

latindex

# MEDITATIO

REVISTA DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS

ISSN: 2359-3318



**ugv**  
Centro Universitário

2º SEMESTRE DE 2023, ANO 10, VOLUME 3

Revista de Ciências Sociais e Aplicadas

<http://book.ugv.edu.br/index.php/Meditatio/index>

EXPEDIENTE

UGV - CENTRO UNIVERSITÁRIO  
Rua Padre Saporiti, 717–Bairro Nossa Senhora do Rocio  
União da Vitória – Paraná  
CEP. 84.600-904  
Tel.: (42) 3522 6192

CATALOGAÇÃO

ISSN: 2359-3318

LATINDEX

Folio:25163

CAPA

Equipe Marketing (UGV)

ESTRUTURA ORGANIZACIONAL DA REVISTA

Editor-chefe: Prof. Dr. João Vitor Passuello Smaniotto (UGV)

Coeditora: Prof. Me. Lina Cláudia Sant'Anna (UGV)

CONSELHO EDITORIAL

Prof. Dr. João Vitor Passuello Smaniotto (UGV)

Prof. Dr. Andrey Portela (UGV)

Prof. Dra. Julia Caroline Flissak (UGV)

Prof. Remei Haura Junior (UGV)

Prof. Dra. Patrícia Manente Melhem Rosas (Campo Real)

Prof. Dra. Bruna Rayet Ayub (UGV)

## SUMÁRIO

<b>A EDUCAÇÃO FINANCEIRA COMO ALIADA NA PROMOÇÃO DE BEM-ESTAR EMOCIONAL: UM ESTUDO SOB A ÓTICA DA PSICOLOGIA ECONÔMICA .....</b>	<b>04</b>
<b>ANÁLISE DO SETOR ECONÔMICO DE TRANSPORTE RODOVIÁRIO</b>	<b>16</b>
<b>O AUTOCONHECIMENTO COMO FORMA DE APERFEIÇOAMENTO: UM RESGATE ANTROPOLÓGICO DA BUSCA POR EXCELÊNCIA .....</b>	<b>24</b>
<b>O CONTRADITÓRIO E A AMPLA DEFESA NAS REDES SOCIAIS VIRTUAIS</b>	<b>37</b>
<b>PLANO DE NEGÓCIOS PARA UM <i>E-COMMERCE</i> DE ROUPAS EXECUTIVAS FEMININAS .....</b>	<b>54</b>
<b>PRÁTICAS PARENTAIS E A SUA RELAÇÃO COM A TOLERÂNCIA E O PRECONCEITO: UM ESTUDO DE CASO .....</b>	<b>68</b>
<b>PROJETO DE EXTENSÃO COMO FERRAMENTA DEVOLUTIVA À SOCIEDADE EMPRESARIAL EM FORMA DE CONSULTORIAS EMPRESARIAIS APLICADAS EM EMPRESAS DO NORTE CATARINENSE E SUL PARANAENSE .....</b>	<b>84</b>
<b>RADAR DE INOVAÇÃO: AÇÕES ALI AGENTES LOCAIS DE INOVAÇÃO – PERCEPÇÃO DE PROPÓSITO: ANÁLISE DO CENÁRIO ALI PRODUTIVIDADE PARAIBANO .....</b>	<b>101</b>

## A EDUCAÇÃO FINANCEIRA COMO ALIADA NA PROMOÇÃO DE BEM-ESTAR EMOCIONAL: UM ESTUDO SOB A ÓTICA DA PSICOLOGIA ECONÔMICA

Ana Paula Reichardt<sup>1</sup>  
Hilton Tomal<sup>2</sup>  
Natalie de Castro Almeida<sup>3</sup>  
Rafael Fiamoncini Ferreira<sup>4</sup>

**RESUMO:** A Psicologia Econômica estuda o comportamento econômico dos indivíduos em distintas situações e papéis sociais, com foco no processo cognitivo e comportamental correlacionados à tomada de decisão econômica. Há inúmeros casos em que as dificuldades financeiras levam a situações mais extremas, como o desenvolvimento de depressão e até suicídio. O objetivo do presente estudo foi realizar um estudo sobre a educação financeira de um grupo de 05 (cinco) funcionários de uma empresa de ensino privada e sensibilizá-los sobre a relação mais saudável com o dinheiro. A metodologia fundamentou-se em uma pesquisa de campo aplicada mista. Considerando os dados levantados, notou-se que 80% dos integrantes da pesquisa já apresentou algum sintoma de mal-estar emocional em decorrência de problemas financeiros. 80% dos participantes já se sentiu descontrolado financeiramente e 100% considera de suma importância possuir reserva de emergência financeira. Dada a relevância da educação financeira na vida das pessoas, é importante que o assunto seja amplamente disseminado e discutido, tanto no meio empresarial e também em veículos de informação acessíveis como as redes sociais, mas principalmente debatido nas famílias.

**Palavras-chaves:** Psicologia Econômica. Educação financeira. Finanças comportamentais.

**ABSTRACT:** Economic Psychology studies the economic behavior of individuals in various situations and social roles, focusing on the cognitive and behavioral processes correlated with economic decision-making. There are numerous cases where financial difficulties lead to more extreme situations, such as the development of depression and even suicide. The aim of the current study was to conduct research on the financial education of a group of five employees from a private educational company and to raise their awareness about a healthier relationship with money. The methodology was based on a mixed applied field research. Considering the collected data, it was observed that 80% of the research participants have experienced some form of emotional distress due to financial problems. 80% of the participants have felt financially out of control, and 100% consider having an emergency financial reserve to be of utmost importance. Given the significance of financial education in people's lives, it is important for the topic to be widely disseminated and discussed, not only in the corporate environment and accessible information outlets such as social media but also primarily within families.

**Keywords:** Economic Psychology. Financial education. Behavioral finance.

---

<sup>1</sup> Graduada em Psicologia pela Ugv – Centro Universitário. Pós graduada em Planejamento Financeiro e Finanças Comportamentais pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - PUC-RS.

<sup>2</sup> Docente na Ugv – Centro Universitário. Mestre em Desenvolvimento e Sociedade. Rua Catarina Ulrich, 61. Bairro São Joaquim. Cep: 84.605-240. União da Vitória – Pr. E-mail: administrativo@edu.br.

<sup>3</sup> Docente na Ugv – Centro Universitário.

<sup>4</sup> Docente na Ugv – Centro Universitário. Mestre em Ciências da Saúde pela UEPG – Universidade Estadual de Ponta Grossa/PR.

## 1 INTRODUÇÃO

A relação psicologia e economia ou conhecida também como psicologia econômica, estuda o comportamento econômico dos indivíduos em diferentes situações e papéis sociais, com foco na tomada de decisão e nos processos cognitivos e emocionais correlacionados. É uma área emergente da psicologia, que tem contribuído de forma relevante em inúmeros contextos, desde auxiliar na formulação de políticas que visem a incentivar as famílias a administrar seus orçamentos domésticos, passando por debates acerca do mercado financeiro, meio ambiente, sustentabilidade e inúmeros outros setores voltados a administração de recursos finitos (FERREIRA, 2014).

O desenvolvimento desta pesquisa mostra sua importância pela observação do crescente número de pessoas endividadas e inadimplentes no Brasil, devido aos mais diversos motivos, dentre eles o alto índice de desemprego nos últimos anos, decorrente da crise político-econômica de 2014 que ainda estava em processo de superação, mas no entanto, entrelaçou-se com a crise sanitária ocasionada pelo COVID-19, um vírus pandêmico que está impactando fortemente os aspectos econômicos e emocionais da humanidade (SILVA; SILVA, 2020).

De acordo com a notícia do Jornal Folha de São Paulo de 29 de agosto de 2016, um homem matou a esposa e os dois filhos, depois tirou a própria vida se jogando do 18º andar do condomínio de classe média alta onde morava em uma área nobre do Rio de Janeiro. As investigações sugerem que os crimes teriam sido motivados pela crise econômica, pois, em uma carta deixada em seu apartamento, o homem relata que temia perder o emprego e passar por dificuldades financeiras.

Em trechos da carta se justificava: “Está claro para mim que está insustentável e não vou conseguir levar adiante. Não vamos ter mais renda e não vou ter como sustentar a família”. Outro trecho demonstra sinais de frustração: “Sinto um desgosto profundo por ter falhado com tanta força, por deixar todos na mão. Mas, melhor acabar com tudo logo e evitar o sofrimento de todos”.

Infelizmente notícias relatando crises econômicas e seus impactos emocionais são recorrentes em todo o mundo. É de suma importância os profissionais de psicologia desenvolverem aptidões para trabalharem com essas demandas.

A pesquisa proposta neste trabalho foi aplicada em funcionários de um Centro Universitário da cidade de União da Vitória/PR com objetivo de levantar dados sobre a vida financeira dos participantes entrevistados a fim de, com base nesses dados coletados, auxiliar com a sensibilização em forma de palestra informativa, sobre a importância da saúde financeira associada a saúde emocional das pessoas.

Estudos científicos mostram que pessoas com maior controle sob sua saúde financeira, tendem a apresentar menor incidência de ansiedade, depressão, oscilações de humor e problemas familiares (CAPRILES, 2005). Para Ramos (2001), a cultura do consumismo frenético, problemas de autoestima e compulsões, estão entre os principais fatores que levam ao descontrole das finanças, impactando não apenas no quesito financeiro do sujeito, mas acarretando problemas emocionais na relação familiar e em sociedade.

No âmbito social, a construção desta pesquisa decorreu devido a observação do crescente número de notícias relacionadas a prejuízos emocionais em pessoas endividadas e ou inadimplentes no Brasil. O descontrole financeiro provém dos mais diversos motivos, entre eles a crise político-econômica que assolou o país em 2014, da qual o Brasil caminhava para uma recuperação e atualmente retoma, por conta da Pandemia do vírus COVID-19, que está impactando fortemente o orçamento das famílias, levando todas as esferas do Governo a tomarem medidas fiscais, contenção de gastos na esfera pública e injeção de dinheiro na economia.

Essas medidas estão sendo aplicadas a fim de amenizar os danos ocasionados pelo isolamento social que tem levado o comércio ao fechamento e a população a ficar em casa pelo risco de contágio e a diminuição no consumo de itens mais supérfluos, tendo em vista a insegurança financeira associada à sanitária. Infelizmente, a perspectiva atual perante a situação econômica é que ela tende a se agravar ainda mais nos próximos meses devido ao fechamento ou diminuição das atividades na cadeia produtiva e comercial do país (SILVA; SILVA, 2020).

É imprescindível falar de finanças, de comportamento financeiro e dos impactos emocionais correlatos à administração do dinheiro. A maioria dos brasileiros recebeu uma educação inadequada, ou até mesmo nenhuma educação financeira de herança de seus pais e avós, pois eles viveram em uma época em que o conhecimento era limitado e inacessível.

A boa notícia é que hoje dispomos de acesso a conhecimento e informações com maior rapidez e acessibilidade, que nos mostram que pode-se administrar os recursos financeiros de forma mais assertiva, independentemente de classe social e que o dinheiro e saúde emocional podem andar lado a lado, uma vez que entenda-se a melhor forma de administrá-lo e multiplicá-lo, percebendo-o como um aliado na busca da liberdade de escolhas e promotor de bem-estar e não como objeto de disputa e status social (FERREIRA, 2015).

A adequada educação financeira pode colaborar com o bem-estar emocional, uma vez que o descontrole financeiro tende a desencadear prejuízos emocionais de diferentes magnitudes como a ansiedade, frustração, tristeza, depressão e em casos extremos, pode levar até ao suicídio.

De acordo com Barracho (2001) os estudos da Psicologia Econômica têm seu início no fim do século XIX e início do XX. O comportamento econômico está atrelado a razões psicológicas e até neurológicas. Para pesquisadores da economia e da neuroeconomia, o endividamento está ligado especialmente a falta de autocontrole no consumo e a busca por compensação, um alívio para impulsos.

A Neuroeconomia focaliza seus estudos à investigação das variáveis que de fato determinam as escolhas econômicas dos agentes. Pode-se afirmar de maneira genérica, que esta linha analisa as tomadas de decisão a partir da ótica do homem como um sujeito que toma suas decisões econômicas do ponto de vista cognitivo/neurológico. Em síntese, evidencia-se que homens e mulheres se mostram como seres emocionais, contraditórios, medrosos, ou seja, indubitavelmente humanos (PORTO; TEIXEIRA, 2009).

Segundo Ferreira (2007), a Psicologia econômica foi discutida primariamente através do cientista francês Gabriel Tarde (1843-1904). Tarde foi um pensador social e jurista que deu abertura aos conceitos psicológicos em suas análises econômicas. Outro precursor na área da Psicologia Econômica foi Thorstein Veblen (1857-1929). Veblen publicou um ensaio sobre a relação do comportamento exibicionista e desperdício dos 'novos ricos' que é um tópico psicológico-econômico – A teoria da Classe Ociosa em 1899.

Herbert Alexandre Simon, economista americano (1916-2001), recebeu em 1978 o prêmio Nobel de Economia sendo reconhecido em suas pesquisas sobre a

interrelação da Economia com a Psicologia através da criação da Teoria da Racionalidade Limitada. Alguns anos depois, em 1981, surge o *Journal of Economic Psychology* em que publicações referentes a pesquisas na área se evidenciam (AZEVEDO, 2009).

Azevedo (2009) afirma que a psicologia econômica revela que há limitações cognitivas e emocionais na tomada de decisão, dessa forma, pode haver uma distorção tanta do ponto de vista perceptivo quanto nas lembranças e avaliações. Para Bion (1970) “a razão é escrava da emoção e existe para racionalizar a experiência emocional”. Essa afirmação concebe o fato de que a racionalidade ocorre, no entanto, ocorre cercada de variáveis emocionais que induzem o agente a determinada tomada de decisão.

A psicologia econômica permite assumir essas variáveis subjetivas que cercam o agente econômico. Aceita-se o fato de que as emoções, sensações e impulsos, ou seja, fatores psicológicos influenciam nas decisões do indivíduo.

Capriles (2005) afirma que os aspectos psicológicos ligados ao dinheiro, desempenham hoje, o papel que a sexualidade possuía na época de Freud no início do século XX, considerando que hoje há mais loucuras e doenças relacionadas ao dinheiro do que ao sexo.

Capriles afirma ainda que o dinheiro desencadeia discussões entre amigos, atritos conjugais, paixões intensas e violentas, mal-entendidos, brigas em família, ansiedade, medo, ódio. O tormento de não ter dinheiro, o desejo de ter mais, medo do futuro, da pobreza, do fracasso são algumas das imagens e fantasias associadas ao dinheiro.

A educação financeira visa promover a adequada administração dos recursos financeiros, direcionando ao planejamento, a busca de um futuro seguro e uma reserva para a velhice. O primeiro passo é identificar como desejamos estar daqui algum tempo, observando os gastos despendidos hoje e como eles devem ser adequados para o alcance das condições desejadas (CLASON, 2005).

Com o advento da crise de 2008 os programas de educação financeira passaram a ser vistos com mais importância, ganhando visibilidade em todo o mundo. Notou-se uma necessidade de tornar o assunto mais acessível usando uma linguagem mais direta e simples, buscando trabalhar crenças, valores, atitudes

mentais e intenções da população, bem como desenvolver uma forma de reduzir a exposição ao risco sistêmico ou pessoal no que se refere às finanças.

Após a euforia pré-crise o pânico se instaurou nos mercados financeiros de todo o mundo, diante da mudança de cenário, inesperadas até para os agentes financeiros mais experientes, era nítido a presença de fatores psicológicos naquele fenômeno, demonstrando de maneira bastante clara, como sentimentos, pensamentos e comportamentos grupais poderiam ter impactado sobre os eventos econômicos que ocorreram (FERREIRA, 2015).

Segundo Bauman (2010), a sociedade capitalista induz ao consumismo desenfreado, acarretando o endividamento daqueles que desejam uma determinado status social com o qual não podem arcar. As pessoas vão as lojas para ver se encontram ali, o bem-estar. Ferreira (2008) aponta que vivemos em uma cultura de endividamento. Se antes eu me sentia envergonhado pelo alto índice de dívidas que possuía, hoje há pessoas que até se vangloriam, pois julgam que se possuem dívidas, certamente não são um “joão-ninguém”. O fato é que, segundo Ramos (2011), as condições econômicas podem interferir na probabilidade do desenvolvimento de sintomas depressivos e a depressão também pode ser desencadeante de problemas financeiros.

Para Capriles (2005), o dinheiro desencadeia discussões entre amigos, atritos conjugais, paixões intensas e violentas, mal-entendidos, brigas em família, ansiedade, medo, ódio. O tormento de não ter dinheiro, o desejo de ter mais, medo do futuro, da pobreza, do fracasso são algumas das imagens e fantasias associadas ao dinheiro. Segundo Fromm (2000, p.3), “a felicidade do homem moderno consiste na emoção de olhar vitrines e comprar tudo o que lhe é possível, a vista ou a prazo”. A Neuroeconomia, área de estudo que usa as técnicas de neurociência para entender como as pessoas tomam suas decisões financeiras, explica que o problema é um duelo entre razão e emoção.

Nas crises econômicas a maioria das pessoas não estão preparadas, justamente por não utilizarem de forma adequada os seus recursos financeiros. Muitas pessoas acabam desencadeando inadimplência crescente e conseqüentemente vindo a interferir no bem-estar pessoal, familiar e social deles. Nesses momentos fica ainda mais evidente a real importância da educação financeira na sociedade (NICHELE, 2011).

## 2 MÉTODOS

### 2.1 TIPOS DE PESQUISA

A referida pesquisa se caracteriza de natureza aplicada, pois os dados coletados serviram para a aplicabilidade deles em forma de intervenção junto ao grupo pesquisado. Para Gil (2008) a natureza aplicada visa gerar conhecimentos para aplicação prática que possam ser dirigidos à solução de problemas. Possui abordagem quali-quantitativa, uma vez que levantou dados quantitativos e informações subjetivas de cada entrevistado. A abordagem qualitativa não se preocupa com representatividade numérica e sim com os aspectos subjetivos do grupo pesquisado, já a abordagem quantitativa busca o levantamento numérico, quantificando as informações encontradas.

O objetivo desta pesquisa é exploratório, haja visto que buscou-se explorar informações referentes a vida financeira dos participantes. A pesquisa exploratória ainda segundo Gil (2008) é um tipo de pesquisa que busca proporcionar maior familiaridade com o problema, com objetivo de explicitá-lo ou construir hipóteses.

O procedimento de levantamento de dados foi realizado a campo, com entrevistas individuais junto a cada integrante do grupo. A pesquisa a campo se caracteriza por além de pesquisa bibliográfica e ou documental, realizar coleta de dados junto a pessoas.

### 2.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA

O público pesquisado foi composto por população finita de 05 (cinco) pessoas de forma voluntária, todos maiores de idade e funcionários de uma mesma empresa localizada na cidade de União da Vitória/PR, indicados pelo Pró-Reitor de Planejamento e Administração da instituição.

### 2.3 COLETA DE DADOS

O local escolhido para aplicação da pesquisa foi em uma Instituição de Ensino Superior. Devido ao isolamento referente à Pandemia do COVID-19, optou-se pela utilização do *WhatsApp* para o envio do link do *Google Forms*.

A coleta ocorreu durante os meses de junho e julho do ano de 2020. Assim que realizado contato via aplicativo *WhatsApp* com os participantes, de imediato foi

explicado do que se tratava a pesquisa e confirmado o consentimento deles em participar.

Na sequência, enviou-se o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) para coleta de assinatura e devolutiva de forma virtual. Tanto o pré-teste, quanto o questionário de autopercepção financeira, bem como o pós-teste foram enviados via *Google Forms*.

### 3 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Cinco funcionários foram selecionados de forma voluntária, sendo 02 deles (40%) do sexo masculino e 03 participantes do sexo feminino (60%) com idades entre 31 e 41 anos. Com intuito de preservar a identidade deles, eles serão identificados como P1, P2, P3, P4 e P5 na tabela abaixo, sendo:

Quadro 1 - Dados dos participantes da pesquisa

Participante	P1	P2	P3	P4	P5
<b>Sexo</b>	Masculino	Feminino	Feminino	Masculino	Feminino
<b>Idade</b>	31	41	37	33	38
<b>Renda mensal</b>	R\$2.500,00	R\$3.135,00	R\$1.550,00	R\$1.800,00	R\$3.500,00
<b>Possui casa própria?</b>	sim	sim	sim	não	sim
<b>Já passou por dificuldades financeiras?</b>	não	sim	sim	sim	não
<b>Possui reserva financeira?</b>	sim	não	não	sim	sim
<b>Consegue manter o padrão de vida em caso de desemprego por quanto tempo?</b>	Entre um e três meses	Entre um e três meses	Entre três e seis meses	Entre três e seis meses	Entre três e seis meses

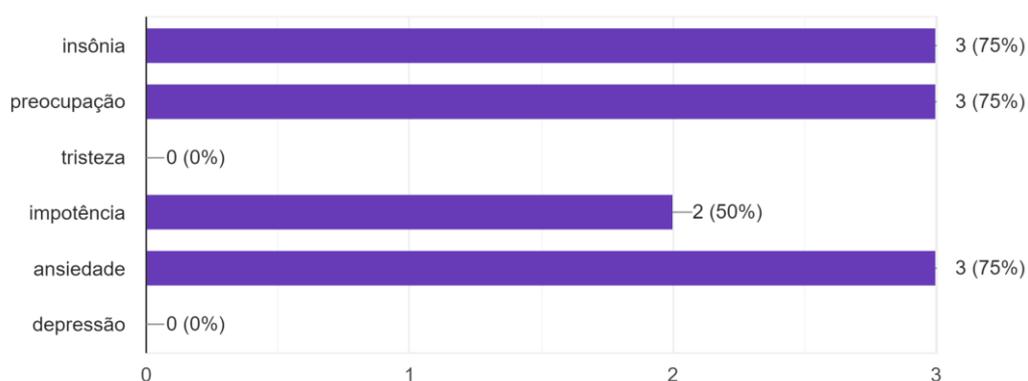
Assim que os termos foram recebidos, enviou-se o pré-teste que teve como intuito mensurar o grau de imediatismo dos participantes com base em duas perguntas, onde obteve-se os seguintes dados.

O levantamento de informações relativas à autopercepção de nível de imediatismo se mostrou relevante, uma vez que a literatura mostra que a impulsividade pode levar ao consumo de itens desnecessários e em muitos casos ao endividamento descontrolado acarretando desgastes emocionais. Bonomo, Mainardes e Laurett (2017) afirmam que ao adquirir um produto de forma impulsiva, sem medir as consequências e analisar sua real necessidade, o consumidor pode perder o controle de suas finanças e elevar seu nível de endividamento pessoal.

Com relação aos participantes da pesquisa, 40% destes, discordaram totalmente que apresentam características imediatistas, 20% discordaram e 40% responderam como neutro. Quando questionados sobre se, em uma situação hipotética, pudessem escolher entre ganhar R\$1.000,00 imediatamente ou aguardar 6 meses para ganhar R\$ 2.000,00, 100% optou pela segunda opção.

Segundo o questionário de autopercepção financeira aplicado junto aos participantes, 80% relataram haverem vivenciado sintomas de desconforto emocional relacionados à problemas financeiros, segundo o gráfico 1.

Gráfico 1 - Incidência de sintomas/doenças por conta de dificuldades financeiras



De acordo com um levantamento realizado pela Confederação Nacional de Dirigentes e Lojistas (CNDL) e do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil), divulgada em agosto de 2019, 67% dos brasileiros não conseguiram poupar dinheiro ou não possuíam nenhuma reserva de emergência no mês citado.

As justificativas que levam ao fato de não poupar são as mais variadas. 40% dos entrevistados afirmam que o baixo salário inviabiliza as sobras. Outros 18% dizem que foram surpreendidos por imprevistos, 15% gastaram em coisas incomuns e 13% reconhece ter perdido o controle sobre seus gastos.

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

É determinante que a educação financeira seja propagada de forma a gerar valor na vida das pessoas. Afinal, nossas decisões econômicas são realizadas o tempo todo, desde que passamos a entender o significado do dinheiro e dos recursos finitos que nos cercam, até o fim de nossas vidas. É de certa forma, até cruel saber que milhares de pessoas viveram ou vivem suas vidas sem dar a devida importância às suas finanças, muitas vezes por desconhecimento do tema, outras vezes por evitar pensar no assunto e assim, vivem seus dias de forma bastante aquém ao que poderiam se soubessem administrar suas finanças com maior sabedoria.

Falar de educação financeira não se limita a falar sobre dinheiro, é um tema intimamente ligado à realização de sonhos, de família, de felicidade, de saúde. Não se pode imaginar a realização de sonhos tão comuns entre os brasileiros, como adquirir a casa e o carro próprio sem falar de dinheiro. Assim como não são gratuitas as tão desejadas viagens de férias em família, ou aquele plano de saúde que os pais tanto desejam proporcionar aos seus filhos. A adequada educação financeira é capaz de transformar vidas, de mudar histórias.

A partir desta pesquisa, o grupo participante foi capaz de aprimorar sua visão pré-existente sobre o dinheiro, percebendo que ele pode ser promotor de bem-estar emocional, desde que corretamente administrado e passaram também, a relacionar-se de forma ainda mais saudável com seus recursos financeiros. Houve uma sensibilização no sentido de refletir acerca de que cada decisão financeira têm um impacto que pode definir uma vida de abundância ou de escassez.

Tendo em vista a relevância do tema no cotidiano de toda população, faz-se necessário expandir a disseminação do tema educação financeira tanto nos meios acadêmicos, como em artigos e periódicos, quanto em meios mais acessíveis à população em geral, como vincular o assunto em redes sociais e por que não, em conversas informais em reuniões de família e amigos. A propagação desse assunto

deve se dar, de forma que tanto as gerações atuais quanto as que estão por vir, se beneficiem de uma sociedade mais educada financeiramente e com menos problemas emocionais em decorrência da má administração do dinheiro.

A ganância humana comumente transforma o dinheiro em um objeto do mal e essa percepção deve ser reconstruída, ele deve ser visto como um instrumento para o alcance de tranquilidade e felicidade em níveis equilibrados, ser utilizado como aliado na promoção de bem-estar emocional e não motivo de atritos familiares e sociais, extremamente prejudiciais a nossa saúde emocional

## REFERÊNCIAS

AZEVEDO, P.R. **Consumo sustentável:** Possibilidade de equilíbrio entre teoria neoclássica e Psicologia Econômica. Disponível em <http://tede2.pucrs.br/tede2/bitstream/tede/3876/1/418272.pdf>. Acesso em: 28 mai. 2020.

BARRACHO. C. **Lições de Psicologia econômica.** 2ª ed. Lisboa: Instituto Piaget, 2001.

BAUMAN, Z. **Vida a crédito: conversas com Citlati Roviroso-Madrado.** Tradução de Alexandre Werneck. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2010.

BION, W. R. **Experiências com grupos:** os fundamentos da psicoterapia de grupo. Rio de Janeiro: Imago, 1970. 185 p.

BONOMO, B; MAINARDES, E. W. LAURETT, R. Compra não planejada e endividamento pessoal: Uma análise de relação. **Rev. Adm. em Diálogo**, São Paulo, RAD v.19, n.3, p.49-69, set/out/nov/dez 2017. Disponível em <[https://www.researchgate.net/publication/319475501\\_Compra\\_ao\\_Planejada\\_e\\_Endividamento\\_Pessoal\\_Uma\\_Analise\\_de\\_Relacao](https://www.researchgate.net/publication/319475501_Compra_ao_Planejada_e_Endividamento_Pessoal_Uma_Analise_de_Relacao)> Acesso em 17 out. 2020.

CAPRILES, A. **Dinheiro:** sanidade ou loucura. São Paulo: Axis Mundi, 2005.

CLASON, G. S. **O homem mais rico da Babilônia.** 18 ed. Rio de Janeiro, RJ. Ediouro, 2005.

FERREIRA, V.R.M. **Educação Financeira e Psicologia Econômica** – uma discussão e algumas recomendações, 2015. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/18872> acesso em 24 mar. 2020.

FERREIRA, V.R.M. **Psicologia econômica:** estudo do comportamento econômico e da tomada de decisão. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

FERREIRA, V.R.M. **Psicologia econômica**, 2007. Disponível em:  
<http://www.scielo.br/pdf/rae/v47n3/v47n3a08> acesso em 01 abr. 2020.

FERREIRA, V.R.M. **Psicologia Econômica** – trajetória histórica e rumos futuros, 2014. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/18832> acesso em 06 mai. 2020.

FROMM, E. **A revolução da esperança**: por uma tecnologia humanizada. Tradução de Edmond Jorge. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1984.

GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MERGULHÃO, Alfredo. “Não vamos ter mais renda”, diz carta de suicídio de pai que matou a família. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 29 ago. 2016. Disponível em <<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2016/08/1808140-nao-vamos-ter-mais-renda-diz-carta-de-suicidio-de-pai-que-matou-a-familia.shtml>> Acesso em 01 jun. 2019.

NICHELE, L. S. **A análise dos indicadores de Qualidade de Vida no Trabalho**: estudo de caso da Agência Y. 2011.

PORTO, E.; TEIXEIRA, A. **Sua mente e a nova economia**. Época Negócios. Rio de Janeiro: Globo, 2009.

RAMOS, A. M. **O que a psicologia tem a ver com finanças e endividamento?** Porto Alegre: Anissis Moura Ramos, 2011. Disponível em <http://anissis.blogspot.com.br/2011/01/o-que-psicologia-tem-ver-com-financas-e.html>. Acesso em 28 mai. 2018.

SILVA, A. L.; SILVA, R.A. Economia Brasileira pré, durante e pós-pandemia do COVID-19: impactos e reflexões. **Observatório Socioeconômico do COVID-19**, Santa Maria, 2020. Disponível em <<https://www.ufsm.br/app/uploads/sites/820/2020/06/Textos-para-Discuss%C3%A3o-07-Economia-Brasileira-Pr%C3%A9-Durante-e-P%C3%B3s-Pandemia.pdf>> Acesso em 04 nov. 2020.

