problemática: como os estudos da Comunicação tem articulado a perspectiva feminista com suas temáticas de interesse? O objetivo geral deste estudo que é de entender como as investigações da Comunicação tem articulado a perspectiva feminista com suas temáticas de interesse, através dos passos traçados pelos seguintes objetivos específicos: a) conhecer quais os temas dos artigos b) conhecer quais as metodologias utilizadas pelos pesquisadores na articulação os Campos da Comunicação e dos Estudos Feministas e de Gênero; c) identificar o diálogo da bibliografia da Comunicação e dos Estudos Feministas e de Gênero; d) sintetizar quais os principais tensionamentos/contribuições/desafios que a abordagem feminista traz para o campo da Comunicação.

Por se tratar de um movimento de aproximação, de um movimento exploratório deste cenário acadêmico entendo que é necessário, do ponto de vista metodológico, uma abordagem que permita compor um tipo de mapeamento abrangente do mesmo. A partir desta percepção proponho a cartografia como método para nortear os procedimentos metodológicos, e assim buscar respostas para as indagações que este estudo busca responder.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Os principais marcos teóricos que sustentam as reflexões em tela são os estudos da Comunicação, os Estudos Feministas e de Gênero e as características do objeto pesquisado, problematizado como um território de encontro, e suas consequências, entre dois campos de conhecimento, pedem um olhar epistemológico.

Se aceitamos a noção de que vivemos na “sociedade da comunicação”, o modo como este campo olha para os fenômenos sociais e os problematiza a partir de seus pressupostos, ajuda a conformar esta mesma sociedade. E considerando o caráter múltiplo desta sociedade, os conhecimentos que pretendem ofertar explicações para seus fenômenos, precisam partir também de paradigma epistêmico transdisciplinar. Nesta perspectiva é preciso pensar em

Movimento para a superação dos limites entre especialidades fechadas e hierarquizadas, e o estabelecimento de um campo de discursos e práticas sociais, cuja legitimidade acadêmica e social vai cada vez mais depender da profundidade, extensão, pertinência e solidez das explicações que produz do que do prestígio institucional acumulado. (LOPES; ROMACINI, 2014, p. 133)

Na Comunicação, bem como em outras ciências, é esta pertinência e solidez das explicações que produz que joga luz sobre os processos que determinam a produção circulação e consumos dos produtos comunicacionais e mais, que ofertam elementos para a compreensão desta sociedade midiaticizada.

No caso dos Estudos Feministas, o que as estudiosas da área nomeiam como epistemologia feminista é um empreendimento acadêmico e político, que olha para os objetivos, os objetos e os sujeitos envolvidos na produção do conhecimento. Na perspectiva feminista, esta produção resultante dos diversos campos do saber são exercícios de poder, campos de e em disputa (BOURDIEU, 1983). Na agenda feminista, dentro do campo epistemológico, está a luta pela construção de outros saberes: plurais, diversos, e mesmo subjetivos como o mundo ao qual as mulheres foram historicamente destinadas.

E no contexto desta produção acadêmica feminista, o Gênero como conceito e categoria de análise tem sido fundamental. Este conceito dá conta “das relações socialmente construídas, que partem da contraposição e do questionamento dos convencionados gêneros femininos e masculinos, suas variações e hierarquização social” (VEIGA; PEDRO, 2015, p. 305). Assim o conhecimento produzido a partir da abordagem feminista parte do entendimento que estas relações são historicamente construídas, marcadas por aspectos culturais e relações de poder que fundamentam uma hierarquia e assimetria social entre homens e mulheres, onde os homens têm uma posição privilegiada.

METODOLOGIA

A perspectiva cartográfica que norteia os procedimentos metodológicos deste estudo está embasada nas reflexões da pesquisadora Nísia Martins do Rosário (2008). A cartografia propõe a elaboração de mapas (nunca acabados) de compreensão do objeto pesquisado, que neste estudo compreendem os 15 artigos selecionados.

Nesta perspectiva, os 15 textos selecionados serão cartografados para a elaboração de quatro mapas de compreensão: dois mapas têm um caráter descritivo e dois mapas são analíticos. O primeiro mapa descritivo lista os temas dos artigos; e o segundo é composto pela listagem das metodologias utilizadas pelas pesquisadoras e pesquisadores na articulação dos campos da Comunicação e dos Estudos Feministas. O terceiro e quarto mapas são analíticos a partir da Análise de Conteúdo inspirada em Laurence Badin (1977). Um mapa identifica o diálogo da bibliografia dos estudos feministas e de gênero com as da comunicação e o outro sintetiza quais os principais tensionamentos/contribuições/desafios que a abordagem feminista traz para o campo da Comunicação.

RESULTADOS

Ainda com o estudo em sua fase inicial já é possível relatar algumas considerações sobre os dois mapas de compreensão, os descritivos. O primeiro, descreve os temas dos artigos, revela os seguintes temas: violência contra a mulher, mulheres no cinema e no audiovisual, imagem das mulheres na fotografia e na moda, gênero, política e mídia, sexo/raça, gênero na TV, mulheres e telenovelas, mulheres cartunistas, mulheres e revistas femininas, mulher e corpo/nudez, mulheres e ativismos nas redes sociais.

O segundo mapa descritivo, sobre as metodologias utilizadas pelas pesquisadoras e pesquisadores na articulação dos campos da Comunicação e dos Estudos Feministas mostra que dos 15 artigos estudados, apenas 6 nomeia claramente a metodologia eleita. Um texto trabalha com hermenêutica de profundidade e etnografia e os outros 5 com metodologias voltadas para os discursos, assim descritas: análise de discursos da mídia, reflexão a cerca de discursos, análise de construção discursiva e análise dos modos de narrar.

DISCUSSÃO

A partir da observação dos temas dos artigos (primeiro mapa de compreensão) é possível propor algumas discussões, como a da agenda feminista.

Tabela 1 – Os temas dos artigos

Violência	Mulheres na mídia		
violência contra a mulher	mulheres no cinema e no audiovisual, imagem das mulheres na fotografia e na moda, gênero na TV, mulheres e telenovelas, mulheres cartunistas, mulheres e revistas femininas		
Ativismo	Política	Corporeidade	Identidade
mulheres e ativismos nas redes sociais	mulheres, política e mídia	mulher e corpo/nudez	sexo, raça e gênero

Fonte: elaborada pelas autoras

É possível agrupar os temas dos artigos em grandes temas gerais e observar que os mesmos atendem as demandas dos movimentos feminista por construção de conhecimento a cerca da realidade das mulheres em sociedade (SILVA; OLIVEIRA, 2015).

Dentre os temas listados o conceito de gênero aparece. Isso mostra que esta perspectiva é considerada na produção dos textos, indicando as possibilidades dos temas da comunicação serem discutidos dentro de um marco que reconhece a construção social nas relações de mulheres e homens (VEIGA; PEDRO, 2015).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo está em sua fase inicial, na elaboração dos dois primeiros mapas de compreensão: os mapas descritivos. Assim, somente é possível reconhecer algumas pistas de como os estudos da Comunicação tem articulado a perspectiva feminista com suas temáticas. É possível reconhecer que a produção em Comunicação em alguma medida relacionou seus objetos de estudos com a abordagem feminista. A expectativa na continuação do trabalho é compreender em que medida a ligação destas duas áreas do conhecimento tem implicado em tensionamentos de seus saberes, ou de sua forma de produzir conhecimento.

REFERÊNCIAS

- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa. Edições 70, c1977. 225 p.
- BOURDIEU, Pierre. O campo científico. IN: Ortiz, Renato. **Pierre Bourdieu**. São Paulo: Ática, 1983 (Coleção Grandes Cientistas Sociais)
- LOPES, Maria I. Vassalo de, ROMACINI, Richard. Epistemologia da Comunicação. IN: CITELLI, Adilson, *et al* (orgs). **Dicionário de comunicação: escolas, teorias e autores**. São Paulo. Contexto, 2014.
- ROSARIO, Nísia M. do. Mitos e cartografias: novos olhares metodológicos na comunicação. In: MALDONADO, *et al* (orgs). **Perspectivas Metodológicas em comunicação: desafios na prática investigativa**. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2008.324 p.
- SILVA, Cristiani B. da, OLIVEIRA, Nucia A. Silva de. Epistemologia Feminista. IN: COOLING, Ana Maria e TODESCHI, Losandro Antonio (orgs). **Dicionário Crítico de Gênero**. Dourados, MS. Ed. UFGD, 2015.
- VEIGA Ana M. PEDRO, Joana M. Gênero. IN: COOLING, Ana Maria e TODESCHI, Losandro Antonio (orgs). **Dicionário Crítico de Gênero**. Dourados, MS. Ed. UFGD, 2015.

O MERCADO FONOGRÁFICO BRASILEIRO E AS NOVAS TECNOLOGIAS

Eduardo Bettio¹

Prof^a Dr^a Vânia Gisele Bessi²

Palavras-chave: Estratégia empresarial. Economia criativa. Inovação. Música. Novas tecnologias.

INTRODUÇÃO

A música faz parte da vida do ser humano. É utilizada por muitas pessoas como uma forma de expressar suas emoções, demonstrar angústias e anseios, ou, até mesmo, como entretenimento.

Com o passar dos anos o universo musical tornou-se uma oportunidade de negócio e um grande desafio para todos os envolvidos. Nota-se a tentativa de profissionalização deste mercado, resultantes das constantes mudanças no setor e da popularização das novas tecnologias.

Visando organizar e administrar melhor esse mercado surgiram as grandes gravadoras multinacionais, responsáveis por agenciar, gravar, divulgar e distribuir o material dos seus artistas. Porém, nas últimas décadas, “houve um enorme declínio no faturamento dessa indústria devido às constantes mudanças no mercado e, principalmente pelo surgimento de novas tecnologias” (BENZE; TOYAMA, 2009).

A partir de então, verifica-se o esforço por parte da indústria musical para adequar-se à nova era digital. Um dos principais desafios está em convencer o consumidor que pagar pela música vale a pena. Sendo assim, as estratégias de mercado tiveram de ser redirecionadas.

Dado o contexto, foi definido o seguinte problema de pesquisa: “quais foram as ações da indústria fonográfica nacional para sobreviver e adaptar-se à nova era digital”. A escolha do tema está diretamente relacionada com a necessidade de encontrar novas formas de retorno financeiro às quais possibilitem o desenvolvimento e crescimento do mercado musical.

Uma hipótese provável para o problema de pesquisa é que o mercado fonográfico direcionou seus esforços no planejamento de novas formas estratégicas de distribuição e

¹ Mestrando em Indústria Criativa. Graduado em Administração, Universidade Feevale. E-mail: dudubettio@yahoo.com.br.

² Doutora em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul - PPGA/EA/UFRGS. E-mail: vania@feevale.br.

comercialização. Por meio de parcerias com grandes fabricantes de tecnologias e da aproximação junto à internet, torna-se possível garantir oportunidades de negócio, analisando através das mídias sociais o comportamento dos potenciais clientes, identificando e lançando tendências.

Portanto, o objetivo geral deste trabalho consiste em analisar as ações da indústria fonográfica nacional para sobreviver e adaptar-se à nova era digital. O método de pesquisa estabelecido visou uma abordagem descritiva e exploratória, a partir da utilização de pesquisas bibliográficas.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

As estratégias são essenciais para qualquer empresa, tendo em vista que auxiliam no desenvolvimento das organizações, de modo que os objetivos almejados no curto, médio e longo prazo sejam alcançados.

Neste contexto, dentre as características das estratégias empresariais esta informar quais serão os caminhos, os cursos e os programas de ação a serem seguidos. De forma prática define-se uma estratégia pela caracterização da linha de produtos e serviços oferecidos ou planejados pela empresa, os mercados e segmentos de mercado para os quais os produtos e serviços são ou serão criados, e os canais através dos quais esses mercados serão alcançados (MINTZBERG; LAMPEL, 2009).

Portanto, as empresas devem estar conscientes da importância da estratégia. Um desempenho considerado satisfatório para as organizações surge do reflexo de um conjunto de atividades e ações oriundas das estratégias postas em prática, visando o acompanhamento constante diante dos diferentes ambientes enfrentados.

ECONOMIA CRIATIVA

As atividades desenvolvidas por áreas abrangentes da Indústria Criativa podem ser definidas como um processo que envolve a criação, a produção e a distribuição de produtos e serviços, usando o conhecimento, a criatividade e o capital intelectual como principais recursos produtivos. De maneira simples, é uma área vasta e heterogênea, que inclui desde os produtos artesanais e de artes, os serviços audiovisuais, multimídia, indústrias de *software*, até livros e imprensa, esporte, patrimônio e turismo. Seus principais núcleos são a música e

indústria fonográfica, cinema, rádio, televisão, teatro, dança, entre muitos outros (SANTOS, 2006).

A economia criativa caracteriza-se pela utilização do potencial criativo das pessoas. Não obstante, também é correto afirmar que a criatividade é uma característica da força de trabalho, e a inovação, resultado da criatividade na forma de mercadoria, sendo as suas formas imprescindíveis para a acumulação capitalista. A criatividade é imaterial, não mensurável em termos de trocas relativas, enquanto a inovação assume a forma de processos ou produtos (AMORIN; FREDERICO, 2008).

Sendo assim, verifica-se uma mudança na visão do modelo cultural atual, na qual o reconhecimento e investimento da cultura são essenciais para o desenvolvimento dos países. É imprescindível estimular a capacidade criativa das pessoas, por meio do desenvolvimento intelectual, visando assim, garantir a criação e implementação de novas ideias, produtos, processos e serviços.

INOVAÇÃO

As inovações podem ser consideradas a nova moeda da competição global a medida que país após país competem ferozmente por novos mercados, num contexto em que a capacidade de criar ideias é considerada como a marca registrada do sucesso nacional (KAO, 2008).

O grande desafio está em transformar uma ideia em algo concreto, fazendo com que a mesma seja implementada e gere os resultados desejados. Para uma empresa, a inovação pode estar relacionada ao lançamento de novos produtos, à melhoria de produtos que já existem ou à inovação organizacional, que otimiza a eficiência da companhia. No âmbito macroeconômico, a inovação está intimamente ligada ao crescimento da economia e do bem estar da população (TERRA, 2007).

Toda inovação deve ser articulada, planejada e controlada por uma gestão eficiente, capaz de identificar oportunidades de mercado visando o crescimento da organização. No entanto, não se pode imaginar uma inovação ou gestão da inovação bem estruturada sem as pessoas.

MERCADO FONOGRÁFICO BRASILEIRO

A indústria fonográfica é o conjunto das empresas especializadas em gravação e distribuição de mídia sonora, seja em formato de CD, fita cassete, LP e vinil, ou em formatos de som digital como o MP3. No Brasil e em todo mundo a indústria fonográfica é composta

por quatro grandes gravadoras chamadas *majors*. São elas: Sony, Universal, EMI e Warner. Essas empresas atuam como grandes conglomerados internacionais em múltiplos setores relacionados à cultura e entretenimento (CÔRTEZ; REIS, 2008).

Atualmente, o mercado fonográfico atua com a metade do faturamento registrado no último século. Fato motivado, principalmente, pelo consumo ilegal de música através da internet e da venda de CDs piratas. Contudo, é visível a falta de agilidade da indústria musical em adaptar-se às mudanças tecnológicas (BENZE; TOYAMA, 2009).

MÉTODO

A metodologia científica pode ser considerada uma ciência imprescindível na construção de um trabalho acadêmico, tendo em vista que o seu principal objetivo é a demonstração da verdade por meio da observação e experimentação (OLIVEIRA, 1997).

Quanto aos procedimentos técnicos utilizados na pesquisa está a pesquisa bibliográfica, visando embasar cientificamente o trabalho através de literaturas existentes, sites com material científico, revistas especializadas e outros trabalhos científicos publicados. No que se refere à abordagem do problema, a pesquisa foi qualitativa, uma vez que, para Oliveira (1997), nesta abordagem há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números. Neste contexto, o ambiente natural pode ser considerado a fonte direta para coleta de dados, e o pesquisador o seu instrumento-chave.

O instrumento de coleta de dados utilizado foi um questionário, estruturado em 8 questões abertas, com 7 respondentes, visando identificar a visão dos diferentes atores envolvidos neste contexto, como cantores, compositores, produtores, radialistas, comerciantes e sites relacionados à música. Com o objetivo de coletar os dados de forma efetiva e coesa, aplicou-se o mesmo questionário a todos os envolvidos. O questionário foi composto por questões estruturadas.

Assim a amostra da pesquisa é considerada não probabilística (não causais) por acessibilidade ou conveniência, pois nesse modelo “o pesquisador seleciona os elementos a que tem acesso, admitindo que esses possam de alguma forma, representar o universo” (Prodanov & Freitas, 2009, p. 109).

ANÁLISES DOS DADOS

PERCEPÇÃO FRENTE AO ATUAL CENÁRIO

Na visão dos entrevistados, atualmente os artistas possuem liberdade de criação e expressão, diferente de épocas passadas. Entretanto, nem todos possuem a capacidade criativa para desenvolver conteúdos atraentes ao olhar do público. As gravadoras buscam cada vez mais o auxílio de produtores capazes em transformar uma música em um produto atrativo.

PRINCIPAIS DIFICULDADES E OPORTUNIDADES

As dificuldades e oportunidades citadas pelos respondentes abrangem aspectos singulares respectivos aos seus segmentos. No entanto, as características destacadas como difíceis referem-se às mudanças na forma de consumo de música, passando da distribuição do formato físico para o digital. Verifica-se que a adaptação da indústria musical brasileira vem ocorrendo em um processo lento, mas com significativos avanços, inclusive com investimentos realizados a nível federal para promoção e desenvolvimento do setor.

AÇÕES IMPLEMENTADAS PARA ADEQUAÇÃO À NOVA REALIDADE

Para os entrevistados as medidas que devem ser tomadas estão relacionadas a redução nos preços das mídias físicas e na ampliação do mercado digital brasileiro, com maior variedade de produtos disponíveis para atrair o consumidor.

Os respondentes ressaltam ainda o papel e a velocidade com que a tecnologia influencia o mercado atual. Com isso, tem-se usado as facilidades tecnológicas para estimular as pessoas a ouvirem música e consegui-la de maneira rápida, fácil e segura. A era digital facilita a comunicação, pois proporciona aos artistas a fácil divulgação dos seus trabalhos em plataformas digitais, com preços reduzidos e a possibilidade em baixar músicas individuais diretamente para celulares, *iPhone*, *tablet's*, computadores, entre outros.

FERRAMENTAS PARA DEFINIÇÃO DAS ESTRATÉGIAS

Para os respondentes, desde que bem trabalhadas, são inúmeras as ferramentas a serem exploradas por empresas do segmento musical, dependendo do público alvo e mercado que pretende-se alcançar. Outro exemplo citado é o mapeamento do comportamento musical nas mídias sociais, visando atingir o público desejado. A divulgação do trabalho dos artistas também foi beneficiada com a era digital, pois permite a comunicação direta com seu público,

através da exposição de seus trabalhos em mídias como *Facebook, Twitter, Youtube*, entre outros.

PRODUTOS E SERVIÇOS

Os respondentes ressaltam que a música em si é o principal produto responsável pelo desenvolvimento do setor, uma vez que, as pessoas nunca deixam de gostar de música. O que se altera apenas são as formas de consumo, distribuição e gravação.

ADAPTAÇÃO DO MERCADO MUSICAL BRASILEIRO

A maioria dos entrevistados acredita que o mercado musical brasileiro já se adaptou à era digital, tendo em vista a riqueza e diversidade gerada pelo setor na cultura do país. Em sua percepção, os artistas nacionais são sagazes e sempre em busca de novas formas de fazer seu trabalho. Além disso, temos estado em grande período tecnológico. A música está para a tecnologia, assim como a tecnologia está para a música.

VANTAGENS E DESVANTAGENS DO LANÇAMENTO DE TECNOLOGIAS

Entre as vantagens percebidas pelos respondentes, cita-se a facilidade na divulgação dos trabalhos ao grande público, tendo em vista os recursos tecnológicos disponíveis. Já a desvantagem refere-se à utilização de ferramentas sem referenciais, ou seja, a inovação pode trazer dificuldades na adaptação de alguns segmentos musicais.

CRESCIMENTO DO MERCADO MUSICAL

Na visão dos entrevistados a internet foi a principal responsável pelo crescimento do mercado musical brasileiro nos últimos anos e as oportunidades são enormes. Fato comprovado na pesquisa, pois as receitas oriundas da internet também apresentaram crescimento, assim como quase todos os formatos de negócios digitais, conforme dados de mercados demonstrados anteriormente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O futuro do mercado musical brasileiro pode depender essencialmente da aceitação por parte da indústria frente à nova realidade digital. Quanto ao atual cenário enfrentado pela indústria musical, tem-se o processo de digitalização como o principal responsável pela drástica mudança na forma de se consumir música, impulsionados principalmente, pela globalização e avanço dos recursos tecnológicos de fácil acesso para a população em massa.

Verificou-se que as lojas com vendas apenas de CDs e DVDs estão quase extintas. As lojas virtuais especializadas em conteúdos digitais e *sites* via *streaming* ganham mais espaço com o público, uma vez que, permitem o armazenamento e compartilhamento de mídias diretamente para aparelhos cada vez mais tecnológicos, possibilitando infinitas opções de comunicação e interação com as mídias sociais.

Referente ao processo de adaptação às novas tecnologias destacou-se a aproximação junto a este mercado, tendo em vista o seu potencial de retorno e alcance com a população. A tecnologia está cada vez mais avançada, fato comprovado se observada à quantidade de produtos e serviços que permitem a realização de inúmeras ações em um único aparelho, desde o acesso à internet, tv, rádio, redes sociais, entre outros diversos tipos de aplicativos.

Como resposta ao problema de pesquisa: “quais foram as ações da indústria fonográfica nacional para sobreviver e adaptar-se à nova era digital”, verificou-se o investimento e estímulo ao consumo de música nas plataformas digitais, tendo a internet como principal aliada nesse processo. Outros exemplos são as parcerias realizadas com empresas de tecnologia e telefonia, além do crescimento na quantidade de *sites* legalizados disponíveis para ouvir e compartilhar músicas e vídeos.

Entretanto, mesmo diante da evolução do mercado digital, a pesquisa mostra que atualmente a principal fonte de renda dos artistas ocorre da realização de outras atividades como shows, publicidade e propaganda, além da parceria com empresas para financiamento de turnês, videoclipes, entre outros.

Portanto, as ações apresentadas demonstram o interesse da indústria musical em acompanhar às mudanças, aproximando-se da internet e demais recursos tecnológicos que se disseminaram no mercado, de modo a garantir o retorno financeiro necessário para sua sustentabilidade e desenvolvimento.

REFERÊNCIAS

AMORIN, Maria Cristina Sanches; FREDERICO, Ronaldo. **Criatividade, inovação e controle nas organizações**. Florianópolis, Revista de Ciências Humanas, 2008.

BENZE, Rachel Pereira; TOYAMA, Mirian Costa. **A crise da Indústria Fonográfica analisada sob a perspectiva da nova economia institucional**. Salvador, Enegep, 2009.

CÔRTEZ, Mauro Rocha; REIS, Leonardo Castro. **A Cauda Longa e a mudança do modelo de negócio no mercado fonográfico: Reflexões acerca do impacto das novas tecnologias.** Rio de Janeiro, Enegep, 2008.

KAO, John. **Nação Inovadora.** Rio de Janeiro. Editora Qualitymark, 2008.

MINTZBERG, Henry; LAMPEL, Joseph. **O processo da estratégia: conceito, contextos e casos selecionados.** São Paulo, Editora Bookman, 2009.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Estratégia Empresarial e vantagem competitiva: como estabelecer, implementar e avaliar.** São Paulo, Editora Atlas, 2007.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E.C. **Manual de metodologia científica.** Novo Hamburgo, 2009.

SANTOS, Moisés dos. **O papel estratégico da Economia Criativa e das novas tecnologias de comunicação para o Desenvolvimento Regional.** São Paulo, Caderno.com, 2006.

TERRA, José Claudio Cyrineu. **Inovação: Quebrando paradigmas para vencer.** São Paulo, Editora Saraiva, 2007.

O PAPEL DO TWITTER NA ARTE DE CONTAR HISTÓRIAS: ANÁLISE DA NARRAÇÃO DA OCUPAÇÃO DO COMPLEXO DO ALEMÃO

Poliana Lopes¹

Denise Castilhos de Araújo²

Palavras-chave: Comunicação. História Oral. Redes Sociais. Relato. Twitter.

INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como objetivo analisar o papel do Twitter³ na cobertura de eventos em tempo real, visando compreender seu papel na construção da História recente do Brasil. Desta forma, busca-se responder, a partir do uso do método comparativo, se o Twitter pode ser considerado uma fonte de História Oral ao assumir o papel de relato do cotidiano. Também se pretende, aqui, apontar formas de uso das mídias sociais, em especial o Twitter, como espaços que garantam a validade do relato enquanto fonte oral.

Para tanto, apresentará uma análise da cobertura da ocupação do Complexo do Alemão (Rio de Janeiro), ocorrida em 2010, feita pelo Twitter por três moradores do Morro do Adeus ligados ao jornal Voz da Comunidade. O grupo usou o *microblogging*⁴ para relatar, em tempo real, o que acontecia no local. Os tweets tiveram alto engajamento, tanto da própria comunidade quanto de pessoas de todo o País – incluindo celebridades ligadas à cidade –, e foram transformados em fonte para a cobertura jornalística do fato por outros veículos.

¹ Doutoranda e Mestre em Processos e Manifestações Culturais (Feevale), Jornalista (Unisinos) especialista em História, Comunicação e Memória do Brasil Contemporâneo (Feevale).

² Orientadora: Doutora em Comunicação Social (PUCRS); professora do Mestrado em Processos e Manifestações Culturais e dos cursos de Comunicação Social e Design; pesquisadora do Grupo de Estudos Cultura e Memória da Comunidade na Universidade Feevale.

³ Mídia social também conhecida como *microblogging* que permite ao usuário escrever o que está acontecendo em até 140 caracteres. As mensagens são mostradas em tempo real, destacando-se pelo compartilhamento de notícias e informações de rápida leitura. (LIMA, 2011)

⁴ Cobertura pelos perfis @vozdacomunidade, @Rene_Silva_RJ, @IgorComunidade e @JackComunidade (GLOBO, 2010).

ENTENDENDO O TWITTER COMO HISTÓRIA ORAL

Para desenvolver este estudo é necessário dividir a fundamentação teórica em duas etapas, sendo a primeira focada na conceituação e compreensão do Twitter e sua dinâmica de uso, seguida da conceituação de História Oral a partir do entendimento da Nova História.

O TWITTER E SUAS DINÂMICAS

Segundo Santaella (2010), o Twitter é uma mídia social que une a mobilidade (permitida pela associação do crescimento do número de smartphones ativos às melhorias de sinal de internet móvel) à temporalidade do caráter *always on*⁵ inerente às redes sociais 3.0. Ele é “uma verdadeira ágora digital global: universidade, clube de entretenimento, ‘termômetro’ social e político, instrumento de resistência civil, palco cultural, arena de conversações contínuas”. (SANTAELLA, 2010, p. 66).

Diferente de mídias sociais como o Facebook, na qual o foco é a interação social com contatos pessoais, o Twitter destaca-se por privilegiar a qualidade e o tipo de conteúdo veiculado por um usuário específico, independente da existência de relação social off-line. Isso porque “o Twitter serve como um meio multidirecional de captação de informações personalizadas; um veículo de difusão contínua de ideias; um espaço colaborativo, no qual questões [...] podem ser livremente debatidas e respondidas”. (SANTAELLA, 2010, p.66)

O fluxo informacional do Twitter ocorre em duas vias: *inflow*⁶ e *outflow*⁷. O *inflow* considera o conteúdo selecionado pelo usuário para ser recebido, fazendo com que cada pessoa seguida torne-se um canal provedor de um tipo de conteúdo. Já o *outflow* abrange o conteúdo que será divulgado pelo usuário, que depende da análise da sua estratégia pessoal.

A NOVA HISTÓRIA E A HISTÓRIA ORAL

Até as décadas de 1920 e 1930, as situações históricas analisadas tinham como foco o jogo de poder entre grandes – países e homens. Marc Bloch e Lucien Febvre, ao fundarem a revista *Annales* – e a *Escola de Annales* -, entenderam ser necessária uma história mais abrangente e totalizante, pois o homem era e se sentia um ser cuja complexidade não poderia ser reduzida a este jogo. A partir deste movimento surge, nos anos 1970, a Nova História, conceito creditado à terceira geração dos Analles, conduzida por Jacques Le Goff.

⁵ Sempre conectado, em tradução livre.

⁶ Fluxo interno, em tradução livre.

⁷ Fluxo externo, em tradução livre.

Uma das novas perspectivas apresentadas pela Nova História é a História Oral, definida como um método que utiliza entrevistas com participantes dos eventos do passado visando sua reconstrução. Ela foi estabelecida em 1948, quando o historiador Allan Nevins começou a gravar as memórias de pessoas importantes da vida americana. (THOMSON, 2000)

A força da história oral está, segundo Joutard (2000), em dar voz aos que normalmente não a têm – os esquecidos, excluídos ou derrotados –, mostrando que cada indivíduo é ator da história. Mesmo quando há registros escritos, o oral revela realidades ausentes nos documentos. Joutard (2000) ressalta ser necessário reconhecer os limites da história oral: "as fraquezas da própria memória, sua formidável capacidade de esquecer, que pode variar em função do tempo presente, suas deformações e seus equívocos" (p.34).

METODOLOGIA:

Este estudo baseia-se no método dialético, que é empregado em pesquisa qualitativa e busca uma interpretação dinâmica e totalizante ao considerar que fatos não podem ser analisados fora do contexto social, político e econômico. O método dialético baseia-se no entendimento de que “as coisas e os acontecimentos existem como um todo, ligados entre si, dependentes uns dos outros” (PRODANOV, FREITAS, 2013, p.35). Para isso, será usado o método comparativo, que busca explicar os fenômenos e permite analisar semelhanças e diferenças entre grupos sociais, classes e indivíduos, separados pelo espaço e pelo tempo.