## ANÁLISE DO SETOR ECONÔMICO DE TRANSPORTE RODOVIÁRIO

André Petterson Andreiv<sup>1</sup>  
Jonas Elias de Oliveira<sup>2</sup>  
Dagmar Rhinow<sup>2</sup>  
Cristiano Damaceno<sup>2</sup>

**RESUMO:** Com o avanço do transporte rodoviário no Brasil, avançou muito mas os custos são altos comparados a outros modais. Empreendedores que buscam entrar nesse modelo de negócios devem atentar muito as variáveis de mercado e seus custos como desgaste e manutenção dos veículos. O objetivo geral do trabalho é pesquisar as empresas de transportes. Objetivo é pesquisar o setor econômico transportes bem como compreender o mercado logístico no modal de transportes terrestres. Justifica-se o referido trabalho pela necessidade de análises do modal de transportes rodoviários e seu mercado econômico. Nesta pesquisa foi utilizada uma pesquisa bibliográfica, referente a história do transporte rodoviários, analisando os benefícios que as empresas de transportes trazem para a economia.

**Palavras-chave:** Transportes. Mercado Logístico. viabilidade econômica.

**ABSTRACT:** Road transportation in Brazil has come a long way, but costs are high compared to other modes. Entrepreneurs seeking to enter this business model must pay close attention to market variables and their costs, such as wear and tear and vehicle maintenance. The general objective of the work is to research transportation companies. The objective is to research the economic transportation sector as well as to understand the logistics market in land transportation. This work is justified by the need to analyze the road transport modal and its economic market. This research used bibliographical research on the history of road transport, analyzing the benefits that transport companies bring to the economy.

**Keywords:** Transportation. Logistics market. economic viability

### 1 INTRODUÇÃO

A partir da análise de questões fundamentais para suporte e transporte de suprimentos, materiais de construção, grãos, materiais diversos entre outros, é necessário buscar investir nas áreas rodoviárias, como empresas de transportes onde se leva em consideração a necessidade de um serviço prestado com qualidade, compromisso e buscando atender a demanda do cliente com rapidez, segurança e integridade. Funchal Transportes (2022) fala sobre a importância dos transportes rodoviários para a logística do país e acesso de tantos serviços e produtos que por ali passam. Contando com 1,7 milhões de quilômetros de estradas para serem utilizados, apenas possuem pavimentação 13% das rodovias, caso que deveria tomar maior

---

<sup>1</sup> Bacharel em Administração – Ugv – Centro Universitário.

<sup>2</sup> Docente do Curso Administração da Ugv - Centro Universitário.

magnitude de governo, sendo o transporte feito em todo o país em maior parte por vias terrestres, 75% pelas rodovias, o setor deveria possuir mais atenção. Empresas de transportes especializados em diferentes áreas e que tem como consciência em seu serviço levar em consideração a maneira de tratar seus clientes, oferecer ajuda e que o cliente sinta poder estar amparado nas horas que mais necessitam, é um diferencial que seria muito viável para o mercado. O estudo de viabilidade em questão se justifica, devido o setor logístico tem crescido e expandido cada vez mais por todo país, sendo que a maioria das ferrovias foram desativadas através dos anos, o modal rodoviário teve sua taxa de aumento para que pudesse estar conseguindo suprir a necessidade de transportes de todos os tipos de produtos que eram precisos pela população, indústrias e comércios presentes pelos quatro cantos do nosso país.

O objetivo deste trabalho foi pesquisar o setor econômico de transportes bem como compreender o mercado logístico no modal de transportes terrestres.

## **2 DESENVOLVIMENTO**

### **2.1 INÍCIO DO TRANSPORTE NO BRASIL**

Desde o descobrimento do Brasil, os europeus viram a necessidade de rotas alternativas para o oriente e as índias. Nessa época já se buscavam construir cenários diferentes para houvesse a evolução e desenvolvimento do todo. De início foram 37 sendo feitas instalações pelo litoral, onde iam chegando. Através do tempo e das descobertas que se iam sendo feitas, os povos europeus avançavam em direção ao oeste para explorar o interior e em busca de minérios, metais e pedras preciosas. (PEREIRA, 2009).

Segundo Pereira, (2009), após um longo tempo de os povos europeus estarem conhecendo o novo território, outras culturas como cana de açúcar, pecuária, foram sendo inseridas para que os povos já estabelecidos em seus lugares pudessem fazer destes os seus ganhos e poder se manter.

Como em meados do século XIX o Brasil estava sob o governo de Dom Pedro II e estava tendo seu progresso devido a lavoura cafeeira, nas indústrias, na criação de companhias de navegação e bancos, foi aí que o DNIT, Departamento Nacional de Infraestrutura e Transportes, se deu uma política de incentivo e concessão para as empresas que se propusessem a fazer a construção de estradas de ferro ligando Rio

de Janeiro, São Paulo, Minas Gerais, Rio Grande do Sul e Bahia. Mesmo através do desenvolvimento e do crescimento das ferrovias no país, ela não seria o bastante para que pudesse fazer o escoamento tanto dos produtos que chegavam, tanto os produtos que seriam necessários enviar para outros locais, para isso o transporte rodoviário começou a ganhar mais idealização na metade do século XIX.

Já na metade do século XX, as ferrovias eram a base do transporte sendo complementados pelas hidrovias e rodovias. (PEREIRA, 2009). “No ano de 1920, o Brasil tinha uma rede de estradas de rodagem de aproximadamente 50.000 km que quadruplicou até 1940, passou dos 500.000 km no ano de 1960 e atualmente tem mais de 1.600.000 km.”. (PEREIRA, 2009, p. 30). Com o crescimento da indústria automobilística na década de 1950, as ampliações das rodovias ganharam mais notoriedade e mais atenção para que pudessem ser dados as devidas atenções no desenvolvimento com o propósito de atender as ligações inter-regionais. Neste caso, houve o aumento de impostos em combustíveis, cargas, lubrificantes entre outros que possibilitou o financiamento das rodovias durante um período adequado. (PEREIRA, 2009).

Pereira (2009) cita ainda que em torno de apenas 5% das rodovias brasileiras são de controle do Governo Federal e 15% dos Governos Estaduais onde as demais são administradas pelos municípios, as quais rodovias são de melhor conservação são as da região Sul e Sudeste. Mesmo que os órgãos públicos procuram melhorar e conservar as estradas, muitos fatores acabam trazendo consequências para a conservação delas que são a ausência de balanças, que poderiam fazer o controle de cargas excessivas juntamente com o aumento do preço do petróleo, o escasso investimento estatal de infraestrutura ocasionando iniciativas privadas a tomarem frente da situação e instalar pedágios para cobrança da manutenção. De Paula (2016) ressalta que: Dentro da matriz de transporte de passageiros o modal rodoviário é responsável por 95% do transporte no Brasil, já na matriz de transporte de cargas é responsável por 61,1% da movimentação de bens do Brasil (CNT, 2016), devido a isto é o principal responsável pela integração do sistema de transporte brasileiro e o modal que recebe o maior investimento.

Lopes, Cardoso e Piccinini (2008) falam sobre o transporte de carga é um serviço de extrema importância em nosso país onde ele engloba toda a cadeia de produção e distribuição tanto dos bens e produtos industriais e agrícolas. Estimasse

que 58% dos transportes são realizados por rodovias onde mostra que realmente tem grande relevância para a economia, mas que por muitas vezes é negligenciado perante a investimentos, se comparar com outras nações internacionais.

## 2.2 CARACTERIZAÇÃO DAS EMPRESAS E MODELOS DE TRABALHO

Analisando os benefícios que as empresas de transportes trazem para a população em geral, pode-se perceber que muito se ganha com empregos, aumento da renda de famílias e mais arrecadação para toda a sociedade que faz girar mais ganhos e gastos, contribuindo para impostos e serviços em geral. Todo o setor de cargas se torna um grande espaço gerador de renda e empregatício. (LOPES; CARDOSO; PICCININI, 2008).

Lopes, Cardoso e Piccinini ressaltam ainda que: A oferta de um serviço pouco diferenciado por um grande número de empresas de micro e pequeno portes resulta em um mercado desconcentrado, em que as 12 maiores empresas do setor detêm 25% de participação. Em conjunto, as empresas de transporte rodoviário de carga empregavam 513,6 mil pessoas, em 31 de dezembro de 2005; aquelas com mais de vinte pessoas ocupadas empregavam 61% desse total. Já quem trabalha como autônomo, esta modalidade tem crescido bastante os quais e encaixam os carreteiros ou caminhoneiros que constavam no início de 2008 com 763 mil segundo a ANTT. Muitos destes autônomos trabalham com seus caminhões de forma agregada em outras empresas, ou seja, a empresa encontra fretes e ele faz o transporte. Este tipo de transportador representa uma quantia muito grande no mercado, uma parcela de 57% dos veículos operados ou registrados são por autônomos. Muitas das cargas transportadas por eles são cargas secas, não específicas. (LOPES; CARDOSO; PICCININI, 2008).

Outra forma de se trabalhar são em cooperativas onde os caminhoneiros se organizam para prestação dos fretes fazendo com que haja uma alternância no transporte e a renda adquirida seja dividida entre os cooperados. Esta modalidade tem como benefício diminuir os custos e riscos da atividade. Além disso, possui condições melhores para os motoristas onde eles possuem melhores condições de fretes, seguros para seus associados, realização de treinamentos e convênios com oficinas mecânicas. (LOPES; CARDOSO; PICCININI, 2008). Como outra modalidade de

serviço ainda se tem os informais, que por diversas vezes são ocasionados pelo baixo nível de renda, trabalho por conta própria, local precário de atuação da empresa e ainda mercado consumidor formado por pessoas aleatórias ao invés de ser clientes fixos. A falta de registro contábil se enquadra nesse campo da informalidade. (LOPES; CARDOSO; PICCININI, 2008).

As frotas de caminhões sejam elas operadas por autônomos, informais, cooperados ou por empresas, contabilizam mais da metade dos registrados sendo formados por caminhões simples de carrocerias abertas que são próprios para cargas secas não específicas. Em uma média geral de idade dos veículos, constatou-se que gira em torno de 16,8 anos, sendo que as empresas possuem caminhões mais jovens e mais diversificada. Elas ainda possuem diversificação de veículos possuindo os semi-reboques, caminhões-tratores, carroceria fechada e tanques. A média de idade das frotas já cai para 10,7 anos, diferente da média geral. (LOPES; CARDOSO; PICCININI, 2008).

Segundo Lopes, Cardoso e Piccinini (2008), há uma grande diferença de uma maneira de trabalho para outra, sendo vantagens ou desvantagens, pois cada uma se mostra melhor ou mais bem equipada com seus veículos, onde elas encaram cenários diferentes e se sobressaem na frente umas das outras e que algumas destas modalidades sendo de maior quantidade no ramo, as que mais possuem caminhões novos ou mais potentes estão ganhando e conquistando mais espaço dentre seus clientes pois possuem mais capacidade de carregamento e mais força para que transportem mais com menos gastos.

Como cita a Confederação Nacional dos Transportes que: 40 Atualmente, operam no mercado cerca de 266 mil empresas de transporte de cargas (ETCs), mais de 847 mil transportadores autônomos de cargas (TACs) e 519 cooperativas de transporte rodoviário de cargas (CTC). Juntos, totalizam uma frota de 2,5 milhões de veículos de transporte de cargas (veículos automotores e implementos rodoviários). Essa frota é cerca de 70% superior à registrada há 15 anos, o que mostra o crescimento da atividade.

### 2.3 LOGÍSTICA DE TRANSPORTE

De acordo com Branski e Laurindo (2013), logística é a parte do processo da cadeia de suprimentos que planeja, estabelece e controla os fluxos e estoques de matéria-prima, produtos intermediários e acabados, serviços e informação, de forma eficiente e eficaz, desde a origem até o consumidor final.

Segundo Cotrim *et al* (2018), o transporte não é meramente carregar um caminhão ou colocar em qualquer outro meio de transporte e ir para a estrada, mas sim um conjunto de planejamento que faz todo o processo. Planejar uma logística de cargas é de extrema importância e se faz necessária para se possa escolher o melhor modal para utilizar, levando o maior número de mercadorias, no menor tempo possível e com o menor custo possível. O transporte é uma das principais funções logísticas, pois ele tem um papel importante tanto no tempo de entrega de produtos e até mesmo nos custos que trará para a operação em si.

As principais funções do transporte na logística estão ligados principalmente para se estabeleçam dimensões de tempos, lugar e utilidade, fazendo acontecer para que atenda as demandas e as necessidades de seus clientes sem deixá-los na mão. Grande parte das empresas vem buscando se adequar na logística de transporte e buscar melhorar seus pontos fracos para que supram a expectativa do cliente. Diante disso, o Brasil é um grande polo de produção de diversos produtos e que possui dimensões continentais sendo que suas indústrias ficam localizadas em regiões distantes de seus consumidores e nessa hora a logística se faz presente nos transportes (COTRIM *et al*, 2018).

De acordo com a Confederação Nacional dos Transportes (2022) explana que: O transporte rodoviário caracteriza-se, ainda, pela agilidade e adaptabilidade a diferentes âmbitos geográficos, em vias rurais e em meio urbano. O atendimento a diversos mercados e públicos, nesses contextos, pode se dar pela especialização na atuação em alguns segmentos, segundo a natureza da carga e o tipo de veículo e dos seus implementos. A atividade de transporte, assim, torna-se mais complexa à medida que os diferentes produtos apresentam, por exemplo, requisitos próprios de manuseio, acondicionamento e temperatura.

A escolha de um modal adequado para o produto será de escolha que tenha a realidade com o próprio produto seja por ele ser perecível ou pela necessidade dele para o cliente. Produtos que não possuem valor muito agregado, serão colocados em um transporte que não precise de um prazo de entrega tão rápido e

consequentemente seu custo será menor. Produtos com maior valor agregado, o mercado exige por necessidade que seja escolhido uma maneira mais rápida de entrega, mas que por consequência terá um valor maior de frete (COTRIM *et al.*, 2018).

A logística eficiente traz muitos benefícios tanto para quem produz, para quem leva o produto e para quem o compra, o consumidor final. Esta administração de logística deve ser feita de forma integrada com estoque, armazenagem e transporte das mesmas para que se possa conseguir vantagem competitiva perante o mercado e seus concorrentes. Caso o planejamento logístico tenha custo muito oneroso ou acabe tendo atrasos em processos, acarreta perdas e insatisfação dos envolvidos. (COTRIM *et al.*, 2018).

Segundo Cotrim *et al.* (2018), entre outros modais de transportes no Brasil, o modal rodoviário é o que mais tem importância pelo fato de corresponder um total de 61,8% de todos onde fica claro sua necessidade na cadeia produtiva e que interliga os mercados fornecedores com as demais regiões e estados que são abastecidos pelos produtos. Esse modal deve receber bastante atenção, pois devido a quantidade de uso, precisa de manutenção constante aos seus longos quilômetros.

Conforme Cotrim *et al.* (2018), falam sobre que por mais que o transporte se mostre com alto grau de rendimento de ganhos, precisa-se fazer um estudo de todas as possibilidades sejam elas com perspectivas positivas ou perspectivas negativas onde cada uma irá trazer um resultado diferente e pode mudar todo o curso. Nas entregas, caso elas sejam feitas em mais de um ponto de distribuição, o valor da viagem será acrescido conforme as paradas para descarregar, se preciso fazer mais de uma rota, o valor também mudará devido a quantidade de quilometragem feita e de todo o processo, além do desgaste do caminhão.

### **3 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Neste presente trabalho de pesquisa bibliográfica desenvolvido, teve o objetivo de compreender o ambiente mercadológico do modal rodoviário, juntamente com seus demais custos, benefícios, gastos, serviços. A demanda de serviços de transporte, possui um alto crescimento no Brasil tendo em vista que os transportes são focados

no modal rodoviário. Isso eleva os custos de transportes e produtos, interferindo diretamente nos preços das mercadorias transportadas.

Abertura de uma empresa de transporte no Brasil requer estudos mais profundos sobre custos e suas variáveis, além do tipo de material a ser transportado.

O modal rodoviário representa mais da metade dos transportes que giram a economia do país, fazendo dele o mais importante modal, além de movimentar boa parte da economia do país.

#### 4 REFERÊNCIAS

BRANSKI, Regina Meyer; LAURINDO, Fernando José Barbin. **Tecnologia da Informação e Integração das Redes Logísticas**. São Carlos, v.20, n2, p. 256, 2013.

COTRIM, Fernando d'Avila Vianna; Gilmar Moreira Cabral; Leandro Correia Antunes; Matias Ferrari; Melquisedeque Martim Fernandes; Rogério Antônio Concer; Vinissius Cagol Gioldi. **Otimização do Transporte Rodoviário de Carga: Um Estudo Sobre as Ociosidades dos Ativos Logísticos no Transporte Rodoviário de Carga Fracionada no Brasil**. 2018. 26 f. Monografia (Especialização) – Curso de Gestão de Negócios. Dom Cabral, Curitiba, 2018.

LOPES, Simone Saisse; CARDOSO, Marcelo Porteiro; PICCININI, Maurício Serrão. O Transporte Rodoviário de Carga e o Papel do BNDS. **Rev. Do Bndes**, Rio de Janeiro, v. 14, p. 35-60, jun. 2008.

PEREIRA, Arlei. **Integração dos modais de transporte no estado de santa Catarina**.

TRANSPORTES, Funchal. **Fatos Sobre a Importância do Transporte Rodoviário para o Brasil**. Funchal Transportes, Santos – SP, mar. 2022. Disponível em <<http://https://www.funchaltransportes.com.br/fatos-sobre-a-importancia-do-transporte-rodoviario-para-o-brasil/>>. Acesso em: 26 set. 2023.

## O AUTOCONHECIMENTO COMO FORMA DE APERFEIÇOAMENTO: UM RESGATE ANTROPOLÓGICO DA BUSCA POR EXCELÊNCIA

Eduardo Luis de Souza<sup>1</sup>  
Joingle Fernanda Ferreira da Silva<sup>1</sup>  
Samantha Müller Ribeiro Moreira<sup>1</sup>  
Amanda Ariel Amazonas<sup>2</sup>

**RESUMO:** Tão perto, mas, ainda assim, tão distantes de si mesmos, os homens estão perdidos. O processo de autoconhecimento é, para o homem, uma atividade que só se encerra quando sua vida termina, visto que a sua personalidade está sempre em construção e a vida o convoca ao movimento; movimento este, que busca por um autoaperfeiçoamento, por uma excelência. Esse processo, contudo, só é possível pela via do autoconhecimento, que todo homem deve buscar para viver sua vida com sentido. Partindo desse pressuposto, estimou-se desenvolver, com bases bibliográficas da Psicologia, da Filosofia e da Antropologia, a importância do autoconhecimento e seu lugar na vida do homem, isto a partir de uma experiência prática de orientação vocacional para adolescentes com enfoque neste tema.

**Palavras-chave:** Autoconhecimento. Personalidade. Ser. Pessoa.

**ABSTRACT:** So close, yet so far from themselves, men are lost. The process of self-knowledge is, for the man, an activity that only ends when his life ends, since his personality is always under construction and life summons him to movement; this movement seeks for self-improvement, excellence. This process, however, is only possible through self-knowledge, that every man must search to live his life with meaning. Based on this assumption, it was estimated to develop, with bases of Psychology, Philosophy and Anthropology, the importance of self-knowledge and its place in man's life. This based on a practical experience of vocational guidance for teenagers focusing on this topic.

**Keywords:** Self-knowledge. Personality. Being. Person.

### 1 INTRODUÇÃO

Uma das principais características do homem, dada por sua racionalidade, é a de olhar para si mesmo como se fosse um agente externo. Esta capacidade de ver-se do exterior é chamada de autoconsciência (MAY, 2010). É uma capacidade de distinguir entre o “eu” e o mundo, que transforma o homem em um mamífero histórico, capaz de transcender o presente para contemplar o passado e projetar o futuro (MAY, 2010). Ao mesmo tempo, tratar sobre o tema da orientação vocacional é extremamente importante, pois como afirmam Erikson e Cabral (1976, *apud* ROSSI;

---

<sup>1</sup> Acadêmico do curso de Psicologia; Ugv – Centro Universitário.

<sup>2</sup> Psicóloga pela Ugv - Centro Universitário, 2022. CRP: 08/36358. Pós-graduada em Psicologia Social e Antropologias pela Faculdade Metropolitana. Docente e Supervisora de Estágio do curso de Psicologia da Ugv - Centro Universitário. E-mail: prof\_amandaamazonas@ugv.edu.br.

FAVRETTO, 2022), um dos conflitos característicos da adolescência é a crise de identidade. Ora, a adolescência dispõe de uma busca, de uma formação de um “eu”, e um dos fatores que mais interferem no encontro deste “eu” é a escolha de uma ocupação (ROSSI; FAVRETTO, 2022 *apud* ERIKSON; CABRAL, 1976).

Desse modo, o presente artigo busca enfatizar, a partir de um trabalho interventivo de promoção e prevenção de saúde realizado a partir do Estágio Ênfase I dentro de uma escola particular de um município do norte do estado de Santa Catarina, a importância do autoconhecimento como forma de contato consigo mesmo e de projeção do próprio futuro, isto não somente para adolescentes, mas para todo ser humano convocado a viver com sentido, além de uma noção do conceito de personalidade e sua dependência relacionada ao autoconhecimento para uma autenticidade real e uma busca pela excelência, característica tão intrínseca da natureza humana.

Assim, a personalidade e o “ser pessoa” propõem-se a ser desenvolvidos de forma individual e irrepetível diante das mais diversas circunstâncias da vida humana, expondo a integralidade do ser humano. Uma personalidade madura é capaz de se comportar da forma mais adequada às circunstâncias, dar continuidade no sentido da sua trajetória biográfica, ter uma estabilidade pessoal e, enfim, fazer boas escolhas e lidar com as consequências destas, mesmo que elas sejam descobertas no decorrer do processo como negativas (POLAINO-LORENTE, 2003).

Com base nas intervenções aplicadas ao longo de dez semanas com alunos do 1º e 2º ano do ensino médio, caracteriza-se por um trabalho de campo que teve como objetivo levar a Psicologia para o público leigo da melhor forma possível e de acordo com as suas demandas, que, no que tange o espectro da Psicologia, podem ser inúmeras, mas, tocando no tema central do artigo, sempre dizem respeito, direta ou indiretamente, a questões pertinentes do autoconhecimento, que, frente a quaisquer outras possíveis demandas, fora abordado consistentemente com os estudantes, buscando, assim, proporcionar um contato puro com o principal objetivo da Psicologia: promover pessoas mais íntegras e maduras que possam ajudar no desenvolvimento de uma sociedade mais saudável, baseando-se na máxima grega presente no oráculo: “Conhece-te a ti mesmo”.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

O homem, como já observava Heráclito (MARÍAS, 1941), vive sempre em um “vir a ser”. Para os gregos, inclusive, o movimento é mover-se de um princípio a um fim (MARÍAS, 1941). Mesmo que o pensamento do filósofo já tenha sido integrado e superado pela metafísica platônica há muito tempo, sua afirmação sobre o que acontece no plano sublunar não deixa de ser muito verdadeira. Todo indivíduo possui uma personalidade, e esta, como ressalta Aquilino Polaino-Lorente (2003) é um constructo, uma construção que cada pessoa faz de si mesma segundo as suas circunstâncias. Ora, algo só pode ser construído passando por mudanças e, nesse sentido, o “vir a ser” de Heráclito surge como uma ótima definição daquilo que o ser humano é e para o que ele tende.

Tendendo para algo, percebe-se que cada ser humano é, de certo modo, chamado, enquanto está vivo, para partir de onde está e ir para outro lugar, e não fazê-lo seria aviltar contra a sua própria natureza. É esperado, também, que o lugar para onde ele tende seja um lugar mais excelente que aquele do qual saiu, afinal, a regressão é algo intrinsecamente negativo, de modo que o progresso, uma busca por algo mais perfeito do que o anterior é o único caminho desejado, visto que a escolha só pode ser binária. Martín F. Echavarría (2021) pontua que não se pode compreender a vida prática do homem sem referência a sua finalidade. “Tudo o que opera, opera por um fim, que é um bem” (ECHAVARRÍA, 2021, p. 116). Echavarría (2021) ainda elucida que o bem é a perfeição de uma coisa, de modo que, por tender a algo e esse algo ser um bem, pode-se concluir que todo homem tende à perfeição.

Para trilhar este caminho, no entanto, o sujeito precisa ter uma consciência, ou, de forma ainda mais humana, uma autoconsciência. A autoconsciência é um dos principais pontos que diferem o homem do animal; a capacidade de contemplar a si mesmo em outra perspectiva; distinguir entre o “eu” e o mundo; imaginar o futuro. Mesmo que esteja relacionada ao sentimento de culpa e ansiedade neurótica, a autoconsciência é a origem, também, das mais altas qualidades humanas (MAY, 2010). A autoconsciência, assim, permite ao homem olhar para dentro de si mesmo a partir de outro ponto de vista, transformando-se num ser que habita na matéria, mas, ainda assim, vive no mundo metafísico. A capacidade de contemplar o passado e projetar o futuro destacada por Rollo May (2010) evidencia um lugar antropológico que Julián Marías chama de “realidade radical”, que situa a vida humana como uma

biografia; projetiva, “futura”, que integra e dá sentido ao passado, ao presente, ao futuro e a toda a realidade (ARAÚJO, 2007).

Partindo, portanto, do pressuposto de que o homem precisa seguir um caminho e precisa de (auto)consciência para escolhê-lo, ele precisa, conseqüentemente, saber se está seguindo o caminho certo, ou seja, saber se está progredindo, e, como ressalta Rudolf Allers (2023), é necessário, para isso, primeiramente, saber quem se é.

“Diz-se que o autoconhecimento é o primeiro passo no caminho da perfeição; temos primeiro de saber quem e o que somos, antes de descobrir se e em que sentido devemos melhorar. Portanto, o mais importante é obter uma ideia precisa de nosso próprio eu.” (ALLERS, 2023, p. 18).

Seguindo o raciocínio de Allers (2023), a consciência humana é perturbada em uma frustração existencial de não ser aquilo que deve ser, e isto atinge o sujeito não de um modo particular, mas em um sentido geral, de sorte que toda a personalidade é afetada, ou seja, todo o conceito do “eu” é minado. Portanto, seguindo sua própria natureza, o homem busca ser aquilo que deve ser e, como já observado, a personalidade, que toma as rédeas no processo de busca por ser, está em uma constante construção, e esta é finalizada, conseqüentemente, com fim da vida. Isso explica com clareza a constante insatisfação humana que independe de quaisquer objetivos alcançados, pois sempre existe um “vir a ser” enquanto ainda há vida. Na concepção clássica aristotélica, o homem possui em seu ser inúmeras potências a serem atualizadas, a capacidade real de ser ou vir a ser (MARITAIN, 1963). Rollo May (2003) discorre que esta capacidade humana de buscar o “vir a ser” e a angústia de não ser o que poderia ter sido é fruto da autoconsciência, e realizar as potencialidades desta é ser, de fato, uma pessoa.

Nesse ponto, retorna-se à exposição de Allers (2023), que ressalta a importância de conhecer o próprio “eu” para, então, saber como melhorá-lo; saber que caminho seguir. Saber que caminho seguir é a razão para fazer aquilo que se faz, pois “o fim é a razão de querer tudo o que se quer, que são os meios para se obter o fim desejado” (ECHAVARRÍA, 2021, p. 116). E aquilo que se deseja como fim último serve de base para a compreensão do “eu” e da personalidade, tendo em vista a inevitável relação entre personalidade e pessoa (POLAINO-LORENTE, 2003), afinal, como

propõe Echavarría (2021), o fim último é aquilo que completa a personalidade e atualiza as potências mais profundas do homem.

“Por isso, o que se deseja como fim último toma-se como regra de vida e configura nosso caráter e nossas condutas de tal modo que se pode compreender uma personalidade sobretudo a partir daquilo em que constituiu como seu último fim, que dá direção a sua vida” (ECHAVARRÍA, 2021, p. 117).

Essa perspectiva corrobora perfeitamente com a concepção de Julián Marías (2021) a respeito da vida humana, que, segundo ele, tem um argumento. O que o homem faz, ele o faz por algo e para algo, sendo o primeiro relacionado ao passado e o segundo ao futuro, de modo que a articulação de ambos proporciona à vida um caráter argumental. Relacionado, também, com o conceito aristotélico de potência, Marías (2021) observa que o caráter argumental da vida humana faz com que ela jamais se esgote naquilo que faz e no que lhe acontece, envolvendo, assim, uma pluralidade de trajetórias — novamente, no conceito de ato e potência, essas trajetórias podem ser realizadas ou não, mas existem enquanto possibilidades. A pessoa, para Marías (2021, p. 128) “é, pois, uma estranha condensação de temporalidade que se atualiza — ou seja, que é real — a cada momento.”. E o autor (2021, p. 128) continua pontuando que “poderíamos dizer que a pessoa está ‘carregada’ de temporalidade que vai se descarregando em cada um dos seus atos, o que não seria inteligível de outra maneira.”.

No modelo ético de Aristóteles, Echavarría (2021) evidencia que o fim buscado tende a adequar tanto a conduta quanto o caráter do indivíduo. Conhecer o “eu”, portanto, é conhecer a personalidade e, mais afundo, a pessoa, que não pode ser confundida com a primeira, visto que “pessoa” é o fundamento da personalidade, a razão última para cada um ser aquilo que é e jamais outro (POLAINO-LORENTE, 2003). Sendo fundamentada pela pessoa, a personalidade é um instrumento dela para apresentação e construção no mundo. Já o “eu”, o “ser pessoa” para Martin Buber (2015), é a mesma coisa que a possibilidade de dizer “eu”, ou seja, só o homem pode reconhecer-se como um eu, por estar lembrando Rollo May (2003), fora de si mesmo. O peixe não consegue perceber o que há fora d’água pelo fato de estar nela inserido, mas um homem pode perceber o seu corpo e, acima de tudo, o seu ser, por estar, de certo modo, além dele, num espaço metafísico.

A visão clássica de Boécio (POLAINO-LORENTE, 2003) define “pessoa” como substância individual de natureza racional. De uma forma geral, a pessoa pode ser compreendida a partir dos seus fins, como já brevemente exposto, mas, também, a partir dos seus meios, ou seja, as formas de alcançar os fins. Os meios podem ser entendidos de duas formas, sendo uma delas a característica intrínseca de algo e que serve para alguma coisa, como o braço, que é o meio pelo qual uma pessoa pode, por exemplo, pegar um copo; e a segunda envolve todo o âmbito circunstancial da vida prática, como utilizar o trabalho como meio para ganhar dinheiro. Neste momento, para entender a pessoa enquanto ser, a ênfase será colocada na primeira concepção.

Um dos meios que o homem utiliza para agir no mundo e expressar a sua natureza é a liberdade. Segundo Aquilino Polaino-Lorente (2003, p. 30), a liberdade é uma das notas que melhor define o conceito de pessoa. A liberdade, para o autor, é aquilo que evidencia a característica humana de construir a si mesma, sendo uma consequência dessa abertura narrativa para uma infinidade de possibilidades da pessoa.

“Com efeito, a pessoa é, mas não está feita. Nesse fazer-se a si mesma, ao longo da sua trajetória biográfica, consiste no chegar a ser a pessoa que é. Essa abertura implica, por intermédio da liberdade, uma possibilidade de crescimento quase ilimitado, que é inato à grandeza da pessoa.” (POLAINO-LORENTE, 2003, p. 30, tradução nossa).

Dentro dos parâmetros concebidos de personalidade, Aquilino Polaino-Lorente (2003) ainda ressalta que essa abertura aos outros e ao mundo proporcionada pela liberdade, acompanhada da inteligência e da vontade, possibilita ao homem satisfazer seus desejos intrínsecos de beleza, bem e verdade, o que não se restringe ao olhar externo, mas, também, permite que o homem alcance a verdade do seu próprio ser; e esta indagação sobre o próprio ser é o que a psicologia chama de autoconsciência.

“É lógico que essas inquietudes surjam espontaneamente em cada pessoa. Pois sem autoconhecimento pessoal, sem possuir a si mesma, como poderá se entregar (querer) e como poderá conduzir-se e escolher (liberdade) o que em cada momento lhe é mais conveniente, de acordo com os seus propósitos?” (POLAINO-LORENTE, 2003, p. 31, tradução nossa).

No ponto de vista de Allers (2023), a única via para o autoaperfeiçoamento é, necessariamente, o autoconhecimento, e a via do autoconhecimento parte de conhecer os meios para chegar aos fins — corroborando com a ética aristotélica exposta por Echavarría (2021) — e os pontos de sua personalidade que precisam ser

mudados, ou seja, quais potências precisam ser atualizadas e quais atos precisam deixar de sê-lo. O conhecimento de si mesmo, contudo, não pode ser obtido nas vicissitudes da vida, principalmente no contexto frenético e globalizado hodierno. É na solidão que o homem se encontra e, por conseguinte, evolui e torna-se mais o que é. (ALLERS, 2023).

“Não chegamos a um real conhecimento de nós mesmos enquanto nos movemos no tumulto da vida cotidiana; não enquanto tratamos dos negócios, não enquanto cuidamos de algum trabalho, não enquanto estudamos lâminas microscópicas, não enquanto imersos no redemoinho da interação social, nem em meio às múltiplas impressões e atividades da vida mediana — em nenhuma dessas circunstâncias podemos esperar ter algum vislumbre de nossa verdadeira personalidade. Temos que nos afastar de tudo isso, retirar-nos em solitude, buscar um estado de espírito peculiar e um ambiente adequado para nos tornarmos capazes de descobrir a verdade sobre nós mesmos. (ALLERS, 2023, p. 35).

Estando, assim, imerso em um mundo caótico, o homem aparece como um ser perdido de si mesmo. Para Marías (2021), a causa disso repousa muito em uma mentalidade utilitarista e em uma conveniência, sobretudo, econômica. Contudo, há algo por trás dessa casca que caracteriza a trajetória vital; algo cujo motor é outro, estritamente pessoal e, por isso, verdadeiro.

“A escolha da profissão ou carreira, viver numa cidade ou noutra, a orientação política, têm outros motivos inteiramente diferentes dos que parecem condicionar a decisão. Talvez a estabilidade econômica, o prestígio social, o juízo que alguns políticos merecem estejam ligados ao apego a uma cidade, à resistência a ver uma determinada paisagem, ao desejo de ver com frequência algumas pessoas, ou conservar sua estima.” (MARÍAS, 2021, p. 129).

Marías (2021). propõe que há uma face oculta no biográfico mais real e profunda do que a motivação aparente, e que, por isso, pode não ser clara nem para o indivíduo “biografado”, mas que ainda assim continuará iluminando sua história. Quando o sujeito, portanto, não toma conhecimento da sua real motivação, pode desencadear uma frustração existencial, pois foi guiado por aquilo que nele era falso e sua trajetória não foi realmente autêntica. May (2003), frente a essa realidade, percebe que o problema fundamental do homem contemporâneo é o vazio, que é ocasionado por uma ausência simbólica do indivíduo nas ações da própria vida. As pessoas descrevem e vivem o que os outros deles esperam, mas não o que realmente desejam.

É como resposta a isso que surge a necessidade do autoconhecimento, pois a sua falta distancia o homem de sua natureza e o iguala aos outros animais. Rudolf Allers (2023) diz que o verdadeiro conhecimento de si significa também um conhecimento dos motivos por trás dos comportamentos, pois os atos e as palavras revelam muito da vida interior. Este processo, como já mencionado, não pode ser encerrado senão com a morte, que interrompe o “vir a ser” humano, mas, enquanto está vivo, o homem é convidado analisar-se de forma irrestrita, pois cada pessoa carrega consigo um ponto de vista, o ponto em que se encontra e, a partir dele, pode descobrir várias coisas, mas não qual é esse ponto (ALLERS, 2023). O homem sempre pode melhorar. Nada alcança em nenhum momento da sua biografia a plenitude absoluta (POLAINO-LORENTE, 2003). Em concórdia, Allers (2023, p. 48) disserta.

“Mesmo mudando nosso ponto de vista, não podemos nunca ter certeza de ter alcançado uma imagem melhor e mais clara de nós mesmos, porque nunca sabemos realmente as peculiaridades do ponto em que nos encontramos e, por conseguinte, da visão que este nos proporciona.”

Seja como for, o processo de autoconhecimento, apesar de necessário e imprescindível, não é algo fácil, principalmente ao levar em consideração que o observador e o observado são o mesmo (ALLERS, 2023).

O indivíduo precisa se colocar sob um exame análogo à clínica para formular uma imagem de si mesmo objetiva e desapaixonada, livre de preconceitos e vaidades, e isso só pode ocorrer em uma busca simultânea de conhecer a si mesmo na solidão e no silêncio, mas, também, em aprimorar a própria inteligência para ser capaz de compreender as próprias impressões e seus significados. Este exame quase impessoal de si mesmo permite ao sujeito não só conhecer-se, mas, principalmente, mudar-se. Isto porque o que faz, no fim, o homem buscar o seu “vir a ser”, é a insatisfação com o seu estado atual, que faz com que ele busque algo melhor (ALLERS, 2023).

Essa fórmula pode ser aplicada em todas as situações humanas, principalmente ao considerar que todo ente, todo bem, tende à excelência, de modo que um estado insatisfatório sempre será uma posição existencial do homem e do mundo à sua volta. Tal fato não pode ser visto como algo negativo, mas sim como aquilo que move o ser humano e permite que ele evolua, progrida e chegue cada vez

mais perto daquilo que é o seu chamado vital desde o nascimento. O homem é chamado a ser. E, como aponta José Ortega y Gasset: “O homem é a única realidade que não consiste simplesmente em ser, mas em ter de escolher o seu próprio ser.” (2017, p. 65). Para Ortega y Gasset (2017), ser humano é “ser na circunstância”, e isso não é estático, mas implica sempre estar fazendo algo; algo que não lhe é imposto, mas que ele precisa escolher e se tornar responsável por sua escolha. Pode-se fazer, inclusive, um paralelo dentro deste raciocínio ao perceber o verbo “ser”, que, traduzido para o inglês no sentido aqui empregado, significa “*being*”, e o uso do “ing” dentro do verbo “be” remete a uma existência contínua (*present continuous*), ou seja, aquilo que é não pode deixar de ser.

Para ser, portanto, o homem precisa buscar ser, e essa busca é algo intrínseco a sua natureza livre. Como ressalta a filósofa alemã Edith Stein (2020), a liberdade é o que permite uma busca por si mesmo, ao descer às profundezas do próprio ser, perceber a si mesmo como um todo e tomar posse de si. Rudolf Allers (2023) também considera que tomar a liberdade como a única responsável pelos comportamentos e ações, em detrimento de influências externas à personalidade, em um primeiro momento, é o melhor caminho para descobrir a verdade sobre si mesmo. O psiquiatra (2023) também destaca que os erros que o homem comete e as dificuldades que o assediam têm sua origem nas profundezas de sua personalidade, nas expressões inconscientes e poderosas da natureza humana. Desse modo, o mergulho dentro do *self* auxilia para uma compreensão e conscientização da natureza das dificuldades reais que impedem o progresso na excelência, proporcionando, assim, formas e oportunidades para lidar com elas e promover o aperfeiçoamento (ALLERS, 2023).

Reconhecendo as próprias falhas no processo de autoconhecimento, portanto, o indivíduo consegue expandir o próprio horizonte para melhorar a si mesmo por uma espécie de olhar amoroso, que promove a verdadeira empatia. Frankl (2020, p 136) realça que “o amor é a única maneira de captar outro ser humano no íntimo da sua personalidade.”. Ora, ao levar isso em consideração, percebe-se que o amor que capta o íntimo na personalidade do outro não só captaria o íntimo da própria personalidade, mas seria, também, a única maneira de fazê-lo. Capturar esse íntimo é, na visão frankliana (2020), enxergar as potencialidades do ser e conscientizá-lo sobre elas, fazendo com que elas possam se realizar.

“Por seu amor a pessoa se torna capaz de ver os traços característicos e as feições essenciais do seu amado; mais ainda, ela vê o que está potencialmente contido nele, aquilo que ainda não está, mas deveria ser realizado. Além disso, através do seu amor a pessoa que ama capacita a pessoa amada a realizar essas potencialidades. Conscientizando-a do que ela pode ser e do que deveria vir a ser, aquele que ama faz com que essas potencialidades venham a se realizar.” (FRANKL, 2020, p. 136)

É por isso que o professor de ética Wadell (2007), apoiando-se na antropologia de Santo Tomás de Aquino, diz que o amor é aquilo que aperfeiçoa de fato o ser humano, pois lhe dá aquilo que o completa, leva-o à plenitude e implica a abertura necessária para viver. “Ser homem significa receber o que nos falta para sermos plenos.” (WADELL, 2007, p. 159, tradução nossa). Nesse sentido, olhar para si mesmo com amor, é olhar enxergando as próprias potencialidades e, logo, os próprios defeitos em busca de corrigi-los. O verdadeiro olhar amoroso e empático, portanto, é aquele que conhece a verdadeira pessoa humana e aquilo que ela pode ser em sua excelência, de modo que olhar para si mesmo com amor é não amar aquilo que se é (acidente), mas amar aquilo que se pode ser (ideal de excelência).

### 3 MÉTODO

A realização deste projeto de prevenção e promoção de saúde ocorreu por meio de uma pesquisa de observação e, a partir desta e do contato com o campo observado, o levantamento de dados, o elencamento de propostas de intervenção e uma pesquisa bibliográfica, tanto posteriormente para o desenvolvimento do tema quanto para a elaboração das intervenções.

Para que isso tudo fosse possível, fez-se necessário entrar em contato com uma escola particular do estado de Santa Catarina e aprontar toda a documentação exigida para que a aplicação de todo o projeto pudesse acontecer. A coordenação local selecionou duas turmas do ensino médio, sendo os 1º e 2º anos, numa faixa etária de 15 a 18 anos, e sugeriu que a abordagem fosse relacionada à orientação vocacional. Isto posto, deu-se início à proposta.

O levantamento de dados ocorreu por meio de uma observação em cada turma, para que elas fossem conhecidas individualmente. Após a primeira observação, foram elaboradas propostas de intervenções a serem realizadas semanalmente com os alunos nas segundas-feiras, no período da tarde, das 13h30 às 14h15 com a turma do 1º ano, e das 14h15 às 15h com a turma do 2º ano. Isso tudo foi realizado no

período de 8 (oito) semanas, sendo uma delas focada na observação e as outras focadas nas propostas de intervenção.

O foco das intervenções relacionadas à orientação vocacional foi o autoconhecimento, que fora trabalhado com os alunos durante todas as intervenções por meio de aulas expositivas e dinâmicas que buscaram incentivar a reflexão. Sendo este o foco da pesquisa, foram utilizadas referências bibliográficas que tangem o campo do autoconhecimento, portanto, autores que investigam a personalidade, a existência humana e questões que tocam as disciplinas de Psicologia, Antropologia e Filosofia e, bem como, sua correlação.

#### **4 RESULTADOS E DISCUSSÕES**

Todas as intervenções realizadas com os alunos tiveram como foco um direcionamento para a escolha profissional. Contudo, devido à amplitude do tema, que pode ser relacionado com a imposição social de escolha de uma carreira sem uma autoanálise anterior; com a ansiedade sentida no contexto de não possuir o devido discernimento para fazer escolhas importantes e nem a necessária maturidade para lidar com a consequência delas; com a falta de amparo da escola, da família e demais instituições para nortear as decisões do sujeito; com a ausência de um conhecimento de si mesmo, das próprias habilidades, gostos, desejos etc., o ponto central para lidar de forma geral com a demanda em questão é o autoconhecimento, visto que este, para além de soluções prontas, promove a liberdade e a responsabilidade do indivíduo para com a própria vida, tornando-a autêntica e realmente pessoal.

Partindo desse princípio, buscou-se enfatizar a importância do autoconhecimento e, mais ainda, da sua necessidade na vida humana. Para os alunos, todos os encontros serviram como um momento fora da rotina em que eles puderam refletir sobre o rumo da própria vida e das escolhas que farão para o futuro, além de compreender o peso destas e a relevância da responsabilidade no processo de amadurecimento. Enfatizando o autoconhecimento, portanto, fez-se necessário buscar, para a elaboração do referencial teórico, bibliografias direcionadas para a noção de ser humano e como este pode chegar a um real conhecimento de si mesmo, logo, o embasamento se deu pelo cabedal da antropologia filosófica, que é diretamente relacionada com o objeto de estudo da própria psicologia.

Nesse parâmetro, partindo de um raciocínio lógico e, também, fundamentado na bibliografia selecionada, pôde-se perceber que o autoconhecimento é a via mais segura e, talvez, a única possível e necessária para que o homem possa tomar suas próprias decisões com responsabilidade. Isto porque o autoconhecimento é uma consequência direta do chamado inescapável que o homem recebe da vida, que é o chamado para o autoaperfeiçoamento. Não podendo negar o chamado para o autoaperfeiçoamento, o homem é obrigado a conhecer a si mesmo para embarcar neste processo. Ao ampliar o seu horizonte desse modo, o indivíduo se torna capaz de contar a própria história de forma autêntica, e, por conseguinte, suas decisões se tornam cada vez mais conscientes na medida em que são tomadas a partir do centro da sua personalidade, de sorte que tópicos como a escolha de um curso ou de uma carreira se tornam apenas etapas da vida, e todo o peso neurótico que poderia ser jogado em cima de determinada resolução cai por terra frente a uma personalidade madura, verdadeiramente livre e responsável.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A vida humana é narrativa. Sendo uma narrativa, ela é protagonizada por uma pessoa, e esta precisa tomar posse de sua história para que ela seja desenvolvida de forma adequada. A única forma pela qual o homem consegue tomar as rédeas de sua vida é pelo autoconhecimento, pois ele é o único caminho que proporciona o autoaperfeiçoamento e, conseqüentemente, uma constante busca por excelência. Esta busca é desenvolvida dentro da biografia de cada indivíduo, logo, ela é o próprio desenvolvimento da trama narrativa, que só termina quando o “personagem” morre, ou, simbolicamente, pelo último fechar de cortinas.

Falar de ser humano, portanto, é falar de uma existência insatisfeita, pois a busca por excelência e perfeição, por definição, nunca pode ser completa. Longe de ser motivo de frustração, tal fato precisa ser motivo de esperança para todos os homens, tendo em vista que eles sempre poderão entregar mais, conhecer mais, amar mais, enfim, ser mais. É este o convite diário para todos os “personagens” do palco chamado vida. Cada sujeito é livre, contudo, para negar o chamado, mas nunca para recusá-lo, pois ele é intrínseco à estrutura da vida e do mundo, de modo que, por ser livre, o homem pode, sim, negá-lo, mas estará apenas aviltando contra sua própria natureza.

Nesse parâmetro, faz-se mister ressaltar a importância do autoconhecimento para todas as pessoas. O autoconhecimento é o meio pelo qual cada ser humano pode encontrar a si mesmo e buscar fazer aquilo que nasceu para fazer. Enfatizar o autoconhecimento é, no fundo, enfatizar a primazia do amor, que não mira naquilo que é ruim, mas enxerga todos os problemas e busca solucioná-los pela realização das mais altas potencialidades. Seguir o chamado da vida é dar sentido para ela, de modo que sempre que uma pessoa negar o seu chamado, culminará, necessariamente, em um vazio existencial; em uma vida vazia e inautêntica; em uma história sem personagem. Cada indivíduo constrói a própria história e cada ato faz parte dela. Cada potência que é atualizada ou deixa de sê-lo, faz parte da narrativa de um ser humano, e esta narrativa precisa ser contada em primeira pessoa, com o devido sujeito de suas ações. Só assim se consegue tomar boas escolhas. Só assim se consegue, de fato, *ser*.

## REFERÊNCIAS

ALLERS, Rudolf. **Autoaperfeiçoamento: teoria e prática**. Rio de Janeiro, RJ: Ed. CDB, 2023.

ARAÚJO, Ana María. La Antropología de Julián Marías Aguilera. In: SELLÉS, Juan Fernando (org.). **Propuestas antropológicas del siglo XX (II)**. Ediciones Universidad de Navarra, S.A (EUNSA). Barañanin, Navarra, 2007.

ECHAVARRÍA, Martín F. **A práxis da Psicologia e seus níveis epistemológicos segundo Santo Tomás de Aquino**. Rio de Janeiro, RJ: Ed CDB, 2021.

FRANKL, Viktor E. **Em busca de sentido: um psicólogo no campo de concentração**. 50. ed. - São Leopoldo: Sinodal; Petrópolis: Vozes, 2020.

MARÍAS, Julián. **Historia de la Filosofía**. Madrid: Revista de Occidente, S.A, 1941.

MARÍAS, Julián. **Mapa do mundo pessoal**. Campinas, SP: Editora Auster, 2021.

MARITAIN, Jacques. **Introdução Geral à Filosofia**. 6. ed. Rio de Janeiro, RJ: Editora Agir, 1963.

MAY, ROLLO. **O homem à procura de si mesmo**. 35. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

ORTEGA Y GASSET, José. **O homem e os outros**. Campinas, SP: Vide Editorial, 2017.

POLAINO-LORENTE, Aquilino; TRUFFINO, Javier Cabanyes; Armenti, Araceli del Pozo. **Fundamentos de Psicología de la Personalidad**. Instituto de Ciências para la Familia. Universidad de Navarra. Fuenlabrada, Madrid: Ediciones Rialp, S.A, 2003.

ROSSI, Wesley. FAVRETTO, Liani. Ansiedade e adolescência: suas implicações na escolha profissional. **Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento**. Ed. 07, Vol. 01, pp. 115-140. Julho de 2022. Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/psicologia/ansiedade-e-adolescencia>

STEIN, Edith. **La estructura de la persona humana**. Móstoles, Madrid. Biblioteca de Autores Cristianos (BAC), 2020.

WADELL, Paul J. **La Primacía del Amor. Una Introducción a la Ética de Tomás de Aquino**. Madrid. Ediciones Palabra, Colección Pelícano, S.A., 2007.

## O CONTRADITÓRIO E A AMPLA DEFESA NAS REDES SOCIAIS VIRTUAIS

Gabriel Golenia<sup>1</sup>

**RESUMO:** Esta pesquisa tem como objetivo analisar aplicabilidade do contraditório e da ampla defesa nas redes sociais virtuais. A metodologia envolve uma abordagem bibliográfica. As principais conclusões sublinham os desafios e oportunidades para garantir imparcialidade e justiça nas interações online. Em conclusão, este estudo lança luz sobre a dinâmica em evolução do discurso online a qual se refere às redes sociais virtuais, plataformas digitais que conectam bilhões de pessoas em todo o mundo, possibilitando a comunicação instantânea e o compartilhamento de conteúdo, abrindo lacunas na transparência em relação ao compartilhamento de dados pessoais de forma nunca antes vista na história da humanidade, com isso, surgem espaços essenciais para o exercício da liberdade de expressão e a disseminação de informações por parte dos usuários, cuja existência pressupõe a importância de garantir que os direitos individuais dos usuários sejam respeitados e protegidos nesse ambiente, assegurando a aplicabilidade dos princípios constitucionais do contraditório e da ampla defesa.

**Palavras-chave:** Contraditório. Ampla defesa. Redes Sociais Virtuais.

**ABSTRACT:** This research aims to analyze the applicability of the adversarial and broad defense in virtual social networks. The methodology involves a bibliographic approach. The key findings underline the challenges and opportunities to ensure fairness and fairness in online interactions. In conclusion, this study sheds light on the evolving dynamics of online discourse which refers to virtual social networks, digital platforms that connect billions of people around the world, enabling instant communication and content sharing, opening gaps in transparency regarding the sharing of personal data in a way never seen before in human history, as a result, essential spaces arise for the exercise of freedom of expression and the dissemination of information by users, whose existence presupposes the importance of ensuring that the individual rights of users are respected and protected in this environment, ensuring the applicability of the constitutional principles of adversarial and full defense.

**Keywords:** Contradictory. Broad defense. Virtual Social Networks.

### 1 INTRODUÇÃO

No contexto da sociedade informacional, marcado pelo avanço tecnológico e pela crescente digitalização das interações humanas, as redes sociais virtuais surgem como elementos fundamentais dessa transformação (Ferreira, 2019). Nesse cenário, a presente pesquisa tem como objetivo investigar a aplicabilidade dos princípios do contraditório e da ampla defesa nas redes sociais virtuais, explorando os desafios e oportunidades que surgem nesse contexto. A sociedade informacional, também

---

<sup>1</sup> Acadêmico do 6º período do curso de Direito; Ugv – Centro Universitário.

conhecida como sociedade da informação, é caracterizada pela disseminação rápida e globalizada de informações por meio da internet e das novas tecnologias de comunicação (LEAL, 2021). Essa era trouxe consigo, conforme Escher (2003), uma revolução nas formas de interação, comunicação e compartilhamento de conhecimento, moldando profundamente a maneira como as pessoas se relacionam e acessam informações.

No cerne dessa transformação, encontramos redes sociais virtuais, plataformas digitais que conectam bilhões de pessoas em todo o mundo, possibilitando a comunicação instantânea e o compartilhamento de conteúdo de forma nunca antes vista na história da humanidade.

Por outro lado, também ampliou suas dualidades e paradoxos entre realidade e virtualidade promoveu o uso de imagens on-line, que poderiam ser usadas e manipuladas (FERREIRA, 2019). Por esse ângulo, junto com as oportunidades oferecidas pelas redes sociais virtuais, surgem desafios importantes relacionados à proteção dos direitos individuais, em particular, os princípios do contraditório e da ampla defesa. Enquanto essas plataformas abrem espaços essenciais para o exercício da liberdade de expressão e para a disseminação de informações, também enfrentam críticas e preocupações relacionadas à moderação de conteúdo, à privacidade dos usuários e à possível censura.

Diversas pesquisas já abordaram a interação entre os princípios do contraditório e da ampla defesa e as redes sociais virtuais. Estudo conduzido por Albuquerque (2023) analisou como a moderação de conteúdo relacionada à liberdade de expressão dos usuários em plataformas populares, revelando desafios significativos na aplicação desses princípios. Enquanto Ferreira, Pinheiro e Marques (2021) examinam as políticas de privacidade de várias redes sociais e as lacunas na transparência em relação ao compartilhamento de dados pessoais dos usuários. Esses estudos ressaltam a importância de explorar mais o fundo o equilíbrio entre a moderação de conteúdo, a privacidade e os direitos individuais nas redes sociais virtuais.

Em pesquisas recentes, como a de Almeida (2020), foi constatado que a implementação de sistemas de inteligência artificial para a moderação de conteúdo nas redes sociais virtuais pode levar a decisões informais que afetam a liberdade de expressão dos usuários. Além disso, uma análise realizada por Poletto e De Moraes

(2022) apontou que a falta de mecanismos de moderação nas plataformas pode prejudicar a capacidade dos usuários de contestar remoções de conteúdo. Esses resultados indicam a complexidade das questões relacionadas ao contraditório e à ampla defesa nesse ambiente digital em constante evolução.

O problema central que motiva esta pesquisa é a necessidade de compreender como esses princípios fundamentais do devido processo legal, que historicamente se aplicam a contextos jurídicos e judiciais, podem ser traduzidos e implementados nas redes sociais virtuais. A justificativa para este estudo reside na relevância cada vez maior das redes sociais virtuais na vida cotidiana e na esfera pública, bem como na importância de garantir que os direitos individuais dos usuários sejam respeitados e protegidos nesse ambiente.

O objetivo principal desta pesquisa é analisar os desafios e oportunidades relacionados à aplicação dos princípios do contraditório e da ampla defesa nas redes sociais virtuais, considerando o contexto da sociedade informacional. Para atingir esse objetivo, serão realizadas análises bibliográficas e revisões de estudos relevantes sobre o tema, explorando as abordagens teóricas e as práticas existentes.

No decorrer deste trabalho, o leitor encontrará uma análise detalhada das características das redes sociais virtuais, suas implicações na esfera pública e na vida dos usuários, bem como os desafios emergentes relacionados à moderação de conteúdo e à proteção da privacidade. Além disso, serão apresentadas as principais pesquisas desenvolvidas sobre a temática, destacando os avanços e lacunas no conhecimento existente.

Ao lançar luz sobre a dinâmica em evolução do discurso online e suas implicações para os direitos dos usuários, esta pesquisa contribui para um entendimento mais aprofundado das questões relacionadas ao contraditório e à ampla defesa nas redes sociais virtuais, fornecendo contribuições importantes para acadêmicos, profissionais e legisladores que lidam com essa realidade em constante transformação.

## **2 DESENVOLVIMENTO**

### **2.1 DA SOCIEDADE INFORMACIONAL**

Ferreira (2019) acrescenta que o termo não pode ser atribuído a um único inventor, mas foi desenvolvido gradualmente à medida que a tecnologia da informação e as telecomunicações evoluíram. Para Leal (2021) e Ferreira (2019), o sociólogo espanhol Manuel Castells é frequentemente creditado por popularizar o conceito em seu livro "A Sociedade em Rede" (1996)<sup>2</sup>, onde ele explora como as redes de comunicação estão transformando a sociedade.

Em termos históricos, a Sociedade da Informação é uma evolução da Sociedade Industrial, na qual a produção em massa e a indústria eram predominantes (ALBURQUERQUE, 2023). Por esse ângulo, com o avanço da tecnologia da informação e da internet, houve uma transição gradual para uma sociedade em que a informação se tornou uma vantagem e a conectividade global é fundamental (ESTABEL, LUCE; SANTINI, 2020). Nesse sentido, a Sociedade da Informação impactou profundamente a forma como as pessoas se comunicam, trabalham, aprendem e interagem (PELLIZARI; JUNIOR, 2019, p. 98), além de originar "novas formas de comunicação digital, redes sociais virtuais, comércio eletrônico, e transformações de setores inteiros da economia".

A expressão "Sociedade da Informação" tem motivado várias pesquisas e estudos atuais em diversas áreas, incluindo sociologia<sup>3</sup>, economia<sup>4</sup>, comunicação<sup>5</sup>, ciência da computação<sup>6</sup>, entre outras. Para Coneglian, Valentim e Segundo (2021), a expressão é extremamente reconhecida como um conceito importante para entender as transformações sociais, econômicas e culturais decorrentes do avanço da tecnologia de informação e comunicação. Além disso, conforme Rossetti e Angeluci (2021), é importante notar que há outros termos relacionados que são frequentemente usados de forma intercambiável ou em associação com a Sociedade de Informação

---

<sup>2</sup> A sociedade em rede é uma estrutura social, que pauta relações de produção, consumo e experiência, para além das variáveis já enumeradas. As redes sociais são transportadas para essas plataformas, sendo já seculares, cujo lastro se evidencia na história política, social, econômica e cultural da humanidade (BRANDÃO, 2018)

<sup>3</sup> Bolhas Sociais e seus efeitos na sociedade da informação: ditadura do algoritmo e entropia na Internet (PELLIZARI; BARRETO JUNIOR, 2019).

<sup>4</sup> A sociedade da informação: novas possibilidades para humanizar a economia (MAKEEVA, 2023).