Neste sentido, busca-se estabelecer a relação entre o Twitter e a construção da história recente do País, a partir do entendimento de que a mídia social pode ser uma fonte de História Oral. O uso do método comparativo permitirá identificar como isso acontece, ao verificar as diferenças entre a “história oral digital” e os outros registros de história oral vigentes.

RESULTADOS PARCIAIS:

Uma das principais características do Twitter é o seu caráter de tempo real, que vem sendo potencializado pelo aumento da presença de smartphones conectados à internet. Desta forma, os usuários podem usar o *outflow* não apenas para expressar opiniões ou contar detalhes do seu cotidiano, mas também para narrar acontecimentos relevantes. Este é o caso do Twitter @vozdacomunidade, criado por Renê Silva em 2009 para “falar com as pessoas da comunidade sobre quais problemas sociais estariam acontecendo e como eu *pudesse* entrar em contato com as autoridades para resolver esses problemas” (BLOG, 2011), sem sucesso.

Em 2010, quando ocorreu a ocupação do Complexo do Alemão, Renê utilizou a conta pessoal @Rene_Silva_RJ para relatar o que estava acontecendo na comunidade. Ao

direcionar a publicação das informações para o perfil @vozdacomunidade, ele novamente identificou que muitas pessoas, de diferentes locais e status, estavam

falando daquilo que a gente publicava. [...] Continuei publicando o que acontecia, cada vez mais intensa porque o tiroteio começou a rolar, e eu falava toda a verdade do que estava rolando né. Daqui a pouco eu ligo a tv e vejo na Globonews falando do Twitter @vozdacomunidade e me assustei: gente, como assim? Acabei de falar aqui no Twitter e já está na tv? Muito rápido essa parada. (BLOG, 2011)

Além de fornecer informações para os usuários do Twitter, a @vozdacomunidade foi usada como fonte para os veículos de comunicação ditos tradicionais, como televisão (descrito por ele) e jornais (impressos e em suas versões digitais). A proximidade entre o jovem e o fato permitiu, inclusive, que ele corrigisse informações da imprensa via Twitter: “a gente até corrigia algumas informações dadas na tevê, como as áreas que os helicópteros estavam sobrevoando, porque conhecemos melhor a comunidade” (O GLOBO, 2010).

DISCUSSÃO

A partir dos estudos e análises realizados, torna-se possível identificar alguns pontos para discussão. Inicialmente, verifica-se a possibilidade de o Twitter ser fonte de História Oral, visto que com ele o usuário narra em primeira pessoa acontecimentos que podem ter valor – como a ocupação do Complexo do Alemão – para a história recente do Brasil.

Também se percebe que a correção de informações divulgadas pelos veículos de comunicação tradicionais feita por Renê indica o valor dos esquecidos, excluídos ou derrotados (JOUTARD, 2000) para a construção da História. Ao afirmar que “não imaginava que ia causar tanta repercussão, mas acho que foi porque estávamos twittando de dentro da comunidade, mostrando uma visão que ninguém tinha” (O GLOBO, 2010), Renê se coloca como parte do evento, em uma posição privilegiada de visão de mundo e compreensão dos acontecimentos – algo que um repórter que não conhecesse a região não teria.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo está em fase inicial e visa relacionar o conteúdo publicado no Twitter com a construção da história recente do País e com os discursos proferidos via mídias sociais. Neste primeiro momento, buscou-se estabelecer se o Twitter pode ser uma ferramenta a ser utilizada na coleta de impressões e depoimentos, enquadrando-o assim como elemento da História Oral. Esta relevância foi citada por Joutard em 2000 (p. 42), quando ele afirmou que

as novas tecnologias também multiplicam os documentos orais que não decorrem exatamente da história oral, mas aos quais precisamos dar atenção: os áudio-livros, as vídeo-cartas e, mais além, como integrar o conteúdo dos inúmeros fóruns da internet, ou das páginas de simples particulares da web? Paradoxalmente, voltamos à escrita, mas a uma escrita muito mais amplamente difundida, mesmo que hoje envolva apenas uma minoria.

Ao destacar que a escrita pode fazer parte dos documentos de História Oral, Joutard abre um novo campo de análise. Neste sentido, retoma-se Santaella (2010), que apresenta o Twitter como um espaço colaborativo de difusão contínua de ideias no qual questões podem ser livremente debatidas e respondidas, sendo assim um termômetro social e político e instrumento de resistência civil.

REFERÊNCIAS

BLOG DO RENE SILVA SANTOS. (2011). **Linha do tempo: o crescimento do Voz da Comunidade**. Disponível em: <<http://rensilvasantos.blogspot.com/2011/11/linha-do-tempo-o-crescimento-do-voz-da.html>>. Acesso em 24 jun 2015.

G1 (2010). **Cobertura da ocupação das Favelas do Alemão**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/rio-contra-o-crime/noticia/2010/11/ocupacao-das-favelas-do-alemao.html>>. Acesso em 24 jun 2015.

JOUTARD, Philippe. **Desafios à história oral do século XXI**. IN: FERREIRA, Marieta (org). História oral: desafios para o século XXI. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2000.

LIMA, Carolina. **Como acabar com sua empresa em 140 caracteres - um manual sobre o que as corporações não devem fazer em sua comunicação no Twitter**. São Paulo: Novatec, 2011.

MAIS, Junot de Oliveira. **O Twitter de Renê Silva e a ocupação da tecnologia: o morro (do Alemão) tem vez**. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/tla/v51n1/v51n1a14.pdf>>. Acesso em 24 jun 2015.

O GLOBO. (2010). **Rene Silva, jovem morador do Morro do Adeus, twittou em tempo real invasão da polícia ao Complexo do Alemão**. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/rio/rene-silva-jovem-do-morador-do-morro-do-adeus-twittou-em-tempo-real-invasao-da-policia-ao-2918816#ixzz3dzKbBAh8>>. Acesso em 24 jun 2015.

ODÁLIA, Nilo. **Apresentação**. IN: BURKE, Peter. A Revolução Francesa da historiografia: a Escola dos Annales (1929-1989). 2ª ed. São Paulo: Editora UNESP, 1992.

PRODANOV, Cleber Cristiano. FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2ª ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

SANTAELLA, Lucia. **Redes sociais digitais**: a cognição conectiva do Twitter. 1ª ed. São Paulo: Summus, 2010.

THOMSON, Alistair. **Aos cinquenta anos**: uma perspectiva internacional da história oral. IN: FERREIRA, Marieta (org). História oral: desafios para o século XXI. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2000.

UOL. (2010). **Após relatar invasão, tuiteiro do Morro do Alemão usa rede para ajudar a comunidade**. Disponível em: <<http://tecnologia.uol.com.br/ultimas-noticias/redacao/2011/01/20/apos-relatar-invasao-tuiteiro-do-morro-do-alemao-usa-rede-para-ajudar-a-comunidade.htm>>. Acesso em 24 jun 2015.

O PROGRAMA BOLSA FAMÍLIA ATRAVÉS DA SOCIOLOGIA DO COTIDIANO

Christian Svoboda¹

Dinora Tereza Zucchetti²

Palavras-chave: Sociologia compreensiva. Programa Bolsa Família. Proteção social. Programa de transferência de renda condicionada. Fetice da igualdade

INTRODUÇÃO

O presente trabalho volta-se para o tema da percepção das pessoas que são beneficiárias do programa federal de transferência de renda condicionada – Programa Bolsa Família – acerca de sua relação com o Estado, desta política de enfrentamento da pobreza e sobre as coisas que deles decorrem em sua vida. Relacionaram-se as famílias beneficiárias deste Programa ao uso ou acompanhamento/atendimento de serviços vinculados às políticas de assistência social, notavelmente do Centro de Referência em Assistência Social – CRAS (BRASIL, 2009). Sob a proposta de inclusão social via proteção do Estado e da consequente regulação das populações que se segue ao ingressar em um programa de transferência de renda, questiona-se quais compreensões os usuários do CRAS, beneficiários do Programa Bolsa Família, constroem sobre proteção e regulação.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O estudo fundamentou-se na Sociologia Compreensiva de Michel Maffesoli (2010b) também conhecida como Sociologia do Cotidiano. Trata-se de considerar que uma compreensão sensível acerca dos fenômenos sociais possa considerar aspectos negligenciados ou não considerados por teorias racionalistas que excluem a emoção, o imaginário e o afeto enquanto critérios epistêmicos e descritores de realidade. Dessa forma a relação teoria e método torna-se viva e sempre se renova, uma vez que o fazer investigativo se produz no encontro com o objeto de estudo, construindo a partir daí a sua própria metodologia.

¹ Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Diversidade Cultural e Inclusão Social, Universidade Feevale. Psicólogo do Centro de Referência de Assistência Social – Centro, Prefeitura Municipal de Novo Hamburgo.

² Doutora em Educação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Professora titular da Universidade Feevale no Programa de Pós-Graduação em Diversidade Cultural e Inclusão Social.

Maffesoli trará para esse processo o conceito de formismo. Constitui-se forma aquilo que compreende o fenômeno, que lhe faz bordas ao mesmo tempo em que lhe permite modificar-se em qualquer encontro. Portanto seguiu-se como método a abordagem da Sociologia Compreensiva de Michel Maffesoli (2010a) porque mostra a estética que permeia as relações sociais envolvidas na pesquisa, demonstrando que o trágico, enquanto retorno das emoções e dos afetos, está mais presente que nunca e deve necessariamente integrar as produções científicas.

METODOLOGIA

Para investigar quais compreensões os usuários do CRAS, beneficiários do PBF, constroem sobre e proteção e regulação, seguimos como método a abordagem fenomenológica da Sociologia Compreensiva (MAFFESOLI, 2010b). No intuito de operacionalizar a pesquisa, utilizamos três ferramentas para coleta de dados. A primeira foi 04 observações na sala do Cadastro Único, local onde os cidadãos se cadastram para poderem ter acesso aos programas federais, dentre eles o Bolsa Família. Em segundo lugar, realizamos 09 entrevistas semiestruturadas com beneficiários oriundos dos seis CRAS existentes no município de Novo Hamburgo. As entrevistas ocorreram nas dependências do CRAS Centro, sendo selecionadas por conveniência. Os dados foram gravados e degravados para posterior análise. Por último, realizou-se um grupo focal que debateu a partir dos achados provenientes das entrevistas e das observações, não sendo aplicado um novo material nem participação do mesmo público dos outros instrumentos. Para tanto, foram produzidas perguntas norteadoras a partir da sistematização das entrevistas e das observações. Para a realização do grupo focal, convidamos previamente os sujeitos para participar do grupo, sendo estes escolhidos, por conveniência, no CRAS Centro. Foi realizado um grupo com 03 participantes. O encontro foi gravado e degravado para que os dados fossem registrados para posterior análise. O material resultante da coleta de dados foi analisado a partir do pressuposto do formismo e resultou em um material orgânico que compreende a forma, segundo Maffesoli (2010a, 2010b), do fenômeno estudado.

RESULTADOS

Como resultados, encontrou-se o dito popular assim de pobre. Essa produção de sentidos constitui-se das percepções dos beneficiários acerca de tudo que lhes faz relação a partir da sua identificação com o Bolsa Família.

DISCUSSÃO

A partir desse fenômeno, verificou-se a apresentação do fenômeno do tribalismo (MAFFESOLI, 2010c) através dos beneficiários e sua relação com o conceito de Teresa Sales (1993) de “cultura da dádiva”. As percepções envolvidas no dito apontam para a existência de um fetiche da redistribuição de renda, em que, em consonância com o conceito de fetiche de igualdade de Teresa Sales, colabora para reduzir ou anular as diferenças sociais. Vê-se as relações de mando/subserviência e meritismo contidas no dito. Nessa problemática, aponta-se também para as ações do Estado dentro dessa realidade, como a prioridade das famílias e das mulheres nas políticas sociais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir dessa discussão, lança-se a percepção a partir de uma perspectiva compreensiva e sensível nos moldes de uma Sociologia do Cotidiano, como postula Maffesoli. Para além da democracia, da cidadania, a realidade é antes de tudo emocional, fusional e gregária. É a partir dessa orientação metodológica que os fenômenos de criação, afirmação e passividades sociais passam a ser vistos como modificações de sentido a ser explorados.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome. Tipificação nacional de serviços socioassistenciais. Resolução nº 109, de 11 de Novembro de 2009. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Poder Executivo, Brasília, DF, 25 nov. 2009.

MAFFESOLI, Michel. **No fundo das aparências**. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2010a.

_____. **O conhecimento comum**: compêndio de sociologia compreensiva. Porto Alegre: Sulina, 2010b.

_____. **O tempo das tribos**: O declínio do individualismo nas sociedades de massa. 4. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010c.

SALES, Teresa. **Raízes da Desigualdade Social na Cultura Política Brasileira**. Unicamp, maio de 1993. Disponível em: <www.anpocs.org.br>. Acesso em: 16 ago. 2012.

O TRABALHO FORÇADO NO BRASIL: UMA DUALIDADE NO MUNDO DO TRABALHO

Prof. Me. André Luciano Viana, FEEVALE¹

Profa. Dra. Acacia Zeneida Kuenzer, FEEVALE²

Palavras-chave: Trabalho forçado. Transnacionalidade. Brasil.

INTRODUÇÃO

Quase que diariamente, vemos notícias no Brasil a respeito dos trabalhadores e trabalhadoras, assim como crianças, que expostos em condições análogas à de escravos, são colocados sob riscos físicos e psicológicos. Estes sujeitos, quando são brasileiros, não possuem condições financeiras para retornar à sua cidade de origem, e quando são estrangeiros, não voltam ao seu país, até mesmo, por ter a documentação retida pelos empregadores. Esses fatores configuram-se a partir do que podemos chamar de dualidade no mundo do trabalho: se de um lado, evidencia-se a transnacionalização do capital, que amplia a possibilidade de consumo, de produção e consequente geração de trabalho, todavia, por outro lado, este mesmo processo precariza a força de trabalho e o uso flexível da mão de obra não promove a inclusão e bem-estar social.

Desse modo, por acreditar na relevância do tema, e sendo este estudo, uma parte de uma pesquisa mais ampliada, que aborda a temática das relações de trabalho do Brasil na contemporaneidade, este artigo tem como objetivo geral: analisar as ações que são realizadas no Brasil no combate ao trabalho forçado. Como metodologia do estudo, o tipo de pesquisa selecionado classifica-se como descritiva, com abordagem bibliográfica e qualitativa, a partir de referencial teórico pautado em estudiosos, dados oficiais divulgados em relatórios governamentais e a análise de conteúdo, comparado com reportagens recentes que identificam o trabalho forçado no Brasil.

¹ Doutorando em Diversidade Cultural e Inclusão Social e Mestre em Processos e Manifestações Culturais pela Universidade Feevale. Esp. em Relações Internacionais e Gestão Cultural. Docente da Universidade Feevale.

² Doutora em Educação pela PUC/SP, docente do PPG em Diversidade Cultural e Inclusão Social da Feevale.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Inicialmente, para desenvolver este tema, torna-se importante a compreensão do contexto que abrange o trabalho forçado no Brasil, como sendo um dos grandes desafios que abrangem a construção de uma sociedade mais justa e também a valorização dos princípios que asseguram os direitos humanos.

Neste sentido, ao abordar a contemporaneidade das relações de trabalho, Kuenzer (2007) ressalta que as novas formas de disciplinamento contemplam o desenvolvimento de subjetividades que atendam determinadas exigências da produção e da vida social, mas ao mesmo tempo, também se submetam aos processos flexíveis caracterizados pela intensificação e pela precarização, e assim, configuram o consumo cada vez mais predatório e desumano da força de trabalho.

Embora a promulgação da Lei Áurea³ tenha ocorrido há mais de um século, relata Figueira (2011), a escravidão⁴ persiste sob novas formas, na área rural e urbana, segundo informam os noticiários de rádio e televisão, as organizações sociais, os estudiosos de centros acadêmicos e, principalmente, o reconhecimento por autoridades.

Um fator que pode contribuir para essa relação entre capital e trabalho, pois considera-se que o capital é o dominador do espaço-tempo e o faz, em parte, graças ao domínio superior do espaço e do tempo, é o processo de reprodução da vida social por meio da produção de mercadorias em que todas as pessoas do mundo capitalista estão envolvidas, relata Harvey (1992).

Desde 2002, a Organização Internacional do Trabalho – OIT, tem apoiado a erradicação do trabalho forçado no Brasil, buscando atividades como a sensibilização de agências de aplicação da lei, e a reunião dessas agências em uma plataforma comum contra o trabalho escravo resultou na criação dos tribunais móveis (“varas itinerantes”) para tratar imediatamente da maioria dos casos mais sérios (DECLARAÇÃO DA OIT SOBRE OS PRINCÍPIOS E DIREITOS FUNDAMENTAIS NO TRABALHO E SEU SEGUIMENTO, 2015).

Logo após, no ano de 2003, o Brasil promulga o Plano Nacional para a Erradicação do Trabalho Escravo, que apresenta medidas a serem cumpridas pelos diversos órgãos dos

³ LEI Nº 3.353, DE 13 DE MAIO DE 1888, que estabelece o fim da escravidão do Brasil.

⁴ Com o intuito de ressaltar a terminologia correta, Lallo (2015), ressalta segundo Antônio Carlos de Melo, não se utiliza o termo trabalho escravo, pois [...] o termo correto seria ‘trabalho análogo ao de escravo’, pois não temos mais o trabalhador como mercadoria. Porém esse foi o termo mais usado e que ficou mais conhecido. Contudo, precisamos lembrar que, diferentemente da escravidão do século 19, nós não temos o mercado escravagista oficial. Por isso a terminologia tenta não rememorar essa época, dos grilhões, acorrentados em navios e dos castigos corporais.

Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, Ministério Público e entidades da sociedade civil brasileira; posteriormente, 5 anos depois, o plano foi revisado e atualizado, criando-se, assim, o 2º Plano Nacional para a Erradicação do Trabalho Escravo (BRASIL, 2003; 2008), compondo, desta forma, meios alternativos que visam o controle a respeito desta temática no Brasil.

METODOLOGIA

Optou-se pela pesquisa descritiva, com abordagem bibliográfica e qualitativa, a partir de referencial teórico pautado em pesquisas, dados oficiais divulgados em relatórios governamentais e também de órgãos federais. Após a compilação das informações, será realizada a análise de conteúdo, comparado com reportagens recentes escolhidas aleatoriamente entre os dias 24 e 30 de maio de 2015 em sites de notícias *on line*, como ZH (Zero Hora) e G1 (Globo), que tinham como palavras-chave nas reportagens os temas: “trabalho forçado” e “Brasil”.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados e a discussão desta pesquisa, visam contextualizar os dados que apresentam exemplos da exploração pelo trabalho, no Brasil. Inicialmente, optou-se por categorizar os dados gerais a respeito deste tema e posteriormente, analisou-se a reportagem escolhida. Martello (2015) relata que conforme dados do Ministério do Trabalho e Emprego – MTE, 95% dos trabalhadores resgatados nas últimas duas décadas pelo Grupo Especial de Fiscalização Móvel eram homens, 83% tinham entre 18 e 44 anos e 33% eram analfabetos, enquanto que 39% tinham realizado apenas até a quarta série do ensino fundamental.

Ainda segundo os dados oficiais, a maioria (23,6%) veio do Estado do Maranhão. Outros 9,4% são provenientes da Bahia, enquanto que 8,9% vieram do Pará. Minas Gerais (8,3%), Tocantins (5,6%), Piauí (5,5%) e Mato Grosso (5,5%) complementam o *ranking* (MARTELLO, 2015). No Gráfico 1, apresentam-se os dados até 2014, dos Estados brasileiros que mais aliciam os trabalhadores, sendo que Minas Gerais (MG) lidera o *ranking* atual.

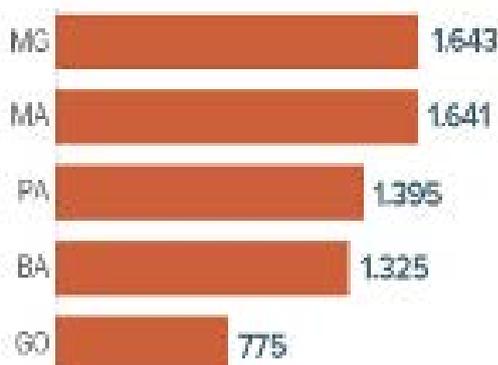


Gráfico 1- Ranking dos Estados por número de trabalhadores aliciados
Fonte: Martello (2015) a partir de dados do Ministério do Trabalho (2014)

Entre as reportagens escolhidas no período⁵ optou-se em estudar o registro que relata a situação de 15 trabalhadores da localidade de Júlio de Castilhos e 6 trabalhadores de Cacequi, ambas no RS, que faziam a extração de lenha de eucaliptos e foram resgatados por fiscais do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE); os homens trabalhavam em condições análogas às de escravos. Publicada pelo site da Rádio Gaúcha, em 29 de maio de 2015⁶, relata que pessoas trabalhavam e moravam no local, em barracas com péssimas condições de higiene e tinham más condições de alimentação e saúde. Em um dos casos, um trabalhador ganhou menos de R\$ 300 por três meses de trabalho, conforme fiscalização do Ministério do Trabalho e Emprego – MTE, ilustrada na Figura 1:



Figura 1: Local onde o grupo de trabalhadores vivia em condições irregulares
Fonte: Ijuí (2015)⁷

⁵ No período compreendido na pesquisa, 24 à 30 de maio de 2015 em sites de notícias *on line*, foram encontradas duas reportagens relacionadas ao tema. A primeira abordava a história da boliviana Magali Cárdenas e sua filha, em uma confecção em São Paulo (reportagem publicada originalmente no site CBN Rádio. Disponível em: <<http://cbn.globoradio.globo.com/editorias/pais/2015/05/22/BRASIL-TEM-APENAS-UM-TERCO-DE-AUDITORES-DO-TRABALHO-RECOMENDADOS-PELA-OIT.htm#ixzz3c8xKfBsc>>. Acesso em: 25 maio 2015. A segunda reportagem, foi a escolhida para esse estudo e relatada na discussão.

⁶ Reportagem publicada originalmente no site Rádio Gaúcha. Disponível em: <<http://diariodesantamaria.clicrbs.com.br/rs/geral-policia/noticia/2015/05/trabalhadores-sao-resgatados-em-condicoes-semelhantes-as-de-escravidao-em-cacequi-e-julio-de-castilhos-4770974.html>>. Acesso em: 01 ago. 2015.

⁷ Imagem original publicada no site <http://www.ijui.com>. Disponível em: <<http://www.ijui.com/seguranca/74356-resgatados-15-trabalhadores-em-condicoes-de-escravidao-no-centro-do-rs.html>>. Acesso em: 01 ago. 2015.

Os dados apresentados, embora sejam apenas ilustrativos de um estudo mais amplo, que demanda uma profundidade não contemplada neste resumo expandido, levam-nos a refletir sobre exemplos recentes das condições brasileiras na contextualização do trabalho forçado, os quais constantemente são divulgados nas diversas mídias.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Foi possível verificar no estudo, a contemporaneidade do tema, pois ao abranger questões relativas ao trabalho análogo à escravidão, mostrou-se, que há espaço para discutir o trabalho decente no Brasil e quais ações ainda são necessárias para trazer melhorias possíveis nas relações de controle, contratação de profissionais como auditores-fiscais e principalmente, a busca mecanismos de convencimento dos empregadores quanto à não utilização da força humana apenas como ferramenta de trabalho, para atendimento das necessidades de transnacionalização do capital, e como um meio de precarizar o trabalho. Tendo em vista que os dados aqui mencionados compõem uma amostra inicial sobre a temática, uma proposta de continuidade desta pesquisa é ampliar o tempo de coleta de dados, como por exemplo, uma análise em um período de 6 meses a fim de delinear um histórico de uma determinada região brasileira.

Assim, o trabalho deve constituir um direito dos trabalhadores e como tal, prover salário e condições mínimas de sobrevivência. Evidencia-se, então, ao confrontar os conhecimentos obtidos acerca desta área com os referenciais teóricos e dados da pesquisa, o importante papel e controle na tomada de decisões da atuação governamental brasileira no combate ao trabalho forçado.

REFERÊNCIAS

BRASIL. PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. Comissão Especial do Conselho de Defesa dos Direitos da Pessoa Humana da Secretaria Especial dos Direitos Humanos. **Plano nacional para a erradicação do trabalho escravo** / Comissão Especial do Conselho de Defesa dos Direitos da Pessoa Humana da Secretaria Especial dos Direitos Humanos; Organização Internacional do Trabalho. – Brasília: OIT, 2003.

_____. Secretaria Especial dos Direitos Humanos. **II Plano Nacional para Erradicação do Trabalho Escravo** / Secretaria Especial dos Direitos Humanos. – Brasília : SEDH, 2008.

DECLARAÇÃO DA OIT SOBRE OS PRINCÍPIOS E DIREITOS FUNDAMENTAIS NO TRABALHO E SEU SEGUIMENTO. **Sumário relatório global 2005 uma aliança global contra o trabalho forçado**. Disponível em:

<http://www.oit.org.br/sites/all/forced_labour/oit/relatorio/sumario.pdf>. Acesso em: 01 ago. 2015.

FIGUEIRA, Ricardo Resende. A persistência da escravidão ilegal no Brasil. *In*: MAYBURY-LEWIS, B. (Org.) ; RANINCHESKI, Sonia (Org.) . **Os desafios dos Direitos Humanos no Brasil contemporâneo**. Brasília: Francis, 2011.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. 14ª edição. São Paulo: Loyola, 1992.

MARTELLO, Alexandre. **Em 20 anos, 50 mil trabalhadores em situação de escravidão foram 'salvos'**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/noticia/2015/05/em-20-anos-50-mil-trabalhadores-em-situacao-de-escravidao-foram-salvos.html>>. Acesso em: 01 ago. 2015.

LALIO, Ulisses. **Membro da OIT fala sobre a evolução do trabalho escravo no Brasil**. Disponível em: < <http://circuitomt.com.br/editorias/circuito-de-entrevistas/67436-membro-da-oit-fala-sobre-a-evolucao-do-trabalho-escravo-no-brasil.html>>. 15/05/2015. Acesso em: 01 ago. 2015.

KUENZER, Acacia Zeneida. Da dualidade assumida à dualidade negada: o discurso da flexibilização justifica a inclusão excludente. **Educ. Soc.** vol. 28 no.100 . Campinas Oct. 2007. Disponível em: < http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-73302007000300024>. Acesso em: 01 abr. 2015.

O TRABALHO NA PERSPECTIVA DO TRABALHADOR: UMA CONSTRUÇÃO DISCURSIVA DO PROGRAMA “MEMÓRIA PETROBRÁS”

Gislene Feiten Haubrich¹

Ernani Cesar de Freitas²

Palavras-chave: Comunicação e Trabalho. Memória Organizacional. Narrativas. Petrobrás

INTRODUÇÃO

O estudo versa sobre a temática comunicação e trabalho com base na expressão discursiva institucional. Defende-se que a atividade de trabalho mobiliza sentidos e estabelece significados no espaço organizacional, (re)construindo a cultura e a sociedade. À comunicação enfatiza-se o processo, constante na atividade, desviando-se da perspectiva da instrumentalização. Justifica-se esse estudo, pois se trata de uma temática com recente produção acadêmica, restrita a pesquisadores de universidades do sudeste do Brasil (HAUBRICH; FREITAS, 2014). Além disso, orienta-se pela interdisciplinaridade e defende um olhar ressignificado ao trabalho.

Estabelece-se a problemática: como a articulação entre as noções de memória, de narrativas, de comunicação e de trabalho é abordada no programa de comunicação “Memória Petrobrás”, na exposição virtual “Vida de Embarcado”, para a construção dos sentidos sobre o trabalho? Acredita-se que por se tratar de um programa institucional possam ser realizadas algumas coerções aos dizeres dos trabalhadores, que ressaltam aspectos positivos de seu cotidiano, a relevância de seu fazer e o orgulho de fazer parte da Petrobrás. Quanto aos objetivos, almeja-se articular as noções de memória, de narrativas, de comunicação e de trabalho, além de identificar os sentidos sobre o trabalho construídos pela exposição “Vida de Embarcado”, do programa “Memória Petrobrás”, a partir da enunciação de trabalhadores do navio plataforma P-38.

¹ Doutoranda e Mestra em Processos e Manifestações Culturais. Graduada em Comunicação Social. Bolsista Capes na Universidade Feevale. E-mail: gisleneh@gmail.com.

² Doutor em Letras - Linguística Aplicada. Professor permanente do PPG em Processos e Manifestações Culturais (Feevale). E-mail: ernanic@feevale.br.

Esta é uma pesquisa aplicada, cujo objeto empírico parte do programa de comunicação institucional “Memória Petrobrás”. As pesquisas documental e bibliográfica entrelaçam-se na definição das bases norteadoras e de orientação da análise. O *corpus* é constituído por depoimentos de trabalhadores da plataforma P-38, disponíveis na exposição virtual “Vida de Embarcado”. Entre as dez categorias definidas pela empresa para classificar os dizeres dos trabalhadores, selecionam-se três, relacionadas ao enfoque proposto.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Estudos recentes na área da comunicação têm retomado duas noções já exploradas em outros campos do conhecimento para compreender a cultura: memória e narrativa. De acordo com Virilio (2006, p. 94), a memória “é uma linguagem, um utensílio de comunicação”. A memória é compreendida como representação discursiva construída nas interações que reconstituem situações e como tal é permeada por intencionalidade. Conforme defendem Nassar e Cogo (2013), a seleção subjetiva dos fatos que serão narrados e vinculados à construção da história e da memória é determinante ao desempenho da organização. Nesse ponto é importante salientar que as narrativas produzidas pelos sujeitos no cotidiano de seu trabalho, as interações e o acesso à memória transformam a realidade organizacional.