<sup>5</sup> Ética Algorítmica: questões e desafios éticos do avanço tecnológico da sociedade da informação (ROSSETTI; ANGELUCI, 2021)

<sup>6</sup> Muli e interdisciplinaridade entre a Ciência da Informação e a Ciência da Computação no âmbito da Web Semântica (CONEGLIAN; VALENTIM; SEGUNDO, 2021).

O termo Era Digital, por exemplo, refere-se à época em que a tecnologia digital, incluindo computadores e a internet, desempenha um papel dominante em todos os aspectos da vida (MAKEEVA, 2023). Nesse sentido, a Era Digital está intrinsecamente ligada à Sociedade da Informação. Outro termo, conforme Estabel, Luce e Santini (2020), é Economia Digital que descreve a mudança na economia global em direção às atividades econômicas baseadas em tecnologia digital, como comércio eletrônico, startups de tecnologia e serviços online. Assim como o termo Cibercultura que se refere à cultura emergente que se desenvolveu em torno da tecnologia digital e da internet (LEAL, 2021). Para Ferreira (2019), isso pode incluir as normas, valores e práticas culturais que surgiram com a disseminação da tecnologia incluindo a informação.

A emergência da Sociedade da Informação remonta aos rápidos avanços da tecnologia, especialmente no domínio da computação e das telecomunicações (CONEGLIAN; VALENTIM; SEGUNDO, 2021). Por esse ângulo, com o advento da Internet, a informação tornou-se um recurso acessível globalmente, quebrando as barreiras tradicionais à comunicação (MAKEEVA, 2023). Esta revolução, dessa forma, tecnológica levou à proliferação de comunidades virtuais e redes sociais, onde indivíduos de diferentes partes do mundo podem conectar-se, compartilhar ideias e participar em discussões (CONEGLIAN; VALENTIM; SEGUNDO, 2021).

As redes sociais virtuais, como Facebook, Twitter e Instagram, tornaram-se parte integrante da vida moderna (ALBURQUERQUE, 2023), uma vez que, conforme Makeeva (2023), fornecem plataformas para as pessoas expressarem os seus pensamentos, opiniões e experiências, promovendo um sentimento de interligação no mundo digital. No entanto, à medida que estas plataformas continuam a crescer em influência e importância, também levantam questões importantes sobre os princípios de equidade, responsabilização e justiça, especialmente quando se trata de questões de liberdade de expressão, privacidade e direitos individuais (CONEGLIAN; VALENTIM; SEGUNDO, 2021).

## 2.2 REDES SOCIAIS VIRTUAIS

O conceito de redes sociais virtuais pode ser definido de várias maneiras, dependendo do contexto. Conforme o dicionário, uma rede social virtual é uma

plataforma online onde os usuários podem criar perfis pessoais, conectar-se com outras pessoas e compartilhar informações, interesses e atividades comuns. No entanto, diversos autores têm abordagens distintas para definir redes sociais virtuais.

Segundo Boyd e Ellison (2007), redes sociais virtuais são serviços baseados na web que permitem aos indivíduos (1) construir um perfil público ou semipúblico dentro de um sistema limitado, (2) articular uma lista de outros usuários com os quais anexando uma conexão e (3) visualizar e percorrer sua lista de conexões e aquelas feitas por outros dentro do sistema. Já Kaplan e Haenlein (2010) descrevem como “um grupo de aplicativos baseados na internet que se baseia na ideologia e na tecnologia da Web 2.0 e que permite a criação e a troca de conteúdo gerado pelo usuário” (p. 64). Para Castro, Lopes e Junior (2019), as redes sociais, no mundo virtual, são sites e aplicativos que operam em níveis diversos — como profissional, de relacionamento, dentre outros, mas sempre permitindo o compartilhamento de informações entre pessoas e/ou empresas.

Nesse sentido, as redes sociais virtuais podem ser identificadas como um conjunto de pessoas conectadas por meio da tecnologia (Fragoso, 2017). Cardoso (2016) acrescenta que nestes locais são partilhadas informações entre indivíduos, que agora se interligam, pessoais ou profissionalmente partilhados. De modo geral, as publicações, conforme Fragoso (2017) e Cardoso (2016), feitas por cada pessoa são informações públicas, o que – em certa medida –, fomenta a definição do perfil de cada indivíduo nessas redes.

As definições fornecidas por Fragoso (2017) e Cardoso (2016) alinham-se com as definições anteriores de redes sociais virtuais (RSV) discutidas por Boyd e Ellison (2007), Kaplan e Haenlein (2010) e Castro, Lopes e Junior (2019). Fragoso (2017) destaca que os VSR são um conjunto de indivíduos interligados facilitados pela tecnologia e pela internet, enfatizando o papel da tecnologia na conexão das pessoas. Cardoso (2016) descreve os RSVs como locais de compartilhamento de informações, onde indivíduos interligados buscam alinhar valores comuns e alcançar objetivos pessoais e profissionais compartilhados por meio de seus relacionamentos com outras pessoas ou instituições. Isso se alinha com a ideia de indivíduos criarem perfis, conectarem-se com outras pessoas e compartilharem informações dentro dos RSVs.

Levando em considerações as definições e caracterizações anteriores, as redes sociais virtuais, nesse sentido, funcionam como espaços digitais onde os

usuários podem criar representações de si mesmos, formar conexões com amigos, familiares e colegas, compartilhar informações e participar de discussões. Para Silva e Silva, (2021), essas plataformas desempenham um papel fundamental na Sociedade da Informação, promovendo a conexão global e a disseminação rápida de informações.

Suas características incluem a criação de perfis pessoais com informações individuais, conexões com outros usuários por meio de amizades e seguidores, compartilhamento de conteúdo variado, interações por meio de curtidas, comentários e mensagens, além de grupos e comunidades temáticas (Silva e Silva, 2021; Castro, Lopes e Junior, 2019). Nesse sentido, o impacto das redes sociais virtuais abrange desde o fortalecimento dos relacionamentos pessoais até a influência em processos políticos e de advocacia (Lima et al. 2016; Bobsin e Hoeppen, 2014; Frafoso, 2017). No entanto, conforme Castro, Lopes e Junior (2019) e Silva e Silva (2021), essas plataformas também enfrentam desafios, como questões de privacidade, disseminação de desinformação, discursos de ódio e polarização. Dentro desse plano, a expectativa para o futuro, conforme Costa (2018) envolve o desenvolvimento de mecanismos de segurança e regulamentos mais robustos, bem como a busca por soluções para mitigar esses problemas.

Existem diversas redes sociais e todas as redes sociais têm como objetivo conectar pessoas e compartilhar informações entre elas, tanto de caráter pessoal quanto profissional ou até mesmo comercial. Elas se desenvolvem por meios de sites ou aplicativos. E cada rede social tem suas características e seus públicos. Os usuários podem encontrar variedades de redes sociais, com peculiaridades às vezes desconhecida pelos mesmos (COSTA, 2018, p. 193).

Para Costa (2018), as redes sociais, além de serem populares nos sites classificados como Facebook<sup>7</sup>, Twitter<sup>8</sup>, LinkedIn<sup>9</sup> e Instagram<sup>10</sup>, têm raízes profundas na sociologia. Essa conexão entre o mundo virtual e as análises das interações sociais é fundamental para compreender como a sociedade moderna se comunica e

---

<sup>7</sup> Facebook é uma mídia social e rede social virtual lançada em 4 de fevereiro de 2004, operado e de propriedade privada da Meta.

<sup>8</sup> Anteriormente conhecido como Twitter e inicialmente chamado de Twtrr: "gorjear", é uma rede social e um serviço de microblog, que permite aos usuários enviar e receber atualizações pessoais de outros.

<sup>9</sup> LinkedIn é uma plataforma de mídia social focada em negócios e emprego que funciona através de sites e aplicativos móveis.

<sup>10</sup> O Instagram é uma rede social online de compartilhamento de fotos e vídeos entre seus usuários.

compartilha informações (LIMA *et al.*, 2016; CARDOSO, 2016; SILVA E SILVA, 2021; CASTRO, LOPES E JUNIOR, 2019). Dessa forma, as redes sociais, conforme Castro, Lopes e Junior (2019), não são apenas uma característica da era digital, mas também “uma continuação das interações sociais que sempre foram uma parte fundamental da sociedade humana” (p. 67). É nesse contexto que se torna relevante explorar como essas redes impactam a aplicabilidade do contraditório e da ampla defesa, garantias fundamentais em uma sociedade informacional cada vez mais interconectada.

Na próxima seção, examinaremos mais detalhadamente os desafios e oportunidades específicos relacionados à aplicabilidade do contraditório e à ampla proteção nas redes sociais virtuais.

### 2.3 MARCO CIVIL DA INTERNET

O espaço virtual oferece um amplo espaço para a liberdade de expressão, tornando-se um lugar com intervenção mínima ou inexistente quanto ao conteúdo produzido e compartilhado (Silva, 2021). No entanto, conforme Colombo e Neto Facchini (2020), a tal liberdade acaba, muitas vezes, atingindo os direitos de outras pessoas, ao ponto de “violar sua intimidade ou desrespeitar seu direito à imagem” (p. 98). Em função dessa complexidade, surgiu o Marco Civil da Internet (Lei 12.965/2014), com o intuito de regular o uso da internet e preservar os direitos, deveres e princípios dos usuários da rede. Para Northfleet (2020), a Lei do Marco Civil da Internet é fundamentado por três pilares: “a) a liberdade de expressão, b) a privacidade dos usuários e c) a neutralidade da rede” (p. 46).

A liberdade de expressão, primeiro pilar, é um direito fundamental, mas seu alcance na internet levanta questões sobre os limites dessa liberdade. Prevista na Constituição Federal (art. 5º, CF) e na Lei 12.965/2014, a liberdade de expressão é um tema polêmico.

De início, sobre esse ponto é necessário registrar que a liberdade de expressão como direito e garantia fundamental encontra limitações expressas no próprio texto constitucional, tais como: (a) a vedação do anonimato (parte final do inciso IV do art. 5º), (b) o direito de resposta e o dever de reparação do dano material, moral ou à imagem (inciso V, do art. 5º), (c) dever de reparação do dano por violação do direito por violação à intimidade, à vida privada e à imagem das pessoas (parte final do inciso X do art 5º) e (d) a preservação do sigilo da fonte no acesso à informação (parte final do inciso XIV da CF). Esse tema, como cediço, não se restringe de forma alguma à liberdade na internet, pois há muito tempo se discute, não só em

nosso país, a busca de uma solução para o paradoxo da “liberdade regrada” em outras mídias tradicionais e na liberdade de manifestação (Salomão Leite e Lemos, 2014, p. 63).

Leite e Salomão (2014) destacam que mesmo sendo um direito fundamental, a liberdade de expressão possui especificações expressas na própria Constituição, como a jurisdição do anonimato, o direito de resposta e a obrigação de reparar danos, a proteção da intimidade e da vida privada, e a Preservação do sigilo da fonte de informação. Essas restrições não se aplicam apenas à internet, mas também a outras mídias tradicionais e à liberdade de manifestação em geral.

O ponto central da discussão sobre a liberdade de expressão é até que ponto ela deve ser protegida sem infringir os direitos de terceiros. É crucial que, ao aplicar a liberdade de expressão interpretada, sejam considerados os cuidados necessários, especialmente pelos operadores do direito, para garantir a sua conformidade com a legislação vigente.

Nesse contexto, qualquer usuário que se sinta prejudicado em seus direitos na internet tem o direito de buscar proteção e peças judiciais, conforme previsto na cláusula de inafastabilidade da jurisdição presente na Constituição (inciso XXXV do art. 5º da CF). Isso garante que, em caso de conflitos envolvendo a liberdade de expressão, o Poder Judiciário estará disponível para garantir a justiça e a proteção dos direitos fundamentais dos cidadãos.

A questão da privacidade e proteção de dados pessoais dos usuários do ambiente virtual configura-se como o segundo pilar. No Marco Civil da Internet, esse pilar está previsto no Art. 10, que dispõe sobre a guarda dos dados eletrônicos dos usuários. A MCI coloca uma ênfase significativa na proteção dessas informações, proibindo qualquer forma de divulgação dos dados pessoais dos usuários.

É fundamental que qualquer coleta de dados seja devidamente informada pelo fornecedor e autorizada pelo utilizador, sob pena de infringir a legislação e sujeitar o fornecedor às responsabilidades legais. É importante ressaltar que a divulgação de dados e documentos só pode ocorrer mediante solicitação judicial justificada, garantindo assim a proteção da privacidade e dos direitos dos usuários.

O terceiro pilar do Marco Legal da Internet é a neutralidade da rede. A neutralidade da rede é um princípio que estabelece que os provedores de serviços de internet devem tratar todos os dados transmitidos na rede de forma igualitária, sem

discriminação ou priorização indevida. Isso significa que os provedores não podem dar preferência a determinados tipos de tráfego de dados ou serviços online em detrimento de outros. A ideia por trás desse princípio é garantir que a internet seja um ambiente aberto e democrático, onde todos os dados e serviços tenham a mesma oportunidade de serem acessados e utilizados pelos usuários, sem restrições injustas impostas pelos provedores de internet. A neutralidade da rede visa preservar a liberdade de escolha e a concorrência justa no ambiente online.

Ramos (2013) conceitua:

A neutralidade da rede é um princípio de arquitetura de rede que endereça aos provedores de acesso o dever de tratar os pacotes de dados que trafegam em suas redes de forma isonômica, não os discriminando em razão de seu conteúdo ou origem (p. 79).

A neutralidade da rede, conforme definido por Ramos (2013), é um princípio fundamental de arquitetura de rede que impõe aos provedores de acesso à internet a obrigação de tratar de maneira igualitária todos os pacotes de dados que circulam em suas redes. Isso significa que não deve discriminar os dados com base em seu conteúdo ou origem. Esse princípio visa garantir a imparcialidade na gestão da internet, garantindo que nenhum tipo de tráfego de dados seja privilegiado ou prejudicado em relação a outros. Dessa forma, a neutralidade da rede de busca manter a internet como um ambiente aberto, onde a livre troca de informações e o acesso a serviços online ocorre de forma equitativa e sem interferências indevidas por parte dos provedores de acesso.

Por meio da legislação, o MCI busca coibir práticas que possam comprometer a integridade das relações cibernéticas, mudando criar um ambiente virtual mais seguro e equitativo para os usuários. Nesse contexto, o MCI aprovou a importância de regulamentações determinadas ações para proteger os direitos dos internautas e garantir a neutralidade das redes sociais, sites e outros espaços virtuais. Isso está diretamente relacionado à pesquisa sobre a defesa das redes sociais virtuais, uma vez que a regulamentação dessas práticas é fundamental para promover a aplicabilidade do contraditório e a ampla defesa desses ambientes digitais.

Diante desse cenário, é evidente a importância da legislação no contexto das redes sociais virtuais e na promoção dos direitos dos usuários. Na próxima seção, aprofundaremos a discussão sobre o princípio constitucional da liberdade de

expressão e como ele se aplica a esses ambientes digitais, analisando os desafios e oportunidades relacionados à sua aplicabilidade.

## 2.4 PRINCÍPIO CONSTITUCIONAL DA LIBERDADE DE EXPRESSÃO

A liberdade de expressão é um direito fundamental garantido pela Constituição Federal, desempenhando um papel central em nossa pesquisa, pois seu objetivo principal é garantir a dignidade da pessoa humana por meio da livre manifestação de ideias, opiniões e pensamentos nas plataformas digitais. Esse direito constitucional é fundamental para a compreensão dos desafios e oportunidades relacionados à aplicabilidade do contraditório e à ampla defesa nas redes sociais virtuais.

Conforme Canotilho, Machado e Júnior (2014), todos os direitos fundamentais estão intrinsecamente ligados aos princípios da universalidade e da igualdade, e o mesmo se aplica às liberdades de comunicação, que podem ser invocadas tanto pelos indivíduos quanto pela sociedade como um todo. No contexto da legislação constitucional, como é o caso no Brasil, esses direitos podem ser invocados de forma independente, não dependendo das disposições específicas por parte do legislador, devido ao caráter vinculante das normas constitucionais.

A Constituição Federal de 1988 distribuiu um amplo conjunto de direitos especiais para a proteção da liberdade individual. Entre esses direitos, estão a liberdade de pensamento, de expressão, de religião, de culto, de encontro e a liberdade ideológica. Além disso, a liberdade de imprensa é reconhecida como fundamental para a manutenção das democracias. A Constituição proíbe categoricamente qualquer forma de censura ou controle prévio sobre essas liberdades, reforçando seu caráter inalienável e essencial para a sociedade.

No contexto da liberdade de expressão, é fundamental destacar que a abordagem legal no Brasil difere significativamente aquela solicitada nos Estados Unidos. Os Estados Unidos concebem a liberdade de expressão como um direito praticamente absoluto, uma liberdade negativa. Em contrapartida, o sistema jurídico brasileiro impõe limites à liberdade de expressão, restringindo-a apenas em casos que possam prejudicar a dignidade humana (SOUZA, 2015). Essa diferença fundamental na interpretação e esse direito fundamental deve ser considerada ao analisar as questões relacionadas à liberdade de expressão no Brasil.

A liberdade de expressão é um direito amplamente reconhecido no âmbito internacional, respaldado por tratados e declarações de organizações multilaterais. Sua base legal encontra-se no Artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos, promulgada em 10 de dezembro de 1949.

Todo ser humano tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras. (ONU, 1948, p. 35).

O princípio fundamental estabelecido pela ONU enfatiza que cada indivíduo possui o direito inalienável à liberdade de opinião e expressão. Este direito abrange a capacidade de formar e expressar opiniões livremente, sem ingerências externas, bem como a busca, recepção e divulgação de informações e ideias. Além disso, esse direito é universal e não está sujeito a restrições geográficas, destacando a importância de garantir a liberdade de expressão no âmbito global.

De acordo com Myer-Pflug (2009), a liberdade de expressão é um direito intrínseco à natureza humana e abrange uma definição abrangente que engloba a manifestação de pensamentos, ideias, opiniões, convicções, sensações e sentimentos por meio de atividades intelectuais, artísticas, científicas ou qualquer outra forma de comunicação. É responsabilidade do Estado não apenas considerar esse direito à liberdade, mas também promovê-lo e protegê-lo.

Conforme observado por Souza (2015), ao analisarmos a relação entre pensamento e manifestação, podemos discernir entre o pensamento que permanece interno e aquele que é expresso publicamente, o que resulta na distinção entre a liberdade de pensamento, que abarca o direito à liberdade de pensamento opinião, e a liberdade de expressão, que protege a manifestação aberta do pensamento.

Nesse contexto, a liberdade de opinião protege o pensamento interno, que é sempre livre e inviolável até ser expresso publicamente. A Constituição Federal contempla essa proteção no artigo 5º, inciso VI, afirmando a inviolabilidade da liberdade de consciência e crença. A liberdade de expressão, por sua vez, diz respeito à manifestação pública do pensamento, garantida no artigo 5º, inciso IV, que assegura a livre manifestação do pensamento, desde que não seja anônima, e no artigo 5º, inciso XIV, que garante o acesso à informação e à proteção da fonte quando necessário para o exercício profissional. Além disso, o artigo 220 da Constituição

estabelece que a manifestação do pensamento, de qualquer forma, não deve sofrer restrições, tudo isso em prol do Estado Democrático de Direito.

## 2.5 OS DESAFIOS E OPORTUNIDADES RELACIONADOS À APLICABILIDADE DO CONTRADITÓRIO E À AMPLA DEFESA NAS REDES SOCIAIS VIRTUAIS

Um dos principais desafios é conciliar a necessidade de aplicar o contraditório e a ampla defesa com as preocupações de privacidade e proteção de dados dos usuários. As redes sociais virtuais coletam uma quantidade significativa de informações pessoais, e o acesso a esses dados pode ser essencial para o exercício desses princípios legais. No entanto, garantir que a recolha e o uso desses dados respeitem as leis de proteção de dados é uma tarefa complexa.

A rapidez com que as informações circulam nas redes sociais virtuais representa outro desafio. As decisões judiciais precisam ser tomadas em um ambiente onde as informações podem se espalhar instantaneamente e alcançar uma audiência global. Isso requer processos ágeis que garantam a aplicação do contraditório e a ampla defesa sem comprometer a eficácia das medidas judiciais.

As redes sociais virtuais são frequentemente palco de discurso de ódio e desinformação. Identificar o limite entre a aplicação do contraditório e a ampla defesa e a necessidade de combater a disseminação de conteúdo prejudicial é um desafio significativo. O exercício desses princípios não deve servir de plataforma para a regulamentação de discursos pertinentes.

As redes sociais virtuais oferecem oportunidades para aumentar a transparência e a prestação de contas. Através de políticas claras e processos bem definidos, as plataformas podem promover uma aplicação eficaz do contraditório e de ampla defesa. Isso permite que os usuários compreendam melhor as regras e regulamentos das plataformas.

As inovações tecnológicas, como a inteligência artificial e a análise de big data, podem ser aproveitadas para facilitar a aplicação do contraditório e a ampla proteção. Essas tecnologias auxiliam na identificação e no monitoramento de conteúdo prejudicial, bem como na gestão de processos judiciais de forma mais eficiente.

As redes sociais virtuais podem promover a participação ativa dos usuários na aplicação do contraditório e da ampla defesa. Isso pode ser alcançado por meio de

mecanismos de denúncia e de recursos que permitem aos usuários contestar decisões que afetam seu conteúdo. Essa participação pode contribuir para uma aplicação mais justa e equitativa desses princípios.

A aplicabilidade do contraditório refere-se à capacidade de permitir que as partes envolvidas em um processo judicial ou administrativo apresentem seus argumentos, contestem as alegações da outra parte e forneçam provas a fim de garantir um julgamento justo e imparcial. No contexto das redes sociais virtuais, a aplicação do contraditório significa garantir que os usuários tenham a oportunidade de contestar decisões que afetam seu conteúdo, como remoções de envios ou suspensões de contas, e que suas vozes sejam ouvidas antes que as ações sejam tomadas.

A ampla defesa, por sua vez, envolve a garantia de que as partes envolvidas em um processo tenham a oportunidade de se defenderem de maneira abrangente, ou seja, apresentando argumentos e provas em sua defesa. Nas redes sociais virtuais, a ampla defesa significa que os usuários devem ter a chance de explicar seus objetivos e contestar acusações antes de sofrerem punições ou restrições em suas contas ou conteúdo.

Em resumo, a aplicabilidade do contraditório e da ampla defesa nas redes sociais virtuais refere-se a garantir que os usuários tenham a oportunidade de contestar decisões e defender seus direitos antes que ações sejam tomadas contra eles, garantindo um ambiente mais justo e equitativo nas plataformas digitais.

## **7 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Ficou claro que as redes sociais virtuais desempenham um papel significativo na comunicação e interação entre os indivíduos, oferecendo um ambiente onde as visões, ideias e informações são compartilhadas de forma rápida e aberta. No entanto, também observamos que a aplicabilidade do contraditório e a ampla defesa nessas plataformas é um desafio complexo.

A liberdade de expressão, um princípio fundamental da democracia, está intrinsecamente ligada às redes sociais virtuais, mas sua aplicação requer um equilíbrio delicado entre a proteção da liberdade individual e a prevenção do discurso

de ódio, desinformação e outros abusos. As políticas de moderação e os algoritmos das plataformas desempenham um papel importante nesse contexto.

Recomenda-se que as redes sociais virtuais continuem a aprimorar suas políticas e mecanismos de moderação, garantindo que sejam transparentes e justos. Além disso, é importante que os usuários estejam conscientes de seus direitos e responsabilidades ao utilizar essas plataformas, promovendo a educação digital e a conscientização sobre a importância do respeito mútuo nas interações online.

Dessa forma, esta pesquisa ressaltou a complexidade da aplicabilidade do contraditório e da ampla defesa nas redes sociais virtuais, destacando a necessidade de um debate contínuo sobre como equilibrar a liberdade de expressão com a proteção dos direitos individuais. É um desafio que continuará a evoluir à medida que a sociedade informacional se desenvolve, e é essencial que todos os envolvidos, incluindo usuários, empresas e legisladores, envolvam-se engajados nesse diálogo em constante evolução.

## REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, C. A. M. D. Regulação das plataformas de redes sociais: a moderação de conteúdo e seus reflexos na liberdade de expressão em tempos de desinformação. **Portal de Trabalhos Acadêmicos**, [S. l.], v. 9, n. 1, 2023.

Disponível

em:<https://revistas.faculdedamas.edu.br/index.php/academico/article/view/2497>.

Acesso em: 20 nov. 2023.

ALMEIDA, R. F. Uso de algoritmos de inteligência artificial na gestão de redes sociais e o seu impacto nos processos de difusão do conhecimento. **Ponto de Acesso**, v. 14, n. 1, 2020. Disponível em: <http://www.pontodeacesso.ici.ufba.br/>.

Acesso em: 20 nov. 2023.

BOBSIN, D; HOPPEN, N. Estruturação de redes sociais virtuais em organizações: um estudo de caso. **Revista de Administração** (São Paulo), v. 49, n. 2, p. 339–352, abr. 2014. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/rausp/a/rFWzR3VXnDDGVgCgH39v4tP/#>. Acesso em: 03 set. 2023.

BOYD, Danah.; ELLISON, Nicole. Social network sites: Definition, history, and scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 13, n. 1, 2007.

Disponível em: <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>. Acesso em: 03 set. 2023.

CARDOSO, A. A. **Atração, Seleção e Integração de talentos**. 1. ed. Lisboa: Lidel. 2016.

CANOTILHO, José Joaquim Gomes; MACHADO, Jónatas E. M.; JÚNIOR, Antônio Pereira Gaio. **Biografia não autorizada versus liberdade de expressão**. Curitiba: Juruá Editora, 2014. p. 27-28.

CASTRO, D. T.; LOPES, S. P.; JUNIOR, F. G. R. As redes sociais como ferramenta para o marketing: a visão de uma empresa na cidade de Palmas – TO. **Revista Humanidades e Inovação**, v.6, n.12, 2019.

COLOMBO, Cristiano; NETO FACCHINI, Eugênio. Ciberespaço e conteúdo ofensivo gerado por terceiros: a proteção dos direitos de personalidade e responsabilização civil dos provedores de aplicação, à luz da jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça. **Revista Brasileira de Políticas Públicas**, Brasília, v. 7, n. 3, 2017.

COSTA, B. R. L. Bola de Neve Virtual: O Uso das Redes Sociais Virtuais no Processo de Coleta de Dados de uma Pesquisa Científica. **Revista Interdisciplinar de Gestão Social**, [S. l.], v. 7, n. 1, 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/rigs/article/view/24649>. Acesso em: 20 nov. 2023.

CONEGLIAN, C. S.; VALENTIM, M. L. P.; SEGUNDO, J. E. S. Muli e interdisciplinaridade entre a ciência da informação e a ciência da computação no âmbito da web semântica. **Informação & Sociedade: Estudos**, v. 31 n. 1, 2021. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/v/158296>. Acesso em: 20 nov. 2023.

ESCHER, R. **A Concepção de Sociedade da Informação no Brasil: uma análise crítica do Livro Verde**. 2003. 64 f. Monografia, curso de Biblioteconomia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). 2003. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/261814/000473112.pdf?sequence=1&Allowed=y>. Acesso em: 20 nov. 2023.

FERREIRA, J. M. Redes, sociedade informacional e internet: os usos políticos do on-line na contemporaneidade a partir da massificação de pós-verdades e de fake News. **Revista Norus**, v. 7, n. 12, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufpel.edu.br/index.php/NORUS/article/view/18090>. Acesso em: 20 nov. 2023.

FERREIRA, D. A. A.; PINHEIRO, M. M. K.; MARQUES, R. M. Termos de uso e políticas de privacidade das redes sociais on-line. *Inf. Inf.*, Londrina, v. 26, n. 4, 2021. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/informacao/>. Acesso em: 20 nov. 2023.

FRAGOSO, A. I. M. **A influência das Redes Sociais nos processos de recrutamento e seleção**. Porto, 2017. 163 p. Dissertação (Mestrado em economia e gestão de recursos humanos) - Universidade do Porto. Disponível em: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/108443/2/226762.pdf>. Acesso em: 20 nov. 2023.

KAPLAN, A. M., & HAENLEIN, M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. **Business horizons**, v. 53, n. 1, 59-68. 2010.

LEAL, S. Sociedade informacional no Brasil à provação da pandemia do novo Coronavírus. **Controversias y Concurrencias Latinoamericanas**, v. 12, n. 22, 2021. Disponível em: <https://ojs.sociologia-alas.org/index.php/CyC/article/view/243>. Acesso em: 20 nov. 2023.

LIMA, Nádia Laguárdia de; et al. As redes sociais virtuais e a dinâmica da internet. Gerais, **Rev. Interinst. Psicol.** [online]. v.9, n.1, pp. 90-109, 2016. Disponível em: [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1983-82202016000100008](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1983-82202016000100008). Acesso em: 20 nov. 2023.

PELLIZARI, B. H. M.; JUNIOR, I. F. B. Bolhas sociais e seus efeitos na sociedade da informação: ditadura do algoritmo e entropia na internet. **Revista de Direito, Governança e Novas Tecnologias**, v. 5, n. 2, 2019. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/288182163.pdf>. Acesso em: 30 Ago. 2023.

POLETTO, Álerton Emanuel; SANTOS DE MORAIS, Fausto. A moderação de conteúdo em massa por plataformas privadas de redes sociais. **Prisma Jurídico**, [S. l.], v. 21, n. 1, p. 108–126, 2022. DOI: 10.5585/prismaj.v21n1.20573. Disponível em: <https://periodicos.uninove.br/prisma/article/view/20573>. Acesso em: 20 nov. 2023

ROSSETTI, R.; ANGELUCI, A.. **Ética Algorítmica**: questões e desafios éticos do avanço tecnológico da sociedade da informação. Galáxia (São Paulo), n. 46, p. e50301, 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/gal/a/R9F45HyqFZMpQp9BGTfZnyr/?lang=pt#>. Acesso em: 20 nov. 2023.

SALOMÃO LEITE, George; LEMOS, Ronaldo. **Marco Civil da Internet**. Grupo GEN, 2014. 9788522493401. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522493401/>. Acesso em: 30 Set. 2023.

SILVA, F. S.; SILVA, F. M. As redes sociais virtuais e a sua influência nos processos de recrutamento e seleção. **Revista de Carreiras e Pessoas**, v. 11, n. 2, 2021. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/ReCaPe/article/view/47266/35208>. Acesso em: 30 Set. 2023.

SOUZA, Carlos Affonso Pereira de. As cinco faces da proteção à liberdade de expressão no marco civil da internet. In: DE LUCCA, Newton; SIMÃO FILHO, Adalberto; LIMA, Cíntia Rosa Pereira (Coords.). **Direito e Internet III: Marco Civil da Internet – tomo I**. São Paulo: Quartier Latin, 2015. p. 377-408.

MAKEEVA, E. The information society: new possibilities for humanizing the economy. e3 - **Revista de Economia, Empresas e Empreendedores na CPLP**, [S. l.], v. 9, n. 1, p. 77–82, 2023. DOI: 10.29073/e3.v9i1.769. Disponível em:

<https://www.revistas.ponteditora.org/index.php/e3/article/view/769>. Acesso em: 20 nov. 2023.

NORTHFLEET, Ellen Gracie. **O Marco Civil da Internet sob o prisma da constitucionalidade** – parte I. Consultor Jurídico. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2020-fev-19/ellen-gracie-constitucionalidade-marcocivil-internet>. Acesso em: 30 Ago. 2023.

## PLANO DE NEGÓCIOS PARA UM *E-COMMERCE* DE ROUPAS EXECUTIVAS FEMININAS

Larissa Altmann<sup>1</sup>  
Hilton Tomal<sup>2</sup>  
Robson Carlos Boiarski<sup>3</sup>  
Wilson Luis Petisco<sup>3</sup>

**RESUMO:** O plano de negócios é uma ferramenta imprescindível para analisar a viabilidade da abertura de uma empresa, implantação de um novo produto ou a expansão do empreendimento. O plano de negócios permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado. Nele, serão analisados os setores da empresa, como o financeiro, operacional, marketing, além de analisar o mercado, como concorrentes, fornecedores e os seus clientes, para que então, através dessas análises, seja possível identificar se há viabilidade ou não do novo empreendimento, através de indicadores como, lucratividade, rentabilidade, ponto de equilíbrio e o tempo de retorno do capital investido. O projeto proposto nesse trabalho trata-se de um e-commerce de roupas executivas femininas, de fabricação própria, com peças de alfaiataria e com toque moderno para mulheres contemporâneas. Após o estudo é possível compreender o negócio como excelente como de grande atratividade e interesse pelo público com seus produtos disponibilizados. Ainda, há viabilidade econômica para sua abertura trazendo como ponto de equilíbrio o faturamento mínimo de R\$ 50.195,55 ao mês, lucratividade de 14,25% ao mês, rentabilidade de 7,17% ao mês e prazo de retorno do capital investido de 15 meses.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo. Plano de negócios. Roupas Executivas.

**ABSTRACT:** The business plan is an essential tool for analyzing the feasibility of opening a company, implementing a new product or expanding the enterprise. The business plan allows you to identify and restrict your mistakes on paper, instead of making them in the market. In it, the company's sectors will be analyzed, such as financial, operational, marketing, in addition to analyzing the market, such as competitors, suppliers and their customers, so that, through these analyses, it is possible to identify whether or not the new enterprise, through indicators such as profitability, profitability, break-even point and return time on invested capital. The project proposed in this work is an e-commerce of women's executive clothing, manufactured in-house, with tailoring pieces and a modern touch for contemporary women. After the study, it is possible to understand the business as excellent and of great attractiveness and interest to the public with its available products. Furthermore, there is economic viability for its opening, bringing as a balance point the minimum revenue of R\$ 50,195.55 per month, profitability of 14.25% per month, profitability of 7.17% per month and a return period for invested capital of 15 months.

**Keywords:** Entrepreneurship. Business plan. Executive Clothing.

## 1 INTRODUÇÃO

---

<sup>1</sup> Graduada em Administração pela Ugv Centro Universitário, União da Vitória – PR.

<sup>2</sup> Docente na Ugv Centro Universitário, União da Vitória – PR. Mestre em Desenvolvimento e Sociedade. E-mail: [administrativo@ugv.edu.br](mailto:administrativo@ugv.edu.br)

<sup>3</sup> Docente na Ugv Centro Universitário, União da Vitória – PR. E-mail: [prof\\_robsonboiarski@ugv.edu.br](mailto:prof_robsonboiarski@ugv.edu.br)

O plano de negócios é um documento usado para descrever o negócio e serve para que a empresa se apresente diante dos fornecedores, investidores, clientes, parceiros e colaboradores.

Bizzotto (2008, p. 23), define plano de negócios como “um mapa que descreve o caminho que vou seguir na criação e desenvolvimento do meu negócio”. Biágio (2013, p. 4) complementa essa ideia, sugerindo que “o plano de negócios deve ser visto como uma ferramenta operacional que define o posicionamento atual da empresa e as possibilidades futuras, além de indicar os caminhos a serem seguidos.”

O Serviço de Apoio à Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) defende que o plano de negócios é um documento que descreve por escrito os objetivos de um negócio e quais os passos para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e tornando o empreendimento mais assertivo. Dessa forma, o plano de negócios permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado.

Entende-se desta forma que, é por meio do plano de negócios que o empreendedor terá conhecimento da viabilidade do negócio e da gestão da empresa. E isso justifica a importância de um plano de negócios para quem está abrindo uma empresa ou ampliando o empreendimento.

O SEBRAE alerta que esse planejamento não elimina os riscos do negócio, mas evita que muitos erros sejam cometidos pela falta do planejamento e análise, diminuindo a incerteza do negócio. O plano de negócios permite então organizar as ideias do novo empreendimento, orientar a expansão da empresa, facilitar a comunicação entre os sócios, funcionários, *stakeholders*; captar recursos, sejam financeiros ou humanos.

Através de um plano de negócios bem elaborado é possível blindar uma empresa de problemas futuros e ainda obter vantagens competitivas sobre os concorrentes.

## **2 METODOLOGIA**

O método é a descrição dos procedimentos gerais da pesquisa científica, de coleta e análise dos dados e materiais que levam a obtenção dos resultados. Sendo assim, este trabalho analisou o cenário do mercado de varejo de roupas femininas,

realizando uma pesquisa básica, descritiva e exploratória, tendo eleito o método hipotético-dedutivo a partir de uma abordagem quantiqualitativa.

Do ponto de vista dos procedimentos técnicos trata-se de uma pesquisa bibliográfica, a elaboração teórica do trabalho foi desenvolvida por meios de livros bibliográficos, o qual a “sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo aquilo que foi escrito sobre determinado assunto.” (MARCONI; LAKATOS, 2014, p.44), o qual buscou compreender a viabilidade da abertura de um comércio eletrônico e a atual demanda pelo produto atualmente, nas perspectivas de autores como José Dornelas, Idalberto Chiavenato entre outros. Como procedimentos técnicos foram analisados dados obtidos através das entrevistas realizadas.

A pesquisa teve como população mulheres do ramo executivo entre 18 e 55 anos, residentes em União da Vitória/PR. A população da pesquisa foi 9.471 pessoas, considerando a população feminina economicamente ativa em União da Vitória-PR.

Um questionário com perguntas fechadas de múltipla escolha e perguntas abertas de respostas curtas foi aplicadas no período de 15/08/2020 e 15/09/2020.

O procedimento para análise de dados foi através da transmissão das informações recebidas pela pesquisa para gráficos de análise geral e analisados de acordo com os resultados que se buscam com os objetivos delineados para este trabalho, além da utilização do Software de Plano de Negócios do SEBRAE.

### **3 REVISÃO DE LITERATURA**

#### **3.1 ESTRUTURA DE UM PLANO DE NEGÓCIOS**

O Plano de Negócios poderá ser um excelente guia para as tomadas de decisão que inevitavelmente têm de ser efetuadas na conduta do seu empreendimento.

Pesquisadores do assunto, entre eles, Dornelas (2005), sugerem que para a elaboração do plano de negócio, alguns passos em relação à estrutura devem ser seguidos: o sumário executivo, conceito do negócio, mercado e competidores, equipe e gestão, produtos e serviços, estrutura e operações, marketing e vendas, estratégia de crescimento e finanças.

Pensando da mesma forma, o SEBRAE sugere: análise de mercado, plano de marketing, plano operacional, plano financeiro, análise de cenários e avaliação

estratégica, avaliação do plano de negócios.

Dessa forma, o quadro a seguir busca explicar de maneira sintetizada cada ponto importante na elaboração do plano de negócios.

Quadro 1 - Estrutura de um plano de negócios

<b>ANÁLISE DE MERCADO</b>	Quem são os clientes, concorrentes e fornecedores? É importante também pensar no posicionamento do produto. As informações coletadas, irão indicar as ações de promoção e marketing para a empresa conquistar o público-alvo.
<b>PLANO DE MARKETING</b>	É importante nessa etapa entender qual o valor que o produto carrega, tanto no preço quanto na qualidade, e sobre essas informações tomar decisões de como anunciá-lo. As atividades podem ser classificadas nas áreas básicas do marketing: produto, preço, praça e promoção, os 4 P's.
<b>PLANO OPERACIONAL</b>	Nessa etapa o plano trata de como operacionalizar todo o planejamento, como e o que fazer. O plano operacional descreve por exemplo: localização, instalações físicas, equipamentos, capacidade produtiva, necessidade de pessoal entre outros pontos importantes para a operacionalização do projeto.
<b>PLANO FINANCEIRO</b>	O empreendedor nessa etapa do plano de negócios, terá noção do quanto deve investir para concretizar a empresa. Nessa fase é necessário que o empreendedor indique as estimativas de custos, despesas e receitas iniciais, como capital de giro e fluxo de caixa.
<b>ANÁLISE DE CENÁRIOS E ANÁLISE ESTRATÉGICA</b>	Nessa etapa, o empreendedor conseguirá prever situações que podem afetar os resultados da empresa. O empreendedor deve se perguntar nessa fase, com base em cenários possíveis, qual o caminho a se seguir? Quais alternativas podem ser adotadas?
<b>AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO</b>	Por fim, o empreendedor nessa fase irá avaliar cada detalhe e colocar o plano em prática, além de revisá-lo periodicamente.

Fonte: Adaptado de Sebrae, 2020

Cecconello (2007, p. 7) destaca que “a elaboração de um plano de negócios é um trabalho que exige clareza quanto ao que vai ser avaliado, além de cuidados específicos com relação à fundamentação e qualidade das premissas que venham a ser assumidas”. Os pontos expostos acima são essenciais para demonstrar a capacidade da empresa.

Sabe-se que toda empresa, seja ela de grande, médio ou mesmo pequeno porte, necessita de um processo contínuo de avaliação de desempenho. Afinal, “o que não é medido não é gerenciado” (KAPLAN; NORTON, 1997, p.21). Embora pareça simples e comum, a avaliação dos resultados e desempenhos não é uma tarefa fácil.

É preciso primeiramente estabelecer qual a real necessidade do que precisa ser medido para somente depois definir ao certo as medidas adequadas que avaliarão o que se pretende medir.

Os indicadores de desempenho são ferramentas ligadas ao monitoramento e, auxiliam no desenvolvimento de qualquer empresa. Os indicadores acompanham o andamento da vida organizacional e tem a função de mostrar se as estratégias funcionaram ou se há necessidade de mudança de rumo e de planejamento.

Os indicadores de desempenho mostram os impactos gerados nas empresas, sendo que, para Arthur Andersen (1999), estes podem ter aspecto quantitativo quanto aspecto qualitativo e ainda aspecto comportamental.

“A lucratividade é um indicador de eficiência operacional obtido sob a forma de valor percentual e que indica qual é o ganho que a empresa consegue gerar sobre o trabalho que desenvolve” (SEBRAE).

Conforme Galhardo (2012), a lucratividade é o percentual do lucro de uma empresa em relação ao faturamento da mesma em um determinado período.

Silva (2008) relata que o índice de retorno sobre as vendas (lucratividade) compara o lucro líquido em relação às vendas líquidas do período, fornecendo o percentual de lucro que a empresa está obtendo em relação a seu faturamento. Ele ainda explica que deve-se trabalhar com a receita líquida (vendas líquidas), que é a receita real do período, visto que a receita bruta engloba receitas que foram anuladas ou reduzidas por devoluções e abatimentos, o que resultaria em um índice erroneamente maior de lucratividade.

Marion (2009) utiliza ao se referir à Lucratividade a denominação Margem de Lucro Líquida, que segundo ele significa quantos centavos de cada real de venda restaram após a dedução de todas as despesas.

Matarazzo (2010, p. 336) diz que “margem representa a eficiência de despesas em relação às vendas, pois quanto menores as despesas maiores serão a margem de lucro.”

Já Ludícibus (2010) analisa que apesar dos esforços constantes para melhorar a margem, comprimindo despesas e aumentando a eficiência, ela apresenta-se baixa ou alta dependendo da característica de cada empreendimento.

Conforme Padoveze e Benedicto (2011), lucratividade e margem podem ser consideradas sinônimas. Eles ainda relatam que há vários tipos de margem que podem ser calculadas em relação às vendas. Sendo que a mais utilizada para cálculo da lucratividade é a margem líquida, mencionada por alguns autores como

denominação de lucratividade.

A rentabilidade é resultante das operações da empresa num determinado período, assim Padoveze e Benedicto (2011) afirmam que todos os elementos operacionais, econômicos e financeiros do empreendimento estão envolvidos em relação à rentabilidade e esse resultado está representado no balanço patrimonial.

A rentabilidade consiste em um número ou percentual que indique o quanto um valor investido possui de retorno e a análise da rentabilidade é um dos mais importantes aspectos associados ao estudo das demonstrações contábeis”. O autor acrescenta ainda que quanto maior a rentabilidade de um investimento, maior a chance de ele criar valor, ou seja, gerar retorno.

A rentabilidade também expressa como taxa de rentabilidade ou taxa de retorno, pois é a relação do lucro com o investimento. Seu objetivo é determinar o retorno do investimento para saber se este foi coerente com o planejado. Com base nas considerações apresentadas, nota-se a importância de se conhecer os principais índices de rentabilidade, visto que eles proporcionam ao analista uma avaliação dos lucros da empresa, baseado nos diversos aspectos relacionados à suas atividades. Os principais índices de Rentabilidade são representados no quadro abaixo: 2.

Quadro 2 - Índices de Rentabilidade.

<b>RETORNO OPERACIONAL DOS ATIVOS (ROA)</b>	O ROA (retorno operacional dos ativos) é um indicador relacionado a rentabilidade da empresa e apresenta dados em relação ao total de ativos aplicados. Fernandes (2018, p. 120) “ROA é um índice de retorno contábil e, assim, é uma medida do lucro por real em ativos.” Torna-se possível compreender como o lucro é aplicado no patrimônio da empresa, avaliar a eficiência dos ativos na produção de resultados e avaliar a forma como a empresa gera seu capital de giro.
<b>RETORNO SOBRE OS INVESTIMENTOS (ROI)</b>	Por meio do ROI é possível saber exatamente quanto o valor investido nas empresas obteve de ganhos e perdas. O ROI (retorno sobre os investimentos) tem como objetivo comparar a atratividade de diferentes investimentos e mensurar o retorno obtido com o investimento.
<b>RETORNO SOBRE O PATRIMONIO (ROE)</b>	O ROE é um indicador de rentabilidade que aponta o quanto uma empresa gera de resultado para seus acionistas, expressa os resultados globais obtidos a partir do controle de seus recursos próprios e de terceiros, e que são gerados em benefício de seus acionistas.

Fonte: Adaptado de Sebrae, 2020

Dessa forma a rentabilidade relaciona o lucro obtido ao investimento feito ou

existente. O objetivo da rentabilidade é determinar o retorno do investimento. Em outras palavras, a apuração da rentabilidade tem por finalidade saber se o retorno real foi coerente com o retorno planejado.

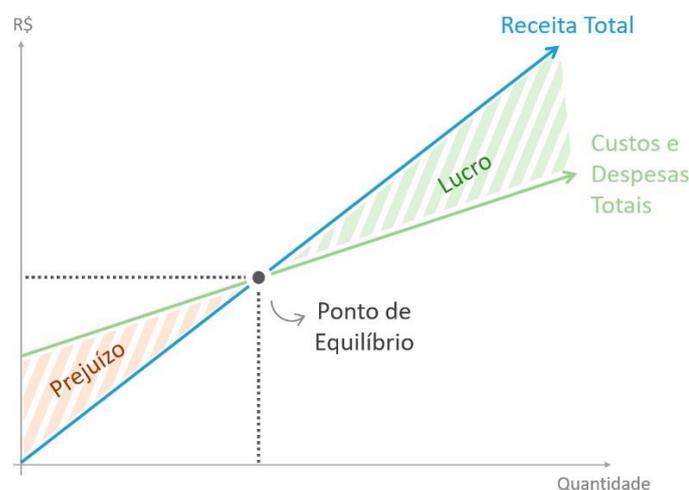
O ponto de equilíbrio é um indicador de segurança do negócio, ele mostra o quanto é necessário vender para que as receitas se igualem aos custos, ou seja, esse indicador mais mostrar em que momento, a partir das projeções de vendas a empresa estará igualando suas receitas e seus custos. Segundo SEBRAE, o ponto de equilíbrio é uma importante ferramenta de gestão financeira para identificar o volume mínimo de faturamento para não gerar prejuízos.

Padoveze (2010, p. 143), diz que o ponto de equilíbrio evidencia, “[...] qual é o volume que a empresa precisa produzir ou vender para que consiga pagar todos os custos e despesas fixos, além dos custos e despesas variáveis”.

O indicador mostra um volume mínimo de faturamento para que a empresa não gere prejuízos, o que o torna um importante aliado nos negócios da empresa.

Na figura a seguir, pode-se perceber que o momento exato em que a sua receita cobre as despesas fixas e variáveis. Nesse ponto, o lucro, assim como o prejuízo é nulo. Em outras palavras, o ponto de equilíbrio aponta o quanto é necessário vender para não haver prejuízos para a empresa. O gráfico 1 demonstra um modelo de ponto de equilíbrio.

Gráfico 1 – Modelo de ponto de equilíbrio



Fonte: Wizfee, 2017.

Este parâmetro é importante para analisar a viabilidade do negócio ou para adequá-lo ao mercado. Quanto menor o seu índice, menores são os riscos. Sendo assim, o intervalo que supera este indicador “zero” é quando a empresa passa a ser lucrativa.

O prazo de retorno de investimento, ou conhecido também como *Payback*, é muito importante para a elaboração do plano de negócios. Esse indicador consiste na determinação do tempo necessário para que o investimento inicial seja recuperado. Padoveze (2010, p. 113) destaca que o prazo de retorno do investimento “indica em quantos períodos (normalmente anos) haverá o retorno do investimento inicial.”

Para calcular o tempo e/ou prazo de retorno de capital em uma empresa nova ou um determinado investimento, é preciso utilizar o valor do capital aplicado e no caso de uma empresa em atividade, podemos utilizar o valor do patrimônio total da empresa.

Segundo o SEBRAE ainda, o prazo de retorno do investimento (PRI) é obtido sob a forma de unidade de tempo e consiste, basicamente, numa modalidade de cálculo inversa a rentabilidade. O PRI é calculado dividindo o investimento total pelo lucro líquido.

#### **4 PLANO DE NEGÓCIOS PARA UMA EMPRESA DE MODA EXECUTIVA FEMININA**

No século XV a moda já era considerada muito importante na França, e pode-se ver que atualmente a importância do assunto não diminuiu. As prateleiras das bancas de jornais estão repletas de revistas de modas impressas em cores luminosas e artigos sobre o tema enchem inúmeras páginas de jornais mundo a fora.

Segundo Lars (2010), a moda é claramente vista como importante o suficiente para justificar esse generoso grau de atenção dado a ela, ou talvez, toda essa atenção dada a ela à torna tão importante.

Até a Revolução Industrial, a riqueza era concentrada nas mãos dos latifundiários, única classe da época que conseguia seguir padrões de moda impostos pela realeza francesa com o objetivo de buscar aprovação. E na virada do século XVIII, alguns membros da corte transformaram Paris na capital da moda europeia e desde então, a indústria da moda cresce cada vez mais. De acordo com Stephens,

(2012, p. 5) “A França se tornou o centro da moda devido ao patrocínio da corte real e ao desenvolvimento da indústria da seda na região.”

Porém, após a revolução industrial, Stephens (2012) afirma que houve diversos avanços tecnológicos na produção têxtil e de vestuário, possibilitando a produção de mais tecidos em menos tempo e tornando a moda aos poucos cada vez mais acessível.

Mas a real democratização da moda começou em 1846, quando o alfaiate Elias Howe patenteou a máquina de costura, um grande avanço na época e em 1859, Isaac Singer acrescentou um pedal às máquinas e no ano de 1867 a Singer já produzia mais de mil máquinas por dia, o que acabou gerando muitos empregos.

É inegável que quando a mulher está envolvida no assunto moda e a I Guerra Mundial iniciada na Europa em 1914 promoveu imensamente os direitos das mulheres, pois permitiu que europeias e norte-americanas substituíssem os homens em funções antes exclusivas deles.

As roupas de trabalho funcionais usadas por essas mulheres tiveram um grande impacto na moda. Segundo Stephens (2012), agora as mulheres trabalham, segundo a Vogue em 1918, e que ainda as roupas de trabalho ganharam um novo status social e uma nova elegância.

A moda refletia a maior independência das mulheres, até mesmo relacionado ao direito do voto. Atualmente as mulheres têm se tornado cada vez mais independentes podendo trabalhar e exercer cargos de grande prestígio na sociedade.

E, com o ideal de estar bem representada no mercado de trabalho, alguns cargos exigem um estilo diferente de vestir-se. Pensando nisso, estilistas do mundo inteiro lançaram a moda executiva, geralmente composta por peças como blazers, camisas, vestidos, saias e calças sociais, predominando uma paleta de cores neutras.

#### 4.1 PLANO FINANCEIRO

As tabelas 1 e 2 demonstram o investimento total e o demonstrativo de resultados para a empresa.

Tabela 1 - Investimento Total

<b>Descrição dos investimentos</b>	<b>Valor</b>	<b>(%)</b>
Investimentos Fixos	R\$ 23.023,26	16,97
Capital De Giro	R\$ 102.568,54	75,60
Investimentos Pré-Operacionais	R\$ 10.075,00	7,43
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 135.666,80</b>	<b>100,00</b>

Tabela 2 - Demonstrativo de Resultados

<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>R\$ Mensal</b>	<b>R\$ Anual</b>	<b>(%)</b>
1. Receita Total Com Vendas	R\$ 65.325,00	R\$ 783.900,00	100,00
2. Custos Variáveis Totais			
2.1 (-) Custos Com Materiais Diretos E/Ou Cmv(*)	R\$ 16.433,70	R\$ 197.204,40	25,16
2.2 (-) Impostos Sobre Vendas	R\$ 4.768,73	R\$ 57.224,76	7,30
2.3 (-) Gastos Com Vendas	R\$ 3.919,50	R\$ 47.034,00	6,00
Total De Custos Variáveis	R\$ 25.121,93	R\$ 301.463,16	38,46
3. Margem De Contribuição	R\$ 40.203,07	R\$ 482.436,84	61,54
4. (-) Custos Fixos Totais	R\$ 30.469,46	R\$ 370.703,10	46,64
<b>5. Resultado Operacional: LUCRO</b>	<b>R\$ 9.733,61</b>	<b>R\$ 111.733,73</b>	<b>14,90</b>

#### 4.2 INDICADORES DE VIABILIDADE

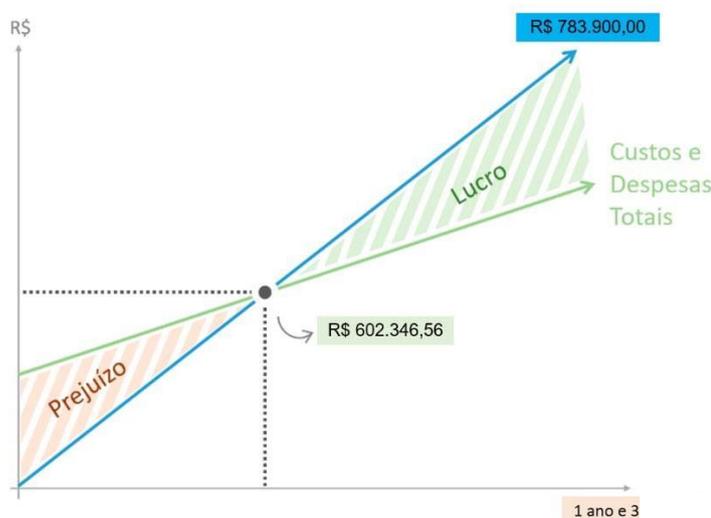
Alguns indicadores têm papel importante para identificar com mais clareza a viabilidade ou não do novo empreendimento, como o ponto de equilíbrio, lucratividade, rentabilidade e o prazo de retorno do capital investido. A tabela 3 demonstra os indicadores de viabilidade.

Tabela 3 - Indicadores de Viabilidade.

INDICADORES	
Ponto de equilíbrio	<b>R\$ 50.195,55 ao mês</b>
Lucratividade	<b>14,25% ao mês</b>
Rentabilidade	<b>7,17% ao mês</b>
Prazo de Retorno do Investimento	<b>15 meses</b>

O ponto de equilíbrio demonstrar em valores quanto a empresa precisa faturar em um determinado período para conseguir arcar com seus custos e despesas, e no caso da pesquisa, no período de um ano será necessário ter um faturamento mínimo de R\$ 602.346,56. O gráfico 2 demonstra o ponto de equilíbrio do negócio.

Gráfico 2 - Ponto de equilíbrio do negócio



Fonte: Dados da Pesquisa, 2020

A lucratividade apresenta o lucro líquido comparando as vendas, indicando o ganho da empresa em relação a atividade que exerce será de 14,25%.

Já a rentabilidade mede o retorno do capital investido sob a forma de percentual por unidade de tempo. O cálculo é obtido através da divisão lucro líquido pelo investimento total, assim, a rentabilidade da empresa em estudo será de 82,36% ao ano.

Por fim, o prazo de retorno do capital investido, indicador indispensável para a

análise do negócio, demonstra que o tempo necessário em que o empreendedor recupere tudo o que foi investido será de quinze meses, ou seja, um ano e três meses.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedor proporciona diversas mudanças na sociedade em que está inserido e a busca por explorar novas oportunidades e trazer mais qualidade de vida e satisfação aos clientes é o foco das ações inovadoras.

O plano de negócios torna possível identificar no papel os possíveis erros e falhas do novo empreendimento, e corrigi-los antes de entrar no mercado, tornando o negócio mais assertivo.

Através das análises realizadas em cada etapa do plano de negócios é possível desenhar com detalhe cada setor e cada processo da empresa, o qual, através da análise de mercado, percebe-se que o público-alvo definido com base em informações mercadológicas formado por mulheres entre 18 e 55 anos, de classe média/alta e que atuam no ramo executivo demonstram um significativo interesse no empreendimento proposto.

Por fim, através dos indicadores apresentados pela pesquisa, o plano de negócios apresentou-se de forma positiva em relação a viabilidade de abertura da empresa, onde o prazo de retorno do capital investido de quinze meses é relativo curto comparado a outros tipos de negócio e que a rentabilidade de 82,36% ano ano parece bem mais atrativa que investimento em mercado de capitais por exemplo.

Através dos índices de viabilidade e demais informações apresentadas, o projeto mostrou-se viável demonstrando vários pontos fortes e oportunidades onde se pode trabalhar, portanto o projeto é atrativo diante de todos os pontos apresentados.

#### REFERÊNCIAS

ANDERSEN, Arthur. **Remuneração estratégica**: uma vantagem competitiva. São Paulo: Atlas, 1999.

BIZZOTTO, C. E. N. **Plano de Negócios para Empreendimentos Inovadores**. Editora Atlas S.A. São Paulo, SP, 2008. (ISBN: 9788522468232). Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/>>. Acesso em: 15 jul. 2020.

CECCONELLO, A. R. **A Construção do Plano de Negócio**. São Paulo, SP; Editora Saraiva, 2007. (ISBN:9788502087934). Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/>>. Acesso em: 24 jun. 2020

DORNELAS, J. **Empreendedorismo**: Transformando Ideias em Negócios. 4 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo Corporativo** – Como ser empreendedor, inovare diferenciar sua empresa. 3 ed. Rio de Janeiro, RJ; Grupo GEN, 2017. (ISBN: 9788521630166. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/>>. Acesso em: 06 jun. 2020.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo para visionários, desenvolvendo negócios inovadores para um mundo em transformação**. 2 ed. São Paulo, SP; Editora Empreende, 2019. (ISBN: 9788566103212). Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/>>. Acesso em: 06 jun. 2020.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo, transformando ideias em negócios**. 7 ed. São Paulo, SP; Editora Empreende, 2018. (ISBN: 9788566103076). Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/>>. Acesso em: 06 jun. 2020.

GALHARDO, M. **Como calcular a Lucratividade?** Exame.com. 2012. Disponível em: <<https://exame.com/pme/como-calcular-a-lucratividade/>>. Acesso em: 16/06/2020

IUDICIBUS, S. **Análise de balanços**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

KAPLAN, R. S.; NORTON, D. P. **A estratégia em ação**: Balanced Scorecard. Tradução: Luiz Euclides Trindade Frazão Filho. 5. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

LARS, S. **Moda**: uma filosofia. São Paulo, SP, Zahar, 2010. (ISBN: 9788537803592). Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/>>. Acesso em: 02 jul. 2020.