No campo teórico, a discussão acerca de narrativas é incipiente e ainda divide pontos de vista. Enquanto autores como Nassar (2009), Poupinha (2007), Nassar e Cogo (2012, 2013), esforçam-se, para hibridizar os olhares ferramental e processual, há outros estudos que mantêm uma perspectiva homogeneizadora e informacional do ato comunicativo estabelecido por meio das histórias contadas. É o caso de Magalhães (2014, p. 96) que afirma: “As organizações, como forma de controle, estimulam as narrativas, mas editam passo a passo o que será publicizado”.

A noção de narrativas de vida é central na argumentação de Sennett (2009), pois esse autor acredita que sua variabilidade é complicadora à vida dos sujeitos. “O problema que enfrentamos é como organizar as histórias de nossas vidas agora, num capitalismo que nos deixa a deriva” (SENNETT, 2009, p. 140). A flexibilidade e a incerteza coordenam a ordem atual. “Com a reconfiguração, tanto espaço quanto tempo de produção, dada pelo sistema global do capital, há um processo de reterritorialização e também de desterritorialização”. (ANTUNES, 2009, p. 115).

Tais questões sugerem que a reflexão acerca do trabalho precisa ser permeada pela interdisciplinaridade, tanto conceitual, quanto de campo. Schwartz e Durrive (2007) salientam o trabalho sob a premissa do permanente desconforto intelectual, visto que a aprendizagem é

desencadeada a cada situação vivenciada pelo sujeito na atividade laboral. Quando posta a tarefa ao trabalhador, sabe-se que ele não é mero executor, uma máquina, mas alguém que mobiliza múltiplos elementos desde seu corpo à sua inteligência para realizar, da maneira mais conveniente, o fazer solicitado.

Por tratar especificamente da produção de sentidos nos discursos, acredita-se que a perspectiva semiolinguística de Charaudeau (2010, 2012) ofereça reflexões pertinentes para compreender como a noção de trabalho é construída a partir dos dizeres de trabalhadores da Petrobrás, no portal “Memória Petrobrás”. Considera-se o ato de linguagem e a instituição do jogo discursivo entre os sujeitos comunicante e interpretante e seus desdobramentos, perante o processo de construção das mensagens, cujas estratégias discursivas, espera-se, envolvam o interlocutor.

METODOLOGIA

A pesquisa tem natureza aplicada, é descritiva e tem abordagem qualitativa. Desenvolve-se mediante as pesquisas bibliográfica e documental, admitindo dados de primeira e segunda mão. O objeto empírico em estudo é o programa de comunicação institucional “Memória Petrobrás”, cujo objetivo é “preservar, integrar e divulgar a história da companhia”. O programa é composto por diversas atividades, dentre as quais se exemplifica: linha do tempo, com a indicação de eventos organizados cronologicamente; videoteca, perante a divulgação de vídeos elaborados na ocasião de 60 anos da empresa petroleira (em 2013); exposições virtuais, estruturadas com base nos depoimentos de trabalhadores e parceiros, etc.

Dentre as diversas ações divulgadas no portal relativo ao programa, seleciona-se o *corpus*: depoimentos de funcionários do navio-plataforma P-38, vinculados à exposição virtual “Vida de Embarcado”. Das dez categorias³ utilizadas para organizar a enunciação dos trabalhadores, foram selecionadas três, a saber: a) Funções na Plataforma; b) Cotidiano na Plataforma; c) Greve em Alto Mar. Tais categorias temáticas foram escolhidas perante o escopo de interesse da análise: os sentidos sobre o trabalho construídos perante as estratégias discursivas da exposição online. A lente da investigação é representada na Figura 1.

³ Os depoimentos de todas as categorias estão disponíveis em:

<<http://relacionamento.petrobras.com.br/memoria/minisites/memoria/embarcado/index.html>>. Acesso em 06 abr. 2015.

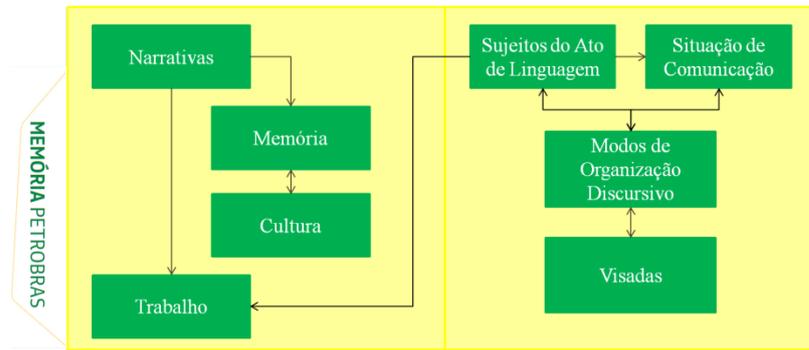


Figura 1- Dispositivo de Investigação
Fonte: elaborado pelos autores

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Como principais resultados da análise menciona-se o posicionamento enunciativo delocutivo (CHARAUDEAU, 2010), pois a Petrobrás apaga sua face mercadológica e atribui o dizer aos funcionários, que tem a oportunidade retratar suas vivências no trabalho. A construção do ato comunicativo por meio de depoimentos demonstra o propósito de persuadir o interlocutor através de suas emoções, o que caracteriza o uso da visada de captação (CHARAUDEAU, 2012). Diante das evidências do corpus, pode-se apontar que: 1) utiliza-se a memória como suporte para imagem da organização, 2) as narrativas produzidas pelos sujeitos estão a serviço dos interesses propostos a esse suporte interativo, 3) o trabalho é vinculado a um olhar operacional, tratado como ferramenta mercadológica. Em consonância com estes aspectos, estão os depoimentos dos trabalhadores, como se pode perceber na categoria funções na plataforma, que aborda a percepção dos trabalhadores acerca de sua atividade de trabalho (SCHWARTZ; DURRIVE, 2007).

A representação da memória de uma empresa, quando construída perante narrativas dos trabalhadores, é tida como eficiente estratégia para a legitimação de sua reputação. No caso do programa “Memória Petrobrás”, percebe-se a busca por atribuir voz aos trabalhadores, que abordam aspectos positivos de suas vivências no trabalho. Por meio do vínculo emocional, visa-se persuadir tanto os profissionais, que têm sua voz divulgada, mesmo que parcialmente, ou perante coerções, quanto àqueles que acessam o portal e se identificam com os princípios e ideais da empresa. Considerando aspectos da produção de sentidos acerca do trabalho, questiona-se a efetividade de uma ação comunicativa que não atribui, ou reconhece, de fato, as percepções dos sujeitos, além dos impactos à subjetividade em um contexto globalizado e individualizado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Uma vez que o eco das vozes dos trabalhadores é ocultado por modalizações e “torções” de sua enunciação, em função de efeitos almejados pela organização, relativiza-se a importância atribuída às discussões acerca das narrativas no contexto organizacional. Se a memória é puramente estratégia comunicacional, ancorada essencialmente em artifícios tradicionais de informação e de transmissão, produzir memoriais, relatórios de governança corporativa ou outros documentos com depoimentos de trabalhadores, deixa de ser uma construção atrativa e engajadora, para assumir uma figuração motivacional, que mantém apagado o principal ator da mobilização cultural e da efetiva inovação: o sujeito trabalhador.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, R.. Os Exercícios da Subjetividade: as reificações inocentes e as reificações estranhadas. **Caderno CRH**, Salvador, v. 24, n. esp. 01, p. 121-131, 2011.

CHARAUDEAU, P.. **Linguagem e Discurso**: modos de organização. 2.ed. São Paulo, SP: Contexto, 2010.

_____. **Discurso das Mídias**. 2.ed., São Paulo, SP: Contexto, 2012.

COGO, R.; NASSAR, P.. Entre o Passado, o Presente e o Futuro: subsídios para a comunicação organizacional no embate entre inovação, história e memória. **Revista Brasileira de História da Mídia (RBHM)**, v 2, n 1, p. 125-133, jan./jun., 2013.

HAUBRICH, Gislene F.; FREITAS, Ernani C. Estudos sobre Relação Comunicação e Trabalho: Reflexões e Contribuições. CONGRESSO BRASILEIRO CIENTÍFICO DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E DE RELAÇÕES PÚBLICAS, 8., 2014, Londrina. **Anais...** Londrina: UEL; ABRAPCORP, 2014.

MAGALHÃES, A. C. C. Storytelling como Recurso Comunicacional Estratégico: construindo a identidade e a imagem de uma organização. **Organicom**, n 20, p. 93-106, 2014.

PETROBRÁS. **Portal Memória Petrobrás, Exposições Virtuais**: vida de embarcado. Disponível em: <<http://relacionamento.petrobras.com.br/memoria/minisites/memoria/embarcado/index.html>>. Acesso em: 06 abr. 2014.

POUPINHA, L. M. Comunicação Estratégica: Aplicação das Ideias de Dramaturgia, Tempo e Narrativas. In: FIDALGO, António; SERRA, Paulo (Orgs.). **Actas volume IV** - Campos da Comunicação. 2007, p.699-703.

SCHWARTZ, Y.; DURRIVE, L. (Org.). **Trabalho e Ergologia**: conversas sobre a atividade humana. Niterói, RJ: EdUFF (Universidade Federal Fluminense), 2007.

SENNETT, R. **A Corrosão do Caráter**: consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo. 14.ed. Rio de Janeiro, RJ: Record, 2009.

VIRILIO, P. 2006 O Paradoxo da Memória do Presente na Era Cibernética. In: CASALEGNO, F. **Memória Cotidiana**: comunidades e comunicação na era das redes: diálogos. Porto Alegre, Sulina, p. 90-104.

PERMANÊNCIA E EVASÃO ESCOLAR NO PRONATEC

Me. Caroline Bordin Minetti¹

Prof.^a Dr.^a Margarete Fagundes Nunes²

Prof. Dr. Gabriel Grabowski³

Palavras-chave: Educação profissional. PRONATEC. Evasão. Permanência.

INTRODUÇÃO

Este resumo expandido é resultado da dissertação de mestrado intitulada “Permanência e Evasão Escolar no PRONATEC”, vinculada ao Programa em Diversidade Cultural e Inclusão Social, Linha de Pesquisa Inclusão Social e Políticas Públicas, da Universidade Feevale/RS.

A pesquisa desenvolveu-se no Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense, Campus Sapucaia do Sul, no período de 2012 a 2013, em cursos do PRONATEC (Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego). A escolha pelo tema da permanência e da evasão escolar deu-se pelo interesse em entender o funcionamento do programa e sua efetividade, tendo em vista que o pagamento das bolsas de assistência era baseado na frequência dos estudantes, e à medida que o curso avançava, as listagens iam diminuindo, indicando uma redução de alunos frequentando as aulas e ocasionando uma sobra de recursos que seriam devolvidos à União.

O objetivo geral era analisar a permanência e a evasão escolar dos estudantes do PRONATEC no IFSul – Campus Sapucaia do Sul, no período de 2012 a 2013. Os objetivos específicos eram identificar o perfil sociodemográfico dos referidos estudantes, verificar a forma de acesso e os motivos de ingresso dos estudantes nos cursos, identificar o cenário da permanência e da evasão escolar nos cursos, analisar a permanência e a evasão escolar pelas trajetórias dos estudantes concluintes e evadidos bem como analisar de que modo docentes do PRONATEC compreendem e explicam a permanência e a evasão escolar no programa.

¹ Mestre em Diversidade Cultural e Inclusão Social, Bacharel em Administração.

² Pós-doutora em Antropologia Social na Free University of Amsterdam, Doutora em Antropologia Social pela Universidade Federal de Santa Catarina, Professora da Universidade Feevale.

³ Doutor em Educação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Professor da Universidade Feevale.

TRABALHO E EDUCAÇÃO: REFLEXÕES SOBRE A PERMANÊNCIA E EVASÃO ESCOLAR NA EDUCAÇÃO PROFISIONAL

Sob a ótica da acumulação flexível, o trabalho não apenas assume a forma de trabalho alienado, mas radicaliza a sua precarização. Neste sentido, vale a pena recuperar o pensamento de Frigotto (2006) para qual o trabalho não se reduz ao emprego e à atividade laborativa, mas é uma atividade que atende às necessidades da vida biológica do ser humano, bem como atende também às necessidades da sua vida cultural, social, estética, simbólica, lúdica e afetiva, podendo ser considerado como princípio educativo no processo de socialização humana.

Quando ocorre a distribuição desigual e diferenciada da educação, ou seja, quando se distingue a formação para cada uma dessas finalidades, essa dualidade entre trabalho manual e intelectual ganha força. Caso o foco seja o trabalho manual, será direcionado para uma educação geral, nem sempre completa, com conhecimentos genéricos, o que resultará num preenchimento de postos de trabalho desqualificados. Caso o foco seja o trabalho intelectual, será direcionado para uma educação específica, de natureza científico-tecnológica e sócio-histórica, o que resultará no preenchimento de postos de trabalho qualificados, geralmente estratégicos (KUENZER, 2008).

Assim as ofertas educacionais separadas da educação básica, com qualificação superficial, fragmentada e com curta duração acabam fortalecendo o preenchimento daquelas vagas desqualificadas nas cadeias produtivas. Essas vagas desqualificadas não exigem (e nem querem) que os trabalhadores possuam capacidade de análise e compreensão para que não haja intervenção. Dessa forma a educação “aligeirada” acaba por contribuir para um aumento do preenchimento dessas vagas desqualificadas, fazendo com que o ciclo continue.

Quanto a permanência e a evasão escolar, muitos são os fatores que podem influenciar na decisão sobre concluir um determinado curso ou abandoná-lo, podendo estar relacionados ao estudante, à instituição de ensino e tudo o que ela engloba e também à sociedade. Normalmente o que define esta situação – decisão - é um conjunto de fatores, por isso não se pode analisá-los única e exclusivamente de forma isolada.

Os fatores que levam estudantes a possuírem baixa frequência e baixo rendimento, podem conseqüentemente levá-los à reprovação, à desistência e à evasão escolar. Dessa forma, Dore e Luscher (2011) afirmam que a evasão é influenciada por um conjunto de fatores que se relacionam ao estudante, à sua família, à escola e à comunidade em que vive, tornando difícil a identificação de sua causa.

Independentemente de qual for o fator (ou fatores) com maior peso na decisão sobre permanecer ou abandonar a escola, o acompanhamento sistemático e contínuo do estudante é imprescindível, desde a escolha do curso até a sua conclusão, para que haja a identificação precoce daqueles que estão em situação de risco de abandono e para que se possa trabalhar na prevenção.

OS CAMINHOS METODOLÓGICOS DA PESQUISA

A pesquisa teve como base metodológica o estudo de caso único, utilizando fontes documentais e bibliográficas e, orientou-se por uma abordagem qualitativa e quantitativa.

A abordagem quantitativa desta pesquisa surgiu pela necessidade de conhecer todos os dados que envolvem o tema permanência e evasão escolar neste caso específico, ou seja, quais são os percentuais de conclusão e evasão por curso/turma/ano, qual era o perfil sócio demográfico e econômico do estudante que permaneceu e daquele que evadiu, a frequência escolar desses estudantes, etc., e deu-se através da pesquisa documental. A abordagem qualitativa ocorreu através do estudo das trajetórias sociais (VELHO, 2003) de alguns estudantes, por meio da coleta de narrativas biográficas (ECKERT, ROCHA, 2013) e vem complementar com detalhes o que os dados acima não contemplam, ou seja, a trajetória de vida desses estudantes, com foco em suas trajetórias escolar e de trabalho, bem como seus projetos para o futuro e sua vivência no PRONATEC. Além disso, também contou com a análise de entrevistas semiestruturadas realizadas com alguns docentes do programa.

REFLEXÕES E DIÁLOGOS A PARTIR DA PESQUISA DE CAMPO NO IFSUL CAMPUS SAPUCAIA DO SUL

Foram ofertadas 200 vagas de matrícula em nove turmas do PRONATEC no período de 2012 a 2013. Foram pré-matriculados 413 interessados, sendo que 206 chegaram a frequentar as aulas. Destes 206 estudantes que cursaram 126 (61%) chegaram a concluir os cursos e 80 (39%) evadiram. Muitos aspectos apareceram nas narrativas e nos dados documentais, alguns relacionados ao próprio estudante e outros relacionados à escola e tudo que ela engloba. Resumidamente, podemos citar alguns deles:

Nos aspectos relacionados à trajetória educacional, foi observado que quanto maior o nível de escolaridade desses estudantes, maior a possibilidade de conclusão dos cursos. Porém percebemos que o histórico de abandono e fracasso escolar durante o ensino básico é muito presente entre eles, muitas vezes podendo ser reproduzido nos cursos de qualificação.

Naqueles aspectos relacionados à trajetória de trabalho, percebemos que a maioria dos estudantes não estava trabalhando durante o curso e que a partir do momento em que ingressavam em algum emprego, ou até trabalho informal, abandonavam o curso em função da incompatibilidade de horários. A busca pela sobrevivência se sobrepõe à busca pela formação. Além disso, as narrativas demonstram que muitos estudantes não possuem projetos relacionados à carreira, porém, de que modo esse estudante conseguirá constituir projetos diante de um quadro em que as narrativas apontam para a repetição de “fracassos”, para a percepção de que se está “fora de lugar” ou de que não se tem competência suficiente para construí-los? Além disso, de que adianta a construção de um projeto de carreira, quando o mercado de trabalho é tão flexível que absorve a mão de obra de acordo com suas necessidades específicas, ou seja, o “sujeito” acaba tendo que “ser” aquilo que o mercado quer que ele seja, descaracterizando qualquer projeto desse sujeito.

Quanto às perspectivas de futuro, muitas narrativas retrataram a falta de definição de um projeto de carreira profissional, fazendo com que esses estudantes não possuíssem um foco no momento em que fossem escolher em qual curso se matricular, apenas relatavam que tinham interesse em fazer mais cursos, porém faltava uma orientação a eles a esse respeito.

Nos aspectos relacionados ao ingresso dos estudantes no programa, percebemos que o SINE e o CRAS possuem um papel fundamental na medida em que são eles que fazem o primeiro contato com esses alunos, recebendo-os como interessados nos cursos, portanto é necessário que as pessoas que trabalham nesses locais tenham conhecimento de como funciona o programa e que estejam em contato constante com o campus para saber sobre as turmas que serão oferecidas. Além disso, é importante que o campus também possa ouvi-los, pois eles poderão contribuir com informações sobre a existência de necessidades de capacitação.

Os aspectos relacionados à persistência propriamente dita variam de acordo com o estudante, pois alguns deles demonstram muita vontade em participar dos cursos apesar das dificuldades. Eles relatam que o bom relacionamento entre os colegas de aula, entre os professores e os alunos, entre os alunos do programa e os alunos regulares do campus, além do acompanhamento e da boa recepção por parte da direção do campus são fatores positivos e que devem ser conservados e estimulados.

Quanto aos aspectos relacionados à evasão escolar, percebemos que muitos se mostram arrependidos por terem abandonado o curso. Porém apareceram pontos importantes que devem ser considerados, como a dificuldade de aprendizado em disciplinas específicas, principalmente nas áreas relacionadas à matemática, que pode ser consequência de uma fraca

educação básica anterior; Além disso, o fato de que muitos deles estão longe das classes escolares há muito tempo, faz com que demorem um tempo até se adaptarem com o regramento de uma escola e com a sistemática da sala de aula. Neste sentido, a dificuldade também consiste no aluno que não tinha a escolarização básica e estava recebendo o conhecimento técnico sobre o trabalho complexo de forma compactada.

As dificuldades financeiras e o valor da bolsa auxílio como insuficiente para custear as despesas de alimentação e transporte, além do constante atraso nos pagamentos da referida bolsa são outro problema a enfrentar.

O horário de trabalho conciliando com o horário do curso, ou fazendo com que o aluno tivesse que estudar ou trabalhar com muito sono também são fatores negativos. A falta de interesse na área do curso escolhido retrata a falta de uma orientação no momento dessa definição bem como a falta de um planejamento de carreira, já mencionado anteriormente. Além de tudo isso, o histórico de fracasso escolar reproduz um sentimento de incapacidade e de inferioridade nesses alunos.

A heterogeneidade da turma, a baixa carga horária dos cursos – em muitos casos insuficiente para um aprendizado de qualidade, a possibilidade de ingresso em segunda chamada - que garante a possibilidade de alguns ingressarem, mas dificulta para esses mesmos alunos acompanharem as aulas iniciais que perderam, e o número elevado de faltas - fazendo com que esse aluno receba menos conhecimento e conseqüentemente, seja menos qualificado do que os demais, apareceram como um entrave sob o ponto de vista dos professores do programa e de alguns estudantes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A permanência e a evasão não se justificam, na maioria dos casos, por fatores isolados, mas sim por um conjunto de fatores que somados e relacionados com suas trajetórias de vida, impulsionam o estudante a tomar sua decisão sobre permanecer ou evadir. O que pode ter ocorrido nos casos de evasão escolar, é que o número de fatores negativos foi maior ou mais intenso que o número de fatores positivos, fazendo com que esses alunos especificamente optassem por abandonar os cursos.

Acreditamos que as mudanças devem iniciar pelo planejamento, ou seja, na definição dos cursos e turmas, bem como na carga horária dos cursos e na definição dos professores que irão trabalhar no programa. É necessário que os docentes que forem trabalhar no PRONATEC percebam que estarão entrando em um curso que possui uma finalidade para o trabalho, que possui carga horária reduzida, e que terão que lidar com estudantes adultos; portanto terão que

modificar sua prática pedagógica a fim de atender a essa nova necessidade. Após é necessário um estudo do público de beneficiários que poderão ser atendidos em cada curso e na forma que eles serão captados e orientados sobre a profissão e suas possibilidades de futuro. A partir do momento do início das aulas, os estudantes precisam ser acompanhados, alguns mais diretamente do que outros, em função das suas dificuldades específicas, recebendo orientação acadêmica e pedagógica. Dessa forma, com esse acompanhamento sistemático, será possível identificar as situações mais propensas a gerar evasão possibilitando uma ação mais imediata e evitando o abandono.

REFERÊNCIAS

BRASIL, Lei nº 12.513 de 26 de outubro de 2011, Institui o Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (PRONATEC), **Diário Oficial (da) República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 27 out. 2011. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/112513.htm>. Acesso em: 11 jul. 2013.

_____, Ministério da Educação, Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (PRONATEC), Disponível em: <<http://pronatec.mec.gov.br/>>. Acesso em: 02 abr. 2013.

DORE, Rosemary; LUSCHER, Ana Zuleima. Permanência e Evasão na Educação Técnica de Nível Médio em Minas Gerais. **Cadernos de Pesquisa**, v.41, n.144, p. 772-789, set./dez. 2011.

FRIGOTTO, Gaudêncio. Fundamentos científicos e técnicos da relação trabalho e educação no Brasil de hoje. In: LIMA, Júlio César França; NEVES, Lúcia Maria Wanderley (org.) **Fundamentos da Educação Escolar do Brasil Contemporâneo**. Rio de Janeiro, RJ: Fiocruz, 2006. p. 67-107.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. 24.ed., São Paulo: Edições Loyola, 2013, 348 p.

KUENZER, Acácia Zeneida. Reforma da Educação Profissional ou Ajuste ao Regime de Acumulação Flexível? **Trabalho, Educação e Saúde**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 3, p. 491-508, nov. 2007/fev. 2008.

ROCHA, Ana Luiza Carvalho da; ECKERT, Cornelia. Questões em torno do uso de relatos e narrativas biográficas na experiência etnográfica. In: **Etnografia da Duração**: antropologia das memórias coletivas em coleções etnográficas. Porto Alegre, RS: Marcavizual, 2013, p.105-127.

VELHO, Gilberto, **Projeto e metamorfose**: antropologia das sociedades complexas. 3.ed. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar Ed., 2003. 137 p.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso**: planejamento e métodos. Porto Alegre, RS: Bookman, 2001. 205 p.

PRÁTICAS DE GESTÃO AMBIENTAL EM UMA EMPRESA DO SETOR COUREIRO CALÇADISTA LOCALIZADA NO SUL DO BRASIL

Camila Fagundes¹

Dusan Schreiber²

Palavras-chave: Gestão Ambiental. Estudo de caso. Empresa calçadista.

INTRODUÇÃO

A questão ambiental tem sido um tema de muitas discussões ao longo dos últimos anos devido ao aumento da degradação provocada pelo homem ao meio ambiente. Entretanto, a partir da década de 1970 pesquisadores passaram a se preocupar com essa temática e, desde então, estudos pautados pelo objetivo de reduzir o referido impacto têm surgido com maior intensidade. Nessa mesma perspectiva, as empresas também se engajaram em busca de processos que pudessem conciliar o crescimento econômico, com uma postura ambientalmente correta.

Esse mercado, no qual estudiosos e pessoas/consumidores estão cada vez mais à procura de produtos e/ou serviços que respeitam o meio ambiente, envolve cada vez maior número de empresas que buscam se qualificar de forma a ter seu esforço reconhecido por meio de certificações e/ou implantando Sistemas de Gestão Ambiental (SGA).

No âmbito da disciplina de Gerenciamento Integrado do Meio Ambiente, ministrada por Carlos Augusto do Nascimento e Dusan Schreiber no Mestrado em Qualidade Ambiental na Universidade Feevale, foi realizada a pesquisa cujos resultados propiciaram a elaboração deste trabalho, que visa evidenciar as práticas de gestão ambiental realizada numa organização do setor coureiro calçadista localizada no sul do país.

¹ Bacharel em Administração e Turismo pela Universidade Feevale. Bolsista PROSUP/CAPES do Programa de Pós-graduação em Qualidade Ambiental da Universidade Feevale.

² Doutor em Administração pela UFRGS. Professor e pesquisador do Programa de Pós-graduação em Qualidade Ambiental e do Curso de Mestrado em Indústrias Criativas na mesma instituição.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Ao longo das últimas décadas, o tema de gestão ambiental foi objeto de recorrente preocupação de organizações e, por consequência, de maior interesse de pesquisadores, sendo formuladas diversas definições que procuraram evidenciar as características da gestão ambiental. A gestão ambiental compreende a atividade organizacional que visa diagnosticar a situação ambiental da organização e propor um modelo de gestão, propiciando o ajuste de processos internos de forma que atenda às determinações de preceitos legais em vigor (DIAS, 2011; CALLADO; SOARES; MACHADO & CALLADO, 2009; TACHIZAWA, 2011; BARBIERI, 2011; DONAIRE, 1999; ALIGRERI; ALIGRERI & KRUGLIANSKAS, 2009; MOURA, 2011).

Por se tratar de mudanças na estrutura e no funcionamento da organização, entende-se que é de fundamental importância o envolvimento da alta direção na elaboração e promoção de novos ditames institucionais que passarão a nortear o desenvolvimento organizacional, permeando todas as ações e a própria forma de pensar dos colaboradores. Nesse sentido, diversos autores (NAIME, 2002; SHIGUNOV NETO; CAMPOS & SHIGUNOV, 2009; ANDRADE; TACHIZAWA & CARVALHO, 2002; ALMEIDA, MELLO & CAVALCANTI, 2001; DIAS, 2011; CALLADO; SOARES; MACHADO & CALLADO, 2009; TACHIZAWA, 2011) ponderam que os princípios de gestão ambiental organizacional devem integrar o conjunto de estratégias organizacionais, além de possuir seu próprio orçamento, desvinculado a previsão orçamentária das demais unidades organizacionais.

As pesquisas apontam que são diversos fatores que influenciam a efetividade da gestão ambiental nas organizacionais, destacando-se o segmento econômico em que a empresa está inserida, o grau de profissionalização da gestão, o porte, o número de colaboradores diretos e a localização geográfica. O potencial poluidor da atividade empresarial e maior número de colaboradores diretos contribuem de forma direta para maior visibilidade da organização da sociedade, representada por órgãos reguladores e por organizações não governamentais comprometidas com a proteção do meio ambiente, obrigando a empresa a adotar as práticas de gestão ambiental (SHIGUNOV NETO; CAMPOS & SHIGUNOV, 2009; ALMEIDA, MELLO & CAVALCANTI, 2001; DIAS, 2011).

Desta forma, todas as organizações devem observar as normas ambientais concernentes às suas atividades, planejar e executar sua implantação, monitorando, na sequência, seu cumprimento.

A literatura revisada que versa sobre a gestão ambiental aponta para três estratégias de gestão ambiental, a saber: (i) a prevenção da poluição, (ii) o planejamento do produto e (iii) o

desenvolvimento sustentável. A primeira estratégia refere-se ao controle da poluição, quando a empresa procura adaptar-se às pressões normativas e às exigências do mercado. Já a segunda corresponde à prevenção da poluição, requerendo alterações nos processos produtivos e nos produtos produzidos. A terceira estratégia visa à concepção de ações mais proativas, envolvendo permanentemente toda a cadeia produtiva, bem como toda a organização, em ações corretivas, preventivas e antecipatórias mediante o risco de problemas ambientais (DIAS, 2011; CALLADO; SOARES; MACHADO & CALLADO, 2009; TACHIZAWA, 2011; BARBIERI, 2011; DONAIRE, 1999; ALIGRERI; ALIGRERI & KRUGLIANSKAS, 2009; MOURA, 2011).

Dentro da perspectiva de implantação das estratégias, a literatura apresenta a classificação de cinco estágios de configuração do programa de gestão ambiental nas organizações, que varia desde a ausência ou presença limitada de ações de gestão ambiental até a presença de programas difundidos por toda a empresa (ANDRADE; TACHIZAWA & CARVALHO, 2002; ALMEIDA, MELLO & CAVALCANTI, 2001). O nível mais elevado do programa inclui a educação dos colaboradores, o monitoramento constante das informações e a resolução rápida de problemas. Quando as questões ambientais alcançam este último nível, elas passam a ser incorporadas nas metas, políticas e estratégias da empresa, considerando o impacto ambiental de seus processos e produtos.