MARCONI, M. A; LAKATOS E. M. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Atlas, 2014.

MARION, J. C. **Análise das Demonstrações Contábeis**: contabilidade empresarial. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MATARAZZO, D. C. **Análise Financeira de Balanços**: abordagem gerencial. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

PADOVEZE, C. L. **Introdução a administração financeira**: texto e exercícios. 2 ed. São Paulo: Cengage Learning, 2010. (ISBN:9788522114702). Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/>>. Acesso em: 27 jul. 2020.

PADOVEZE, C. L.; BENEDICTO, G. C. **Análise das Demonstrações Financeiras**. 3. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

SEBRAE. **Análise e Planejamento Financeiro** – Manual do Participante. 2011.

Disponível em:

<<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/tipoconteudo/financas>>. Acesso em: 19 jun. 2020.

SEBRAE. **Mas afinal, o que é empreendedorismo?** Disponível em:

<<https://blog.sebrae-sc.com.br/o-que-e-empreendedorismo/>>. Acesso em: 11 jul. 2020

SEBRAE. **Ponto de Equilíbrio:** ferramenta para manter seu negócio seguro.

Disponível em:

<<https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/artigosFinancas/ponto-de-equilibrio,67ca5415e6433410VgnVCM1000003b74010aRCRD.>> Acesso em: 02 jul. 2020.

SEBRAE. **Tudo o que você precisa saber para criar o seu plano de negócio.**

Disponível em: <<https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-elaborar-um-plano-de-negocio,37d2438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em: 24 jun. 2020.

SEBRAE. **Entenda o que é administração estratégica.**

Disponível em:

<<https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-o-que-e-administracao-estrategica,44af6d461ed47510VgnVCM1000004c00210aRCRD.>> Acesso em: 24 jun.2020

SEBRAE. **Prazo de Retorno do Investimento (PRI).**

Disponível em:

<<https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/prazo-de-retorno-do-investimento-pri,90da5415e6433410VgnVCM1000003b74010aRCRD.>> Acesso em: 02 jul. 2020.

SILVA, J. P. **Análise Financeira das Empresas.** 9. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

STEPHENS, F. G. **Moda.** Porto Alegre, RS; Grupo A, 2012. (ISBN: 9788540701786).

Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/>>. Acesso em: 02 jul. 2020

WIZFEE. **Ponto de Equilíbrio Econômico, Financeiro e Contábil** – O que é e como

calcular. Disponível em: <<https://www.wizfee.com/blog/>>. Acesso em: 10 jun. 2020

## PRÁTICAS PARENTAIS E A SUA RELAÇÃO COM A TOLERÂNCIA E O PRECONCEITO: UM ESTUDO DE CASO

José Carlos Tomaz de Andrade<sup>1</sup>  
Eduarda Bileski Sprotte<sup>2</sup>

**RESUMO:** O presente artigo teve como objetivo analisar, por meio de um estudo de caso, a correlação entre as práticas educativas parentais e a tolerância ou preconceito contra a diversidade sexual e de gênero pela perspectiva do descendente. Para este fim, foram utilizados três instrumentos, sendo estes um questionário sociodemográfico, uma entrevista estruturada baseada na Escala de Preconceito Contra a Diversidade Sexual e de Gênero e o Inventário de Estilos Parentais. A coleta de dados se deu por meio de entrevista realizada com a adolescente e seus pais, respectivamente. Após a finalização das aplicações, os resultados coletados foram analisados com base na literatura científica e na interpretação do manual referente. Os achados indicaram o uso de práticas parentais positivas por parte dos pais, e a tendência à capacidade de tolerância da adolescente frente à diversidade sexual e de gênero. Embora não exista um único fator determinante para a tolerância ou o preconceito, foi possível constatar que as práticas parentais positivas são fundamentais para promover o desenvolvimento saudável e comportamentos pró-sociais dos indivíduos.

**Palavras-chave:** Diversidade sexual e de gênero; Práticas educativas parentais; Preconceito; LGBT; Comportamentos pró-sociais.

**ABSTRACT:** This article aimed to analyze, through a case study, the correlation between parental educational practices and tolerance or prejudice against sexual and gender diversity from the perspective of the child. For this purpose, three instruments were used, these being a sociodemographic questionnaire, a structured interview based on the Scale of Prejudice Against Sexual and Gender Diversity, and the Parental Styles Inventory. Data collection took place through an interview conducted with the teenager and her parents, respectively. After the completion of the applications, the collected results were analyzed based on the scientific literature and the interpretation of the reference manual. The findings indicated the use of positive parental practices by the parents, and the teenager's tendency towards tolerance capacity in the face of sexual and gender diversity. Although there is not a single determining factor for tolerance or prejudice, it was possible to verify that positive parental practices are fundamental to promote healthy development and pro-social behaviors of individuals.

**Keywords:** Sexual and gender diversity; Parental educational practices; Prejudice; LGBT; Prosocial behaviors.

### 1 INTRODUÇÃO

O preconceito é um fenômeno clássico de investigação na Psicologia. Frequentemente citado na literatura sobre o tema, Gordon W. Allport desenvolveu sua teoria de modo a associar o preconceito ao processo mental de criação de categorias

---

<sup>1</sup> Egresso do curso de Psicologia – Ugv – Centro Universitário – União da Vitória – Paraná – Brasil

<sup>2</sup> Psicóloga (CRP 12/23768); Professora do curso de Psicologia – Ugv – Centro Universitário – União da Vitória – Paraná – Brasil

que simplificam, facilitam e organizam a ação humana (GASPODINI; FALCKE, 2019). O autor supracitado acreditava que a economia cognitiva facilita o processamento de informações com base em estereótipos. Allport (1954) definiu preconceito como uma atitude negativa em relação a alguém que pertence a um grupo ao qual são atribuídas características negativas. Um desses grupos é frequentemente chamado de “comunidade LGBTQIA+”.

A sigla LGBTQIA+, comumente ainda referida somente como “LGBT”, busca representar duas dimensões: orientações sexuais e identidades ou expressões de gênero. As primeiras se referem a quem o indivíduo direciona sua atração física, sexual ou romântica. As últimas estão relacionadas à forma como o indivíduo se identifica dentro de um sistema cultural de masculinidades e feminilidades. O termo “cisgênero” é usado para descrever pessoas que se identificam com o gênero que lhes foi atribuído ao nascer. Isso é basicamente o oposto de “transgênero”, mas ajuda a conscientizar que a cisgeneridade é a construção de gênero dominante, ou seja, a que é socialmente legitimada (GASPODINI; FALCKE, 2019).

Considerando a relação do preconceito com a baixa tolerância às diferenças interpessoais, Gomide (2006) define práticas parentais como as escolhas educacionais que os pais fazem para ensinar, limitar e moldar o comportamento dos filhos. Essas práticas podem promover o desenvolvimento de comportamentos pró-sociais, como responsabilidade, empatia e honestidade, mas também podem permitir o surgimento de comportamentos antissociais, como roubo, mentiras, uso de drogas e intolerância às diferenças.

Diante da temática apresentada, buscou-se, por meio de um estudo de caso, realizar uma correlação entre práticas parentais e o desenvolvimento de preconceito ou tolerância à perspectiva de uma adolescente, conjuntamente com a identificação do estilo parental de seus pais. A coleta de dados se deu por meio de uma entrevista pré-estruturada para os aspectos sociodemográficos, e da aplicação do IEP – Inventário de Estilos Parentais (GOMIDE, 2021), e de uma entrevista estruturada construída a partir da Escala de Preconceito Contra a Diversidade Sexual e de Gênero – elaborada por Costa, Bandeira e Nardi (2015).

## **2 REVISÃO DE LITERATURA**

## 2.1 ASPECTOS SOCIAIS DA HISTÓRIA DA FAMÍLIA

O contexto de família, o qual observa-se atualmente, possui uma longa história de mudanças dentro da nossa sociedade, desde os tempos pré-históricos, medievais até à contemporaneidade. Vários antropólogos e historiadores dedicaram tempo para o estudo deste tema tão complexo, discorrendo sobre ele em diversas produções literárias. De acordo com Ariès (1986), a família medieval era uma realidade moral e social, mais do que sentimental. Em tal período, as crianças misturavam-se com os adultos assim que eram consideradas capazes de dispensar a ajuda das mães, o que ocorria aproximadamente aos sete anos. A partir de então, eram inseridas na grande comunidade dos homens, integrando-se aos trabalhos diários, e tornando-se companheira natural do adulto.

O autor supracitado descreve também que a família da Idade Média exercia uma função principal, a de assegurar a transmissão da vida, dos bens e dos nomes. Tal arranjo familiar não possuía qualquer ideia de educação, diferentemente da sociedade atual, a qual depende diretamente de seu sistema educacional. Ao final do século XVI, passou-se a admitir que a criança ainda não estava madura para integrar-se à vida adulta, sendo necessário submetê-la a um regime especial, uma espécie de quarentena, antes de deixá-la unir-se aos adultos. Gradualmente, as ordens religiosas da época tornaram-se ordens dedicadas ao ensino, ocasionando que o foco do ensino não fosse dirigido mais apenas aos adultos, e sim, reservado essencialmente às crianças e aos jovens. Essa nova preocupação com a educação iria instalar-se gradativamente no cerne da nossa sociedade, e transformá-la completamente (ARIÈS, 1986).

Ao se constatar a contemporaneidade, a família nuclear moderna, com base conjugal, está centrada nos filhos, voltada para a mobilidade social e conta com o apoio de um provedor. A respeito do matrimônio, o autor citado acima descreve que, durante um longo período, tudo o que se referia ao casamento esteve submetido a uma minuciosa vigilância, tanto nos vilarejos como nos bairros urbanos. O momento da reprodução doméstica é assunto não só dos parentes próximos, mas também dos vizinhos e sobretudo dos jovens da mesma faixa etária (ARIÈS, 1986).

Dentro desta temática, sabe-se que o modelo tradicional de família composta por pai, mãe e filhos vem se modificando com o passar das décadas, muito em razão das mudanças decorrentes de processos de globalização, de tal modo que hoje se consideram famílias os mais variados arranjos, tais como monoparental, homoafetiva masculina e feminina, a produção independente, resultante de fertilização, dentre outros (CACCIACARRO; MACEDO, 2018).

A globalização resultante de avanços científicos e tecnológicos na economia, na comunicação, os movimentos sociais a partir dos anos 60 do século XX, com o advento dos anticoncepcionais e a luta pelo reconhecimento das minorias, especialmente de gênero, justifica-se como sendo o desencadeador destas transformações nas configurações e na dinâmica familiar contemporânea, apresentando-se hoje em novas e diversas formas de ser “família” (CACCIACARRO; MACEDO, 2018).

## 2.1 PRÁTICAS EDUCATIVAS PARENTAIS E SUAS RELAÇÕES

A vida familiar estrutura-se em uma espécie de economia de relações interpessoais com demandas interativas variadas, que constituem ocasiões para o exercício e desenvolvimento da competência social. Em uma perspectiva ecológica do desenvolvimento humano, o contexto familiar é considerado um microsistema de interações face a face, estáveis e significativas, caracterizadas pela afetividade e alteração gradual nas relações de poder. A família desenvolve um sistema de valores e normas que pune os desvios e recompensa o ajustamento da criança aos seus padrões. Além disso, os pais são modelos para muitos comportamentos sociais dos filhos, enquanto os irmãos podem assumir diferentes papéis, possibilitando à criança experimentar relações e comportamentos diferenciados (DEL PRETTE; DEL PRETTE, 2014).

Del Prette e Del Prette (2014) afirmam que o contexto familiar constitui a base da estimulação inicial dos padrões de relacionamento e competência social. Mesmo os estudiosos de características interpessoais inatas relacionadas à “sociabilidade” (por exemplo, introversão e extroversão) reconhecem o efeito das influências ambientais sobre tais características. Os pais utilizam, geralmente, três alternativas

para promover o repertório socialmente competente dos filhos: (a) estabelecimento de regras por meio de orientações, instruções e exortações; (b) manejo de consequências, por meio de recompensas e punições e (c) oferecimento de modelos.

A influência dos pais no desenvolvimento interpessoal dos filhos é determinada pela maneira como planejam e implementam a educação deles. As estratégias educacionais positivas dos pais incluem supervisão ativa (acompanhamento dos pais nas atividades e comportamentos da criança) e a inculcação de valores morais. Por outro lado, as práticas negativas incluem abuso físico ou emocional, controle aversivo, negligência, humor volátil e supervisão excessivamente estressante (DEL PRETTE; DEL PRETTE, 2014).

## 2.2 PRECONCEITO CONTRA A DIVERSIDADE SEXUAL E DE GÊNERO

Preconceito é uma categoria importante para a Sociologia, definida por Giddens (1993, p.81) como "ideias preconcebidas sobre um indivíduo ou grupo, ideias que resistem à mudança, mesmo diante de novas informações" e por Jesus (2012) como o julgamento preconcebido de algo ou alguém, baseado em estereótipos. Predis põe a certas atitudes em relação ao objeto do preconceito, que podem ou não se manifestar na forma de discriminação. O preconceito é uma forma de violência, que pode se expressar em relação a diversas características sociais, estéticas, de gênero, entre outras (WHITE *et al.*, 2015).

O preconceito é resultado de uma trajetória em que as normas estabelecidas e mantidas por diversas instituições, como a família, a escola e a mídia, são naturalizadas (GIDDENS, 1993). Tais padrões geram uma clivagem e marginalização de coisas e pessoas entre normais e anormais. Em relação aos gêneros e as sexualidades, existem fundamentações culturalmente apresentadas em sociedade, com funções definidas do que seja o masculino e o que seja o feminino, seja em âmbito privado ou público (BOURDIEU, 2014). Consequentemente, fundamenta-se a cis-heteronormatividade, que pode ser entendida como um conjunto de normas que delimitam a expressão do gênero atribuído a uma pessoa por seu órgão sexual ao nascer em uma perspectiva de relação heterossexual, tal como uma ideia de

construção de uma sociedade onde a norma é que todos os corpos se desenvolvam para se tornarem cisgênero e heterossexuais (LACERDA *et al.*, 2002; JARDIM, 2016).

O conceito de “preconceito contra diversidade sexual e de gênero” é uma proposta que permite operacionalizar teórica e metodologicamente esse fenômeno no Brasil. O termo faz relação às atitudes que os indivíduos reproduzem em suas relações, com base em modelos de superioridade da heterossexualidade e da cisgeneridade. Nesse debate, a questão de gênero não pode ser separada da orientação sexual, pois parece inclusive explicar as manifestações do preconceito em sua forma predominante. Isso acontece porque as pessoas homossexuais cujas identidades ou expressões de gênero estejam até certo ponto de acordo com o que se espera das expressões de gênero (masculino dominante e feminino submisso) sofrem menos preconceito do que, por exemplo, homens homossexuais afeminados ou mulheres homossexuais masculinizadas (COSTA; NARDI, 2015).

### 2.3 ORIENTAÇÃO SEXUAL, IDENTIDADE DE GÊNERO E ESTEREÓTIPOS

A sexualidade humana é formada por uma múltipla combinação de fatores biológicos, psicológicos e sociais, sendo construída durante toda a vida do indivíduo, iniciando ainda na infância. Ela pode ser compreendida como uma junção de quatro elementos principais, sendo estes o sexo biológico, orientação sexual, identidade de gênero e expressão de gênero. As infinitas formas de vivência e expressão da sexualidade humana podem ser compreendidas como Diversidade Sexual (GALLEGO, 2020).

O termo orientação sexual é entendido como a atração afetiva e/ou sexual que um sujeito manifesta em relação a outro, isto é, para quem se direciona o seu desejo involuntariamente. A diversidade sexual é vasta, abrangendo diversas orientações sexuais, tais quais a heterossexualidade, a homossexualidade, a bissexualidade e a assexualidade (GALLEGO, 2020).

Ao se tratar de gênero, conceito formulado nos anos 1970, o mesmo foi criado para distinguir a dimensão biológica da dimensão social. Apesar das ciências biológicas dividirem a espécie humana entre machos e fêmeas, o modo de “ser homem” e de “ser mulher” dentro de uma estrutura social é expresso e influenciado

diretamente pela cultura. Deste modo, homens e mulheres são produtos da realidade social e não somente decorrência direta da anatomia de seus corpos (GALLEGO, 2020).

Neste contexto, a identidade de gênero é a forma como uma pessoa se percebe como pertencente ao gênero masculino, feminino ou a uma mistura de ambos, sem depender do sexo biológico (isto é, o conjunto de características cromossômicas, genitais e fisiológicas). A identidade traduz o modo como o sujeito se compreende, se descreve, se reconhece e deseja ser reconhecido socialmente. É a identificação subjetiva da pessoa, ou seja, é o modo como ela se identifica no mundo e para o mundo. As identidades de gênero incluem a cisgeneridade e a transgeneridade (GALLEGO, 2020). Uma pessoa autodeclarada transexual “é aquela que possui uma identidade de gênero diferente do sexo designado no nascimento. As pessoas transexuais podem ser homens ou mulheres, que procuram se adequar à identidade de gênero” (REIS, 2018, p.30).

Os estereótipos de gênero são conceitos fixos e inalteráveis (Ferreira, 2000) que atribuem características afetivas, morais e instrumentais a uma pessoa, baseados em sua identidade de gênero (BELO *et al.*, 2005). Os estereótipos podem gerar uma relação de opressão onde a ‘maioria’ se valoriza e a ‘minoridade’ se desvaloriza. Nesse contexto, as pessoas são obrigadas a se conformar com a ‘maioria’ ou serão vistas como desviantes, inadaptadas ou marginais. Os estereótipos se formam e se cristalizam nessa relação de opressão (ROSO *et al.*, 2002).

Os estereótipos, quando relacionados ao gênero, classificam os traços de personalidade em dois grandes grupos conforme a similaridade do traço com a construção sociocultural da masculinidade e da feminilidade. Assim, traços individualistas ou instrumentais como independente, agressivo e racional são considerados como pertencentes à masculinidade, e traços coletivistas ou expressivos como amorosa, sensível e delicada, como pertencentes à feminilidade (MELO *et al.*, 2004).

## 2.5 HABILIDADES E COMPETÊNCIAS SOCIAIS

Sabe-se que a falta de habilidades sociais em parte desenvolvida por práticas parentais negativas, pode levar à utilização de práticas punitivas e abusivas (LAWRENZ *et al.*, 2020).

Del Prette e Del Prette (2005) descrevem que o termo “habilidades sociais”, geralmente utilizado no plural, aplica-se às diferentes classes de comportamentos sociais do repertório de um indivíduo, os quais contribuem para a competência social, favorecendo um relacionamento saudável e produtivo com as demais pessoas.

Caballo (2003) afirma que as habilidades sociais devem ser consideradas dentro de um contexto cultural determinado, e os padrões de comunicação variam de forma ampla entre culturas e até mesmo dentro de uma mesma cultura, dependendo de fatores como gênero, idade, classe social e educação. Além disso, o grau de eficácia apresentado por uma pessoa vai depender do que deseja conseguir na situação específica em que se encontre.

### **3 MÉTODO**

O presente trabalho define-se por ser uma pesquisa classificada quanto à sua natureza como básica, quanto à forma de abordagem como qualitativa, quanto aos objetivos como explicativa, quanto aos procedimentos técnicos como de campo e quanto ao desenvolvimento no tempo como transversal. Em suma, trata-se de um estudo de caso, caracterizando-se como uma pesquisa de campo.

O presente estudo foi realizado com a participação de um sujeito de pesquisa único, caracterizado por uma família composta por três indivíduos, sendo estes o pai, gênero masculino, 40 anos; a mãe, gênero feminino, 34 anos e a filha adolescente, gênero feminino, 17 anos. Os três indivíduos, quando questionados se possuem algum amigo, membro da família ou pessoa próxima que fizesse parte da comunidade LGBTQIA+, responderam unanimemente que não possuem. Com relação ao nível de escolaridade, ambos os pais afirmaram não terem concluído o ensino fundamental, no entanto, a adolescente encontra-se cursando o ensino médio.

Com o objetivo de analisar a percepção da adolescente estudada acerca de questões que envolvem o preconceito, foi utilizada uma entrevista estruturada construída e adaptada a partir da Escala de Preconceito Contra a Diversidade Sexual e de Gênero – elaborada por Costa, Bandeira e Nardi (2015). A entrevista conta com

16 (dezesesseis) perguntas estruturadas cujas possibilidades de resposta são: “Discordo totalmente”, “Discordo um pouco”, “Não concordo e nem discordo”, “Concordo um pouco” e “Concordo totalmente”. Dentre tais perguntas, 05 (cinco) fazem referência a percepção da entrevistada sobre a diversidade de orientações sexuais; 08 (oito) referem-se a preconceitos relacionados à identidade e expressão de gênero e 03 (três) são relacionadas a percepção da participante sobre estereótipos de gênero.

Visando coletar dados sociodemográficos a respeito dos indivíduos, utilizou-se uma entrevista estruturada com questões relacionadas a tais aspectos, como idade, gênero, raça, nível de escolaridade e acesso à internet. Para os fins do presente estudo são consideradas as perguntas pertinentes ao problema da pesquisa. Vale ressaltar que dos três instrumentos utilizados para o presente estudo, sendo um para cada função, a Escala de Preconceito Contra a Diversidade Sexual de Gênero – de Costa, Bandeira e Nardi (2015) foi adaptada de sua versão original à presente pesquisa, e validada por três psicólogos antes de sua aplicação.

A fim de verificar o estilo parental dos sujeitos participantes, foi utilizado o Inventário de Estilos Parentais, elaborado por Gomide (2021), revisado para sua quarta e mais recente edição. O IEP tem por objetivo avaliar as práticas parentais utilizadas pelos pais na socialização ou educação de seus filhos, tanto pela perspectiva dos pais quanto dos filhos. Este instrumento indica quais práticas parentais estão deficitárias favorecendo a seleção de procedimentos adequados para o diagnóstico ou intervenção. O IEP, que pode ser utilizado tanto em pesquisas quanto no âmbito clínico, é um instrumento de autorrelato, isto é, o avaliando deve responder aos itens após a sua leitura (GOMIDE, 2021).

Podem responder ao IEP adultos de todas as idades, adolescentes e crianças a partir da idade que a mesma compreenda os itens do instrumento. As 42 (quarenta e duas) questões que compõem o inventário avaliam as práticas parentais utilizadas pelos pais. Os participantes respondem aos itens de acordo com uma escala *Likert* de 03 (três) pontos, sendo elas: “Nunca”, “Às vezes” e “Sempre”. Ao todo, sete práticas parentais (com seis itens para cada prática) são avaliadas, sendo duas positivas – monitoria positiva e comportamento moral e cinco negativas – negligência, punição inconsistente, disciplina relaxada, monitoria negativa e abuso físico (GOMIDE, 2021).

O cálculo do índice de estilo parental (*iep*) é feito pela subtração da soma das práticas positivas (A+B) das práticas negativas (C+D+E+F+G), isto é,  $iep = (A+B) - (C+D+E+F+G)$ . O *iep* poderá variar de -60, em que há ausência de práticas positivas e presença total das negativas, a +24 com ausência de práticas negativas e presença total das positivas. O Inventário de Estilos Parentais classifica os resultados, tanto das práticas parentais como do estilo parental, em quatro categorias: (1) Ótimo, (2) Bom, (3) Regular, (4) De Risco. Esta classificação, baseada na fundamentação teórica do instrumento, aponta a adequação das práticas parentais e do estilo parental e as possíveis implicações do uso de práticas negativas na educação dos filhos. Resultados classificados como “ótimos e bons” apontam que a maioria das ações parentais estão voltadas para o fortalecimento de habilidades pró-sociais, com ênfase em acompanhamento dos filhos e ensinamento de comportamentos morais. Por outro lado, os resultados classificados como “regulares e de risco” apontam a prevalência de práticas parentais negativas que estão associadas ao desenvolvimento de comportamentos antissociais (GOMIDE, 2021).

Tabela 1 – Interpretação dos resultados do IEP

Percentuais do IEP	Interpretação dos resultados
De 80 a 90	Estilo parental ótimo, com presença marcante das práticas parentais positivas e ausência das práticas negativas.
De 55 a 75	Estilo parental bom, acima da média. Nestes casos aconselha-se a leitura de livros de orientação para pais que envolvam aprimoramento das práticas parentais.
De 30 a 50	Estilo parental regular, abaixo da média. Aconselha-se que os pais participem de grupos de capacitação para aprimoramento das práticas parentais.
De 1 a 25	Estilo parental de risco. Aconselha-se a participação em programas de intervenção terapêutica, em grupos ou individualmente, especialmente desenvolvidos para pais com dificuldades em práticas parentais e maus-tratos infantis. Esta intervenção deve focar nas consequências do uso de práticas negativas para o desenvolvimento das crianças e adolescentes.

Fonte: Gomide, 2021.

A pesquisa foi conduzida com os três participantes da família, conjuntamente, em uma sala do Centro de Referência de Assistência Social – CRAS, na cidade de Rio Azul – PR. A aplicação do Inventário de Estilos Parentais (a todos os sujeitos), do questionário sociodemográfico (a todos os sujeitos) e do questionário construído com base na Escala de Preconceito Contra a Diversidade Sexual e de Gênero, de Costa, Bandeira e Nardi (2015), este último sendo aplicado somente à adolescente, teve duração total de aproximadamente uma hora.

A respeito da aplicação e realização da entrevista e dos aspectos éticos envolvidos, o projeto de pesquisa em questão foi submetido à avaliação e posterior aprovação pelo Núcleo de Ética e Bioética (NEB) da UGV Centro Universitário (Protocolo 2023/060). Além disso, para a aplicação da entrevista, cada participante assinou o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, modelo próprio fornecido pela UGV Centro Universitário. Todos os participantes envolvidos no estudo foram informados sobre o propósito da pesquisa e deram seu consentimento por meio da assinatura de tal termo. Todos os dados coletados foram utilizados exclusivamente para este estudo. A identidade dos participantes foi mantida em sigilo absoluto, garantindo assim a preservação de sua integridade física e moral.

#### **4 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Ao se analisar os resultados da aplicação do Inventário de Estilos Parentais, encontraram-se os seguintes achados. O escore do pai (+9) no índice de estilo parental indica presença de práticas positivas (monitoria positiva e comportamento moral) as quais reduzem os efeitos das práticas negativas. Tal escore resulta em um percentil de 75%, sendo então classificado como “Bom”, como consta na Tabela 1.

Diante disso, Gomide (2021) ressalta que as práticas parentais positivas têm inúmeros benefícios. A monitoria positiva e o comportamento moral (estilos fortemente presentes no resultado encontrado acima) estão correlacionadas com o desenvolvimento de comportamentos socialmente competentes pelo adolescente, tendo como consequências vantajosas de tais práticas, o aumento do bem-estar emocional, o desenvolvimento de habilidades sociais e o desenvolvimento de comportamentos pró-sociais.

Sobre o resultado obtido pela mãe na aplicação do instrumento, a análise indicou um escore de (+11), indicando também a presença de práticas positivas. Tal escore resulta em um percentil de 80%, sendo este classificado como “Ótimo”, conforme consta na Tabela 1. Para a autora supracitada, a ausência de práticas negativas reflete o relacionamento benéfico entre pais e filhos, permitindo assim levar a um crescimento saudável para crianças e jovens (GOMIDE, 2021).

Dentro de tal cenário, Gomide (2014) define comportamentos pró-sociais como aqueles destinados a ajudar outras pessoas. Essas ações são caracterizadas por uma preocupação com os direitos, sentimentos e bem-estar social. O comportamento pró-social inclui uma ampla gama de ações, como ajudar, compartilhar, confortar e cooperar, visando o bem-estar dos outros, sendo realizados de forma voluntária e sem a expectativa de recompensas externas.

Com relação à entrevista estruturada sobre a diversidade sexual e de gênero, foi possível perceber uma tendência sutil à tolerância por parte da adolescente sobre tal aspecto. Dentre as 16 (dezesesseis) questões dispostas, as 08 (oito) que fazem referência à identidade de gênero indicaram, em geral, discordância com as afirmações de caráter preconceituoso. As afirmativas possuíam notavelmente um cunho hostil, indicando que quanto mais próximo da total concordância, indica-se naturalmente uma perspectiva preconceituosa.

Para Herek (2004), a tolerância sexual é uma atitude que reconhece o direito das pessoas de expressarem livremente sua orientação sexual, sem sofrerem discriminação ou violência. A tolerância sexual implica respeitar as diferenças e não impor uma norma única de sexualidade, envolvendo também combater os estereótipos e os mitos sobre as minorias sexuais, que muitas vezes são usados para justificar o preconceito. A tolerância sexual é importante para garantir a dignidade e os direitos humanos de todas as pessoas, independentemente de sua orientação sexual.

Quando questionada sobre aspectos de diversidade sexual, houve ampla neutralidade por parte da adolescente sobre tal cenário, indicando imparcialidade e certa indiferença com a temática. A possibilidade de existirem incontáveis fatores que influenciam na capacidade de tolerância ou preconceito de um sujeito, certamente têm grande papel no entendimento e desenvolvimento de uma compreensão menos ou

mais empática do mesmo. Dentre estes fatores, a exposição à diversidade, e como decorrência a compreensão das vulnerabilidades e necessidades de tal público, pode desempenhar um papel importante na redução do preconceito (Silva *et al.*, 2021). Vale ressaltar que tanto a adolescente quanto ambos os pais indicaram não possuírem nenhum familiar, amigo ou pessoa próxima que faça parte da comunidade LGBTQIA+.

Herek e McLemore (2013) apontam também que a tolerância sexual e de gênero pode ser promovida por meio da educação, da informação, do contato e da mobilização social. A educação é fundamental para ensinar às pessoas sobre a diversidade sexual e os efeitos negativos do preconceito. A informação é necessária para corrigir as falsas crenças e os preconceitos que circulam na sociedade. O contato é uma forma de aproximar as pessoas de diferentes orientações sexuais e criar laços de empatia e compreensão. A mobilização social é uma maneira de defender os direitos das minorias sexuais e exigir mudanças nas leis e nas políticas públicas que favoreçam a igualdade e a justiça.