METODOLOGIA

A metodologia proposta para esse estudo foi o de estudo de caso. De acordo com Yin (2010), esse tipo de pesquisa busca avaliar uma situação ou localidade em profundidade. Para a obtenção dos dados e alcance do objetivo geral do estudo, uma entrevista semiestruturada contendo um total de quinze questões dissertativas foi aplicada ao Técnico em Segurança do Trabalho, que é responsável pela Segurança do Trabalho do grupo e que responde pela gestão de resíduos industriais produzidos na empresa. O critério de escolha da organização foi baseado em acessibilidade e conveniência da pesquisadora. Os dados obtidos foram analisados de forma descritiva, por meio da técnica de análise de conteúdo (SILVA, 2006).

RESULTADOS

A organização escolhida para o estudo é uma das maiores fabricantes de calçados do país. Fundada em 1985 por quatro sócios, atualmente ela possui sete unidades fabris, todas instaladas no interior gaúcho. Com quase quatro mil funcionários, a empresa produz 45 mil pares de sapatos por dia. Os calçados produzidos são comercializados em mais de cinco mil

pontos de venda no Brasil, além de exportados para 37 países da América Latina, América Central, América do Norte, África, Europa e Oriente Médio.

Considerada de grande porte, a empresa atualmente não tem grande potencial de causar impacto ambiental negativo em seu processo de produção, mas sim o tratamento incorreto dos seus resíduos, principalmente aqueles de “couro cromo”, de acordo com o entrevistado. Para isso, a companhia adota o sistema de coprocessamento para os seus resíduos de classe I e II, assim como envia seus resíduos líquidos (óleo lubrificante, solventes sujos) e lâmpadas queimadas para empresas especializadas e licenciadas pela FEPAM para o devido tratamento e descontaminação. É importante destacar que atualmente a empresa está passando por um processo de substituição de lâmpadas fluorescentes para iluminação de LED. Com relação ao controle de consumo de água, o mesmo é feito por meio de relógios da CORSAN e água de poço. Entretanto, nenhuma ação é realizada para objetivar redução ou reaproveitamento.

É importante destacar que a organização não tem um orçamento previsto para questões relacionadas à gestão ambiental. Quando preciso, as decisões que envolvam custo financeiro ou possíveis mudanças na forma de processar os resíduos são levadas para a direção da empresa, e é esta quem decide. Quando aprovado, os funcionários passam a ser capacitados. Apesar de não realizar capacitações com periodicidade agendada, e de não ter de fato uma posição pró-ativa a atividades relacionadas à gestão ambiental, a empresa nunca passou por incidente ambiental. Todavia, o entrevistado frisa a gravidade desta falta de planejamento, pois nenhuma ação de prevenção é realizada.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar de não possuir um setor responsável, ou um Sistema de Gestão Ambiental implementado de forma concreta, a empresa tem trabalhado com questões-chaves para a redução do impacto ambiental. Entretanto, percebe-se uma postura diferente da pró-ativa, pois seus funcionários são treinados apenas quando é preciso e a empresa não possui ações de prevenção, evidenciando que atualmente a empresa trabalha respeitando a lei, e não de fato com uma postura de preservação e conservação do meio ambiente e evitando futuros impactos.

Cabe destacar que a organização em questão tem muito ainda a se fazer quando o assunto é meio ambiente. Direcionar pessoas capacitadas para a organização de um plano no qual se tenha objetivos e metas baseados em uma política ambiental seria o grande diferencial da organização e o primeiro passo rumo ao desenvolvimento sustentável. Com o plano

encaminhado, incentivar e capacitar todos os colaboradores seria a segunda etapa. Após isso, realizar auditorias, a fim de identificar pequenos erros ou falhas. E por último, realizar novamente o plano, e assim corrigir as falhas identificadas na fase anterior.

REFERÊNCIAS

ALIGLERI, Lílian M; ALIGLERI, Luiz Antonio; KRUGLIANSKAS, Isak. **Gestão socioambiental: responsabilidade e sustentabilidade do negócio.** São Paulo, SP: Atlas, 2009.

ALMEIDA, Josimar Ribeiro de; MELLO, Claudia dos S.; CAVALCANTI, Yara. **Gestão ambiental: planejamento, avaliação, implantação, operação e verificação.** [1. ed.] Rio de Janeiro, RJ: Thex, 2001.

ANDRADE, Rui Otávio Bernardes de; TACHIZAWA, Takeshy; CARVALHO, Ana Barreiros de. **Gestão ambiental: enfoque estratégico aplicado ao desenvolvimento sustentável.** 2. ed. São Paulo, SP: Pearson Education do Brasil, 2002.

BACKER, Paul de. **Gestao ambiental: a administração verde.** Rio de Janeiro, RJ: Qualitymark, 1995.

BARBIERI, José Carlos. **Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos.** 3. ed., atual. e ampl. São Paulo, SP: Saraiva, c2012.

CALLADO, Aldo Leonardo Cunha; SOARES, Ana Paula Amazonas; MACHADO, André Gustavo Carvalho; CALLADO, Antônio André Cunha. **Gestão ambiental e responsabilidade social: conceitos, ferramentas e aplicações.** São Paulo, SP: Atlas, 2009.

DIAS, Reinaldo. **Gestão ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade.** 2. ed., rev. e atual. São Paulo, SP: Atlas, 2011.

DONAIRE, Denis. **Gestão ambiental na empresa.** 2. ed. São Paulo, SP: Atlas, 1999.

MOURA, Luiz Antônio Abdalla de. **Qualidade e gestão ambiental: sustentabilidade e ISO 14.001.** 6. ed. Belo Horizonte, MG: Del Rey, 2011.

NAIME, Roberto Harb. **Diagnóstico ambiental e sistemas de gestão ambiental: incluindo a atualização da série ISO 9000 e as novas NBR 14001/2004 e NBR ISO 19011 / 2002.** Novo Hamburgo, RS: Feevale, 2005.

SILVA, Antonio Carlos Ribeiro da. **Metodologia da pesquisa aplicada à contabilidade: orientações de estudos, projetos, artigos, relatórios, monografias, dissertações, teses.** 2. ed São Paulo, SP: Atlas, 2006.

SHIGUNOV NETO, Alexandre; CAMPOS, Lucila Maria de Souza; SHIGUNOV, Tatiana. **Fundamentos da gestão ambiental.** Rio de Janeiro, RJ: Ciência Moderna, 2009.

TACHIZAWA, Takeshy. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa:** estratégias de negócios focadas na realidade brasileira. 7. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2011.

PROCESSOS DE APRENDIZAGEM NO COTIDIANO DE GESTORES DE ESCOLAS PÚBLICAS ESTADUAIS DE SÃO LEOPOLDO / RS

Iracir de Abreu¹

Vânia Gisele Bessi²

Palavras-chave: Aprendizagem. Gestores escolares. Práticas de gestão. Aprendizagem na Prática.

INTRODUÇÃO

Com as inúmeras mudanças da sociedade do final do século XX e início do século XXI, percebe-se que a escola necessita de uma série de transformações para suprir as suas dificuldades na formação de uma equipe capaz de garantir a ampla participação social.

Nesse novo contexto, os quadros pedagógico, de funcionários, professores, alunos e pais estão diretamente relacionados com os resultados que a escola produz, sendo responsáveis pelos mesmos. O diretor de escola passa a fazer o papel de mediador das diferenças, e assume a função de gestor, tendo a preocupação de fazer da escola um local de conhecimento para os alunos, e também um local que possibilite a integração de interesses e necessidades da comunidade escolar, de forma democrática (LÜCK, 2000).

No entanto, muitos gestores, principalmente os de escolas públicas estaduais, assumem seus cargos sem orientação prévia, e por desconhecerem as questões políticas que envolvem a parte administrativa das escolas, são mais suscetíveis ao erro. Um dos fatores que contribui para o erro, segundo Drabach e Mousquer (2013), está ligado às mudanças que ocorrem, a cada novo governo, na forma de organização da gestão escolar. Sendo assim, a aprendizagem da função ocorre com o tempo, à medida que conseguem desempenhar as funções de planejar, organizar e gerenciar problemas, encontrando possíveis soluções, desenvolvendo e organizando o processo da tomada de decisão.

Percebe-se que no cenário de São Leopoldo/ RS, mais especificamente, na realidade de escolas da rede pública estadual de ensino, que a gestão democrática, conforme

¹ Graduada em História- Licenciatura (UNISINOS), graduanda em Gestão de RH, bolsista de iniciação científica, voluntária de Aperfeiçoamento Científico, pela Universidade Feevale. E-mail: iracirdeabreu@feevale.br

² Graduada em Administração. Mestre e Doutora em Administração. Professora do Mestrado Profissional em Indústria Criativa da Universidade Feevale. E-mail: vania@feevale.br

determinada em lei, não ocorre na sua totalidade, devido os processos de integração e participação da comunidade ocorrerem de forma inexpressiva, o que possibilita a centralização de diversas atribuições, na figura do gestor.

Frente a esse cenário, o objetivo geral da pesquisa é analisar como ocorre o processo de aprendizagem no cotidiano dos gestores, no que se refere às práticas de gestão nas escolas públicas estaduais, tendo como objetivos específicos identificar o perfil profissional desses gestores, verificar os meios encontrados para suprir as dificuldades encontradas no cotidiano, e analisar como o desempenho da função e tempo podem contribuir para esta aprendizagem.

A pesquisa caracteriza-se por ser uma pesquisa descritiva, do tipo *survey*, com abordagem qualitativa. Foram realizadas entrevistas com nove gestores, de diversas idades, formação e tempos na função. Os dados foram analisados a partir de duas categorias: trajetória profissional e aprendizagem na prática.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A gestão escolar democrática, é prevista nas escolas desde a Constituição Federal de 1988 no artigo 206, e foi reafirmada em 1996 pela Lei de Diretrizes e Base da Educação Básica Nacional – LDB. A finalidade da gestão democrática é proporcionar a integração da comunidade escolar junto as questões da escola, e o diretor passa a ser um coordenador dessa relação. Nesse contexto, ele terá que dialogar com a comunidade para, juntos, tomarem decisões no que se refere ao uso dos recursos e dinâmicas da vida escolar (MARTELLI, 1999; MEDEIROS, 2011).

Pelo fato da maior parte dos gestores terem formação em Pedagogia ou áreas relacionadas ao ensino, faltam-lhes competências administrativas para desempenhar uma boa gestão, sendo necessária uma formação contínua, como cursos de extensão, que proporcionem ao gestor a aprendizagem durante o efetivo exercício da função (LÜCK 2000).

No entanto, mesmo sem essa formação, muitos gestores aprendem no ambiente de trabalho, ao estabelecerem interações com outros indivíduos e dividir com eles informações, crenças e conhecimento, o que contribui para que se caracterize o ambiente de trabalho como sendo também um ambiente de aprendizagem informal, onde se estabelecem conexões entre o que se vê e o que se sabe, gerando uma negociação e renegociação de sentidos (LAVE, WENGER, 1991; DIDIER, LUCENA, 2008).

Ao estabelecer essas conexões, essa nova situação é encarada como um problema, e serve como possibilidade de desenvolver novas capacidades individuais, coletivas e da organização, gera um novo conhecimento, pois é expressa de diferentes maneiras e resulta

numa mudança no resultado final do entendimento (ANTONELLO 2005; MORAES, BORGES, 2010; ARAÚJO, NETO, 2014).

METODOLOGIA

A proposta do trabalho foi realizar uma pesquisa descritiva, do tipo survey, com abordagem qualitativa, com a qual se pretendeu levantar algumas questões que podem servir para esclarecer como ocorre o processo de aprendizagem dos gestores de escolas públicas estaduais do ensino fundamental, em São Leopoldo/ RS.

A pesquisa descritiva do tipo survey, segundo Babbie (1999 apud MARTINS, FERREIRA, 2011; ROESCH, 1999), tem como principal objetivo a descrição das particularidades de determinada população ou fenômeno ou, então, a ligação de relações entre variáveis. Esse estudo pode ser realizado através de questões aplicadas por questionário enviados à população que se deseja informações, ou ainda através de entrevistas, com um intervalo de tempo determinado para a coleta das respostas.

Na pesquisa qualitativa, percebe-se que o diálogo tem papel de suma importância, pois é através dele que será levantada parte do material para o desenvolvimento da pesquisa (BAUER, GASKELL e ALLUM 2004). Para a coleta de dados, foi realizado um roteiro de questões que foi aplicado através de entrevistas semiestruturadas nos locais de trabalho dos gestores.

RESULTADOS

Depois de concluído o período de entrevistas, verificou-se que todas as gestoras que retornaram ao contato ou que foram entrevistadas, são mulheres, com média de idade de 48 anos, e têm como formação básica técnica o magistério e cursos superiores nas áreas de: Pedagogia, Biologia, Administração, Jornalismo, Direito, Letras-Português. O tempo médio de desempenho da função como gestora é de 10 anos, e de magistério de 24 anos.

Frente às dificuldades do cotidiano, a maioria das gestoras recorrem à troca com os colegas, com gestores de outras escolas, ou ainda entram em contato com antigas gestoras de escola (essa característica foi citado por todas as entrevistadas), quando isso não é suficiente para conseguir desempenhar a atividade, o último recurso para sanar uma dúvida é ir ou entrar em contato com a Coordenadoria Regional de Educação (CRE).

Os principais desafios mencionados pelas gestoras, no que diz respeito ao desempenho da função, foram ligados ao desconhecimento das obrigações da função; falta de participação dos pais; falta de professores; prazos curtos para prestação de contas e outros procedimentos

pertinentes a função; as mudanças de governo e de propostas pedagógicas. O tempo foi mencionado, pelas gestoras, como aliado para adquirirem mais segurança na tomada de decisões, frente a tantas dificuldades, e o que possibilita também, criar laços de amizade, parcerias com outros gestores.

DISCUSSÃO

Apesar das dificuldades encontradas em agendar as entrevistas com as gestoras, e ainda obter o retorno das mensagens de e-mail enviadas, foi possível identificar mais similaridades do que diferenças entre as mesmas, tanto no perfil profissional, quanto em relação às dificuldades encontradas no exercício da função. Constatou-se que o ambiente de trabalho permite a aprendizagem, a troca de experiência, entre gestores que compõem a equipe diretiva, com gestores de diferentes escolas, ou ainda com gestores já aposentados, para conseguir suprir dúvidas e dificuldades do cotidiano.

Essas trocas de contato, que a escola possibilita, são características de uma aprendizagem que gera a troca do conhecimento que se tem, com o que se vivencia, permitindo novas negociações e renegociações de sentidos, que irão resultar no conhecimento para o desempenho da função (LAVE, WENGER, 1991; ANTONELLO 2005; DIDIER, LUCENA, 2008; JUNIOR, ANDRADE, 2008; MORAES, BORGES, 2010).

Observa-se que não foram evidenciadas a preocupação em deixar sistematizado os processos de gestão, sendo constatado que, entre algumas gestoras, se restringem dados importantes do cotidiano do trabalho a anotações em agendas pessoais, cadernos ou, mesmo, à memória, devido desempenharem determinadas atividades há muitos anos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise dos resultados permitiu concluir que a aprendizagem dos gestores ocorre a medida que estão vivenciando a rotina de trabalho, e necessitam desenvolver competências, mesmo sem uma aprendizagem formal em gestão.

Conclui-se que a forma encontrada, pelo grupo estudado, de suprir possíveis faltas de conhecimento em desenvolver algum processo de gestão, é estabelecer um grupo, o qual pode ser considerado como uma comunidade de prática, já que formam espaços de troca de vivências com outros gestores e colegas de trabalho. De modo geral não ocorre uma preocupação em sistematizar e registrar os processos de gestão, o que se realizado, facilitaria o desempenho das atividades de novos gestores.

REFERÊNCIAS

- ANTONELLO, Claudia Simone. **A metamorfose da aprendizagem organizacional: uma revisão crítica. Os novos horizontes da gestão: aprendizagem organizacional e competências.** Porto Alegre: Bookman, p. 12-33, 2005.
- DIDIER, J. M. D. O. L. e LUCENA, E. D. A. **Aprendizagem de praticantes da estratégia: Contribuições da aprendizagem situada e da aprendizagem pela experiência.** Organizações e Sociedade, v.15, n.44, Jan./Mar., 2008. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/osoc/v15n44/07.pdf> . Acesso em: 20 out. 2014.
- JUNIOR, Francisco Antônio Coelho; BORGES-ANDRADE, Jairo Eduardo. **Uso do conceito de aprendizagem em estudos relacionados ao trabalho e organizações.** Paidéia, v. 18, n. 40, p. 221-234, 2008. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/paideia/v18n40/02> . Acesso em: 07 de jun. 2015.
- LAVE, Jean; WENGER, Etienne. **Situated learning: Legitimate peripheral participation.** Cambridge university press, 1991. Disponível em: http://books.google.ca/books?id=CAVIOrW3vYAC&pg=PA9&hl=ptBR&source=gbs_selected_pages&cad=2#v=onepage&q&f=false . Acesso em: 30 mar. 2015.
- LÜCK, Heloísa. **"Perspectivas da gestão escolar e implicações quanto à formação de seus gestores"** . Brasília 17.72 (2000): 11-33. Disponível em: http://www.crmariocovas.sp.gov.br/pdf/em_aberto_72.pdf . Acesso em: 15 nov. 2014.
- MARTELLI, Andrea Cristina. **Gestão escolar: mudança de paradigma ou uma nova nomenclatura para um velho modelo?.** Disponível em: <http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?code=vtls000224677&fd=y> . Acesso 24 nov. 2014.
- MEDEIROS, Arilene Maria Soares de. **Democratização da gestão escolar: avanços e recuos.** Revista Eletrônica de Educação. São Carlos, SP: UFSCar, v. 7, no. 1, p. 347-360, mai. 2013. Disponível em: <http://www.reveduc.ufscar.br/index.php/reveduc/article/viewFile/431/223> . Acesso em: 24 nov. 2014.
- MORAES, V. V. de; BORGES, Andrade, J. E.. **Aprendizagem Relacionada ao Trabalho.** 2010. Revista Psicologia: Organizações e Trabalho, 10(2), 112–128. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/rpot/article/viewFile/22213/20151>. Acesso em: 24 nov. 2014.
- MARTINS, Claudia Garrido; FERREIRA, Miguel Luiz Ribeiro. O survey como tipo de pesquisa aplicado na descrição do conhecimento do processo de gerenciamento de riscos em projetos no segmento da construção. In: **VII Congresso Nacional de Excelência em Gestão.** 2011. Disponível: http://www.excelenciaemgestao.org/Portals/2/documents/cneg7/anais/T11_0362_1839.pdf . Acesso em: 07 jun. 2015.

QUIMERAS PÓS-HUMANAS: OBSERVANDO VIDA E OBRA DE STELARC, STEVE MANN E NEIL HARBISSEON

Aline Corso¹

Sandra Portella Montardo²

Palavras-chave: Ciborgue. Pós-humano. Ficção científica. Cibercultura.

INTRODUÇÃO

Na sociedade contemporânea o corpo se apresenta ciborguizado em virtude da utilização de tecnologias para ampliar e (re)configurar as capacidades humanas. O ciborgue, surgido na literatura de ficção científica, é um híbrido marcado pelos dualismos natural X artificial, animal X máquina, humano X inumano. Este trabalho tem como objetivo compreender vida e obra de três figuras que personificam a figura do ciborgue, a saber: Stelarc (ciberartista performático que amplia sua capacidade corporal através das máquinas), Steve Mann (pesquisador da Universidade de Toronto e considerado o pai da computação vestível) e Neil Harbisson (artista e presidente da *Cyborg Foundation*).

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nesta pesquisa optei por utilizar os termos “ciborgue” e “pós-humano” como sinônimos para designar o indivíduo cujo corpo não é apenas orgânico, mas que incorpora também partes cibernéticas. É importante ressaltar que não existe um consenso sobre estes conceitos. Recorrendo a alguns autores relacionados na bibliografia, observamos Sibilia (2002) falando em “pós-orgânico”, Rüdiger (2008) e Santaella (2003) em “pós-humano” e Couto (2012) em “ciborgue”.

De modo geral, o ciborgue é um híbrido de homem e máquina surgido na literatura de ficção científica, época marcada por medos e incertezas quanto ao avanço tecnológico em decorrência da Revolução Industrial. Naquele período, a figura do ciborgue era utilizada para questionar conceitos relativos à moralidade e livre-arbítrio e, na perspectiva de Oliveira

¹ Mestranda em Processos e Manifestações Culturais (FEEVALE), bolsista Prosup/Capes. Bacharela em Tecnologias Digitais (UCS). Contato: aline.corso@gmail.com

² Professora e pesquisadora da FEEVALE. Doutora em Comunicação Social (PUCRS). Contato: sandramontardo@feevale.br

(2003, p. 179), é a “figura que melhor incorpora as complexas questões do humano em suas novas conexões com mundo”. Evocar a figura do ciborgue foi uma tentativa da sociedade interpretar o mundo de radicais transformações em que vivia: o trabalho braçal foi substituído por máquinas, o que gerou, entre muitos outros problemas, o desemprego. O ciborgue seria a máquina que poderia dominar o mundo e representava também a desvalorização do corpo (e do trabalho) humano.

No ensaio *Manifesto Ciborgue: Ciência, Tecnologia e Feminismo no Final do Século XX* (publicado originalmente em 1985), a filósofa feminista Donna Haraway utiliza metaforicamente a figura dos ciborgues para criticar as costumeiras tradições do feminismo e as transformações sociais e políticas ocorridas no ocidente na virada do século. Essas transformações referem-se principalmente à ciência e tecnologia pois, com elas, as fronteiras entre real e virtual, orgânico e inorgânico, carne e máquina são colocadas em xeque. Segundo a autora, “o ciborgue é um organismo cibernético, um híbrido de máquina e organismo, possuidor de uma parte dada e outra construída” (HARAWAY, 2009, p. 36).

Discorrendo ainda na dimensão do ciborgue, Rüdiger expõe que a figura do ciborgue deve ser vista como um sinal histórico de uma época, pois nos tempos atuais, “encarnada no homem (e na máquina), a técnica acabou se tornando o signo mais aparente de nossa relação com o mundo e a força a partir da qual procura se articular toda a nossa existência” (2008, p. 162). A carne humana, portanto, já se fundiu com as máquinas e este ser humano “melhorado”, fruto de uma junção corpo-técnica, “surge em meio à cultura contemporânea como um transgressor das fronteiras construídas, desconstruídas e vencidas” (COUTO, 2012, p. 20). As tecnologias de comunicação e informação arquitetam esse novo corpo, nivelando-se a uma máquina de alta-performance. Os avanços da medicina cada vez mais possibilitam a ciborguização. Nas palavras de Tomaz Tadeu da Silva:

Implantes, transplantes, enxertos, próteses. Seres portadores de órgãos artificiais. Seres geneticamente modificados. Anabolizantes, vacinas, psicofármacos. Estados artificialmente induzidos. Sentidos farmacologicamente intensificados: a percepção, a imaginação, o tesão. Superatletas. Supermodelos. Superguerreiros. Clones. Seres artificiais que superam, localizada e parcialmente (por enquanto), as limitadas qualidades e as evidentes fragilidades humanas. Máquinas de visão melhorada, de reações mais ágeis, de coordenação mais precisa. Máquinas de guerra melhoradas de um lado e outro da fronteira: soldados e astronautas quase artificiais; seres artificiais quase humanos. Biotecnologias. Realidades artificiais. Clonagens que embaralham as distinções entre reprodução humana e reprodução artificial. *Bits e bytes* que circulam, indistintamente, entre corpos humanos e corpos elétricos, tornando-os igualmente indistintos: corpos humano-elétricos (SILVA, 2009, p. 12).

Observamos que as representações do ciborgue acompanham a evolução da ciência e que, com o passar do tempo, o medo das máquinas é praticamente superado, dando lugar a um relacionamento de mutualismo entre homem e máquina. Ainda, a fácil transformação do humano em ciborgue é possível graças aos novos procedimentos da medicina e farmácia.

METODOLOGIA

A metodologia considerada mais adequada para a presente pesquisa é a pesquisa bibliográfica pois, de acordo com Prodanov e Freitas (2013), é elaborada a partir de material já publicado e constituída principalmente por livros, publicações em periódicos e artigos científicos, dissertações, teses e internet. Como explicam os autores, o pesquisador precisa atentar quanto à confiabilidade destes dados coletados, especialmente na internet, “observando as possíveis incoerências ou contradições que as obras possam apresentar” (2013, p. 54). Com o objetivo de obter um amplo alcance de informações, a pesquisa bibliográfica, comumente confundida com revisão bibliográfica³, permite o agrupamento de inúmeros dados dispersos e auxilia na formulação da resposta a um problema.

DISCUSSÃO E RESULTADOS

Para Stelarc, o corpo sempre foi um local de experimentação artística e poética, visto que defende que não é muito eficiente nem durável. O artista afirma que o corpo é obsoleto, fadado ao fracasso caso não se renda as capacidades e possibilidades de expansão física e cognitiva proporcionadas pela tecnologia. Este ciborgue expressa o sentido de (re)configuração das capacidades motoras através do uso de próteses e revela que o corpo é uma construção inacabada e está sujeito a novas intervenções (COUTO, 2012, p. 175). Na performance *Exoskeleton*⁴, o artista utiliza um exoesqueleto⁵ pneumático para se locomover, como uma espécie de aranha robótica e esteticamente relembra o vilão Doutor Octopus, da ficção Homem-Aranha. Com isso, ficção e realidade novamente se entrecruzam e torna-se cada vez mais difícil distinguir o que é prótese no humano e o que é carne na máquina (COUTO, 2012, p. 160).

³ É importante ressaltar que pesquisa bibliográfica não é o mesmo que revisão bibliográfica, ou revisão de literatura. De acordo com Prodanov e Freitas (2013, p. 131) a revisão bibliográfica inicia após a escolha do tema e o “pesquisador deve iniciar amplo levantamento das fontes teóricas (relatórios de pesquisa, livros, artigos científicos, monografias, dissertações e teses) com o objetivo de elaborar a contextualização da pesquisa e seu embasamento teórico, o qual fará parte do referencial da pesquisa na forma de uma revisão bibliográfica (ou da literatura), buscando identificar o estado da arte ou o alcance dessas fontes”. Nesta dissertação, chamamos de pesquisa da pesquisa.

⁴ Ver <<http://goo.gl/uGLEjr>> Acesso em 1 fev. 2015.

⁵ Espécie de armadura robótica.

Já Steve Mann contribuiu seminalmente para o campo de estudo em computação vestível, principalmente por constantemente reinventar e reconsiderar sua relação com a tecnologia, refletindo no aprimoramento do WearComp, seu óculos inteligente há mais de 35 anos. Mann “tornou-se gradualmente mais confortável com sua identidade ciborgue, porque a própria cultura estava se infundido com ideias sobre a transformação física e melhoramento do corpo”⁶ (RYAN, 2014, p. 73) e exprime a simbiose homem-máquina como modo de ser (COUTO, 2012, p. 175) ao relatar situações cotidianas em seu *blog*⁷. Recentemente, Mann foi agredido fisicamente no restaurante McDonalds, na França⁸, apenas por estar utilizando o *WearComp* (ou, apenas, sendo o ciborgue que é). Na ocasião, ao ser abordado pelos atendentes, explicou que o óculos era aparafusado ao seu crânio e, mesmo assim, foi atacado. Esta situação nos mostra que, embora os ciborgues já estejam inseridos na sociedade há quase duzentos anos, ainda há estranhamento quanto ao uso de próteses e implantes. Seria Steve Mann a versão (pós)moderna do monstro criado pelo Dr. Frankenstein?

Por fim, Neil Harbisson, o homem que escuta as cores e fundador de uma ONG internacional que promove o direito dos ciborgues, destaca que pessoas com deficiência não são as únicas que podem se beneficiar das extensões tecnológicas para modificar o seu corpo, mas que qualquer ser humano pode (e deve) explorar e estender os seus próprios sentidos e percepções. Como ciborgue que criou e implantou um dispositivo em seu crânio, Harbisson levanta questões referentes ao *biohacking*⁹ e a *Cyborg Foundation* disponibiliza, gratuitamente, principalmente em seu *site* oficial, pesquisas e códigos-fonte para que a população crie os seus próprios computadores vestíveis.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desta maneira, através das figuras de Stelarc, Steve Mann e Neil Harbisson - e a metáfora do ciborgue - podemos refletir acerca da nossa própria humanidade e, assim como destacou Paula Sibilia (2002, p. 11): “novas formas de pensar, de viver, de sentir; em síntese: novos modos de ser”. Podemos, então, interpretar que o corpo já é fraco, ultrapassado e precisa ser reconstruído? O corpo já é obsoleto? A medicina atual transforma o humano em ciborgue. A reengenharia do corpo é uma construção contínua. E essa construção já não é mais ficcional, é a verdadeira condição do corpo na pós-modernidade. Parafraseando Steve

⁶ Tradução nossa. Do original: “*He gradually became more comfortable with his human-machine identity, because culture itself was becoming infused with ideas about physical transformation and body enhancement*”.

⁷ Ver <<http://goo.gl/Mt5phJ>> Acesso em 1 fev. 2015.

⁸ Relato da agressão disponível em <<http://goo.gl/FN9vna>> Acesso em 1 fev. 2015.

⁹ Prática que une a biologia com práticas de *hacking*. No português, usa-se o termo biopirataria.

Mann (2001), a questão não é mais: nós teremos computadores vestíveis? ou nós seremos ciborgues? A questão é: que tipo de ciborgues somos hoje? Afinal, como já previu Donna Haraway (2009), nós somos ciborgues!

REFERÊNCIAS

COUTO, Edvaldo Souza. **Corpos Voláteis, Corpos Perfeitos: estudos sobre estéticas, pedagogias e políticas do pós-humano**. Salvador: EDUFBA, 2012.