Por fim, quando questionada em relação aos estereótipos de gênero, a adolescente apresentou tendência sutil à tolerância, apesar de que em grande parte das afirmações aponta-se novamente certa neutralidade. Sabe-se que o estereótipo de gênero é um conjunto de crenças acerca dos atributos pessoais adequados a homens e mulheres, sejam estas crenças individuais ou partilhadas. Os estereótipos de gênero podem ser considerados como parte da teoria implícita da personalidade construída pelo indivíduo e conservada na memória, como parte do seu sistema geral de valores (D'AMORIM, 1997).

Vale ressaltar que a adolescente em nenhum momento concordou totalmente ou parcialmente com nenhuma das afirmativas de caráter preconceituoso da entrevista. Dessa forma então, é possível concluir que ela não apresentou explicitamente um caráter preconceituoso ou crenças com tendência ao preconceito analisado. As habilidades e comportamento pró-sociais e a capacidade de enfrentamento diante às situações são alguns dos exemplos de consequências benéficas de práticas educativas parentais, como já apresentado acima (GOMIDE, 2014).

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Diante da avaliação realizada e sob à luz dos achados teóricos, observa-se a capacidade de tolerância da adolescente quanto às questões referentes à diversidade sexual e de gênero. Tal cenário pode ser analisado através do modelo parental positivo dos genitores, o qual reflete em benefícios e comportamentos pró-sociais aos seus descendentes.

Entretanto, é evidente que o preconceito é um fenômeno multifatorial, sendo as práticas parentais apenas uma parte desta equação, mas não sendo compreendida como o fator determinante. A exposição à diversidade, assim como a modelagem de comportamento, a construção histórica e social do sujeito e a sustentação de estereótipos também possuem notável influência em tal elemento. Além disso, vale ressaltar que os sujeitos têm a capacidade de mudança de suas crenças ou comportamentos ao decorrer de sua vida, independentemente dos estilos parentais iniciais.

As práticas parentais positivas desempenham um papel crucial no desenvolvimento saudável e equilibrado dos sujeitos. Destaca-se a importância dos comportamentos e metodologia utilizada pelos pais no processo de criação dos filhos, processo este que pode implicar em consequências, tanto positivas quanto negativas para ambas as partes. O cenário de criação dos filhos é um processo complexo e desafiador, porém, é também berço de diversas virtudes, como os valores morais e a construção de vínculos, podendo contribuir também para uma cultura de igualdade, dignidade e respeito a todas as pessoas.

## REFERÊNCIAS

ALLPORT, G. W. **The nature of prejudice**. Reading, MA: Addison-Wesley, 1954.

ARIÈS, Philippe. **História Social da Criança e da Família**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Guanabara, 1986.

BELO, R. P. et al. Correlatos valorativos do sexismo ambivalente. **Psicologia: reflexão e crítica**, Porto Alegre, v. 18, n. 1, p. 7-15, jan.-abr. 2005.

BOURDIEU P. **Dominação Masculina: a condição feminina e a violência simbólica**. Rio de Janeiro: BestBolso, 2014.

CABALLO, V. E. **Técnicas de avaliação das habilidades sociais**. Em V. E. Caballo (Org.), Manual de avaliação e treinamento das habilidades sociais (pp. 113-180). São Paulo: Editora Santos. 2003.

CACCIACARRO, Mariana F.; MACEDO, Rosa M. S. A família contemporânea e seus valores: um olhar para a compreensão parental. **Psicol. rev.** (Belo Horizonte), Belo Horizonte, ago. 2018.

COSTA, Angelo B.; BANDEIRA, Denise R.; NARDI, Henrique C. Avaliação do preconceito contra diversidade sexual e de gênero: construção de um instrumento. **Estudos de Psicologia (Campinas)**, v. 32, n. 2, p. 163–172, abr. 2015.

D'AMORIM, Maria Alice. Estereótipos de gênero e atitudes acerca da sexualidade em estudos sobre jovens brasileiros. **Temas psicol.**, Ribeirão Preto, v. 5, n. 3, p. 121-134, dez. 1997.

DEL PRETTE, Z. A. P.; DEL PRETTE, A. **Psicologia das relações interpessoais: Vivências para o trabalho em grupo**. 11 ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

FERREIRA, A. B. H. **Novo Aurélio Século XXI: o dicionário da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000.

GALLEGO, Marcelo. **Coordenação de Políticas para a Diversidade Sexual. Diversidade sexual e cidadania LGBTI+**. 4ª ed. São Paulo: SJC/SP. 56 p. 2020.

GASPODINI, I. B.; FALCKE, D. Estudos psicológicos brasileiros sobre preconceito contra diversidade sexual e de gênero. **Est. Inter. Psicol.**, Londrina, v. 10, n. 2, p. 59-79, ago. 2019.

GIDDENS A. **A transformação da intimidade: Sexualidade, Amor e Erotismo nas Sociedades Modernas**. São Paulo: Editora UNESP, 1993.

GOMIDE, Paula I. C. **Estilos parentais e comportamento antissocial**. In A. Del Prette & Z. Del Prette (Orgs.). Habilidades sociais, desenvolvimento e aprendizagem: questões conceituais, avaliação e intervenção (p.21-60). Campinas: Alínea, 2006.

GOMIDE, Paula I. C. **Inventário de estilos parentais: modelo teórico, manual de aplicação, apuração e interpretação**. Petrópolis: Vozes. 2021.

GOMIDE, Paula I. C. **Pais presentes, pais ausentes: regras e limites**. (13ª ed.). Petrópolis: Vozes, 2014.

HEREK, G. M. Beyond “homophobia”: Thinking about sexual prejudice and stigma in the twenty-first century. **Sexuality Research & Social Policy**, 1(2), 6-24. 2004.

HEREK, G. M., & McLemore, K. A Sexual prejudice. **Annual Review of Psychology**, 64, 309-333. 2013.

JARDIM J.G. **Deveriam os estudos Queer falar em cis-heteronormatividade? Reflexões a partir de uma pesquisa sobre performatividade de gênero nas artes marciais mistas femininas**. In Anais do 2º Encontro Internacional de Estudos

de Gênero, 2016 jul. 19-21; Vitória, Brasil. Vitória: Universidade Federal do Espírito Santo; 2016.

JESUS J. **Orientações sobre identidade de gênero: conceitos e termos**. Brasília: Autor, 2012.

LACERDA M, Pereira C, Camino L. Um estudo sobre as formas de preconceito contra homossexuais na perspectiva das representações sociais. **Psic Reflexão Crítica**. 2002.

LAWRENZ, Priscila et al. Estilos, práticas ou habilidades parentais: como diferenciá-los?. **Rev. Bras.Ter. Cogn.** Rio de Janeiro, v. 16, n. 1, p. 02-09, jun 2020 .

MELO, G. F.; GIAVONI, A.; TROCCOLI, B. T. Estereótipos de gênero aplicados a mulheres atletas. **Psicologia: teoria e pesquisa**, Brasília, v. 20, n. 3, p. 251-256, set.-dez. 2004.

REIS, T., org. **Manual de Comunicação LGBTI+**. Curitiba: Aliança Nacional LGBTI/ GayLatino, 2018.

ROSO, A. et al. Cultura e ideologia: a mídia revelando estereótipos raciais de gênero. **Psicologia & sociedade**, Porto Alegre, v. 14, n. 2, p. 74-94, dez. 2002.

SILVA, J. C. P. *et al.* Diversidade sexual: uma leitura do impacto do estigma e discriminação na adolescência. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 26, n. 7, p. 2643–2652, jul. 2021.

WHITE W., *et al.* **Lesbian, Gay, Bisexual, and Transgender Patient Care: Medical Students' Preparedness and Comfort**. Teac Learning Medicine 2015.

## PROJETO DE EXTENSÃO COMO FERRAMENTA DEVOLUTIVA À SOCIEDADE EMPRESARIAL EM FORMA DE CONSULTORIAS EMPRESARIAIS APLICADAS EM EMPRESAS DO NORTE CATARINENSE E SUL PARANAENSE

Romildo João Lisbôa<sup>1</sup>  
Mariana Samways Przyvitowski<sup>2</sup>  
Marina Camana Conrado<sup>2</sup>  
Nicoli Lohana da Silva<sup>2</sup>

**RESUMO:** A consultoria empresarial é importante para ajudar as empresas a identificar problemas e oportunidades para melhorar suas operações, estratégias e resultados financeiros. Os consultores fornecem conhecimento especializado e experiência prática para ajudar na gestão de mudanças, desenvolvimento de planos de negócios, projetos de melhoria de processos, treinamento e desenvolvimento de equipe, entre outros aspectos relevantes para o sucesso empresarial. A consultoria empresarial também pode ajudar as empresas a implementar tecnologias inovadoras que ajudem a otimizar as operações e a melhorar a eficiência. No contexto atual de competitividade global, a consultoria empresarial pode ser uma poderosa ferramenta para ajudar as empresas a sobreviver e prosperar. Desta forma, aliada ao potencial acadêmico através de projeto de extensão universitária, portanto pro bono, intensifica a adesão de empresários e os resultados colhidos se tornam mais relevantes ao cenário empresarial regional.

**Palavras-chave:** Consultoria, empresarial, ferramentas, benefícios.

**ABSTRACT:** Business consulting is important to help companies identify problems and opportunities to improve their operations, strategies and financial results. Consultants provide specialized knowledge and practical experience to help with change management, business plan development, process improvement projects, training and staff development, among other aspects relevant to business success. Business consulting can also help companies implement innovative technologies that help streamline operations and improve efficiency. In the current context of global competitiveness, business consulting can be a powerful tool to help companies survive and prosper. In this way, combined with the academic potential through a university extension project, therefore pro bono, it intensifies the adherence of entrepreneurs and the results obtained become more relevant to the regional business scenario.

**Keywords:** Consulting, business, tools, benefits, university extension.

### 1 INTRODUÇÃO

A consultoria empresarial é um serviço que vem se tornando cada vez mais fundamental para as empresas, independentemente do seu porte ou segmento de atuação. Essa importância se deve ao fato de que, com o mercado cada vez mais

---

<sup>1</sup> Docente do Curso de Administração da Ugv Centro Universitário.

<sup>2</sup> Acadêmica do Curso de Administração da Ugv Centro Universitário.

competitivo, as empresas precisam estar sempre buscando maneiras de se destacarem e se adaptarem às mudanças e inovações do mercado.

Os consultores empresariais trabalham em estreita colaboração com os clientes para entender seus objetivos e desafios específicos. Eles realizam análises detalhadas, avaliam o desempenho atual da empresa e fornecem recomendações personalizadas para impulsionar o crescimento, aumentar a eficiência e melhorar os resultados financeiros.

Nesse sentido, a consultoria empresarial se apresenta como um importante aliado das empresas, pois fornece insights, orientações e recomendações objetivas e imparciais para melhorar o desempenho e a eficiência das empresas, além de ajudar a identificar oportunidades de melhoria, a diagnosticar problemas, a propor soluções efetivas e a acompanhar os resultados alcançados.

Além disso, a consultoria empresarial contribui para a implementação de processos mais eficientes, para a capacitação da equipe e para o aumento da competitividade e da lucratividade da empresa. Por esses motivos, a consultoria empresarial é uma ferramenta crucial para as empresas que buscam se manter relevantes e lucrativas no mercado. Usar ferramentas apropriadas de gestão é uma maneira de se forçar a conhecer melhor os processos do próprio negócio, criando demanda por estudos de mercado, estudos em qualidade, gestão de equipes e outros assuntos de importância administrativa (MESQUITA, 2019).

A consultoria abrange diversas áreas, como estratégia de negócios, gestão de operações, marketing, recursos humanos, finanças, tecnologia da informação, entre outras. Os consultores trazem consigo conhecimentos especializados nessas áreas e utilizam ferramentas, metodologias e melhores práticas comprovadas para ajudar as empresas a atingir seus objetivos. Consultoria empresarial é um processo interativo de um agente de mudanças externo à empresa, o qual assume a responsabilidade de auxiliar os executivos e profissionais da referida empresa nas tomadas de decisões, não tendo, entretanto, o controle direto da situação (Oliveira, 2019).

As ferramentas de gestão são técnicas que ajudam os gestores a organizar melhor o trabalho e gerenciar tarefas e projetos. Essas ferramentas podem ser usadas por empresas de setores diferentes, pois elas ajudam a melhorar os processos, sistemas e projetos (EMPREGARE, 2022).

Os benefícios da consultoria incluem a obtenção de uma perspectiva externa e imparcial, a aplicação de conhecimentos e habilidades especializados, a aceleração do processo de melhoria e a capacitação da equipe interna para lidar com desafios futuros.

Segundo o Sebrae (2019) a consultoria pode ser definida como um serviço de aconselhamento, em um processo onde um consultor auxilia a empresa-cliente a fortalecer sua capacidade para atingir seus objetivos.

É importante ressaltar que a consultoria empresarial não é uma solução mágica para todos os problemas. Ela requer um compromisso e engajamento significativos por parte da empresa cliente para implementar efetivamente as recomendações e aproveitar ao máximo a expertise do consultor.

Na consultoria, utilizamos ferramentas de administração que ajudam a otimizar os processos internos, reduzir a burocracia e melhorar a eficiência operacional. Por exemplo, softwares de gestão permitem automatizar tarefas repetitivas, agilizar a comunicação interna e facilitar o acesso às informações relevantes.

As ferramentas são fundamentais para o sucesso e eficiência de qualquer organização, elas servem para auxiliar na gestão de recursos, processos e pessoas. Elas fornecem suporte para o planejamento estratégico, monitoramento do desempenho, tomada de decisões informadas e melhoria contínua. Ao utilizar essas ferramentas, as empresas podem aumentar a eficiência, reduzir custos, melhorar a qualidade dos produtos ou serviços e alcançar melhores resultados no mercado competitivo.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 O QUE É CONSULTORIA**

Segundo Crocco (2017), consultoria é um processo interativo, executado por uma ou mais pessoas, independentes e externas ao problema em análise, com o objetivo de fornecer aos executivos da empresa-cliente um ou mais conjuntos de opções de mudanças que proporcionem a tomada de decisão mais adequada ao atendimento das necessidades da organização.

Oliveira (2019) define que, consultoria empresarial é um processo interativo de um agente de mudanças externo à empresa, o qual assume a responsabilidade de auxiliar os executivos e profissionais da referida empresa nas tomadas de decisões, não tendo, entretanto, o controle direto da situação.

Consultoria empresarial, segundo o *Institute of Management Consultants*, da Inglaterra, é:

O serviço prestado por uma pessoa ou grupo de pessoas, independentes e qualificadas para a identificação e investigação de problemas que digam respeito a política, organização, procedimentos e métodos, de forma a recomendarem a ação adequada e proporcionarem auxílio na implementação dessas recomendações (CROCCO, 2017, p. 7).

É um serviço que indica e resolve problemas de uma empresa, bem como diagnostica e analisa suas informações, visando a orientação dos gestores para alcançar uma gestão mais eficiente. A consultoria empresarial pode ajudar na otimização de finanças, melhoria dos processos, aprimoramento do departamento de recursos humanos, redução de custos e planejamento estratégico ou de crescimento da empresa (GUDIM, 2021).

Oliveira (2019) ainda reforça que, as principais causas do aumento de demanda da consultoria empresarial são a busca de novos conhecimentos e de inovações para enfrentar a globalização da economia, a necessidade de consolidar vantagens competitivas, o incremento dos processos de terceirização, bem como a necessidade de questionamento progressivo das realidades da empresa-cliente, visando a um processo de melhoria contínua e sustentada. Devem-se considerar, também, as fusões entre empresas de consultoria, a internacionalização dos serviços e o aumento do número de professores e de universidades realizando serviços de consultoria.

## 2.2 CLASSIFICAÇÃO DAS EMPRESAS

### 2.2.1. Classificação das empresas

O enquadramento empresarial é o conjunto de regras que definirá a formação econômica e organizacional de qualquer empresa. O tipo de enquadramento irá definir se a empresa poderá ter sócios, a quantidade de funcionários, as obrigações tributárias e fiscais, recolhimento de impostos, entre outras regras importantíssimas. Essas informações estarão presentes no Contrato Social da empresa, que será usado

para registro na Junta Comercial do estado que a empresa irá atuar (COWORKINGSMART, 2021).

Segundo o SEBRAE (2013), a forma jurídica determina a maneira pela qual ela será tratada pela lei, assim como o seu relacionamento jurídico com terceiros. As formas jurídicas mais comuns para as micro e pequenas empresas são:

Quadro 1 – Formas jurídicas

Microempreendedor Individual – MEI	Pessoa que trabalha por conta própria e que se legaliza como pequeno empresário.
Empresário Individual	Pessoa física que exerce atividade econômica organizada para a produção ou a circulação de bens ou de serviços. Responde com o seu patrimônio pessoal pelas obrigações contraídas pela empresa.
Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI	Empresa constituída por uma única pessoa, titular da totalidade do capital social. A empresa responde por dívidas apenas com seu patrimônio, e não com os bens pessoais do titular.
Sociedade Limitada	Sociedade composta por, no mínimo, dois sócios, pessoas físicas ou jurídicas. A responsabilidade de cada sócio é limitada ao valor de suas cotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

Fonte: Sebrae, 2013.

### 2.2.1. Classificação das empresas na parte fiscal

Simple Nacional, Lucro Presumido e Lucro Real são três opções de regime de tributação existentes no Brasil. A escolha do mais indicado para a sua empresa depende de fatores como faturamento anual, porte empresarial, tipo de atividade exercida, entre outros pontos. O regime de tributação é o que determina quais impostos serão pagos por uma empresa e de que forma isso será feito. Enquadramentos incorretos podem resultar em diversos problemas fiscais, tais como autuações e pagamentos de multas. Além disso, pode fazer você gastar mais com impostos do que deveria, o que pode impactar diretamente na saúde financeira do seu negócio (GULART, 2022).

Ainda, segundo Gulart (2022), o regime de tributação é o que determina quais impostos serão pagos por uma empresa e de que forma isso será feito. Essas formas são:

Quadro 2 – tipos de regime tributário

LUCRO REAL	O Lucro Real é um regime tributário no qual o cálculo do Imposto de Renda Pessoa Jurídica (IRPJ) e da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL) de uma empresa é feito com base no lucro efetivo que esse negócio teve dentro do período de apuração, após ser ajustado por adições e/ou exclusões de despesas.
LUCRO PRESUMIDO	O Lucro Presumido <b>também visa o cálculo de quanto uma empresa deve pagar de IRPJ, CSLL</b> . Porém, isso é feito de forma mais simples que no Lucro Real. O cálculo desse regime tributário tem como base uma tabela fixa de presunção para tributação para o IRPJ e para a CSLL.
SIMPLES NACIONAL	O Simples Nacional é um regime tributário criado com o objetivo de atender Microempresas (ME) e Empresas de Pequeno Porte (EPP), além dos Microempreendedores Individuais (MEI). O principal propósito desse regime tributário é facilitar o recolhimento dos impostos desses empreendedores. Por conta disso, todos os tributos desse regime são recolhidos em uma única guia. O DAS, Documento de Arrecadação do Simples Nacional, é a guia através da qual são recolhidos até oito diferentes impostos, conforme a atividade da empresa, que são: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Imposto de Renda de Pessoa Jurídica (IRPJ);</li> <li>• Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL);</li> <li>• Programa de Integração Social (PIS);</li> <li>• Contribuição para Financiamento da Seguridade Social (Cofins);</li> <li>• Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI);</li> <li>• Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS);</li> <li>• Imposto sobre Serviços (ISS);</li> <li>• Contribuição Patronal Previdenciária (CPP).</li> </ul>

Fonte: Contabilizei, 2022.

## 2.3. FERRAMENTAS DE GESTÃO APLICADAS EM CONSULTORIA

### 2.3.1. *Project Model Canvas*

O *Project Model Canvas* é uma ferramenta muito utilizada na gestão de projetos, que tem como objetivo auxiliar no planejamento de projetos de forma mais eficiente. Esta ferramenta é muito útil para quem está iniciando na área de gestão de projetos, pois é muito simples e intuitiva.

A utilização do *Project Model Canvas* é uma abordagem ágil na gestão de projetos, que foca na identificação e solução de problemas de forma dinâmica. Por meio desta ferramenta, é possível mapear as necessidades do projeto, as soluções mais adequadas e os resultados esperados.

O modelo ajuda o empreendedor a ter uma visualização ampla do negócio, de maneira simples. A ferramenta consiste em um quadro (Figura 1) que pode ser impresso e colado num mural ou mesmo na parede (ROBSON CAMARGO, 2018).

### 2.3.2. *People Analytcs*

*People Analytics*, também conhecido como HR Analytics, é uma ferramenta que utiliza dados quantitativos e qualitativos para entender e otimizar a gestão de recursos humanos em uma empresa. Entre as principais fontes de dados utilizadas estão pesquisa de clima organizacional, avaliações de desempenho, análise de dados de contratação e retenção de talentos, padrões de uso de licenças médicas e de férias, entre outros.

Desta forma, a *People Analytics* é uma ferramenta cada vez mais importante para as empresas que buscam aumentar a eficiência e a eficácia das suas práticas de gestão de pessoas, permitindo uma análise mais profunda dos dados e uma tomada de decisão mais inteligente e orientada a dados.

### **2.3.3. PDCA**

A ferramenta PDCA é uma metodologia utilizada pelas empresas para a melhoria contínua de seus processos. O PDCA (Plan, Do, Check, Act) é composto por quatro fases que permitem identificar problemas, elaborar soluções e implementar mudanças para alcançar objetivos específicos.

O ciclo PDCA criado por Deming é uma poderosa arma usada na gestão da qualidade. Segundo Deming (1990), este método de controle é composto por quatro etapas, que produzem os resultados esperados de um processo. As etapas do PDCA são:

- **Plan (Planejamento):** consiste no estabelecimento da meta ou objetivo a ser alcançado, e do método (plano) para se atingir este objetivo.
- **Do (Execução):** é o trabalho de explicação da meta e do plano, de forma que todos os envolvidos entendam e concordem com o que se está propondo ou foi decidido.
- **Check (Verificação):** durante e após a execução, deve-se comparar os dados obtidos com a meta planejada, para se saber se está indo em direção certa ou se a meta foi atingida.
- **Action (Ação):** transformar o plano que deu certo na nova maneira de fazer as coisas.

Segundo o portal Administradores, “o objetivo do uso do PDCA é garantir que as melhorias nas operações e processos da empresa sejam implementadas de forma

consistente e controlada, aumentando a eficiência e eficácia das operações e reduzindo falhas e desperdícios”.

### 2.3.4. Matriz GUT

“A Matriz GUT foi criada por Charles H. Kepner e Benjamin B. Tregoe, na década de 80, e tinha como propósito ajudar na resolução de problemas complexos das indústrias americanas e japonesas. Em sua essência, a Matriz GUT é uma ferramenta da qualidade utilizada para a priorização de tomadas de decisões. Por esse motivo, também é conhecida como Matriz de Prioridades” (NAPOLEÃO, 2019).

A ferramenta permite classificar qualquer coisa por ordem de importância, como problemas, projetos e processos.

Ainda, de acordo com Justo (2022) em relação a gravidade, os níveis funcionam desta maneira:

Quadro 1 – Classificação da pontuação da Matriz GUT.

PONTOS	GRAVIDADE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA ("se nada for feito...")	PONTUAÇÃO FINAL (Máx. = 125)
1	Sem gravidade	Pode esperar	Não irá mudar	
2	Pouco grave	Pouco urgente	Irá piorar a longo prazo	
3	Grave	Urgente, merece atenção no curto prazo	Irá piorar a médio prazo	
4	Muito grave	Muito urgente	Irá piorar a curto prazo	
5	Extremamente grave	Necessidade de ação imediata	Irá piorar rapidamente	
Pontuação	X	X	=	

Autor: Justo (2022)

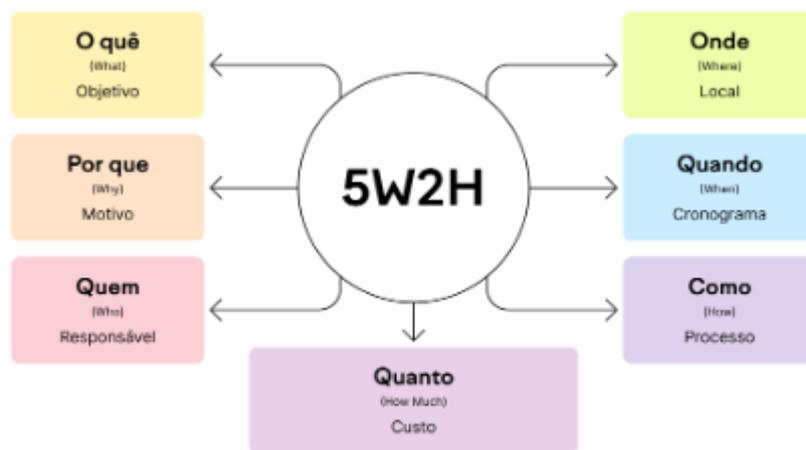
### 2.3.5. 5W2H

De acordo com o Sebrae (2022), a ferramenta 5W2H é um checklist das atividades preventivas e corretivas que precisam ser desenvolvidas dentro de uma empresa, organizado de forma prática, simples, eficiente e clara. Para isso, envolve

líderes e colaboradores para identificação de necessidades e propostas de soluções aos objetivos que se deseja alcançar.

A ferramenta 5W2H é na verdade um *checklist* administrativo das atividades, prazos e responsabilidades. Uma lista de ações planejadas que precisarão ser realizadas pelos envolvidos em um determinado projeto ou para alcançar uma meta.

Figura 1: Ferramenta 5W2H.



Fonte: Sebrae (2020)

### 2.3.6 Diagrama de Pareto/gráfico de Pareto

Segundo a FM2S (2020) sobre a criação do diagrama de Pareto: “O nome se originou do trabalho de Pareto (1848-1923), que foi pioneiro no esforço de enunciar uma lei de distribuição de rendimentos. Em essência, ele percebeu que 80% da riqueza de uma população estava concentrada em apenas 20% dela.

### 2.3.7. Análise SWOT

A matriz SWOT, cuja sigla vem de *Strengths* (forças), *Weaknesses* (fraquezas), *Opportunities* (oportunidades) e *Threats* (ameaças), é uma ferramenta de gestão que possibilita identificar o cenário interno e externo dos negócios. Em português, também é chamada de análise FOFA, correspondendo às iniciais no nosso idioma.

Figura 2: Análise SWOT



Fonte: Iset (2021)

Sobre as forças e fraquezas, Paulillo (2023) diz que as forças de uma organização são as características do seu ambiente interno que representam uma vantagem sobre a concorrência. E as fraquezas são as características que desfavorecem a empresa em relação a sua concorrência.

As oportunidades e as ameaças, segundo Conta Azul (2022): São as características que influenciam uma empresa positivamente. Elas dependem de fatores externos por isso, não as controlamos. Além disso, as oportunidades podem acontecer de diferentes formas, como mudanças político-econômicas e ampliação do crédito ao consumidor. Para identificá-las, é necessário fazer pesquisas que permitam a previsão de acontecimentos que impactem positivamente nos seus negócios.

As ameaças são eventos com uma influência negativa sobre o negócio e, do mesmo modo que as oportunidades, dependem de fatores externos. Elas devem ser tratadas com muito cuidado porque podem prejudicar tanto o planejamento estratégico, quanto também os resultados de forma direta.

### 3 ANÁLISE E TABULAÇÃO DE DADOS

O tema do projeto de extensão do ano de 2023 foi a consultoria empresarial, no total, foi analisado o diagnóstico empresarial de 12 empresas do sul do Paraná, em específico, nas cidades de Bituruna, Mallet e São Mateus do Sul. As consultorias ocorreram como uma forma de devolver para sociedade um pouco daquilo que o curso nos ensinou/proporcionou.

### 3.1. GM COMÉRCIO DE MADEIRAS

A primeira etapa, foi o envio de uma mensagem para o sócio proprietário da empresa GM convidando-o para participação de uma consultoria empresarial de forma gratuita, o mesmo aceitou o convite de participação e então, foi combinado a visita a empresa para que fosse possível fazer os questionamentos para o diagnóstico empresarial. Em específico, as perguntas eram sobre as áreas de estratégia, finanças, marketing, recursos humanos, operações e tecnologia. Após o questionamento ao proprietário o resultado da empresa de acordo com as respostas foi:

Figura 2 - Diagnóstico da empresa GM comércio de madeiras



Fonte: Os autores, 2023.

Com o diagnóstico, compreendeu-se uma insuficiência na área de recursos humanos e nas operações da empresa.

Na área de recursos humanos foi analisado os pontos fracos como a falta de clima organizacional, falta de comunicação interna e também, o problema com a falta de funcionários. E na área de operações, os pontos fracos foram o pouquíssimo controle de gerenciamento de estoque, a taxa de perda de produtos desconhecida e a ausência de um *layout* na empresa. As empresas devem investir na melhoria contínua de todas as áreas da empresa, em específico, a GM precisa da melhoria contínua das práticas de recursos humanos e operações, adotando processos eficientes utilizando as ferramentas administrativas sugeridas nas devolutivas sendo possível promover um ambiente de trabalho saudável, aumentar a produtividade, reduzir custos e alcançar melhores resultados.