CYBORG FOUNDATION. **Site oficial**. 2014. Disponível em <<http://cyborgfoundation.com>> Acesso em: 23 jun. 2015.

HARAWAY, Donna. Manifesto Ciborgue: Ciência, Tecnologia e feminismo-socialista no final do século XX. In: TADEU, T. (org.). **Antropologia do Ciborgue – as vertigens do pós-humano**. Belo Horizonte: Autêntica, 2009. 2ª edição.

MANN, Steve. **Cyborg: Digital Destiny and Human Possibility in the Age of Wearable Computer**. Randomhouse Doubleday, 2001.

OLIVEIRA, Fátima C. Regis M. Ficção Científica: uma narrativa da subjetividade homem-máquina. **Contracampo**. v. 9, p. 177-198, 2003.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa do trabalho**. Novo Hamburgo, RS: Feevale, 2013. Disponível em <<http://goo.gl/NNsTQi>> Acesso em: 23 jun. 2015.

RYAN, Susan Elizabeth. **Garments of Paradise: Wearable Discourse in the Digital Age**. Cambridge: MIT Press, 2014.

SANTAELLA, Lúcia. **Culturas e artes do pós-humano**. São Paulo: Paulus, 2003.

SIBILIA, Paula. **O homem pós-orgânico: corpo, subjetividade e tecnologias digitais**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

STELARC. **Site oficial**. 2014. Disponível em <<http://stelarc.org/.swf>> Acesso em: 23 jun. 2015.

RÜDIGER, Francisco. **Cibercultura e pós-humanismo: exercícios de arqueologia e crítica**. Porto Alegre: EDUPUCRS, 2008.

SILVA, Tomaz Tadeu da. Nós Ciborgues: o corpo elétrico e a dissolução do humano. In: TADEU, Tomaz (org.). **Antropologia do Ciborgue: as vertigens do pós-humano**. 2ªEd. – Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009.

RECURSO EXTRAORDINÁRIO 670422/RS E A DEFINIÇÃO DA MUDANÇA DE SEXO NO REGISTRO CIVIL

Autora: Alice Hertzog Resadori¹

Orientador: Roger Raupp Rios²

Palavras-chave: Transexuais. Travestis. Mudança de sexo. Registro civil. Repercussão geral.

INTRODUÇÃO

O Poder Judiciário tem se deparado com diversas demandas movidas por travestis e transexuais pela mudança do prenome e do sexo no registro civil, sem que tenham realizado ou pretendam realizar a cirurgia de transgenitalização. Estes pleitos são deferidos ou indeferidos de acordo com a concepção de sexo e gênero utilizada pelo órgão julgador. Recentemente, contudo, o Supremo Tribunal Federal (STF) reconheceu a repercussão geral da matéria no bojo do Recurso Extraordinário 670422 (BRASIL, STF, 2014) e analisará a possibilidade de travestis e transexuais alterarem seus nomes e sexos, independente de se submeterem a qualquer procedimento cirúrgico, decisão cujo conteúdo certamente terá impacto não somente para todas as instâncias judiciais, como também na opinião pública e nas representações sociais sobre as identidades sexuais e de gênero.

Considerando a importância da referida decisão, a presente pesquisa pretende responder ao seguinte problema: quais são as possíveis interpretações que o STF poderá utilizar quando da apreciação do mérito do Recurso Extraordinário 670422 e quais são as suas consequências jurídicas? Para tanto, a pesquisa apresenta os seguintes objetivos: analisar as principais teorias sobre sexo e gênero (essencialismo, construcionismo e teoria queer) que podem servir de embasamento para a decisão do STF; identificar as consequências jurídicas da aplicação de cada uma delas; propor uma interpretação que garanta a maior efetividade dos direitos fundamentais.

¹ Especialista em Direito Público com Ênfase em Direito Constitucional, mestranda em Direito, com Ênfase em Direitos Humanos, no Centro Universitário Ritter dos Reis, Assessora Jurídica no Município de Canoas.

² Juiz Federal, Mestre e Doutor em Direito (UFRGS), Professor do Mestrado em Direitos Humanos da UniRitter.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O caso analisado trata de trans-homem que pretende a alteração do prenome e do sexo no registro civil. A decisão de primeira instância julgou parcialmente procedente o pedido, deferindo a mudança de nome, mas não a de sexo, por entender que a cirurgia de transgenitalização seria necessária para a alteração do assentamento do sexo. Trata-se de posicionamento essencialista, que compreende o sexo exclusivamente a partir de fatores biológicos, e parte de uma concepção binária de sexo e gênero (homem e mulher, masculino e feminino), devendo o sujeito apresentar uma correspondência entre estes dois elementos (DORLIN, 2009). Isto porque, esta posição entende as construções culturais do feminino e do masculino como expressões naturais dos homens e das mulheres (BEASLEY, 2006). Assim, a cirurgia de transgenitalização é vista como a cura necessária para um equívoco biológico, ou seja, seria a forma de “resolver” uma indevida incongruência entre o gênero e o sexo. Ao apreciar estas demandas judiciais a partir do essencialismo, o Poder Judiciário vincula o deferimento dos pedidos à realização ou a marcação da cirurgia de transgenitalização. Conseqüência disso é que, caso não haja a “readequação” do órgão genital, alcançando a correspondência ao gênero do indivíduo, entende-se que o registro civil está de acordo com o sexo biológico dos sujeitos, não devendo, portanto, ser alterado.³

Em segundo grau, o Relator afasta a necessidade da cirurgia para a alteração do registro civil, entendendo que “*a masculinidade de um homem não está restrita aos seus órgãos sexuais [...]. Para aferir a masculinidade, um critério muito mais seguro é a identificação social da pessoa em seu meio.*” (RIO GRANDE DO SUL, TJ, 2011). Esta concepção construcionista compreende a transexualidade não como uma moléstia, e sim como um elemento essencial para afirmação identitária dos sujeitos. Contrapondo-se aos argumentos que justificam as desigualdades pelas diferenças biológicas entre os sexos, entende-se que não são as características sexuais que constroem o que é feminino e masculino, mas sim, a forma com que estas características são representadas e valorizadas socialmente. (LOURO, 2010).

A aplicação da teoria construcionista tem dado guarida no Judiciário a decisões que deferem pedidos de alteração de nome e também de sexo no registro civil sem que a pessoa tenha realizado a cirurgia de transgenitalização, na medida em que reconhece que o sexo

³ Neste sentido: Apelação Cível nº 70056132376, Sétima Câmara Cível, TJ/RS, Relator: Jorge Luís Dall’Agnol, Julgado em 13/11/2013; Apelação Cível nº 70022952261, Oitava Câmara Cível, TJ/RS, Relator: José Ataídes Siqueira Trindade, Julgado em 17/04/2008; Apelação Cível nº 0909159-11.2012.8.26.0037, Oitava Câmara de Direito Privado, TJ/ SP, Relator: Pedro de Alcântara da Silva Leme Filho, Julgado em 19/02/2014.

corresponde a elementos identitários de gênero⁴. No caso em análise, apesar de o Relator ter adotado este posicionamento, foi vencido pelos demais membros da Câmara, tendo preponderado a posição essencialista de que não se pode alterar o sexo constante do registro civil, pois *“mesmo a transgenitalização não consegue dotar órgãos sexuais artificialmente construídos de todas as características e funcionalidades dos originais. Isso sem contar com o aspecto cromossômico, este imutável.”* (RIO GRANDE DO SUL, TJ, 2011) Assim, a solução encontrada pelos desembargadores foi a averbação da condição de transexual nos registros do apelante, em respeito aos princípios da publicidade e da veracidade dos registros públicos.

No Recurso Extraordinário sustenta-se que a não alteração do sexo no registro civil ofende os direitos a antidiscriminação, à dignidade humana e à saúde, não devendo ser reduzido o conceito de gênero aos aspectos morfológicos ou ao órgão genital. Ainda, aduz-se que a matéria discutida na lide ultrapassa os seus limites subjetivos, recaindo as consequências da decisão para todas as pessoas transexuais que buscam a retificação do registro civil. O STF reconheceu a densidade constitucional das questões discutidas no caso ora analisado, *“uma vez que expõe os limites da convivência entre os direitos fundamentais como os da personalidade, da dignidade da pessoa humana, da intimidade, da saúde, entre outros de um lado, com os princípios da publicidade e da veracidade dos registros públicos de outro”*. (BRASIL, STF, 2014) Ainda, conheceu a repercussão para além da lide. Considerando que a decisão do STF terá impacto em toda a sociedade, espera-se que seja adotada a perspectiva que garante a maior efetividade dos direitos fundamentais (ALEXY, 2006).

METODOLOGIA

A presente pesquisa tem natureza teórica, fundamentada pela bibliografia pertinente ao tema, bem como pela análise das decisões judiciais proferidas no caso em análise. Será utilizado o método dialético, pois o objeto desta pesquisa é tratado no contexto social em que está inserido, e não de forma isolada (MARCONI; LAKATOS, 2003, p. 100-105). A análise dos conceitos de sexo e de identidade de gênero presentes nas principais teorias sobre o tema é feita a partir do contexto em que estes conceitos se constroem e com o qual se relacionam,

⁴ Apelação Cível, nº 70057414971, TJ/RS, Relator Rui Portanova, julgado em 05/06/2014 e Apelação Cível nº 008539-56.2004.8.26.0505, TJ/SP, Relator Vito Guglielmi, julgado em 18/10/2012.

bem como sua aplicação é vista na realidade social de travestis e transexuais que buscam a efetivação de direitos fundamentais invocados para a mudança de sexo no registro civil.

RESULTADOS, DISCUSSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS

No balanço entre as compreensões essencialista e construcionista, ainda que a segunda seja uma posição mais abrangente e garantidora dos direitos fundamentais da igualdade e da liberdade, por se vincular a uma perspectiva identitária dos sujeitos, acaba por engessar a aplicação de tais direitos. Isso porque, ao estabelecer que a identidade de gênero deve ser afirmada pelos sujeitos e reconhecida pela sociedade, acaba limitando o próprio entendimento do que significa esta identidade ao que foi socialmente delimitado. Assim, nos casos em que transexuais pleiteiam a alteração de nome e de sexo no registro civil, devem comprovar ao Poder Judiciário que se conformam com a identidade de gênero assumida, apresentando diversas características do que se compreende como feminino (em casos de trans-mulheres) ou masculino (trans-homens), sob pena de verem negado seu pleito.

Contudo, se pensarmos a partir de uma perspectiva queer, que conduz a uma interpretação mais abrangente das categorias sexo e gênero, vislumbraremos possibilidades de maior proteção aos direitos fundamentais relacionados à sexualidade. Em vez de se deter na análise da construção das identidades, como propõe o construcionismo social, os estudos queer questionam a estabilidade dos sujeitos e focam nos processos sociais que os classificam, hierarquizam e normalizam (BUTLER, 2002). Ao compreender sexo e gênero como performatividade, os estudos queer abrem espaço para que sejam vividos de diversas formas, inclusive subvertendo o modelo heteronormativo e a limitação das inteligibilidades do sujeito.

Nesse diapasão, a alteração jurídica de sexo de travestis e transexuais poderia ser realizada independentemente da submissão à cirurgia de transgenitalização, e sem a necessidade de demonstração da existência de traços femininos ou masculinos que formam suas identidades de gênero, como se exige na lógica afeita ao construcionismo social, redundando então em maior amplitude do direito de liberdade, compreendido como autodeterminação (SUIAMA, 2102). Como os corpos dos sujeitos dizem respeito apenas a sua esfera de autodeterminação, não caberia ao Judiciário decidir de que forma devem ser exercidos os sexos e os gêneros dos indivíduos. Assim, os indivíduos teriam maior autonomia para decidirem o seu sexo e o seu gênero, a partir de suas convicções e construções, mais do que por padrões impostos pelas estruturas de poder, que, ao fim e ao cabo, perpetuam a heteronormatividade e a exclusão dos sujeitos não inteligíveis.

REFERÊNCIAS

- ALEXY, Robert. **Teoria dos Direitos Fundamentais**. Tradução de Virgílio Afonso da Silva. São Paulo: Malheiros Editores, 2006.
- BEASLEY, Chris. **Gender & Sexuality: Critical Theories, Critical Thinkers**. In: Gender & Sexuality, London: SAGE Publications, 2006.
- BUTLER, Judith. **Cuerpos que importan: sobre los límites materiales y discursivos del “sexo”**. 1ª Edição. Buenos Aires: Paidós, 2002.
- BORRILLO, Daniel. **Por una Teoría Queer del Derecho de las personas y las familias**. Revista Direito, Estado e Sociedade, 2011, p. 27-51
- BRASIL. **Supremo Tribunal Federal**. Recurso Extraordinário nº 670422, Relator Min. Dias Toffoli, julgado em 11/09/2014.
- DORLIN, Elsa. **Sexo, género y sexualidades: introducción a la teoría feminista**. Buenos Aires: Nueva Vision, 2008.
- LOURO, Guacira Lopes (org). **O corpo educado: pedagogias da sexualidade**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010.
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- RIO GRANDE DO SUL. **Tribunal de Justiça**. Apelação Cível nº 70041776642, Relator Rui Portanova, Descisão em 30 de junho de 2011.
- SUIAMA, Sérgio. **Um modelo autodeterminativo para o direito de transgêneros**. Boletim Científico ESMPU, Brasília, a.11, n. 37, p. 101 -139, Edição Especial 2012.

RELAÇÕES ENTRE OS VALORES ORGANIZACIONAIS ESTABELECIDOS E OS VALORES ORGANIZACIONAIS PERCEBIDOS PELA EQUIPE

Deise Link¹

Vânia Gisele Bessi²

Palavras-chave: Cultura organizacional. Valores Organizacionais. Cultura Organizacional

INTRODUÇÃO

Os valores organizacionais podem ser determinantes para instigar um indivíduo a permanecer ou sair de uma empresa. É compreensível, pois os valores organizacionais são o conjunto de normas, estruturas, rotinas, regras comportamentos defendidos pela empresa (SCHEIN, 2009). Faz-se necessário que os valores individuais, dos colaboradores, estejam em consonância com os organizacionais, para que os objetivos organizacionais e individuais sejam alcançados. Os valores são importante elementos da cultura organizacional.

O objetivo deste estudo é verificar se os valores estabelecidos são iguais aos valores percebidos. Aplicou-se um questionário para todos os membros da organização utilizando-se o modelo de Schwartz (1992). A empresa objeto de estudo é de médio porte localizada na região do Vale do Rio dos Sinos, prestadora de serviços de design de moda para empresas de grande porte de todo o Brasil. O presente artigo busca responder ao seguinte problema: os valores organizacionais percebidos pela equipe são iguais aos valores institucionalizados? Para fins de confidencialidade a organização escolhida será denominada “Empresa X”. Parte-se da hipótese que as os valores institucionalizados sejam os mesmos ou similares aos percebidos pela equipe. Justifica-se a pesquisa, pois a partir desta medição será possível corrigir sistemáticas, afim de que estejam de acordo com as expectativas da empresa. Além disso, será possível conhecer qual a leitura que os colaboradores possuem da empresa.

¹ Graduada em Administração de empresas pela Universidade Feevale, Mestranda em Indústria Criativa. Professora Orientadora: Dr^a Vânia Bessi.

² Doutora em Administração. Professora do Mestrado Profissional em Indústria Criativa da Universidade Feevale. Email: vania@feevale.br

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

CULTURA ORGANIZACIONAL

A fim de contextualizar “cultura organizacional” utilizou-se autores como Freitas (1991), Schein (2009), Mendes e Cavendon (2011), Souza (2014) e Morgan (1996). A cultura organizacional é um conjunto de pressupostos básicos inventado pelo grupo ou desenvolvido a partir de experiências vivenciadas pela empresa (SCHEIN, 2009). Todos os indivíduos se ajustam a essa cultura, indiferente do número de colaboradores existentes (FREITAS, 1991). Mendes e Cavendon (2011) apresentam a cultura organizacional observada e identificada sob três perspectivas: a integração (identificada como consensual), a diferenciação (com um “emaranhado” de subculturas, que possuem consenso interno do grupo mas que apresentam conflitos intergrupos decorrentes) e a fragmentação (diversas visões dentro do grupo de relações simbólicas e políticas que ocorrem no contexto das organizações, possibilitando o desenvolvimento de grupos, hierarquias e conflitos entre os integrantes” (MENDES & CAVENDON, 2011, p.109).

VALORES ORGANIZACIONAIS

Para Bedani (2012), valores organizacionais são a essência ideológica das organizações. É um conjunto resumido de princípios que norteiam e direcionam a organização, atendendo a interesses amplos, não podem ser confundidos com as práticas organizacionais, nem com objetivos específicos decorrentes de uma situação isolada ou atípica. Para Hofstede (1980) os valores organizacionais estão estabelecidos em três pilares: a missão, a visão e os princípios (ou ainda chamados valores) organizacionais. Na missão a empresa delimita seu negócio, seus objetivos e a estratégia traçada para alcançá-los. Na visão, relata-se onde a empresa pretende chegar. Nos valores ou princípios são os valores e comportamentos esperados pela empresa.

Borges *et al* (2004) comentam que os valores culturais são estruturados em três dimensões bipolares que são: i) **conservadorismo** (que preza pelo *status quo*, propriedade e manutenção da solidariedade grupal) que contrapõe a **autonomia** (proteger e promover os direitos e ideais, conservando a curiosidade e criatividade); ii) a **hierarquia** (legitimar a hierarquia dos papéis na organização e dos recursos sociais) que contrapõe o **igualitarismo** (foco no bem estar de todos) e iii) **harmonia** (relação harmoniosa com o ambiente) contrapondo o **domínio** (assertividade e competência na transformação do meio empresarial que está inserido).

A partir destes valores descritos Schwartz (1992, p.45) descreveu dez tipos de valores e a associação das metas perseguidas por cada um destes valores, conforme visualizados na figura 1. De acordo com o autor, os dez tipos de valores individuais indicados na figura 1 são utilizados pelas organizações para definição de perfil organizacional, os quais são organizados em quatro quadrantes: abertura à mudança (associado aos itens de auto direção, hedonismo, estimulação), conservação (tradição, conformidade e segurança), autopromoção (realização e poder) e auto transcendência (universalismo e benevolência). Esses valores constituem-se em polos distintos. Observa-se que um polo “anula” seu outro extremo, isto é, ou a empresa possui abertura a mudança ou ela segue a tradição e a conformidade dos processos e produtos.

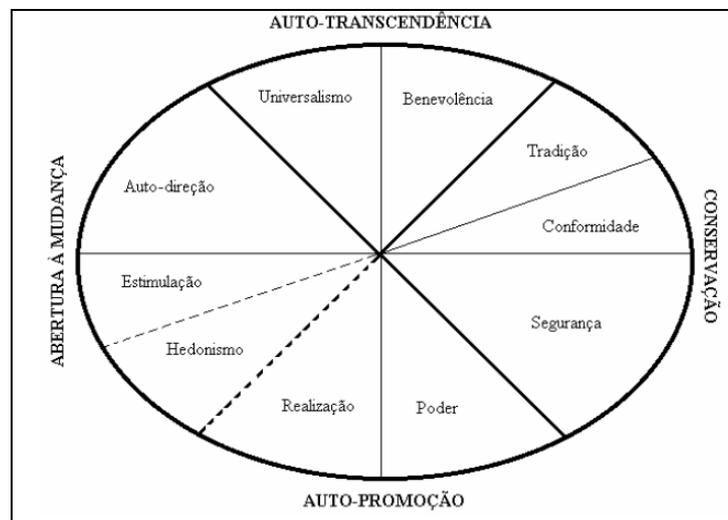


Figura 1- Estrutura de valores
Fonte: SCHWARTZ , 1992, p. 45

METODOLOGIA

Esta é uma pesquisa exploratória, que de acordo com Gil (1996) proporciona maior familiaridade com o problema. A coleta de dados foi realizada a partir de um inventário de perfil de valores organizacionais, que foi validado por Oliveira e Tamayo (2004), respondido por 34 pessoas - 16 mulheres e 18 homens, com idade entre 18 e 44 anos. Cada coluna recebeu um peso, sendo que, peso 6= muito parecida; peso 5= parecida; peso 4= mais ou menos parecida; peso 3 = pouco parecida; peso 2 = não se parece; peso 1 = não se parece em nada. Somaram-se todos os valores obtidos para cada um dos oito fatores trabalhados para posterior cálculo da média destes fatores. A conceituação de cada valor contido na figura 1, obteve por base os autores Oliveira e Tamayo (2004):

Realização (fator 1): os itens direcionados para o sucesso, que se apresenta a partir da competência dos colaboradores e da organização. Valoriza-se e estimula-se a competência e o sucesso dos colaboradores. Ex: valorização que as empresas dão para a realização das metas.

Conformidade (fator 2): itens direcionados aos limites das atitudes, comportamentos dos colaboradores, enfatizando o respeito e cumprimento das regras, normas e modelos de comportamento individual para o ambiente interno e com as demais organizações. Promove-se internamente a boa índole, a cortesia, as boas maneiras e o respeito as normas da empresa.

Domínio (fator 3): associado ao poder, para obter status, controlar pessoas, recursos, um espaço dominante de mercado, priorizando a competição e o domínio de novos clientes. Estimula-se o poder, obter lucros, ser agressiva e competitiva no mercado no qual está inserida a fim de dominá-lo.

Bem-estar (fator 4): itens vinculados ao bem-estar do colaborador, sua qualidade de vida, ajudar os colaboradores para que se sintam bem neste ambiente, cuidando deles. Promove-se a satisfação, o bem-estar, a qualidade de vida dos colaboradores.

Tradição (fator 5): itens vinculados com a manutenção e respeito dos costumes e práticas “sagradas” pela empresa para garantir sua sistemática de funcionamento. A empresa estimula e preza pela tradição, pelo respeito aos costumes da empresa, preservando-o no decorrer do tempo com os todos os colaboradores.

Prestígio Organizacional (fator 6): vinculado ao prestígio da organização, respeito da sociedade decorrente da qualidade de seus produtos, influenciando o comportamento de outras organizações. Estimula-se o reconhecimento da organização por todos.

Autonomia (fator 7): este item é referente ao interesse que o colaborador possui em aperfeiçoar-se bem como a abertura que a organização possui. Estimula-se os desafios, a variedade de trabalho, a competência, a curiosidade, a criatividade, variedade de experiência, definição de objetivos profissionais de seus empregados.

Preocupação com a coletividade (fator 08): são os valores norteados para o relacionamento com a comunidade e com os indivíduos mais próximos. É honrar com os compromissos estabelecidos e ser honesto. A empresa promove a justiça e a igualdade com todos, sendo tolerante, sincera e honesta com todos os envolvidos.

APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A Empresa X trabalha com os seguintes valores organizacionais: ética, inovação, flexibilidade, adaptabilidade, empreendedorismo, responsabilidade social, preservação de

boas parcerias e crescimento pessoal e profissional contínuo. Os resultados obtidos, após tabulação da pesquisa foram os apresentados no Quadro 1.

Fator	Resultado obtido
F1 = Realização	5,08
F2 = Conformidade	5,23
F3 = Domínio	5,19
F4 = Bem-estar do Empregado	4,04
F5 = Tradição	4,33
F6 = Prestígio	4,72
F7 = Autonomia	4,50
F8 = Preocupação com a Coletividade	4,78

Quadro 1: resultado da pesquisa organizacional
Fonte: elaborado pela autora

Ao verificar se os valores organizacionais percebidos pela equipe são iguais aos valores institucionalizados, percebeu-se que os seguintes itens são convergentes com os valores institucionalizados: ética e a preservação de boas parcerias, Crescimento pessoal e profissional contínuo, flexibilidade e adaptabilidade, empreendedorismo. Não sendo percebido o item inovação e responsabilidade social. Avaliou-se ainda que a partir da coleta de dados efetuada in loco que a empresa objeto apesar de atuar no segmento criativo, está situada no quadrante oposto da Estrutura de valores de Schwartz (1992) sugerindo a necessidade de aperfeiçoamento da empresa neste item, reduzindo ações vinculadas a conservação e ampliando de ações no campo de abertura.

Cabe comentar que no questionário as opções de resposta: “não se parece em nada” e “não se parece”, praticamente não foram assinaladas, assim como muitos itens assinalados pela equipe receberam pontuação bem adversa o que sinaliza a existência de subculturas dentro da cultura organizacional da organização. Isto pode ser decorrente das áreas de atuação e do perfil dos líderes que possuem abordagens diferenciadas para cada situação (uma vez que a tradição não é algo cultivado pela empresa).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A maioria dos valores organizacionais divulgados na organização são percebidos e cultivados com exceção dos valores: empreendedorismo e inovação. Isto pode ser justificado pelo fato da empresa não ter criado produtos novos nem realizado novas formas e sistemáticas de trabalho. Somente a adequação dos processos a partir das demandas do cliente. Por fim, a organização em estudo no momento da aplicação do teste possuía 50% dos participantes com menos de 1 ano na organização o que pode ter influenciado no resultado da pesquisa.

REFERÊNCIAS

- BEDANI, Marcelo. **O impacto dos valores organizacionais na percepção de estímulos e barreiras à criatividade no ambiente de trabalho**. REV. ADM. MACKENZIE, V. 13, N. 3, Ed. Especial. SÃO PAULO, SP. MAIO/JUN. 2012.
- BORGES, et al. **Comprometimento no trabalho e sua sustentação na cultura e no contexto organizacional**. RAE-eletrônica, v. 3, n. 1, Art. 8, jan./jun. 2004
- FREITAS, Maria Ester de. **Cultura organizacional grandes temas em debate**. Rev. Adm. Empres. vol.31 no.3 São Paulo July/Sept. 1991
- GIL, A. C.. **Como elaborar projetos de pesquisa**. Ed. Atlas, São Paulo. 1996.
- HOFSTEDE, G. **Cultures consequences: International differences in workrelated values**. Beverly Hills, CA: Sage, 1980.
- MENDES, L.; CAVEDON, N. R.. **As culturas organizacionais territorializadas**. 2011
- MORGAN, G.. **Imagens da Organização**. São Paulo: Atlas, 1996.
- OLIVEIRA, A. de F.; TAMAYO, A.. **Inventário de perfis de valores organizacionais**. Revista Administração, São Paulo, v.39, n.2, p.129-140, abr./maio/jun. 2004
- SCHEIN, E.H. **Cultura organizacional e liderança**. São Paulo: Atlas, 2009.424p.
- SCHWARTZ, S. H.; BILSKY, W. **Toward a universal psychological structure of human values**. Journal of Personality and Social Psychology, v.53, p.550-562, 1987
- SOUZA, C.P.da S.. **Cultura e clima organizacional: compreendendo a essência das organizações**. Curitiba: Intersaberes 2014.

REPRESENTAÇÃO E LUXO NA REVISTA *VOGUE BRASIL KIDS*: A MÍDIA COMO CONSEQUÊNCIA DA CULTURA DO CONSUMO

Débora Cristine Flesch¹

Saraí Patrícia Schimidt²

Palavras-chaves: Representação. Luxo. *Vogue Brasil Kids*. Mídia. Consumo.

INTRODUÇÃO

As relações sociais são pautadas em representações. Na atualidade, o homem busca uma forma de demonstrar sua imagem para o grupo no qual está inserido. Muitas vezes, esta imagem é construída com base em valores e características efetivamente inexistentes, porém representáveis. Através da representação, estabelece-se um processo de comunicação, em função de códigos que são construídos culturalmente.

Dentro do universo das representações, destaca-se o luxo como um dos conceitos mais utilizados para este fim. Através do luxo, na sociedade ocidental, pode-se representar poder e riqueza. Além disso, é importante ressaltar que, em geral, o luxo aparece relacionando ao consumo. Tal informação é pertinente uma vez que se vive em uma cultura norteada pelo consumo.

Na pós-modernidade, ele acaba por ocupar um papel central na vida dos indivíduos, sendo utilizado para auxiliar na resolução da questão da identidade dos mesmos. Portanto, se o consumo é capaz de resolver a questão da identidade, é inevitável que ele sirva também para representá-la. Dessa forma, aquele que almeja representar uma vida de prestígio e fortuna, recorre à compra de artigos de luxo. Com esse fundamento, uma identidade é construída e representada. Para esse cenário a moda é fundamental, já que é capaz de traduzir, com seu espírito efêmero, a atmosfera de dispêndio originada pelo luxo.

A partir disso, surgem inúmeras publicações de moda com o objetivo de veicular uma imagem perfeita de luxo. Tal imagem faz das publicações, comerciais; uma vez que elas refletem as ideias que fazem parte do pensamento da comunidade onde estão inseridas. É

¹ Bacharela em Moda e mestranda em Processos e Manifestações Culturais pela Universidade Feevale (bolsista CAPES). Estilista. E-mail: deboraflesch@gmail.com.

² Doutora em Educação pela UFRGS. Docente nos Programas de Pós-Graduação em Processos e Manifestações Culturais e Inclusão Social e Diversidade Cultural da Universidade Feevale. E-mail: saraischmidt@feevale.br.

evidente que, na atualidade, o público termina por influenciar o jornalismo, visto que, em função do capitalismo, as produções midiáticas precisam cativar a cada dia um maior número de leitores.

Diante do exposto, pretende-se, através da presente pesquisa, problematizar a representação do luxo na revista de moda *Vogue Brasil Kids*. Tal publicação, pertencente ao grupo *Globo Condé Nast*, apresenta informações relacionadas a vestuário infantil de luxo, sendo direcionada para pais e filhos. Pretende-se, através da análise do editorial de moda do exemplar de Inverno 2015 da revista, refletir sobre a representação do luxo, relacionando isso a cultura do consumo vigente e as ideias explanadas de que a mídia é influenciada pelo pensamento da sociedade na qual se encontra inserida.

METODOLOGIA

Para que se tornasse possível a presente investigação, foi conduzida uma pesquisa bibliográfica, considerando, entre outros, os estudos de Chartier (2002), sobre representação; Lipovetsky (2005), sobre luxo; e Campbell (2006), sobre cultura do consumo e identidade. A partir disso se propôs uma discussão acerca das imagens observadas no editorial de moda citado.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA E DISCUSSÃO

O luxo encontra-se inserido nas sociedades ligado a representações. Ele conota a excessos, extravagâncias, riquezas e consumo. No ocidente trata-se de um símbolo muito presente, podendo estar relacionado à formação da identidade do homem em um contexto onde o ter passa a valer pelo ser.

O mundo do luxo é um mundo de excessos e não necessariamente de riquezas propriamente ditas. Ele envolve sobretudo despreocupação com o futuro e até mesmo desperdício. Além disso, o luxo não pode ser concebido sem o espetáculo, ou seja, sem o olhar de admiração do outro: conforme já dito, trata-se de um ato de representação, uma expressão social de superioridade. Segundo Lipovetsky (2005, p.35), a “nobreza transforma-se em classe de representação e recreio”. Para que a existência do luxo faça sentido, é imprescindível que o mesmo seja representado.

A representação é responsável pela conexão de sentido à cultura. Pensamos através de conceitos, materiais ou abstratos, oriundos da representação. Além disso, por ela é possível que um indivíduo comunique algo significativo a outro. Para Chartier (2002), não há uma sociedade a não ser pela representação, com ela o mundo é povoado de sentido. Ademais, a

identidade individual do sujeito também é formada perante a representação ao grupo. Determinado crédito é dado a cada indivíduo em função da imagem que ele faz de si mesmo, ou seja, da forma que ele se representa (CHARTIER, 2002).

Diante da atual cultura de consumo vigente, para que um indivíduo comunique a ideia de uma identidade de luxo, é fundamental que o mesmo porte produtos relacionados a este segmento: o mercado de luxo. Vive-se em um período histórico onde a sociedade encontra-se voltada ao consumo e a cultura é manifestada através da compra de artigos. Sua função não é saciar necessidades, mas criar necessidades novas (BAUMAN, 2013). Inserido nesta cultura de consumo, o indivíduo busca na compra de objetos, as soluções para suas mais profundas questões relacionadas à construção de uma identidade (CAMPBELL, 2006).

Por fim, salienta-se também que, em função da dita cultura, a mídia se volta para veiculação de imagens representativas de um estilo de vida fundamentado no consumismo. Isso ocorre, pois de acordo com Rudiger (2013), em função dos avanços do capitalismo a imprensa adquiriu um cunho comercial, buscando trabalhar assuntos que sejam de interesse da população, traduzindo o espírito da sociedade na qual está inserida. Dessa forma, a opinião do público influencia o jornalismo, e as publicações buscam criar matérias que possam agradar um maior número de leitores.

Por todos esses motivos, observa-se a presença de imagens representativas de luxo em editoriais de moda contemporâneos. Para a presente pesquisa, optou-se pela análise do editorial de moda de destaque de capa da edição de Inverno 2015 da revista *Vogue Brasil Kids*. A revista em questão, direcionada à moda mirim, aponta as principais tendências de vestuário e acessórios para determinadas estações do ano, trazendo novidades da moda de luxo apresentada nas passarelas dos principais *fashion week's* internacionais.

O editorial analisado possui o título *Celebração Flamenca*. O objetivo da revista com tal editorial é a apresentação da linha *Children* da marca *Dolce & Gabbana* para seus leitores, marca esta que inaugurou recentemente uma loja exclusiva da linha em questão no Brasil, em um *shopping center* da cidade de São Paulo. O título do editorial é dado pelo fato de que a mais nova coleção da grife homenageia símbolos da cultura espanhola, como o toureiro, o flamenco e o cravo. É importante ressaltar que esta marca tem o foco na comercialização de roupas de luxo, sendo considerada uma grife de alta costura. Suas peças de vestuário infantil custam aproximadamente de mil a dois mil e quinhentos reais.

Através da análise realizada, pode-se observar alguns pontos relevantes no editorial em questão. Um dos elementos que chama a atenção é a escolha das cores: predomina o uso de roupas em tons de vermelho, branco e preto. Essas cores possuem um histórico de

associação ao luxo. O vermelho, para povos antigos como os gregos e os hebreus, significava riqueza, uma vez que o corante utilizado para que se tingisse tecidos nesta cor era raro, portanto reservado apenas para a realeza e líderes religiosos. Já o preto e o branco, sobretudo juntos como aparecem nas fotos, são símbolos modernos de elegância e sofisticação, construídos pela imagem pessoal e pelas criações da estilista francesa Coco Chanel. Outro ponto a ser observado é a aplicação de enfeites em dourados nas roupas, remetendo ao ouro. Além disso, as peças são elaboradas com bordados artesanais, também considerados símbolos de riqueza. Em tempos de *fast fashion*, roupas trabalhadas manualmente, que levam tempo para serem confeccionadas, são um luxo. Por fim, as crianças encontram-se em um cenário de natureza, porém se vestem de maneira clássica, e não despojada. Os modelos mirins portam inclusive acessórios em couro, como sapatos sociais e bolsas. Tudo isso remete à uma atmosfera de luxo.

Observa-se que a revista opta por retratar tal atmosfera de luxo, pois este é o universo almejado por seus leitores, que influenciam a publicação. A partir do editorial, o público da revista pode procurar consumir a estética apresentada de alguma forma, mesmo que não seja com os produtos *Dolce & Gabbana* propriamente ditos. Dessa maneira, o leitor se sentirá incluído no mundo de sonho representado pelo luxo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS E RESULTADOS

A partir das análises da pesquisa apresentada, podemos apontar algumas considerações. Nota-se que a revista *Vogue Brasil Kids* realmente evidencia uma representação de luxo no editorial estudado, através da utilização de signos que remetem a isso. Além disso, observa-se também que tal representação veiculada pela revista está relacionada aos anseios e ambições de seus leitores, que recorrem a compra de produtos que representem o luxo para a construção de suas identidades.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zigmunt. *A cultura no mundo líquido moderno*. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2013.

CAMPBELL, Colin. Eu compro, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno. In: BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin. *Cultura, consumo e identidade*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

CHARTIER, R. O mundo como representação. In: *À beira da falésia: a história entre certezas e inquietudes*. Porto Alegre: Ed. da Universidade/UFRGS, 2002.

LIPOVETSKY, G. Luxo eterno, luxo emocional. In: *O luxo eterno: da idade do sagrado ao tempo das marcas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

RUDIGER, Francisco. As teorias da imprensa do liberalismo tardio na era do jornalismo de massa. 9º Encontro Nacional de História da Mídia. *Anais...* Ouro Preto: UFOP, 2013.

SOBRE A DIFERENÇA: COMO O DIREITO VEM TRATANDO A QUESTÃO DA DIVERSIDADE DE GÊNERO?¹

Lisiana Carraro; Roberta da Silva; João Batista Monteiro Camargo²;
Denise Regina Quaresma da Silva³

Palavras-chave: Direito. Direitos humanos. Diversidade.

INTRODUÇÃO

A Constituição Federal assegura como garantia fundamental a igualdade e dispõe como princípio fundamental promover o bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação como todos bem sabemos e como previsto no Art. 5º, contudo, apesar da proteção tácita prevista, as violações de direitos em razão de questões associadas a discriminação de gênero são constantes e daí surge a relevância das pesquisas nessa órbita para que a partir de novas vozes velhas questões se resolvam. O objetivo do presente trabalho é uma análise inicial sobre o modo com que as ciências jurídicas e em especial a lei têm tratado as questões referente ao gênero no âmbito da legislação pátria e com isso busca-se a realização de projetos e estudos mais avançados no futuro para colaborar com essa área tão deficitária.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Muitas normas infraconstitucionais visam acompanhar os princípios e garantias fundamentais previstos na Carta Magna, criando ordenamentos específicos aos direitos das mulheres, dos negros, dos índios, dos idosos, da criança, facilitando o modo de como lidar com cada situação concreta, porém quanto à diversidade sexual não existe norma específica, o que dificulta o entendimento de que a discriminação deve ser considerada intolerável pela sociedade.

¹ Texto elaborado a partir de reflexos das leituras realizadas nas disciplinas do Programa de Pós Graduação – Doutorado em Diversidade Cultural e Inclusão Social da Universidade FEEVALE.

² Doutorando(a) em Diversidade Cultural e Inclusão Social – Bolsista PROSUP/CAPES. e-mail: camargojoao@hotmail.com / roberta.h.s._@hotmail.com

³ Doutora em Educação – Professora do PPG em Diversidade Cultural e Inclusão Social da Feevale – Orientadora. e-mail: denisequaresma@feevale.br

Essa questão de normatizações específicas é bastante discutida no universo jurídico, uma corrente acredita que o ideal de justiça é esse, diferenciar os diferentes na medida de suas diferenças, mas por outro lado, uma segunda corrente, questiona-se há necessidade, como por exemplo a necessidade de previsão penal para a conduta homofóbica, uma vez que a ação violenta gerada por meio da homofobia já encontra tipificação genérica no Código Penal. Seja uma agressão física, uma ofensa à honra ou até mesmo um crime contra a vida, todas estas condutas são tipificados no código penal como ilícitos penais. Em havendo a previsão constitucional que todos são iguais perante a lei e sem distinções, haveria a presunção de que seria aplicável às questões de violência de gênero o já previsto na legislação criminal.

Se a resposta for sim, se entendermos que há necessidade na tipificação individualizada estaremos confirmando que o texto da Constituição Federal não se efetiva pois há a diferenciação dos indivíduos em razão de sua preferência e identidade sexual. Da mesma feita, se a resposta da questão anterior for não, como explicar a atual modificação no texto penal onde há previsão do feminicídio como agravante nos crimes contra a vida em casos de agressão intrafamiliar? Seria presumido então que dentro do estudo e do entendimento de gênero, não há o que se falar em problemáticas quanto ao binômio masculino-feminino desde que as relações tratem de homem versus mulher e que qualquer caso distante disso não pode ser reconhecido e nem objeto de tutela jurisdicional?

Sabe-se que o ordenamento jurídico penal vem crescendo de forma desenfreada, fruto de uma produção legislativa aparentemente irresponsável que estabelece punições penais conjuntas à criação de cada micro ordenamento como única forma de obediência à disposição legal, trazendo o medo da punição como única razão para o efetivo cumprimento da lei, alicerce da prevenção geral negativa, o que demanda uma instabilidade das garantias clássicas da dogmática penal dos fundamentos do direito estatal de punição.

A intervenção do Estado por meio de políticas públicas sem a criação da norma penal não tem se demonstrado capaz de controlar a violência por orientação sexual e ainda, ao que tudo indica, as instituições responsáveis pelo controle da violência podem não estar preparadas para receber a vítima, catalogar o incidente e reprimir o responsável pela prática homofóbica.

A relevância da discussão acerca das questões jurídicas atinentes à discriminação por orientação sexual na sociedade hodierna é latente, pois o tema da homossexualidade está em evidência por seu caráter contemporâneo que externa uma preocupação coletiva pelo politicamente correto, pelo sentimento de igualdade e justiça, o que por certo precisa ser

acompanhado pela legislação, como podemos observar nos ensinamentos de RIOS (2001, p. 26):

Discutir a discriminação por orientação sexual é cuidar exatamente disso: em que situações a existência de distintos regimes jurídicos justifica-se pela identidade atribuída a alguém em virtude da direção de seu desejo e/ou condutas sexuais, seja para outra pessoa do mesmo sexo (homossexualidade), do sexo oposto (heterossexualidade) ou de ambos os sexos (bissexualidade).

A problemática da discriminação vai muito além da igualdade no sentido amplo, pois por diversas vezes é necessário exatamente discriminar para garantir a isonomia de direitos.

No caso do tema em questão, a discriminação em ordenamento penal próprio no que se refere a uma classe de vítima específica é, em tese, um ato discriminatório. Porém, há que se analisar profundamente e distinguir que nem toda a discriminação é odiosa, conflitante com os preceitos constitucionais ou avessa ao anseio social contemporâneo.

Nesse diapasão, é possível concluir que para a garantia do princípio da isonomia é necessária também à atuação do estado no sentido de diferenciar os agentes causadores das condutas delituosas, bem como as vítimas potenciais do crime em questão, pois assim seria atendido o princípio da dignidade humana aliado ao ideal de igualdade, o que fica evidenciado pelos ensinamentos de (GALUPPO, 2002, pag.216):

A discriminação é compatível com a igualdade se não for, ela também, um fator de desigualdade injustificável racionalmente. E, mais que isso, a discriminação é fator que pode contribuir para a produção da igualdade.

Ainda acerca do ponto principal da discriminação, pressuposto de onde surgem todas as consequências danosas como a intolerância, o ódio, a disparidade de condições, a marginalização, a criminalidade e a violência, faz-se necessário buscar um conceito de discriminação, através do qual se debate uma possível punição da motivação da prática delituosa.

Como anteriormente explanado, nem toda a discriminação é danosa, por vezes é inclusive indispensável para proporcionar a igualdade fortemente almejada pelo ideal democrático.

Assim, a conceituação de discriminação objeto de punição foi bem traduzida por CRUZ (2003, p.20):

Nesse sentido, entendemos a discriminação como toda e qualquer forma, meio, instrumento ou instituição de promoção da distinção, exclusão, restrição ou

preferência baseada em critérios, como a raça. Cor da pele, descendência, origem nacional ou étnica, gênero, opção sexual, idade, religião, deficiência física, mental ou patogênica que tenha o propósito ou efeito de anular ou prejudicar o reconhecimento, gozo ou exercício em pé de igualdade de direitos humanos e liberdades fundamentais nos campos político, econômico, social, cultural ou em qualquer atividade no âmbito da autonomia pública ou privada.

A questão da valorização e perpetuação das garantias fundamentais previstas na Carta Magna, bem como os objetivos fundamentais do Estado tem o condão de preservação do sentimento da norma, tendo em vista a efemeridade das concepções, é provável que somente por meio de pressupostos inafastáveis seja possível garantir a ideia central da norma constitucional, como mandamento a partir do qual todas as demais legislações devem amoldar-se segundo a necessidade da sociedade, sendo essa mutável de acordo com os acontecimentos e situações atinentes à época.

Assim, preocupou-se o constituinte em indicar o rumo pelo qual os fundamentos do Estado deveriam seguir, não como uma questão meramente ideológica, mas como alicerce do dever do Estado para com o seu povo, conforme verificamos nos escritos de NAHAS (2008, p.89)

Entre os objetivos fundamentais da República estão a construção de uma sociedade livre, justa e solidária, a garantia de desenvolvimento nacional, a erradicação da pobreza e das desigualdades sociais, e a promoção do bem de todos sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação, conforme o artigo terceiro. O art. 5º da Constituição garante, em seus setenta e sete incisos, os direitos e garantias fundamentais, especificamente os direitos e deveres individuais e coletivos. Destaca-se a igualdade plena entre todos, especialmente entre homens e mulheres, a legalidade, a liberdade de pensamento, de crença, de consciência e de expressão, a inviolabilidade da intimidade, vida privada, honra e imagem das pessoas, entre outros, alguns já conhecidos pela sociedade, outros conquistados durante a evolução social.

A diferença que antes discriminava pelo simples fato de ser diferença hoje pode seguir discriminando por ainda tratar a diferença do mesmo modo de outrora, ainda que sob uma pseudoperspectiva de inclusão, o que contrapõe as disposições constitucionais.

A dignidade da pessoa humana que vem a ser um valor moral e espiritual próprio da pessoa, do qual todo o ser é dotado e que é trazido como uma das máximas do Estado Democrático de Direito, precisa da valorização devida, pois abrange toda a diversidade de valores existente na sociedade e é necessário para sua evolução. Abrange assim, a qualidade intrínseca de cada ser e demonstra que estes são merecedores de respeito e consideração por parte do próprio Estado e da comunidade em geral. Ao ler RIOS (2005, p. 92) afirmamos esta ideia:

Deste modo, a valorização da dignidade da pessoa humana como elemento fundamental do Estado Democrático de Direito revela-se, simultaneamente, postulado da consciência geral no atual estágio do desenvolvimento histórico da humanidade e, particularmente, do ordenamento jurídico brasileiro, bem como dado normativo central para a compreensão e o equacionamento dos problemas jurídicos. Sendo assim, a afirmação da dignidade da pessoa humana no direito brasileiro tem o condão de repelir quaisquer providências, diretas ou indiretas, que esvaziem a força normativa desta noção fundamental, tanto pelo seu enriquecimento na motivação das atividades estatais (executivas, legislativas ou judiciárias), quanto pela sua pura e simples desconsideração.

Verifica-se então que tratamento igual entre os cidadãos é um dos pilares do Estado Democrático de Direito brasileiro. Além da proteção constitucional, o reconhecimento da importância da equitatividade está inserido entre os direitos humanos e nas convenções e tratados internacionais em diversos graus de tratamento, privilegiando e incluindo minorias, como as mulheres, os autóctones, as raças, as culturas, os credos e as preferências sexuais. Inobstante o respaldo normativo, a prática da igualdade de tratamento encontra desafios, dentre os quais, a própria discussão intrínseca ao conceito do que seja um 'igual'. Quando são abordados gêneros, a lei brasileira tende a cristalizar uma definição de sujeitos voltada para a percepção biológica de homem e mulher, sem excluir variações, pois a sexualidade fática de cada indivíduo não está necessariamente condicionada ao corpo humano pré-existente e deixa a desejar colocando indivíduos à margem sem estarem protegidos e amparados pelo ordenamento jurídico.

METODOLOGIA

A partir da necessidade da elaboração da pesquisa, bem como das próprias características que permeiam o trabalho, torna-se necessário utilizar o método de estudo bibliográfico, recorrer ao uso de livros, revistas, artigos, além de pesquisas em bibliotecas virtuais, seguida de uma análise teórica, constituindo-se no núcleo central da pesquisa o que não exclui a pesquisa em julgados e decisões que seja atinentes ao presente objeto de estudo.

RESULTADOS

Verifica-se na análise sumária da legislação pátria, principalmente na Constituição Federal, no Código Civil e Penal ao passo que também nas demais legislações que a questão de gênero não é pacífica, não há a diferenciação ideal, tão pouco a igualdade aventada na Carta Magna. Não é cristalino o conceito de gênero e nem a forma que o Direito deve agir para conseguir reconhecer, efetivar e manter direitos daqueles que “vivem a diversidade”

DISCUSSÃO

Os resultados alcançados alicerçam-se na necessidade observada de realizar-se uma maior reflexão sobre a lei e sua atenção às questões de gênero. Quando a lei cala, as fontes secundárias precisam agir, uma vez que o Direito objetiva regular a vida harmônica em sociedade e ainda que com lacunas e omissões, precisa dar respostas as demandas que lhe são propostas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A discriminação pela questão de gênero vem, cada vez mais, tendo espaço na doutrina e jurisprudência, sendo evidentemente necessário tal fenômeno ser estudado com maior intensidade pelas diversas perspectivas e em especial pelo viés do direito criminal e do direito de família, aliando as questões interdisciplinares que permeiam o assunto, tais como as advindas da sociologia, psicologia, filosofia, antropologia, direitos humanos e constitucionais, traçando um perfil criminológico e político do problema a ser estudado e enfrentado.

REFERÊNCIAS

CRUZ, Álvaro Ricardo de Souza. **O direito à diferença: as ações afirmativas como mecanismos de inclusão de mulheres, negros, homossexuais e portadores de deficiência.** Belo Horizonte: Del Rey, 2003.

GALUPPO, Marcelo Campos. **Igualdade e diferença. Estado democrático de direito a partir do pensamento de Habermas.** Belo Horizonte: Mandamentos, 2002.

NAHAS, Luciana Faísca. **União homossexual: proteção constitucional.** Curitiba: Juruá, 2008.

RIOS, Roger Raupp. **A homossexualidade no direito.** Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2001.

TACA-LHE PAU JORNALISTA! O DESAFIO DE IR ALÉM DO RELATO E CONTAR A HISTÓRIA POR TRÁS DOS FENÔMENOS CRIADOS PELA INTERNET

Gisele Figueiredo dos Santos¹

Poliana Lopes²

Palavras-chave: Memes. Notícia. Jornalismo. Internet. Redes sociais.

INTRODUÇÃO

Apesar de ter morrido em 1987 em decorrência de uma operação na vesícula biliar, o artista americano Andy Warhol já antevia o que estava por vir anos depois. Sua célebre frase “No futuro todos serão famosos durante quinze minutos” nunca foi tão verdadeira.

Em tempos de Internet e redes sociais, espaço onde a fama chega tão rápido quanto desaparece, as palavras de Warhol fazem sentido e cada vez mais as pessoas buscam a fama repentina, não só através da imprensa convencional, mas de uma forma mais simples e inusitada: os memes.

Mas o que é um meme e como ele surge? Quanto tempo de vida tem um meme? Até onde a “brincadeira” deixa o mundo virtual e as redes sociais para invadir a casa das pessoas através da mídia convencional? Quando, como e por quais motivos, um meme pode virar notícia?

O presente artigo abordará como os memes podem se tornar “pautas” na chamada imprensa tradicional (rádio, TV, jornal e revista). Para tanto, vamos conceituar o termo meme e também explicar o que é este fenômeno que invadiu a Internet nos últimos tempos. Também vamos abordar o conceito de notícia para a imprensa, usando a televisão como o meio de comunicação a ser estudado.

Para ilustrar a nossa pesquisa, escolhemos o meme “Taca-lhe pau, Marcos”, lançado no primeiro semestre de 2014 pelas redes sociais e que recebeu uma abordagem

¹ Jornalista (Universidade Feevale, 2007), pós-graduanda no MBA em Marketing Digital (Iergs/Uniassevi, 2014). E-mail: gilscully@gmail.com.

² Jornalista (Unisinos, 2001), Mestre em Processos e Manifestações Culturais (Universidade Feevale, 2011). Professora orientadora Iergs/Uniassevi. E-mail: poli.lopes@gmail.com.

diferenciada pela mídia local, a RBS TV, afiliada da Rede Globo na região Sul do Brasil, local onde os criadores do meme residem.

MAS O QUE É UM MEME? COMO ELE SURGE E DO QUE SE ALIMENTA?

Susan Blackmore (2002) define o meme como “tudo aquilo que é copiado”. Mas para entendermos melhor este termo relativamente novo no nosso vocabulário, vamos recorrer a autores e pesquisadores da área na tentativa de desvendar mais sobre o significado deste fenômeno.

Richard Dawkins, em 1976, no seu livro “O Gene Egoísta”, usou pela primeira vez a palavra meme para definir que as ideias funcionam de modo análogo aos genes (BLACKMORE, 2002). Elas nos utilizam como replicadores, enquanto modo de evoluir e sobreviver. Dessa forma, os memes são pedaços de determinadas informações, ideias, que são passadas adiante. Já para Raquel Recuero (2009), os memes são um gene cultural, ou seja, são passados de uma pessoa para outra. Sendo assim, um “meme de ideias” pode ser definido como uma entidade capaz de ser transmitida de um cérebro para outro. Em 1998, o termo passou a fazer parte da língua inglesa e aparece no 37º *Oxford English Dictionary*, com a seguinte definição: Meme (mi:m), n. Biol. (abreviação de mimeme... aquilo que é imitado, a imitação de GENE n.). “Um elemento de uma cultura que pode considerar-se transmitido por meios não genéticos, em particular através da imitação” (BLACKMORE, 2002).

Segundo post do Youpix³, no livro “O Gene Egoísta” Dawkins define um “meme” como “uma unidade de evolução cultural” que se propaga de indivíduo para indivíduo. Ou seja, podemos dizer que, segundo esta definição, qualquer conhecimento relacionado a cultura que possa (ou é) transmitido através de um indivíduo para o outro é um “meme”.

A evolução das espécies, de acordo com Darwin, era baseada em três elementos fundamentais: mutação, hereditariedade e seleção natural. Partindo deste conceito, ambos elementos foram citados por Dennet (1998) e Blackmore (1999) como a base da teoria da evolução natural (RECUERO, 2009). Ao ser aplicado aos memes, estes elementos são colocados da seguinte maneira:

- Mutação (variação): é a capacidade do meme de se modificar. Nunca conta-se uma história da mesma forma, com o passar do tempo as pequenas mudanças geram grandes mudanças;
- Seleção: Elemento que faz alguns memes ganharem mais destaque do que outros. São aqueles que perduram por mais tempo, acabam sendo mais copiados;

³ Tudo que você precisa saber sobre memes. Disponível no link: <http://youpix.virgula.uol.com.br/memepedia/o-que-e-meme>. Acesso em 12.08.2014

- Retenção: Capacidade do meme de permanecer ativo. Relacionado à hereditariedade, ou seja, o meme tem pouca originalidade, mas é produto de variação e recombinação de ideias passadas que continuam presentes nas ideias.

De acordo com Rosas (2002), o conceito básico de meme é que palavras, ideias, são vistas como vírus, potentes contaminadores de significados que podem ser espalhados instantaneamente e que se auto-replicam na medida em que são comunicados. Para o autor (2002), a memética, ciência que estuda os memes,(...) tem se voltado para entender os mecanismos de formação de opiniões, de transmissão de informações, de criação de novos conceitos. Daí sua aplicabilidade a estudos dos meios de comunicação, da mídia, da publicidade, da moda, e, é claro, da própria internet (ROSAS, 2002).

Recuero (2009, p.116) acrescenta que os memes estão ligados ao estudo da difusão de informações e qual o tipo de ideia sobrevive e é passada de uma pessoa para outra, assim como qual o tipo de ideia não tem este potencial e acaba por ser esquecida. Recuero (2011, online) reflete sobre a contextualização. “Os memes nem sempre significam o que queremos que signifiquem” (RECUERO, 2011, online). São orgânicos, criam novos contextos e juntam-se com novas idéias. Por isso, entender o contexto em que esse meme circula é fundamental. Memes são mutantes, e as pessoas que os reproduzem, capazes de gerar novos sentidos a seu respeito.

A replicação destes memes nas redes sociais é maior de acordo com a sobrevivência deles, mas essa longevidade depende do contexto no qual o meme está inserido. Para Recuero (2011, online), geralmente não é possível ter controle sobre os rumos que um meme tomará. Afinal, no momento da apropriação o contexto pode ser alterado totalmente. Pode-se, assim, dizer que meme é um vírus que circula nas redes sociais, passa de um perfil para o outro, ganha novos formatos e apropriações.

Dessa maneira, o meme percorre o mesmo caminho das epidemias. Ele sofre mutações e se espalha rapidamente, sendo que quanto mais redes sociais e usuários ele atingir, maior será sua capacidade de infecção. Na grande parte dos memes de internet, o que faz com que os usuários de sites de redes sociais sintam-se motivados a agir é a busca pelo status dentro da rede. Uma das maneiras de alcançar este objetivo é passando a imagem de quem está por dentro das novidades. Status este que acaba sendo confirmado pelas “curtidas” e replicações que o meme postado ganhará por parte da rede social daquele usuário.

O meme que se espalha pela Internet pode ser definido como uma piada que se populariza, e de certa forma viraliza, através da rede. Como citamos acima, o que conhecemos hoje por meme pode sofrer mutações ao longo de sua existência e derivar outros memes a

seguir, ou seja, outras piadas que assim como a original se espalharão pela Internet. Tudo isso sem que a essência inicial seja perdida.

O sucesso de um meme será medido pelo alcance dele dentro, e mesmo fora, da Internet. Assim como nas epidemias, que se alastram ou não, um meme pode percorrer um caminho semelhante: se propagará se for bom e cair no gosto das pessoas, ou será um fracasso se não significar nada para o mesmo público.

Através desta percepção de valores, os usuários buscam compartilhar informações que possam agregar audiência e confiabilidade ao seu perfil. No caso dos memes, o fator de valor agregado ao usuário também é levado em conta, mas não é fator único para a replicação e sucesso dele.

Existem três características essenciais para a sobrevivência dos memes na rede. Conforme Dawkins e Blackmore apud Recuero (2009, p.124), são elas:

- Longevidade: capacidade de permanecer no tempo;
- Fecundidade: Capacidade de gerar cópias;
- Fidelidade à cópia: Capacidade de gerar cópias com maior semelhança ao meme original;
- Alcance: Capacidade do meme de percorrer os nós da rede, de modo a atingir laços forte e fracos.

COMO OS MEMES SE ESPALHAM?

Como falamos anteriormente, os memes se espalham pela Internet de forma muito rápida. Há alguns anos, esse fenômeno acontecia através da caixa de e-mails dos usuários. Hoje, com o aumento das redes sociais, os memes chegam ao nosso conhecimento de uma forma ainda mais rápida.

Mas na maioria dos casos, as pessoas utilizam redes como o Twitter, onde a informação chega de forma rápida e direta ao usuário. O Twitter é um ambiente bem propício para o início da criação de um meme. Devido ao uso das hashtgs (#)⁴ o Twitter acaba disseminando melhor as informações de uma forma mais fácil e com uma maior adesão dos usuários.

Outro meio que pode ajudar na disseminação do meme são os blogs, principalmente os de humor como o Não Salvo⁵, Não Intendo⁶ e ainda o YouPix⁷. Eles contam com um grande número de fãs e seguidores que aguardam ansiosamente pelas atualizações, buscando

⁴ Hashtags são palavras ou frases usadas para contextualizar um fato (às vezes até mesmo um meme).

⁵ www.naosalvo.com.br Acesso 12.08.2014

⁶ www.naointendo.com.br Acesso dia 12.08.2014

⁷ www.naosalvo.com.br Acesso em 12.08.2014

novidades para compartilhar com os seus amigos. Memes como “Sou Foda”, “Nissim Orfali” e “Mãe, o Forninho Caiu” foram apresentados pelo Não Salvo e caíram nas graças do público.

MAS AFINAL, O QUE É MESMO NOTÍCIA?

Como construção retórica referencial, a notícia trata das aparências do mundo. Conceitos que expressam subjetividade estão excluídos: não é notícia o que alguém pensou, imaginou, concebeu, sonhou, mas o que alguém disse, propôs, relatou ou confessou. (LAGE, 2010, p. 51)

A notícia é uma forma de ver, perceber e conceber a realidade. É um autêntico sintoma social e a análise de sua produção lança muitas pistas sobre o mundo que nos cerca. (PEREIRA JR apud FONTCUBERTA, 1993, p.12)

As notícias chegam a ser a causa direta de nossas ações, pois, com a sua influência psicológica, põem em marcha o mecanismo da conduta individual e representam a fonte secreta de onde brota a cultura humana, em suas múltiplas facetas. (WILLIAM MAC DOUGALL apud ERBOLATO, 1991, p. 49)

Com estas breves explicações podemos iniciar a discutir o que é notícia. O termo notícia sofreu alterações ao longo dos tempos. O que foi notícia ontem pode não gerar mais audiência nos dias de hoje e as novidades do presente podem parecer estranhas para quem vê o mundo com os olhos do passado.

O primeiro jornal de que se tem conhecimento nasceu em 1609 na cidade de Bremen, na Alemanha. O segundo, em Estrasburgo, no mesmo ano e em seguida foi a vez da cidade de Colônia, também na Alemanha, a ter o seu próprio veículo. Uma década depois os jornais já haviam se espalhado por várias cidades da Europa em países como Suíça e Holanda. A imprensa londrina começou a dar os seus primeiros passos em 1621. Paris, no entanto, esperou mais alguns anos para criar o Gazette, em 1631.

Nestes primeiros jornais, a notícia se refere, principalmente, à economia. Noticia-se que determinada região está passando por um período de seca, ou que ainda uma catástrofe natural afetou a produção de determinado produto.

Mesmo depois de milhares de jornais criados e extintos, revistas, sites e demais publicações, não se chegou a um consenso do que é notícia. Muitos teóricos dizem o que ela deve ser, mas nenhum consegue explicar o que ela realmente é.

Segundo Stanley Johnson e Julian Harris, apud Mário Erbolato (1991), a notícia nada mais é um que um relato de um fato recentemente ocorrido que é de interesse público. Ou ainda, a notícia é tudo que os leitores querem conhecer sobre o fato. E mais, qualquer coisa que muitas pessoas queiram saber é notícia.

A ESTRUTURA DA NOTÍCIA

Lage (2010) define a notícia, no jornalismo moderno, como o relato de uma série de fatos, a partir do fato mais importante ou interessante; e, de cada fato, a partir do aspecto mais importante ou interessante.

Alguns termos fazem parte da estrutura da notícia como o lide. O lide, nada mais é do que o primeiro parágrafo da notícia no jornalismo impresso, ou no caso do jornalismo televisivo, a “cabeça” do repórter (quando ele aparece falando) no início de uma notícia. (LAGE, 2010)

Na síntese acadêmica de Harold Lasswell, o lide responde a cinco perguntas: quem fez o que, a quem, quando, onde como, por que e para quê.

Ainda hoje é difícil fixar o que é de interesse do coletivo. A notícia parece em poucas horas; por isso, quanto mais recente o fato, mais inédito, verdadeiro, objetivo e exclusivo, mais interesse o mesmo vai gerar para o público final. Por fim, as notícias são a matéria prima do jornalismo, seja ele online ou off-line.

NOTÍCIA NA ERA DA INTERNET. QUEM PAUTA QUEM...

Para entendermos como funciona o trabalho de uma redação diária, seja de jornal impresso ou televisivo, é preciso conhecer a pauta. A pauta é a base para uma boa reportagem, o início da notícia, e quando bem estruturada e desenvolvida pode gerar um grande sucesso de audiência e repercussão.

O primeiro e principal objetivo da pauta é planejar o trabalho do jornalista. É a partir dali que o profissional vai direcionar melhor o assunto, ou mesmo, que fontes deve procurar para abordar o tema. A pauta ainda tem o poder de direcionar a notícia ou reportagem de acordo com a linha editorial do veículo.

Nos dias de hoje, em tempos de Internet e convergências de mídias, o jornalismo é pautado pelo que acontece na Internet. Segundo Erbolato (1991), nem tudo que acontece no mundo pode ser notícia, no entanto, algo banal pode se tornar, de uma hora para outra, um grande acontecimento. Podemos exemplificar aqui os memes e a forma como a imprensa lida com este fenômeno.

Afinal, o leitor quer novidades. Deseja saber mais sobre coisas que conhece e ainda mais sobre o que desconhece. É um ser sedento de informação e conteúdo. As redes sociais estão aí para mostrar que além de estar em busca de informações, este público quer ainda contribuir para o processo. Há alguns anos os telespectadores brasileiros usam o computador ou o smartphone como uma segunda tela, além da convencional televisão na sala de casa.

Uma pesquisa realizada em abril deste ano pelo Twitter intitulada “#QuemUsaOTwitter”⁸ analisou o comportamento dos brasileiros na rede social e atestou que 97% dos usuários da rede social no Brasil assistem TV todos os dias, e enquanto estão na frente dessa primeira tela, usam uma segunda tela (o celular, em 50% dos casos) para buscar produtos para comprar (44%) ou procuram informações relacionadas ao que estão assistindo (32%).

O Brasil é um dos cinco países com o maior número de usuários ativos no Twitter e também um dos líderes em faturamento na rede social. A pesquisa ainda mostra que para 62% dos usuários o Twitter deixa a TV mais legal.

Com o crescimento do número de pessoas com acesso à Internet no Brasil, a elaboração da pauta e o conceito do que é ou não notícia sofreu mudanças. Hoje, os veículos tradicionais (rádio, TV, revista e jornal impresso) utilizam sites próprios para divulgar suas informações. Alguns deles sobrevivem apenas no meio digital (o Jornal do Brasil deixou de ser impresso em 2010) ou cobram por conteúdos exclusivos na Internet.

Com a Internet, o jornalista passou a ter um meio mais rápido de ir atrás das informações, de buscar fontes em vários lugares do mundo e de trazer as notícias de outras localidades para a sua cidade. A web mostrou aos profissionais da comunicação novos caminhos para a escrita e para a informação. Diversas pesquisas apontam que o público online tende a ser mais ativo do que o off-line, optando em buscar mais informações ao invés de aceitar passivamente o que lhe é apresentado.

A popularização das redes sociais e o crescimento do uso de smartphones, proporcionaram ao jornalismo um fenômeno único: a notícia vem até a redação em forma de vídeos no YouTube, relatos em timelines de Facebook, ou uma Trending Topics⁹ do Twitter. O jornalista passou a conferir, antes mesmo de chegar à redação, através do seu smartphone, o que está rolando no Twitter e demais redes sociais. Uma boa história pode estar ali, esperando apenas alguém que possa contá-la para o mundo.

E é exatamente este fenômeno que vem acontecendo nos veículos tradicionais: as histórias que aparecem nas redes sociais, os fenômenos, desafios de Baldes de Gelo¹⁰,

⁸ Infográfico: #QuemUsaOTwitter – Perfil dos usuários do Twitter no Brasil. Fonte: <http://mediaboom.com.br/dados-e-estatisticas/infografico-quemusaotwitter-perfil-dos-usuarios-do-twitter-no-brasil/>. Acessado em 05.08.2014

⁹ Trending Topics (TTs) ou Assuntos do Momento são uma lista em tempo real das frases e citações mais publicadas no Twitter pelo mundo todo. Fonte: www.hashtags.org/trending-on-twitter. Acesso em 13.08.2014.

¹⁰ O Desafio do Balde de Gelo surgiu nos Estados Unidos em agosto de 2014 como forma de arrecadação de fundos para uma doença muito rara chamada Esclerose lateral Amiotrófica (também chamada de ELA ou Doença de Lou Gehring). O desafio consistia em jogar sobre si mesmo um balde de água com gelo ou doar a quantia de 100 dólares para uma instituição que ajuda portadores da doença. O desafio chegou ao Brasil poucos

hashtags de apoio ao jogador que está fora da Copa do Mundo, estão nas timelines de todos nós e também nas páginas dos jornais e revistas e no noticiário da televisão.

Alguns exemplos recentes de como a Internet pauta o jornalismo convencional:

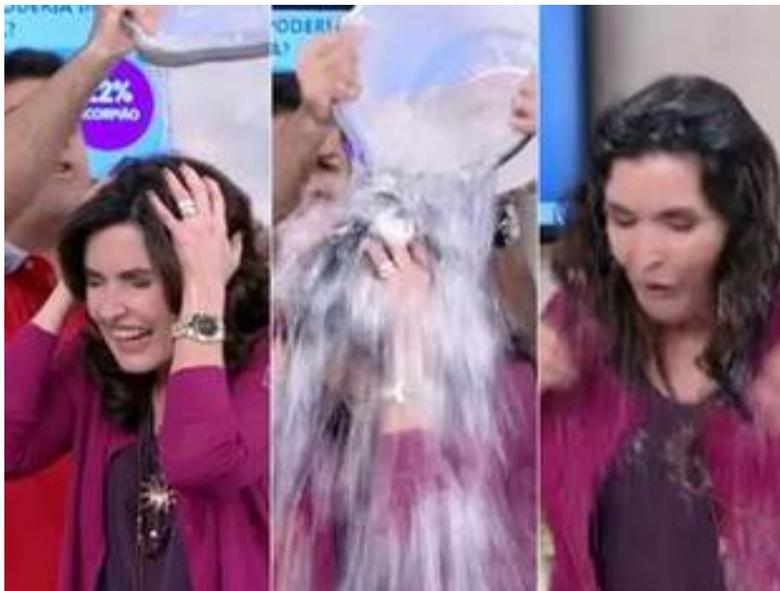


Figura 1 – No programa “Encontro” do dia 18/08/2014 a jornalista Fátima Bernardes fez o “Desafio do Balde de Gelo”, iniciativa surgida nas redes sociais para arrecadar fundos para uma associação americana que trata de pacientes com uma doença rara chamada Esclerose Lateral Amiotrófica
Fonte: Fátima explica o desafio do balde do gelo e mostra imagem de Ana Maria toda molhada Link: <http://globo.com/rede-globo/encontro-com-fatima-bernardes/v/fatima-explica-o-desafio-do-balde-do-gelo-e-mostra-imagem-de-ana-maria-toda-molhada/3570755/> Acesso: 19.08.2014



‘É estranho, mas levo na brincadeira’, diz Luíza, que está no Canadá

Bom Dia Brasil entrevista a mais nova febre da internet. A frase que cita seu nome virou um hit – ou o que os especialistas chamam de ‘meme’.

Twitter 615 | Recomendar 1.8 mil

Podem ser uma dancinha, uma frase desleigante ou uma situação inusitada. Quando cai na internet, se espalha e todo mundo começa a repetir. A última do momento nasceu na Paraíba. Todos certamente já ouviram a frase que está todo mundo repetindo, menos a Luíza, que está no Canadá.

Mas ela, com certeza, já sabe que virou celebridade no Brasil. Luíza, que está no Canadá estudando, se tornou um ‘meme’, ou seja, uma imagem, uma frase ou um comportamento que vai sendo repassado pela internet e

Figura 2 - Em 2012, a jovem Luíza virou meme. O pai, sem querer, deu os 15 minutos de sucesso para a filha, que estava no Canadá. A jovem foi pauta de vários jornais impressos e ainda gerou uma entrevista exclusiva, diretamente do Canadá, para o Bom Dia Brasil, da Rede Globo

Fonte: ‘É estranho, mas levo na brincadeira’, diz Luíza, que está no Canadá. Fonte: <http://g1.globo.com/bom-dia-brasil/noticia/2012/01/e-estranho-mas-levo-na-brincadeira-diz-luiza-que-esta-no-canada.html>. Acesso: 19.08.2014

TACA-LHE PAU NESTE JORNALISMO!

Depois de analisarmos o que são os memes e de que forma eles surgem e viralizam na Internet e também de apontarmos os principais pontos da pauta e da notícia jornalística é a vez de entrarmos no nosso objeto de estudo.

O meme que será analisado neste artigo ficou conhecido este ano, apesar de ter sido produzido em 2013. O vídeo “Taca-lhe pau Marcos” foi produzido pelos primos Leandro Beninca (9 anos) e Marcos Joaquim Marinelli (12 anos) em Taió (SC). Foi lá que os meninos decidiram brincar com um carrinho de madeira feito pelo tio. As duas crianças passavam as férias escolares na casa da avó Salvelina, que acabou famosa após a divulgação do vídeo.

Com um sotaque peculiar, típico dos imigrantes italianos da região, Leandro usou um tablet para filmar a descida do primo com o veículo pelo morro da avó Salvelina. O tempo do vídeo é de apenas 26 segundos. Concluída a “filmagem”, os jovens publicam o vídeo no

YouTube, mas sem muito sucesso. O vídeo passaria a viralizar meses depois, quando foi postado pelos meninos em um grupo no aplicativo de mensagens para celular Whatsapp.

Hoje, o vídeo original soma mais de 2.270.000 visualizações, sem contar os demais replicados no YouTube. Na descrição do vídeo, o usuário é convidado para curtir uma página no Facebook chamada “Sou fã do Marcos desde que ele tacolê pau no carrinho” (www.facebook.com/AzaMarcoVeio), que soma mais de 27 mil curtidas. A página foi criada no dia 17 de junho deste ano e é atualizada pelos próprios criadores do vídeo.

Vários sites de notícias, programas de TV e de rádio citaram a brincadeira que estava fazendo sucesso na Internet e não saía da boca do povo. Mas poucas foram além de apenas noticiar o feito de Leandro e Marcos.

Uma das matérias televisivas que mais explorou o fenômeno foi veiculada no noticiário “Jornal do Almoço” da RBS TV Santa Catarina, afiliada da Rede Globo na região Sul. A matéria possui 5min26seg e foi ao ar no dia 21 de junho, quando o meme estava em plena ebulição. No material, o repórter revive os dias que as crianças passaram na casa da avó Salvelina e explica, em detalhes, como foi feita a criação do meme e a divulgação do vídeo nas redes sociais.

Porém, o que mais chama a atenção na matéria é o fato de que a história de Marcos e Leandro foi contada com mais profundidade do que a maioria dos veículos destina, normalmente, para assuntos relacionados à Internet. Após contar como o vídeo ficou famoso, o texto aborda brincadeiras antigas, bem diferentes daquelas que os meninos estão acostumados.

A Internet como fonte de informação para o jornalismo convencional, sem dúvida, oferece um oceano de possibilidades de pautas e de histórias. Mas cabe ao profissional e sua equipe ir além do fato engraçado (do meme), aprofundar o que está “na boca do povo” para algo com mais consistência e que torne a matéria que irá ao ar mais atraente e não apenas um relato sobre o que está acontecendo no “mundo virtual”. Ou, como afirma Erbolato (1991, p. 19), “a primeira tarefa do jornalista é saber o que deve publicar. Cabe-lhe a seleção entre milhares de notícias que chegam à Redação”.

Esta seleção das informações precisa ser pensada, visto que os brasileiros hoje estão mais conectados à Internet. De acordo com dados da Associação Brasileira de Telecomunicações¹¹, divulgados em fevereiro deste ano, o Brasil possui mais de 140 milhões

¹¹ Número de acessos em banda larga atinge 140 milhões. Fonte: <http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,numero-de-acessos-em-banda-larga-atinge-140-milhoes,180606e> Acesso 13.08.2014

de acessos à Internet via banda larga. Ou seja, o acesso à informação está cada vez mais ao alcance de todos.

Sendo assim, os jornais ainda precisam buscar uma linguagem de fácil acesso às pessoas, ainda mais agora que as mesmas possuem ferramentas capazes de contribuir para a informação, como smartphones e tablets. Hoje, qualquer pessoa é capaz de contar e documentar um fato que acontece na sua comunidade e divulgar nas redes sociais. O trabalho do jornalista nos dias de hoje é ainda mais desafiador e essencial para a sociedade como um todo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A questão crucial, e talvez o maior desafio para o jornalista em meio a esta revolução que mistura o jornalismo convencional com os fenômenos criados diariamente pela Internet e pelas redes sociais, é ir em busca do novo, do diferente, do “algo a mais”. O avanço da web e as vantagens que ela trouxe para estes e outros profissionais foi também uma armadilha. Este talvez seja o principal questionamento deste artigo. De que forma os profissionais de comunicação conseguirão buscar informações e notícias relevantes, respeitando as técnicas jornalísticas estudadas nas faculdades, em um mundo onde as pessoas são capazes de produzir seus próprios conteúdos e mais, dispõem de infinitos canais para a busca de informações sem precisar ligar a televisão, o rádio, ou ainda, sair de casa e ir à banca de jornais. Como o jornalista de hoje conseguirá se destacar na “timeline” diária de seus leitores que já conhecem o meme do momento e suas paródias. Já riu com o “Marco Véio” e já fez a piada com os seus amigos?

O exemplo citado acima pode ser uma saída. Se a população ainda busca informações, quer saber das novidades e quer ouvir histórias, cabe aos jornalistas saber a melhor forma de apresentá-las. O caso da reportagem do Jornal Almoço e a escolha de mostrar os dois primos em contato com uma brincadeira pouco conhecida pode passar despercebida pela maioria da população. No entanto, para os profissionais de imprensa pode ser a “a luz no final do túnel”, a saída para a baixa audiência. Apresentar conteúdo relevante, de qualidade, mostrar o que ainda não foi contado, com um olhar sensível e humano pode ser a saída neste mundo onde cada “like” mais do que apenas “curti”.

Marco e Leandro serão esquecidos em meses, mas levarão na memória os dias em que, quando deixaram de lado os brinquedos eletrônicos e foram explorar o desconhecido, viraram sucesso nacional com direito a música, reportagem na TV e muitas paródias (ver anexo). Nós jornalistas, podemos aprender com os netos da Vó Salvelina. Buscar o novo, ir em busca de

histórias, humaniza-las, contar o outro lado e arriscar-se a descer o “morro” pode virar um sucesso maior do que a gente mesmo imagina. Taca-lhe pau, que a Internet está chamando os memes estão surgindo!

Alguns exemplos da viralização do meme “Taca-lhe pau Marcos”:



Figura 3 – O vídeo teve inúmeras republicações no YouTube, mas o original, que possui apenas 25 segundos, está alocado na conta do próprio Leandro, um dos protagonistas do vídeo. Até o momento do acesso o vídeo contava com 2.341.626 acessos

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=eeQwPExFNRU> Acesso: 26.08.2014



Figura 4 – O jogador do Grêmio, Pará, repete a brincadeira feita por Leandro e Marcos.
Fonte: <http://globoesporte.globo.com/futebol/times/gremio/noticia/2014/07/para-repete-hit-da-internet-e-desce-ladeira-no-pr-taca-le-pau-marco.html> Acesso em 26.08.201



Gerado por: <http://bit.ly/memeografo>

Figura 5 – O vídeo viralizou durante a Copa do Mundo no Brasil e até o narrador Galvão Bueno entrou na brincadeira

Fonte: <http://kzuka.clicrbs.com.br/geek-me/noticia/2014/06/video-de-meninos-descendo-lomba-faz-sucesso-e-viraliza-4529909.html> Acesso em 26.08.201



Figura 4 – O grupo tradicionalista Fogo de Chão aproveitou o meme para criar uma música, onde Leandro faz uma participação especial. Até o momento do acesso o vídeo possuía 382.713 visualizações.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=-FyLXohfWtQ> Acesso em 26.08.201

REFERÊNCIAS

ARBEX JR., José. **Showrnlismo: a notícia como espetáculo**. 2ª edição. São Paulo: Editora Casa Amarela, 2002.

ERBOLATO, Mário L. **Técnicas de codificação em jornalismo: redação, captação e edição no jornal diário**. 5ª edição: Rio de Janeiro, 1991.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir**. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

LAGE, Nilson. **Estrutura da Notícia**. 6ª edição. São Paulo: Editora Ática, 2010.

PEREIRA JR., Alfredo Eurico Vizeu. **Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo**. 4ª edição. Porto Alegre: EdiPucrs, 2005.

RODRIGUES, Carla (Org). **Jornalismo On-line: modos de fazer**. 1ª edição. Rio de Janeiro: Editora Sulina, 2009.

TEIXEIRA, Pollyana Ferrari. **Jornalismo Digital**. 4ª edição. São Paulo: Editora Contexto, 2010.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são**. 2ª edição. Florianópolis: Editora Insular, 2004.

Portal ClicRBS : Marcos e Leandro deixam o Morro da Vó Salvelina para 'tacar o pau' em Gramado. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticia/2014/08/marcos-e-leandro-deixam-o-morro-da-vo-salvelina-para-tacar-o-pau-em-gramado-4577814.html>> Acesso em 12 de agosto de 2014.

Portal G1 Santa Catarina: Crianças do Vale do Itajaí viram hit na internet com bordão 'taca-le pau'. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/noticia/2014/06/criancas-do-vale-do-itajai-viram-hit-na-internet-com-bordao-taca-le-pau.html>> Acesso em 10 de agosto de 2014.

Meio & Mensagem: Twitter comemora oito anos. Disponível em: <<http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/noticias/2014/03/19/Twitter-chega-aos-8-anos.html>> Acesso em 12 de agosto de 2014.

Brainstorm9: 97% dos usuários brasileiros do Twitter assistem TV todos os dias. Disponível em: <<http://www.brainstorm9.com.br/48213/social-media/numeros-twitter-brasil/>> Acesso em 12 de agosto de 2014.

Portal Globo.Com: Brasileiros acham que o Twitter deixa a TV mais legal, diz estudo. Disponível em:< <http://oglobo.globo.com/sociedade/midia/brasileiros-acham-que-twitter-deixa-tv-mais-legal-diz-estudo-12216556#ixzz3BXmmjHHq>> Acesso em 12 de agosto de 2014.

TEMPO PARA O CONSUMO DO AMANHÃ

Profa. Ms. Luciane Pereira Viana¹

Profa. Dra. Saraí Patrícia Schmidt²

Palavras-chave: Diversidade cultural. Consumo do tempo. O Preço do Amanhã.

INTRODUÇÃO

Este estudo busca discutir, sob uma perspectiva interdisciplinar, as interações que envolvem atitudes individuais e sociais do consumo do tempo na juventude líquida contemporânea³. Observa-se que as experiências de consumo estão cada vez mais interligadas às reconfigurações de espaço e tempo. Sendo que, o jovem encontra nestas práticas de consumo uma forma de inclusão na sociedade, impactando na formação de sua identidade.

Tomando como base teórica as questões de direitos humanos no âmbito da diversidade e diferença, este artigo analisa cenas do filme “O Preço do Amanhã⁴” que discute o consumo do tempo e, coloca em relevo a relação entre as práticas de consumo e as complexas matrizes da diversidade cultural, consumo do tempo e do dinheiro. Assim, tem como objetivo descrever a relação da diversidade com o consumo do tempo na juventude líquida, a partir das análises de cenas do filme “O Preço do Amanhã”. Este estudo integra uma pesquisa mais ampla que tem como objetivo problematizar relação da inclusão social e o consumo do tempo na juventude contemporânea.

¹ Docente na Faculdade IENH. Administradora, MBA em Estratégia de Marketing, mestre em Processos e Manifestações Culturais e doutoranda em Diversidade Cultural e Inclusão Social na Universidade Feevale.

² Docente na Universidade FEEVALE. Jornalista, mestre e doutora em Educação na linha de pesquisa Estudos Culturais da UFRGS.

³ Schmidt (2007), tendo como base Bauman (2001), caracteriza a “juventude líquida” como “um grupo que, para afirmar-se como tal, precisou, em determinados momentos históricos, romper, ou talvez fosse melhor dizer, dissolver, derreter certos “sólidos”. Nesse processo de dissolução, a juventude acabou por constituir-se como “irreverente”, “inconformada”. Com isso, acabou criando novos “sólidos” para si. E são eles que vão sendo despejados no cadinho para serem novamente reformados, reformulados e refeitos

⁴ Neste filme o tempo virou moeda. Sinopse: Em um futuro, a ciência descobriu um processo que interrompe o envelhecimento. As pessoas param de envelhecer aos 25 anos, quando inicia o relógio que cada um traz no seu pulso e, que indica que esta pessoa tem somente mais um ano de vida, a não ser que tenha dinheiro para pagar pelo tempo extra. Os ricos conseguem comprar décadas, podendo até se tornar imortais. As demais pessoas precisam pedir esmolas, pegar emprestado ou até roubar horas, tudo para ficar vivo mais um dia. O personagem protagonista Will Salas é acusado de um assassinato e tentando provar sua inocência conhece Sylvia Weis, a bela filha de um dos homens mais poderosos do mundo. Os dois se unem e tentam descobrir um jeito de destruir o sistema que controla o futuro das pessoas. Título original: In Time. Estreia Mundial: 28 de Outubro de 2011. Estreia Brasil: 4 de Novembro de 2011. Direção: Andrew Niccol. (sinopse adaptada e informações retiradas do site IMDb, 2012).

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Partindo do princípio que consumir é “investir na afiliação social de si próprio”, (BAUMAN, 2008, p. 75), o ponto fulcral do consumo na sociedade contemporânea refere-se ao prazer em comprar, o meio pelo qual os indivíduos se constroem como sujeitos. A dualidade “direitos do sujeito” e “sujeito de direitos” tende a ser incluída nos dilemas e contradições destes sujeitos que atuam, se apropriam e re-significam seus direitos, buscando traduzir em práticas efetivas, entre elas, o enfrentamento de desigualdades sociais, (RIFIOTIS, 2006).

Contudo, seguidamente, a soberania do sujeito é reclassificada e representada como a soberania do consumidor. Bauman (2008, p. 70) destaca que a sociedade de consumo representa um “conjunto peculiar de condições existenciais em que é elevada a probabilidade de que a maioria dos homens e das mulheres venha a abraçar a cultura consumista em vez de qualquer outra, e de que na maior parte do tempo obedeçam aos preceitos dela com máxima dedicação”. Assim, a cultura consumista⁵ transforma-se em vocação, um processo de autoidentificação do sujeito e do grupo.

Nesta perspectiva, faz-se necessário refletir sobre diversidade cultural existente nas práticas de consumo, principalmente, convém considerar a distinção entre a diversidade (um universal concreto de toda realização humana) e a diferença (um universal abstrato). “A percepção da diversidade vai além do simples registro da variedade das aparências, porque o olhar, ao mesmo tempo em que percebe, atribui um valor e, claro, determinada orientação de conduta”, (SODRÉ, 2006, p.8).

É importante reconhecer na prática cotidiana a experiência da diversidade humana, na realidade do dia a dia, nos repertórios, onde se mostram hábitos, enunciados e simbolizações de uma cultura. Bem como, na necessidade de preservação da identidade cultural de cada grupo e, a necessidade de legitimação da desigualdade social que reconfiguram e renegociam os valores e direitos humanos universais, (SOUZA, 2001). E, tais práticas estão ligadas à noção de temporalidade cujas mudanças tornaram-se mais marcantes pela cultura imediatista.

Stephen Bertman cunhou os termos ‘cultura agorista’ e ‘cultura apressada’ para denotar a maneira como vivemos em nosso tipo de sociedade. Termos de fato adequados, que se tornam particularmente úteis sempre que tentamos apreender a natureza do fenômeno líquido-moderno do consumismo. Podemos dizer que o consumismo líquido-moderno é notável, mais do que por qualquer outra coisa, pela (até agora singular) *renegociação do significado do tempo*, (BAUMAN, 2008, p. 45 – grifo do autor).

⁵ A cultura consumista constitui-se da maneira como os consumidores pensam seus comportamentos, o consumo está sempre pressionando o sujeito a ser alguém mais, (BAUMAN, 2008).

Nesta noção de tempo renegociada, os termos “ter tempo” e “ganhar tempo” são notoriamente utilizados e, não por acaso, pois “[...] ocupam lugar de honra entre nossas ansiedades mais frequentes, enervantes e desgastantes”, (BAUMAN, 2008, p. 122). Desta forma, observa-se que as práticas de consumo do tempo são constitutivas de novas formas de relacionar questões culturais, sociais, entre outras, com a produção de um contexto de urbanidade bastante peculiar.

METODOLOGIA

Neste estudo utilizou-se a pesquisa descritiva, qualitativa, dividida em dois procedimentos: bibliográfica e documental (PRODANOV E FREITAS, 2009). A pesquisa bibliográfica busca discutir questões sobre o consumo do tempo e diversidade e, conta com os autores Bauman (2001, 2008), Rifiotis (2006), Sodré (2006) e Souza (2001).

A pesquisa documental tem como fonte algumas cenas do filme “O Preço do Amanhã”. Optou-se pela análise de conteúdo, segundo Bardin (2004), sendo obedecidas as seguintes fases: a) pré-análise com preparação do material com a escolha das cenas do filme; b) exploração do material tendo como base as categorias: tempo e diversidade; c) tratamento dos resultados, inferência e interpretação dos dados.

RESULTADOS

Na narrativa do filme o tempo não é consumido apenas comprando produtos e serviços, a ida para o trabalho ou para casa também consome tempo. As pessoas que vivem nas regiões de camada popular estão acostumadas a correr diariamente para economizar tempo, conforme ilustra a figura 1. A corrida para conseguir “mais tempo” é estonteante, pois parte da população precisa gastar a maior parte de seu tempo para conseguir mais tempo e, alguns roubam e até matam somente para poder ter um pouco mais de vida.



Figura 1 – Cena do Filme “O Preço do Amanhã”: Will corre para chegar à fábrica, (FOX, 2011)

A partir deste fato, observa-se que o filme também aponta que a oportunidade de consumo depende das políticas sociais em torno dos direitos humanos, observando questões como a vitimização, as desigualdades sociais, as responsabilidades do Estado e do sujeito social que resignifica seus direitos, conforme descrito por Rifiotis (2006).

Ao possuir pouco tempo, até o momento de uma refeição precisa ser rápido. Na cena apresentada na figura 2, Will come muito rápido em um restaurante e, por estar em uma zona horária de “ricos de tempo”, este fato é observado pela atendente que comenta: “*você, não é daqui, não é? Você faz tudo um pouco rápido demais*”. Os grupos socioculturais reproduzem um comportamento de consumo, baseado em representações específicas. Na sociedade contemporânea, as mercadorias funcionam como elemento de distinção, no filme o ato de possuir tempo assinala a identidade da diferença aos demais membros do grupo sociocultural.



Figura 2 – Cena do Filme “O Preço do Amanhã”: refeição de Will, (FOX, 2011).

Isso permite analisar que a aceitação do outro em todos os espaços de convivência é fundamental para aceitação real do diferente em âmbito universal concreto, conforme colocações de Sodré (2006), bem como, analisar as discussões de cidadania, o discurso das/e sobre as minorias, a necessidade ou exigência de reconhecimento, a noção de dignidade, a igualdade de *status* e a política da diferença, propostos por Souza (2001).

DISCUSSÃO

No filme “O Preço do Amanhã” as questões de diversidade cultural e social foram utilizadas de forma que a marca da diferença social torna-se o tempo, em substituição as diferenças econômicas (dinheiro). O tempo é a moeda de troca para sobrevivência e consumo. Assim, o tempo de cada pessoa é seu dinheiro, além de ser a sua própria vida. Tudo é comprado e pago com o tempo, as pessoas trabalham em troca de mais tempo de vida, e pagam todas as suas contas justamente com o tempo que lhes resta, descrevendo a renegociação do significado do tempo, apontada por Bauman (2008).

Assim como os jovens do filme, nesta cultura imediatista, a juventude líquida vê-se diante de uma instabilidade de desejos e necessidades, convivendo diariamente com uma complexidade de fatores que influenciam na sua forma de viver, ser e consumir. É possível considerar que as (novas) formas de consumir o tempo e dinheiro passam a ser atravessadas pela diversidade cultural e, reconfiguram o cotidiano da sociedade contemporânea.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo apresentou alguns apontamentos sobre a diversidade cultural e o consumo do tempo tendo como base cenas do filme “O Preço do Amanhã”. A partir das discussões do estudo observa-se uma estreita relação entre as práticas de consumo e a significação do tempo, descrita na narrativa do filme, com as práticas culturais de consumo da juventude líquida. Em uma sociedade onde tudo é capitalizável, as possibilidades de “renegociação do significado do tempo” ilustram formas de interação entre os consumidores e, conseqüentemente, de relação entre diversidade cultural, tempo e dinheiro.

Neste sentido, é possível apontar que a cultura do agora se tornou parte do cotidiano da sociedade de consumo, uma vez que, parece desencadear uma possível re-significação das relações apreendidas transversalmente entre sujeito e consumo. Na medida em que as experiências e práticas de consumo precisam promover o bem-estar do sujeito, ter tempo e saber usar bem o tempo é primordial. Acredita-se que as diferentes abordagens e perspectivas sobre as experiências de consumo do tempo revelam-se infinitas possibilidades de (novas) conexões socioculturais.

REFERÊNCIAS

- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2004. p. 223.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- _____. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008. p. 199.
- IMDb. **O Preço do Amanhã**. Disponível em: << <http://www.imdb.com/title/tt1637688/>>> Acesso em: 15 jul 2015.
- PRODANOV, Cleber Cristiano e FREITAS, Ernani Cesar. **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. Novo Hamburgo: Feevale, 2009. p. 288.
- RIFIOTIS, Theophilos. Direitos humanos: Sujeito de direitos e direitos do sujeito. In: DHnet. **Educação em Direitos Humanos: fundamentos teórico-metodológicos**. 2006.

SCHMIDT, Sarai. Ter Atitude: Juventude Líquida na Pauta - Um estudo sobre mídia e cultura jovem global. In: **XVI COMPÓS UTP**. Grupo de Trabalho Recepção, Usos e Consumo Midiáticos. Curitiba, PR, jun. 2007.

SODRÉ, Muniz. Diversidade e diferença. **Revista Científica de Información y Comunicación**. Número 3, (2006), Sevilla, 2006.

SOUSA, Rosinaldo Silva de. Direitos humanos através da história recente em uma perspectiva antropológica. In: **Antropologia e direitos humanos**. Niterói: EdUFF, 2001.

Filmografia

NICCOL Andrew. O Preço do Amanhã. Distribuído por FOX Filmes, 2011.

TRAÇOS DA CULTURA ORGANIZACIONAL NO PODER JUDICIÁRIO

Bruna Schuck Nunes¹

João Batista Andriola da Silva²

Vânia Gisele Bessi³

Palavras-chave: Organização. Poder Judiciário. Cultura organizacional. Rituais.

INTRODUÇÃO

Os avanços do mundo globalizado têm feito com que as organizações busquem melhorias em diversas áreas. O entendimento de que as organizações sofrem diretamente a influência dos aspectos culturais em todos os seus níveis, fez com que um interesse maior sobre o estudo da cultura organizacional despertasse nas organizações.

Schein (2009) classifica a cultura como um fenômeno dinâmico e presente em todas as horas, é um conjunto de estruturas, rotinas, regras e normas que orientam e restringem o comportamento. As características e definições de uma organização estão ligadas à sua história, seu passado, seus líderes e como as conduções são realizadas. Marchiori (2010, p. 113) afirma que a cultura organizacional “é manifestada pelos usos e costumes, pelos hábitos dos grupos, pela ideologia a que as pessoas fazem referência, pelas escolhas estratégicas realizadas”.

A cultura de uma organização tem inúmeras consequências, especialmente quando ocorre a continuidade da liderança, a estabilidade dos membros, a concentração geográfica e o sucesso, no contexto da organização do poder judiciário no Brasil não é diferente.

O poder judiciário é um dos três poderes do Estado e sua função jurisdicional é a solução de litígios, contudo, mesmo após a criação em 2004 do Conselho Nacional de Justiça (CNJ), órgão efetivo de supervisão administrativa e financeira a sociedade clama por uma prestação jurisdicional mais célere e por uma estrutura mais funcional.

1 Mestranda em Indústria Criativa na Universidade Feevale – Novo Hamburgo, RS. Especialista em Comunicação Estratégica e Branding da Universidade Feevale – Novo Hamburgo, RS. Graduada em Relações Públicas pela Universidade Feevale. *E-mail:* bsnunes@hotmail.com

2 Mestrando em Indústria Criativa na Universidade Feevale – Novo Hamburgo, RS. Graduado em Direito pela Universidade Feevale. *E-mail:* joaobas@feevale.br

3 Doutora em Administração. Professora do Mestrado Profissional em Indústria Criativa. *Email:* vania@feevale.br

Neste contexto, importante trazer os conceitos de cultura organizacional para o serviço público, mais precisamente para o judiciário. Contudo, há que se ter em mente que os atributos essenciais para o setor privado não são os detectados no setor público, onde segundo Carbone (2002) tem-se o burocratismo, a centralização e o autoritarismo como principais características.

Assim, o objetivo desse texto é, através de uma revisão bibliográfica e de observação assistemática, caracterizar os traços da cultura organizacional no poder judiciário brasileiro e de que forma isso contribui para que os resultados sejam atingidos, ou seja, que os serviços sejam realmente eficientes na prestação jurisdicional em todos os níveis.

CULTURA ORGANIZACIONAL

A partir dos anos 80 o termo cultura organizacional começou a despertar um maior interesse entre as instituições, percebeu-se que quanto mais os empregados conseguissem compartilhar os valores da empresa, maiores seriam os resultados.

Contudo, Schein (2009) alerta para a possibilidade de haver várias culturas diferentes em uma mesma organização. Assim, cabe distinguir as particularidades de cada grupo, no âmbito de uma cultura mais ampla. O autor ainda afirma que “cultura é o conjunto de suposições compartilhadas” (SCHEIN, 2009, p. 317), por isso a compreensão das singularidades dos indivíduos e organizações tornam-se de extrema relevância, uma vez que caracterizam a cultura e as subculturas a partir de suposições e definições comuns.

Pode-se dizer que cultura é um padrão de pressupostos básicos inventados, descobertos ou desenvolvidos por um determinado grupo que aprendeu a lidar com seus problemas externos e internos e que deram bom resultado, considerando-se assim válidos para que sejam repassados a novos membros. Este padrão descoberto e repassado, passa a se tornar o caráter da organização. Assim, “o caráter de uma escolha organizacional é umas das maiores manifestações da cultura organizacional” (MARCHIORI, 2010, p. 113).

Schein (2009) define três níveis de cultura: artefatos e criações (arquitetura de seu ambiente físico e social); valores (consciência); pressupostos básicos (pré-concebidos, invisíveis e tidos como certos).

Os elementos constitutivos da cultura organizacional na visão de Freitas (2007) facilitam o entendimento sobre as suas características, tornando mais visíveis a sua manifestação em cada organização. Segundo o autor, os elementos constitutivos mais frequentemente citados são os valores, crenças e pressupostos, ritos, rituais e cerimônias, estórias e mitos, tabus, heróis e normas.

O PODER JUDICIÁRIO BRASILEIRO

A constituição de 1988 disciplina a organização do poder judiciário brasileiro com base em seus princípios. A partir da sua promulgação deu-se um passo importante no sentido de garantir a independência e a autonomia do judiciário (SADEK, 2010).

O poder judiciário brasileiro é bipartido, existe um poder judiciário federal e um estadual, ambos com inúmeros órgãos e juizados especiais, é um poder autônomo como os demais, com relações políticas e administrativas.

É garantia constitucional as competências privativas do judiciário, bem como, as diretrizes básicas para a organização como um todo. O funcionamento do judiciário se dá por meio de instâncias judicantes, as quais visam garantir a concretização de princípios basilares do direito, quais sejam, do devido processo legal, do contraditório e da ampla defesa (MENDES, 2011).

Com a criação do Conselho Nacional de Justiça (CNJ) no ano de 2004 através da Emenda Constitucional nº. 45 o judiciário visou, sobretudo, à adoção de mecanismos de controle eficazes da atividade administrativa dos vários órgãos jurisdicionais.

Geralmente é a primeira instância que analisará e julgará as ações propostas ao judiciário, das decisões proferidas em primeira instância, cabe à apreciação da instância superior, garantindo assim o duplo grau de jurisdição. No entanto, cumpre ressaltar, que algumas matérias serão apresentadas diretamente as instâncias superiores (SADEK, 2010).

METODOLOGIA

Esta pesquisa tem como procedimento metodológico a pesquisa exploratória descritiva, qualitativa, tendo como metodologia a pesquisa bibliográfica, pesquisa de Internet e observação não participante. No que tange os procedimentos técnicos, a pesquisa conta com uma revisão bibliográfica para contextualizar o assunto (PRODANOV; FREITAS, 2013) e pesquisa de internet (YAMAOKA, 2006).

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Nota-se que o poder judiciário possui uma estrutura e uma hierarquia bem definidas. Para Saraiva (2002), não há espaço para a informalidade e para o desenvolvimento de noções mais flexíveis, tornando a judiciário burocrático e centralizador.

Com a criação do CNJ buscou-se a partir de então gerenciar o que Freitas (2007) descreve como elementos constitutivos da cultura organizacional e que facilitam o entendimento mais preciso de suas características e de como ela se manifesta na organização.

Nos últimos anos, conforme destaca Saraiva (2002) a administração pública de modo geral demonstra maior interesse no cidadão, tentando desenvolver nos servidores o comprometimento na preparação de mudanças e isso necessariamente passa por questões culturais.

Segundo Sadek (2009), a principal marca da justiça brasileira ainda é a lentidão. Uma das formas de solucionar essa deficiência foi a criação de campanhas incentivando a participação da sociedade na solução de conflitos. Smircich (1983, apud LIMA, 2013, p. 31) destaca que os valores representam a filosofia da organização e ultrapassam os seus limites chegando como mensagens ou slogans ao grande público. Neste tocante, são inúmeras as campanhas publicitárias do Poder Judiciário que tem como foco esse fim.

Outro destaque dado por Freitas (2007) é com relação aos ritos, rituais e cerimônias, que, mesmo sendo abreviados no mundo corporativo continuam valorizados no Poder Judiciário que tem por tradição a solenidade e a formalidade por diversos meios, como a linguagem, as vestimentas e as edificações.

A cultura hierárquica valoriza a continuidade e a estabilidade, tanto econômica quanto política. No Poder Judiciário a concentração do poder está centralizada hierarquicamente nos juízes. Segundo Freitas (1997), o traço hierarquia tem suas origens associadas à família patriarcal e apresenta como características-chaves: (1) tendência à centralização do poder dentro dos grupos sociais; (2) distanciamento nas relações entre diferentes grupos sociais; e (3) passividade e aceitação dos grupos inferiores.

Nesse sentido, Schein (2009) alerta que a distância organizacional entre líderes e liderados, como consequência da multiplicação de níveis hierárquicos, enfraquece a influência da liderança sobre a cultura. Por outro lado, Santos (1998) aborda aspectos positivos em uma cultura hierarquizada ao mencionar que a valorização da continuidade e a estabilidade inspiram confiança de que não haverá interrupções no serviço público.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante dos fatos apontados e ainda de forma superficial extrai-se que muitos dos elementos constitutivos abordados pelos autores estão presentes no dia a dia do judiciário, como, valores, ritos, rituais, cerimônias, cultura hierárquica e normas. Entretanto, faz-se necessário um estudo mais detalhado de cada setor do Poder Judiciário, para que então os conceitos relativos à cultura organizacional possam ser melhor apurados, dada a especificidade de cada órgão.

REFERÊNCIAS

CARBONE, P. P. **Cultura organizacional do setor público brasileiro: desenvolvendo uma metodologia de gerenciamento da cultura.** Revista da Administração Pública. Rio de Janeiro, v.34, n.2, p.133-144, mar./abr. 2002.

FREITAS, Maria. Ester. **Cultura Organizacional: evolução e crítica.** São Paulo: Thomson, 2007.

LIMA, Daniella Munhoz da Costa. **A cultura organizacional do Tribunal de Justiça do Estado da Bahia.** Uma abordagem baseada nas contribuições de autores do pensamento social brasileiro. 2013. 164 f. Tese (Doutorado em administração) – Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas - Fundação Getúlio Vargas. Rio de Janeiro-RJ, 2013. Disponível em: < <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/11447>> Acesso em: 12 de novembro de 2014.

MARCHIORI, Marlene (Org). **Faces da cultura e da comunicação organizacional.** São Caetano do Sul – SP: Difusão Editora, 2010. 351 p.

MENDES, Gilmar. **Organização do Poder Judiciário Brasileiro.** Disponível em < <http://www.stf.jus.br/arquivo/cms/noticiaArtigoDiscurso/anexo/JudicBrasil.pdf>> Acesso em 02 de dezembro de 2014.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C.; **Metodologia do Trabalho Científico – Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico.** Editora Feevale, Novo Hamburgo, 2013.

SADEK, Maria Tereza. **A organização do poder judiciário no Brasil.** Rio de Janeiro: Centro Edelstein de Pesquisas Sociais, 2010.

SANTOS, Neusa Maria Bastos Fernandes dos. **Cultura e desempenho organizacional: um estudo empírico em empresas brasileiras do setor têxtil.** Revista da Administração Contemporânea, Rio de Janeiro, v.2, n.1, p.47-66, jan/abr. 1998. Disponível em: < http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65551998000100004> Acesso em 01 de novembro de 2014.

SARAIVA, L. A. S. **Cultura organizacional em ambiente burocrático.** Revista de Administração contemporânea. Rio de Janeiro, v.6, n.1, p.187-207, jan./abr. 2002.

SCHEIN. Edgar H. **Cultura organizacional e liderança.** São Paulo: Atlas, 2009.

YAMAOKA, Eloi Juniti. O uso da internet. IN: DUARTE, Jorge e BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** São Paulo: Atlas, 2006.

TRANSNACIONALIZAÇÃO E AS RELAÇÕES DE TRABALHO: NOVOS IMIGRANTES, VELHOS DESAFIOS

Prof. Me. André Luciano Viana¹

Profa. Dra. Acacia Zeneida Kuenzer²

Profa. Dra. Margarete Fagundes Nunes³

Palavras-chave: Trabalho. Transnacionalidade. Imigração. Direitos Humanos. Brasil.

INTRODUÇÃO

Na última década, uma grande parte de estrangeiros – sobretudo africanos caribenhos – têm deixado seus países. Mesmo aqueles cidadãos considerados oriundos das camadas médias de sua população de origem e encontram-se no Brasil, muitas vezes, em condições de vulnerabilidade social, sob riscos físicos e psicológicos, e assim, a busca de trabalho na chamada “terra prometida” pode inclusive desrespeitar a institucionalização dos direitos humanos.

A reflexão proposta foi construída a partir de duas disciplinas do Programa de Pós-Graduação em Diversidade Cultural e Inclusão Social: Diálogos Epistemológicos Contemporâneos: a Constituição Histórica da Categoria Diversidade e também Diversidade, Conflitos Sociais e Direitos Humanos, do Programa de Pós-Graduação em Diversidade Cultural e Inclusão Social. Diante de outras possibilidades, por acreditar na relevância do tema que abarca a realidade contemporânea da diversidade cultural do Brasil, este estudo tem como objetivo geral analisar os novos (velhos) desafios enfrentados pelos imigrantes ao chegarem ao Brasil. Como metodologia, o tipo de pesquisa selecionado para este estudo classifica-se como descritiva, por meio de pesquisa bibliográfica, com abordagem qualitativa, a partir de referencial teórico pautado em globalização, direitos humanos e diversidade cultural e dados divulgados em reportagens recentes publicadas sobre o tema. Este estudo integra uma pesquisa mais ampla, que busca verificar as relações de trabalho no Brasil.

¹ Doutorando em Diversidade Cultural e Inclusão Social e Mestre em Processos e Manifestações Culturais pela Universidade Feevale. Esp. em Relações Internacionais e Gestão Cultural. Docente da Universidade Feevale.

² Professora.

³ Professora.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Tradicionalmente, no Brasil, as questões relacionadas às imigrações se confundem com uma parte significativa da vida da população do nosso país. O processo de transnacionalização⁴ é incentivado também pela globalização, pois como questões relevantes a esse respeito, Ribeiro (2009) ressalta que existe uma certeza que o próprio processo de globalização torna mais intenso e complexo a exposição à diferenciação social, mas que discursos sobre o universalismo e particularismo são direcionados a tensões existentes quando abordados nas esferas das dinâmicas de crescimento e expansão.

Torna-se importante que ressaltar que embora no taylorismo/fordismo, as competências eram desenvolvidas com foco em ocupações previamente definidas e até certo ponto, estáveis, a integração produtiva se alimenta do consumo flexível de competências diferenciadas, que se articulam ao longo das cadeias produtivas, desse modo, os modelos na relação entre trabalho e trabalhadores não segue um único padrão e as necessidades de mercado e de lucro, tendem a ser estreitadas a partir da internacionalização segundo as estratégias de contratação e subcontratação que são mobilizadas (KUENZER, 2007).

Ao tratar esse tema, a difusão da ideia de globalização, mesmo quando ela seja refutada de forma implacável pela força dos fatos que a transformam numa palavra, sem a abrangência conceitual esperada, no qual a diversidade cultural está relacionada. No entanto, Ribeiro (2009) também alerta que o discurso sobre a diversidade é um universo de disputas e existem diferentes tipos de "diversidade", situados em dois grandes campos definidos pela presença preeminente de interesses políticos ou gerenciais, afirma o autor. Assim, os temas que abrangem a área de direitos humanos passam a ocupar, muitas vezes, várias reportagens e notícias do cotidiano, o que pode propiciar esta discussão no Brasil de forma ainda mais destacada. Na sequência, apresenta-se a metodologia da pesquisa.

METODOLOGIA

O tipo de pesquisa selecionado para esta abordagem classifica-se como descritiva, por meio de pesquisa bibliográfica, documental com abordagem qualitativa. Utilizou-se como suporte para a análise de dados, estudos teóricos e reportagens publicadas entre 2014 e 2015 no Jornal Zero Hora (Porto Alegre, RS), destacados na sequência deste trabalho.

⁴ O conceito de transnacionalização abarcado neste estudo, é para Canclini (2007), um processo que ocorre a partir da internacionalização da economia e da cultura e inicia na primeira metade do século XX; cria organismos, empresas e movimentos, na qual uma sede não se encontra exclusivamente em uma única nação e proporciona sonhos de melhoria de vida que abrangem todos os cidadãos.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Já é comum nos grandes centros e também nas pequenas cidades, a circulação de imigrantes que chamam a atenção por diversos fatores, como étnicos, culturais e sociais. Os resultados e a discussão propostos a seguir, ousam compreender os “novos desafios” aos imigrantes, que hipoteticamente, situam-se como “velhos desafios”, semelhantes aqueles que os primeiros imigrantes tiveram ao chegar no país.

Ao mesmo tempo, cabe uma reflexão a respeito do que esses imigrantes encontram no Brasil. Segundo uma das reportagens analisadas, Rollsing (2015) conta que os imigrantes africanos e caribenhos, em sua maioria, chegam ao Brasil de forma ilegal, pois seja de origem africana ou caribenha, os estrangeiros seguem de avião à cidade de Quito, no Equador, de onde sairão pelas rodovias (de ônibus ou caminhando) passando pelo Peru, para finalmente, chegar em Rio Branco, no Acre, onde ficam em alojamentos cedidos pela Secretaria de Direitos Humanos do Estado, até a possível saída de um ônibus que os leve para algum local do Brasil, principalmente, São Paulo.

O abrigo, muitas vezes vendido como “hotel” pelas agências de turismo nos países de origem, é na verdade, uma sede de eventos que teve suas dependências alugadas pelo governo acreano e chama-se “Chácara Aliança”, neste local, os imigrantes recebem três refeições ao dia, nem sempre se adaptam à comida, não há condições sanitárias adequadas, não há espaço e tão pouco é oferecida alguma ocupação profissional aos estrangeiros, que ficam à espera da licitação de ônibus, fretados pelo governo acreano, que levarão os imigrantes às capitais brasileiras, afirma Rollsing (2015), conforme ilustra-se na Figura 1:



Figura 1 - Foto de estrangeiros à espera do ônibus que sairá do alojamento
Fonte: Rollsing (2015)

Ao analisar reportagens sobre os estrangeiros que chegaram ao país nos últimos anos, podemos afirmar que o objetivo destes grupos foi basicamente o mesmo: melhorar as condições de vida por meio do trabalho decente⁵, muitas vezes, induzidos pelo próprio movimento da globalização, que proporciona a ideia de que o mundo é mais próximo e que as oportunidades são iguais para todos.

A Figura 2, apresenta dados apontados pelo pesquisador em ciências sociais, Jurandir Zamberlam e descreve que entre os anos de 2012 e 2013, houve uma elevação de 26,8% no número de trabalhadores estrangeiros no país, abarcando 120.056 pessoas (TREZZI, 2014); desse número, no Rio Grande do Sul, ainda segundo o mesmo autor citado anteriormente, até meados de 2014 estavam cerca de 7.000 haitianos, 4.000 africanos e ainda 500 bengaleses, divididos nas cidades de Marau, Passo Fundo, Erechim, Caxias do Sul, Encantado, Lajeado, Bento Gonçalves e Gravataí, que trabalham nas indústrias metalomecânica, frigoríficos, construção civil, entre outros setores (neste caso, estão identificados aqueles que legalmente estão no mercado de trabalho).

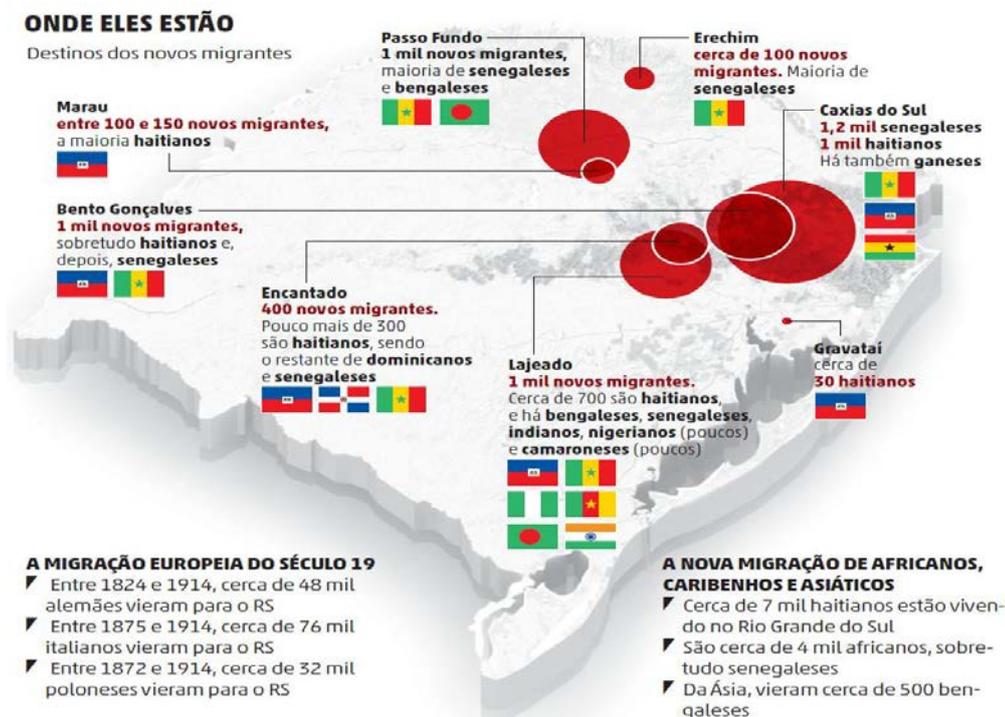


Figura 2 - O mapa dos novos imigrantes no RS
Fonte: Rollsing e Trezzi (2014)

⁵ O trabalho decente resume as aspirações das pessoas em suas vidas profissionais. O conceito engloba oportunidades de trabalho produtivo com remuneração justa, segurança no local de trabalho e proteção social para as famílias, melhores perspectivas de desenvolvimento pessoal e integração social, liberdade para as pessoas expressarem suas preocupações, se organizarem e participarem das decisões que afetam suas vidas, além de igualdade de oportunidades e de tratamento para todas as mulheres e homens (ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO-OIT, 2015).

Ao mesmo tempo, embora exista uma grande demanda por trabalho, pode-se afirmar a importância do cuidado aos direitos humanos, pois há relatos de casos de exploração da mão de obra estrangeira, em condições análogas às de escravos. A secretaria de direitos humanos tem certa apreensão em relação ao fluxo migratório no Brasil, considerando que não seria apenas um movimento pontual, mas sim, que o Brasil foi alocado nas rotas migratórias. Neste sentido, recentemente, em 2 de julho de 2015, a Comissão de Relações Exteriores do Senado, aprovou o projeto que estabelece uma nova lei de migração para o Brasil (SALOMÃO, 2015) e busca desse modo, melhorar as condições para receber a população estrangeira, tendo em vista as relações entre os países vizinhos e a própria imagem internacional do Brasil. Assim, cabendo neste texto, tecer alguns apontamentos a respeito dos novos imigrantes no Brasil, tem-se a constatação de novos meios de inclusão na realidade brasileira.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao aproximar os temas globalização, diversidade cultural e direitos humanos, pode-se considerar que estão imbricados em um sentido mais amplo e têm relação com a integralidade da discussão acerca da constituição das sociedades em um contexto contemporâneo. Se considerarmos os dados informados em reportagens que abarcam o tema, são comuns relatos de preconceito e até mesmo, certos processos isolados de xenofobia aos novos imigrantes. Esta aproximação, coincide muito com as práticas relacionadas à inclusão pelas políticas públicas, que muitas vezes, são realizadas para atendimento de determinadas camadas da população, que após longos períodos de precarização e exclusão, precisam de ações efetivas para tornar a igualdade um patamar desejável, incluindo os estrangeiros.

REFERÊNCIAS

CANCLINI, Néstor Garcia. **A globalização imaginada**. Tradução Sérgio Melina. São Paulo: Iluminuras, 2007

ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO - OIT. **Temas**. Disponível em: <<http://www.ilo.org/brasil/temas/lang--pt/index.htm>>. Acesso em: 15 maio 2015.

KUENZER, Acacia Zeneida. Da dualidade assumida à dualidade negada: o discurso da flexibilização justifica a inclusão excludente. **Educ. Soc.** vol. 28 no.100 . Campinas Oct. 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-73302007000300024>. Acesso em: 01 ago. 2015

RIBEIRO, Gustavo Lins. Diversidade Cultural enquanto Discurso Global. **Avá**. n.15. Posadas dic. 2009. Disponível em: <http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-16942009000200001&script=sci_arttext>. Acesso em: 15 jul. 2015.

ROLLSING, Carlos. Inferno na Terra Prometida. **Zero Hora**, Porto Alegre, RS, ano 52, nº 18.134, p.11-21, 07 de junho de 2015. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/especiais-zh/zh-terra-prometida/>>. Acesso em: 20 jul. 2015.

_____; TREZZI, Humberto. Novos imigrantes mudam o cenário do Rio Grande do Sul. **Zero Hora**, Porto Alegre, RS, 16 de agosto de 2014. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/noticia/2014/08/novos-imigrantes-mudam-o-cenario-do-rio-grande-do-sul-4576728.html>> . Acesso em: 20 jul. 2015.

SALOMÃO, Lucas. Comissão de Relações Exteriores do Senado aprova nova lei de migração. **G1**, São Paulo, 02 de Julho de 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/politica/noticia/2015/07/comissao-de-relacoes-exteriores-do-senado-aprova-lei-de-migracao.html>>. Acesso em: 20 jul. 2015.

TREZZI, Humberto. Brasil soma 120 mil trabalhadores imigrantes. **Zero Hora**, Porto Alegre, RS, 13 de novembro de 2014. Disponível em: <<http://m.zerohora.com.br/noticia/4641728/brasil-soma-120-mil-trabalhadores-imigrantes>> . Acesso em: 20 jul. 2015.