As ferramentas utilizadas foram a análise Swot, o 5W2H e o ciclo PDCA. A análise Swot foi utilizada para definir as forças, fraquezas, ameaças e oportunidades de cada área que o diagnóstico empresarial apresentou déficit. A segunda ferramenta utilizada foi a ferramenta 5W2H, eficaz para ajudar a planejar e executar projetos de forma organizada e estruturada

Figura 3 - Ferramenta 5W2H

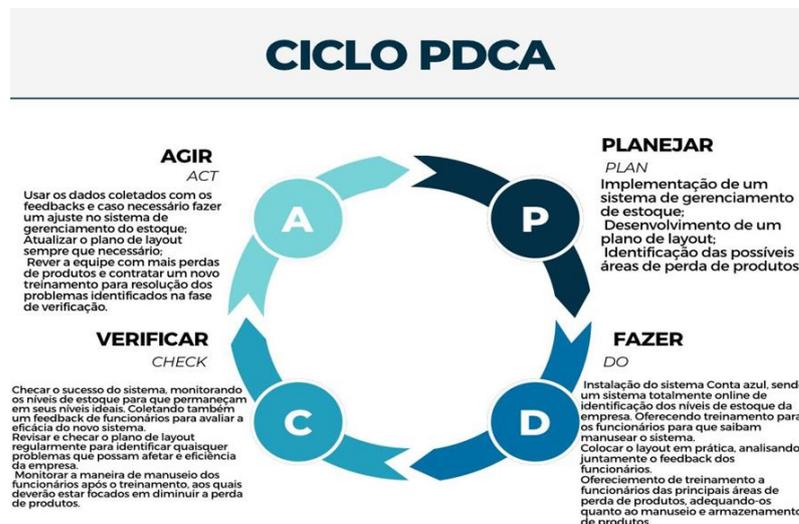
PLANO DE AÇÃO: Melhorar o clima organizacional, a comunicação interna e a falta de funcionários.  
DATA PREVISÃO: de 17/04 à 17/10 de 2023  
RESPONSÁVEL: Setor de Recursos humanos  
OBJETIVO: Melhorar o setor de recursos humanos da empresa.

5W					2H	
O que? (What?)	Porque? (Why?)	Onde? (Where?)	Quem (Who?)	Quando (When?)	Como? (How?)	Quanto custa? (How much?)
Melhora do clima organizacional	Melhorar o engajamento dos funcionários	Em toda a organização	Departamento de recursos humanos	até 17/10	Pesquisa com funcionários para avaliar o clima organizacional e identificar áreas de melhoria.	Poderá variar de R\$500,00 à R\$1.000,00
Agregar a comunicação interna	Promover o senso de colaboração e a ajuda mútua dos setores	Em toda a organização	Departamento de recursos humanos	até 17/10	Implementar um plano de comunicação, incluindo reuniões regulares e boletins informativos.	Poderá variar de R\$1.000 à R\$2.000
Solucionar o problema da falta de funcionários	Aumentar a produtividade	Em toda a organização	Departamento de recursos humanos	até 17/10	Um plano de recrutamento com a oferta de remuneração competitiva e desenvolvimento da carreira	Poderá variar de R\$100,00 à R\$500,00.

Fonte: Os autores, 2023.

A terceira ferramenta, foi o ciclo PDCA, com foco na busca de melhoria contínua do processo e obtenção de melhores resultados.

Figura 4 - Ferramenta Ciclo PDCA



Fonte: Os autores, 2023.

### 3.2. A3 ASSOALHOS E LATERAIS EIRELI

Figura 5 - Diagnóstico da empresa A3 assoalhos e laterais eireli.



Fonte: Os autores, 2023.

Nesta empresa, as ferramentas utilizadas para que a empresa busque melhorias foi a 5W2H e a Matriz Gut. A utilização das duas na mesma empresa aconteceu para a resolução de problemas e a tomada de decisões. Ao utilizar essas duas ferramentas em conjunto, foi possível obter uma abordagem mais completa e embasada para a gestão de problemas e projetos. A ferramenta 5W2H forneceu a estrutura para o planejamento e a execução das ações necessárias, enquanto a matriz GUT auxiliou na identificação e priorização dos problemas mais críticos a serem abordados. Essa combinação ajudou a garantir que os recursos sejam direcionados para os problemas certos, maximizando a eficácia das ações corretivas.

Seguem as ferramentas indicadas:

Figura 6 - Ferramenta 5W2H

5W					2H	
O que? (What?)	Porque? (Why?)	Onde? (Where?)	Quem (Who?)	Quando (When?)	Como? (How?)	Quanto custa? (How much?)
Desenvolvimento de um planejamento de marketing	Para que seja possível uma maior visibilidade da empresa.	Na empresa	Gestor e a área de mkt da empresa	A partir de abril de 2023	A partir de uma análise de mercado, definição de objetivos, público alvo, estratégias e a implementação das ações.	Podera variar de R\$1.500,00 à R\$2.000,00
Formular estratégias analisando clientes	Para garantir que a empresa atenda as necessidades e desejos dos clientes.	Em toda a organização	Gestor	A partir de maio de 2023	Sabendo quem é o público alvo e analisando-o será possível o desenvolvimento das estratégias.	0
Planejar a expansão do negócio	Pois pode melhorar as vendas e o sucesso da empresa.	Na região	Gestor e colaboradores	A partir de setembro de 2023	Através do monitoramento da disponibilidade de recursos e a elaboração de um plano de expansão.	0
Tornar-se mais presente na internet	Para destacar as vantagens e benefícios de comprar com a empresa.	Na empresa e em suas redes sociais	Setor de marketing	A partir de abril de 2023	Melhorando o site, investindo em anúncios online e utilizando as redes sociais da empresa	R\$1.000,00
Fidelizar novos clientes	Para um melhor desempenho e sustentabilidade da empresa	Em toda região	Toda a organização	A partir de abril de 2023	Oferecendo produtos de qualidade com vantagens exclusivas.	Podera variar de R\$800,00 à R\$2.500,00

Fonte: Os autores, 2023.

Outra ferramenta indicada, foi o gráfico de Pareto, que ajuda a identificar as principais causas ou problemas que contribuem para resultados indesejáveis. Ele prioriza ações corretivas analisando dados reais, possuindo uma visualização clara, sendo possível monitorar e acompanhar as ações corretivas. A utilização do gráfico de Pareto pode levar a uma alocação mais eficiente de recursos e a melhorias significativas nos processos e resultados da organização.

Gráfico 1 - Gráfico de Pareto



Fonte: Os autores, 2023.

Em todas as devolutivas, ao fim, utilizamos o cronograma pois ele é importante porque permitem o planejamento e a organização das atividades, auxiliam no gerenciamento eficiente do tempo, ajudam a identificar os recursos necessários, facilitam a comunicação e o alinhamento, contribuem para o gerenciamento de riscos e fornecem informações para a tomada de decisões.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em virtude dos tópicos apresentados durante o artigo podemos concluir que, a consultoria empresarial desempenha um papel fundamental no mundo dos negócios, oferecendo insights especializados, orientação estratégica e soluções personalizadas para as organizações. Ao longo dos anos, tornou-se cada vez mais evidente que as empresas que investem na consultoria empresarial colhem uma série de benefícios tangíveis e intangíveis. Um dos principais benefícios da consultoria empresarial é a obtenção de conhecimento especializado.

Os consultores são profissionais experientes e bem informados, que trazem consigo um vasto conjunto de habilidades e conhecimentos adquiridos através de sua

experiência anterior. Essa expertise abrange várias áreas, como estratégia, operações, marketing, finanças e gestão de recursos humanos. Ao trabalhar com consultores, as empresas podem aproveitar esse conhecimento e aplicá-lo de forma eficaz em seus próprios negócios. Isso pode levar a melhorias significativas na eficiência operacional, tomada de decisões mais informadas e a implementação de estratégias mais bem-sucedidas.

Dentro da consultoria apresentada as empresas, pudemos auxiliar as empresas em um melhor desenho de objetivos a serem atingidos, podendo visar, desta forma, o crescimento potencial da empresa sem grandes riscos de falhas no caminho. Além disso, a recomendação de ferramentas concretas para as empresas, fez com que os empresários pudessem ter uma nova visão estratégica para que sua estrutura organizacional fosse melhor aplicada, melhorando a comunicação interna e atingindo maior eficiência em seus processos.

Por fim, a consultoria empresarial contribui para a maximização do potencial de crescimento e lucratividade das empresas. Ao otimizar processos, identificar oportunidades de mercado, melhorar a eficiência e desenvolver estratégias de negócios sólidas, os consultores ajudam as empresas a atingir seus objetivos de crescimento de maneira mais eficiente. Isso pode levar a um aumento na lucratividade, expansão do mercado, melhoria da imagem da marca e criação de valor sustentável para os acionistas.

Em resumo, a consultoria empresarial desempenha um papel crucial na condução do sucesso das empresas. Seus benefícios vão além de fornecer soluções temporárias, envolvendo transferência de conhecimento, desenvolvimento interno e melhoria contínua. As empresas que reconhecem e valorizam a importância da consultoria empresarial têm uma vantagem competitiva significativa e estão melhor posicionadas para prosperar em um ambiente empresarial em constante mudança.

Se todas as empresas utilizarem as ferramentas indicadas, aplicando o cronograma conforme indicado, a organização garantirá uma melhora em seus problemas, melhorará seus pontos fracos e controlará suas ameaças. Além de garantir a fidelização de novos clientes, aumentar as vendas e conseqüentemente, aumentar o lucro.

As consultorias aplicadas garantiram um maior aprendizado dos alunos do curso de administração, além de garantir para as organizações melhorias na empresa. Através das consultorias foi possível colocar em prática tudo aquilo que aprendemos durante esses três anos e meio de aula e garantir que os diretos das organizações melhorassem suas visões sobre como as empresas andam atualmente e como elas devem andar através das consultorias e do uso das ferramentas de administração.

Desta forma, foi possível compreender este mundo da consultoria empresarial, enquanto acadêmicos, sua relevância para o desenvolvimento e compreensão da importância de se gerir informações e transformá-las em diferencial competitivo.

## REFERÊNCIAS

5W2H: **o que é, como funciona e por que você deveria usar?** [S. I.], 11 fev. 2020. Disponível em: 5W2H: o que é, como funciona e por que você deveria usar? Acesso em: 30 maio 2023.

CONTA AZUL. **Análise SWOT (fofa): o que é, como fazer e uso para pequenas empresas.** [S. I.], 5 set. 2022. Disponível em: <https://blog.contaazul.com/analise-swt>. Acesso em: 1 jun. 2023.

SEBRAE. **Como elaborar um plano de negócios.** [S. I.], 2013. Disponível em: [https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/COMO%20ELABORAR%20UM%20PLANO\\_baixa.pdf](https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/COMO%20ELABORAR%20UM%20PLANO_baixa.pdf). Acesso em: 31 maio 2023.

SEBRAE. **Como organizar sua rotina e tornar o dia mais produtivo.** [S. I.], 17 jan. 2023. Disponível em: <https://sebraepr.com.br/comunidade/artigo/como-organizar-sua-rotina-e-tornar-o-dia-mais-produtivo>. Acesso em: 29 maio 2023.

COWORKING SMART. **Qual enquadramento empresarial é melhor?** Disponível em: <https://coworkingsmart.com.br/enquadramento-empresarial/>. Acesso em: 31 maio 2023.

CROCCO, L. **Consultoria empresarial.** Editora Saraiva, 2017. E-book. ISBN 9788547219864. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788547219864/>. Acesso em: 30 mai. 2023.

CAMARGO, R. **Diagrama de Pareto: o que é e quando você deve usá-lo?** [S. I.], 23 out. 2018. Disponível em: <https://robsoncamargo.com.br/blog/Diagrama-de-Pareto-o-que-e-e-quando-voce-deve-usa-lo#:~:text=O%20Diagrama%20de%20Pareto%20%C3%A9,para%20estudos%20e%20a%20%C3%A7%C3%B5es%20posteriores>. Acesso em: 31 maio 2023.

CONTABILIZEI. **Diferenças entre simples nacional, lucro presumido e Lucro real.** [S. I.], 29 dez. 2022. Disponível em: <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/simples-nacional-lucro-presumido-e-lucro-real/>. Acesso em: 31 maio 2023.

EMPREGARE. **Ferramentas de gestão x sua aplicabilidade.** [S. I.], 17 mar. 2022. Disponível em: <https://blog.empregare.com/ferramentas-de-gestao-x-aplicabilidade/>. Acesso em: 8 jun. 2023.

HASTAG TREINAMENTOS, **Gráfico De Pareto: O Que É E Como Criá-Lo No Excel?** [PASSOS]. [S. I.], 20 set. 2019. Disponível em: <https://www.hashtagtreinamentos.com/grafico-de-pareto>. Acesso em: 31 maio 2023.

EUAX. **Matriz gut** - entenda o que é e como aplicá-la na priorização dos seus projetos. [S. I.], 22 abr. 2019. Disponível em: <https://www.euax.com.br/2019/04/matriz-gut/>. Acesso em: 29 maio 2023.

AGENDOR. **Matriz Swot:** como fazer a análise estratégica de sua empresa. [S. I.], 16 ago. 2022. Disponível em: <https://www.agendor.com.br/blog/matriz-swot-como-fazer/>. Acesso em: 1 jun. 2023.

FRN2S. **O que é e para que serve o Diagrama de Pareto?** [S. I.], 22 maio 2023. Disponível em: <https://www.fm2s.com.br/blog/grafico-de-pareto>. Acesso em: 31 maio 2023.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Manual de Consultoria Empresarial.** 14ª edição. Grupo GEN, 2019. E-book. ISBN 9788597020342. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597020342/>. Acesso em: 08 jun. 2023.

BON TREINAMENTOS. **Plano de ação 5W2H:** conceito, criação e exemplos. [S. I.], 14 dez. 2021. Disponível em: <https://blog.bcntreinamentos.com.br/plano-de-acao-5w2h-conceito-criacao-e-exemplos/>. Acesso em: 30 maio 2023.

JUSTO, A.S.. **Matriz GUT: Guia Completo**, 2022. Disponível em: <http://www.sobreadministracao.com/matriz-gut-guia-completo/>. Acesso em: 23 maio. 2023.

## **RADAR DE INOVAÇÃO: AÇÕES ALI AGENTES LOCAIS DE INOVAÇÃO – PERCEPÇÃO DE PROPÓSITO: ANÁLISE DO CENÁRIO ALI - PRODUTIVIDADE PARAIBANO**

Romildo João Lisboa<sup>1</sup>

**RESUMO:** As experiências pessoais e profissionais são elementos adicionais na criação de valores humanos, estas experiências moldam as perspectivas, crenças e valores de uma pessoa à medida que ela gerencia vários problemas e relacionamentos na vida. A educação, seja tradicional ou baseada em valores, desempenha um papel importante na orientação das pessoas para o desenvolvimento pessoal e na definição dos seus objetivos e valores na vida. Através de uma prática profissional baseada em valores humanos, todos vivenciam os princípios de tolerância, compaixão e compreensão que transcendem as diferenças políticas, culturais e sociais. À medida que os indivíduos acumulam experiência e se envolvem em oportunidades empreendedoras, continuam a refinar e a desenvolver os seus valores, participando no processo contínuo de criação e transmissão de valor de geração em geração. Dentro destes princípios é possível observar neste artigo a importância de se ter um propósito definido para que, na construção de resultados, se possa vislumbrar o horizonte dos resultados almejados, neste caso, produção de campo, científica e participação no 2º. Congresso de Inovação e negócios pelos agentes locais de inovação da modalidade Produtividade do estado da Paraíba, onde foi obtido a publicação de cinco artigos referenciados e liberados para o caderno de inovação 2024 do Sebrae.

**Palavras-chave:** Comportamento. Inovação. Produtividade. Desafio, Resultados.

**ABSTRACT:** Personal and professional experiences are additional elements in creating human values; these experiences shape a person's perspectives, beliefs, and values as they manage various issues and relationships in life. Education, whether traditional or values-based, plays an important role in guiding people towards personal development and defining their goals and values in life. Through professional practice based on human values, everyone experiences the principles of tolerance, compassion and understanding that transcend political, cultural and social differences. As individuals accumulate experience and engage in entrepreneurial opportunities, they continue to refine and develop their values, participating in the ongoing process of creating and transmitting value from generation to generation. Within these principles, it is possible to observe in this article the importance of having a defined purpose so that, when constructing results, one can glimpse the horizon of the desired results, in this case, field and scientific production and participation in the 2nd. Innovation and business Congress by local innovation agents of the Productivity modality in the state of Paraíba, where five articles were published referenced and released for Sebrae's 2024 innovation notebook.

**Keywords:** Behavior. Innovation. Productivity. Challenge, Results.

---

<sup>1</sup> Administrador, Mestre em Administração, mentor e consultor empresarial Gestão negócios, Empreendedorismo Inovação, Professor UGV Centro Universitário, Coordenador e instrutor dos Cursos de Gestão e negócios SENAC PR, Orientador SEBRAE ALI N6 Paraíba. Email para contato: prof\_romildo@ugv.edu.br

## 1 INTRODUÇÃO

Você já deve ter percebido que sua mente pode ser sua melhor amiga ou sua pior inimiga. Quantas resoluções de final de ano você não fez em janeiro ou dietas das quais não desistiu na quarta-feira? Ou quanto você pensa quando se deita e tenta dormir um pouco? A causa de todos esses e de inúmeros outros sofrimentos que carregamos nos segredos de nossos corações somos nós mesmos e nossos persistentes hábitos de autodestruição. Muitas vezes inconsciente, mas universal. Uma forma de medir o quanto sua mente está trabalhando para você e o quanto ela está te sabotando é através da inteligência positiva. Isso significa que você precisa avaliar se consegue controlar sua mente.

Como objetivo, esta pesquisa visa analisar o impacto do comportamento de pertencimento, ou seja, o propósito maior em ser Agente Local de Inovação, porque assumir a responsabilidade de levar consultoria, ferramentas e acompanhamento ao cenário empresarial paraibano, além, obviamente do monetário envolvido, pois incumbe, também a geração de material científico, como produção de artigos e estudos de casos, sob a supervisão do Sebrae PB e seus devidos orientadores, para levantar quais as dificuldades enfrentadas pelas pequenas e médias empresas para desenvolverem processos sustentáveis e as possíveis soluções para o dia a dia, visando também, a possibilidade de visibilidade no cenário nacional, através do 2º Congresso De Inovação da Escola de Negócios SEBRAE 2024, de seu material produzido.

Neste cenário, onde 15 (quinze) agentes locais de inovação foram orientados em seu material científico gerado, foi obtido, destes 15 (quinze), 5 (cinco) foram selecionados através de avaliadores, na metodologia avaliação duplo-cego, também chamada de “*double blind review*”, ela é tida como a forma mais eficaz de avaliar os trabalhos científicos. Neste caso, tanto os autores quanto os avaliadores têm a identidade omitida.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

Esse trabalho está estruturado através de seções, no qual inicialmente apresenta-se o item 2.1 “Referencial Teórico”, para fundamentar a importância da

gestão emocional. Em sequência, os “Procedimentos Metodológicos” no item 3, contendo a metodologia aplicada para realização da pesquisa, seguido do item 4 “Apresentação, Análise e Discussão dos resultados”. Nesse item, é apresentado depoimentos dos agentes locais de inovação envolvidos no ciclo ALI- Produtividade 2023/2024 na Paraíba. Para finalizar, as considerações finais sobre o estudo e as Referências.

## 2.1 DESENVOLVIMENTO

Segundo Anthony Robbins, se você é alguém em busca de desenvolvimento em qualquer área da vida, precisa conhecê-lo e , nesse sentido , é preciso entender a forma como ele atende seis necessidades humanas . Tony Robbins é conhecido mundialmente como coach, palestrante motivacional/comportamental e escritor; além disso, é um dos maiores propagadores e influenciadores da Programação Neurolinguística (PNL) e há mais de 30 anos inspira pessoas ao redor do mundo, difundindo sua experiência, conhecimento e percepção teórica sobre o comportamento humano e como nossas ações nos caracterizam como uma pessoa determinada ou limitada, com base nas crenças que temos e desenvolvemos.

Você já parou para se perguntar ou refletir sobre o que nos move? Consciente ou inconscientemente, todos nós, seres humanos, homo sapiens, procuramos satisfazer as nossas necessidades e, embora a nossa procura e satisfação ocorram de formas diferentes, todos procuramos satisfazer necessidades em comum; é a satisfação dessas necessidades que nos move, quer percebamos ou não.

Tony Robbins combinou sua análise do comportamento, desenvolvimento e motivação humanos e os vinculou à pesquisa em programação neurolinguística, terapia cognitiva, terapia Gestalt e outros estudos teóricos e práticos do "funcionamento" humano. Ele desenvolveu uma forma dinâmica de abordar as seis necessidades psicológicas humanas básicas, ou seis necessidades humanas.

Essas necessidades também se baseiam no trabalho da Hierarquia das Necessidades de Abraham Maslow (1954), o psicólogo que criou a pirâmide das necessidades humanas básicas bastante difundidas desde a década de 1950 até o momento. A busca pela satisfação das nossas necessidades geralmente ocorre de

forma inconsciente, influencia as nossas motivações mais profundas e determina as nossas prioridades de tomada de decisão em todas as áreas e ao longo da vida.

Abaixo, podemos relacionar estas necessidades para que fique mais transparente a linha de raciocínio do autor.

Tabela 1 – As 6 necessidades Humanas, segundo Anthony Robbins.

NECESSIDADES HUMANAS	
<b>Necessidade 1: Certeza</b>	Em todo caso, todos sabemos muito bem que é necessário. Finalmente, está associado à sobrevivência, estabilidade, segurança, calma, consistência e ordem. É importante satisfazer esta necessidade porque só assim podemos garantir a sobrevivência do nosso ADN. Cada um de nós precisa sentir um mínimo de estabilidade no mundo. Para satisfazer a nossa necessidade de certeza, conquistamos um lugar no mundo, descobrimos quem somos e como tratar uns aos outros. O aspecto difícil da certeza é aceitar que o mundo, nós e as pessoas que nos rodeiam estão a mudar e estão a mudar. mova-nos. É um apelo para sairmos da nossa “zona de conforto ou zona de estagnação”. Tudo ao nosso redor muda com o tempo, e a busca para atender a essa necessidade é contínua. Aceitar isso significa seguir em frente, mesmo tendo certeza de alguma coisa.
<b>Necessidade 2: Incerteza e variedade</b>	Também temos muita consciência dessa necessidade, sim ansiedade, mas não consideramos isso uma “necessidade”. A incerteza está associada ao desafio, à mudança, à variedade, à aventura, à surpresa e ao confronto com o desconhecido. Enfrentar a incerteza é uma forma de expandir nossas vidas. Isso porque geralmente são necessidades que surgem quando a primeira necessidade já está atendida, ou seja, quando se está seguro e estável em determinada área da vida. Esta necessidade deve ser satisfeita, porque ter sempre certeza de tudo limita o nosso crescimento e leva a uma vida monótona, demasiado rotineira e mundana. Um aspecto difícil da incerteza é o apego consciente ou inconsciente a experiências passadas, que pode criar medo do novo e impedir a exploração de novas possibilidades. Trabalhar as mudanças internas é uma boa forma de se adaptar e atender a essa necessidade sem causar traumas. Quando mudamos o nosso mundo interior, a nossa aparência exterior também muda ao mesmo tempo.
<b>Necessidade 3: Significância</b>	Necessidades relacionadas a reconhecimento, aprovação, originalidade e sentimento especial e honrado. Ao equilibrar as duas primeiras necessidades, esperamos ser aceitos. Satisfazer a nossa necessidade de significado permite-nos aceder ao nosso sentido de identidade e pertença. Não existimos isoladamente, mas fazemos parte de um todo, um grupo que desempenha um papel importante e especial. Quando esse desejo é satisfeito, ficamos mais confiantes em nós mesmos, principalmente quando o “eu” está relacionado conosco. O aspecto difícil do significado é a dependência emocional que surge das nossas inseguranças. Quando dependemos da aparência ou da aprovação dos outros para nos sentirmos completos. Outro desafio é equilibrar os elementos que dão sentido. Concentrar-se em apenas uma área pode criar um desequilíbrio quando essa área passa por um período de mudança. Por exemplo, a obra como única ou maior fonte de sentido. A autoconsciência é uma ótima estratégia para satisfazer sua necessidade de significado.
<b>Necessidade 4: Amor e Conexão</b>	Está associado à comunicação, intimidade, atenção, compartilhamento de sentimentos e emoções com outras pessoas e

	<p>ao ato de se relacionar, amar e sentir-se amado. Esse desejo permeia o amor entre os casais. Pertence ao nível mais íntimo - relacionamento com familiares, amigos, pessoas da mesma "tribo". Satisfazer as nossas necessidades de amor e ligação é muito importante para os seres vivos porque nos permite construir comunidades e desenvolver ligações profundas com aqueles que nos rodeiam, aumentando assim a nossa autoestima e sentido de reconhecimento. É a sensação de ser visto e valorizado pelos outros. O desafio de atender a essa necessidade é que leva tempo para desenvolver relacionamentos saudáveis. Esse tempo varia dependendo da nossa primeira experiência de relacionamento, ou seja, com a nossa família. Há um número crescente de pessoas introspectivas que tendem a evitar satisfazer essa necessidade, mas isso não significa que não precisem amar, ser amadas e se conectar com seus colegas. Quando se estabelecem relações saudáveis de amor e conexão, os resultados alcançados nos enchem de vida, segurança e confiança em nós mesmos, nos outros e em nosso caminho. Amar a si mesmo e conectar-se consigo mesmo é uma forma de fazer conexões externas e colher os benefícios dos relacionamentos que você pode construir.</p>
<p><b>Necessidade 5: Crescimento</b></p>	<p>Relaciona-se com a aprendizagem e o desenvolvimento nos domínios físico, emocional, intelectual e espiritual. Atender às necessidades de crescimento é sinônimo de desenvolvimento e expansão. Significa compreender que o crescimento é um processo de jornada e progresso, e ser capaz de buscar sem medo o progresso em diferentes áreas da vida. Um processo que nos leva à autoaceitação, a ver e aceitar as nossas perfeições e imperfeições, os nossos pontos fortes e fracos, as nossas inseguranças e vulnerabilidades. O aspecto difícil do crescimento é enfrentar suas limitações, abandonar crenças limitantes e acreditar na sua capacidade de evoluir. Algo que requer coragem e honestidade. A vontade de se desenvolver é a porta de entrada para o crescimento, mas além dessa vontade é preciso "tomar nas próprias mãos" e entrar no caminho do autoconhecimento. Portanto, a expansão é o resultado da repetição.</p>
<p><b>Necessidade 6: Contribuição</b></p>	<p>Está associado a ajudar, dar, cuidar, servir (estar ao lado dos outros para o benefício de todos) e fazer a diferença. Esse desejo é real e relacionado ao nosso propósito de vida porque ocorre naturalmente quando as outras cinco necessidades estão em equilíbrio. Satisfazer esta necessidade significa dar sentido à vida e dar aos seres a sensação de ajudar alguém ou alguma coisa. Trata-se de criar valor e praticar a gratidão. O desafio para satisfazer esta necessidade é saber como medir as formas de contribuição para evitar a sobrecarga política. Ao nos conectarmos com o sentido da vida, entendemos o valor de nossas contribuições, analisamos a ajuda que recebemos mesmo em momentos difíceis e, por fim, nossa gratidão pela própria história motiva outros a fazerem o mesmo.</p>

Fonte: Adaptado pelo autor (2024)

São necessidades interessantes que temos, não são? E, no entanto, de acordo com Tony Robbins, as quatro primeiras são as necessidades do nosso ego, elas moldam o nosso comportamento e a estrutura da sociedade e as duas últimas são as necessidades do nosso coração, ou seja, eles moldam nossa alma e nossa natureza.

Cada um de nós tem a sua própria forma de satisfazer estas necessidades, mas, quer admitamos ou não, estas necessidades são comuns a todos nós.

Se alguém conseguisse penetrar em seu cérebro no silêncio após tal pergunta, com que frequência apareceria a palavra “NÃO” e todos os seus sinônimos. Pense no quanto grande você realmente é. tiradas, as lições de vida que você aprendeu ao longo do caminho... Leva tempo, mas se você conseguir crescer, está tudo bem. Você faz parte de um grupo com mais pessoas do que imagina. Incluindo celebridades. Há também nomes como Albert Einstein, que não achou seu trabalho tão digno de nota, e Meryl Streep, que se perguntou por que as pessoas a veriam novamente no cinema. O nome dessa condição, que torna difícil para as pessoas reconhecerem que são boas em qualquer função que desempenham, é síndrome do impostor.

No meio de um dia de trabalho bem-sucedido, você se pergunta se simplesmente teve sorte de estar no lugar certo na hora certa. De repente, quanto maior o aumento, mais base há para estas ideias. É a chamada “ilusão de inferioridade”. Em outras palavras, é o hábito de pensar que você não vale nada. O que você está fazendo não vale tanto. Que todos fariam a mesma coisa. Isso simplifica e diminui suas próprias realizações. “Eu sou o pior naquilo que sou melhor”, Kurt Cobain cantou certa vez com o Nirvana. Aliás, quantas pessoas você conhece que tentam chamar a atenção porque têm coisas negativas sobre si mesmas? Dica de ouro: não seja essa pessoa. É tarde e não vai te levar a lugar nenhum!

Uma das principais causas da síndrome do impostor é a imagem distorcida que temos de nós mesmos e o pensamento de que os outros são sempre melhores. Esta é uma história sobre como comparar seus bastidores com o de seu colega ao seu lado. Não perca seu tempo. Sua conta não será encerrada. Só nós conhecemos nossas deficiências. E nesta comparação, acreditamos que não existe ninguém igual. E definitivamente não são as pessoas mais bem-sucedidas da nossa vida... aquelas que destacamos, sabe? A boa notícia é que eles também têm momentos de ansiedade. Isso é normal. Significa estar vivo.

Ainda falando da síndrome do impostor, do hábito de achar que não merece, que foi coincidência ou sorte, ou que outra pessoa faria a mesma coisa. Felizmente, nós entendemos. Temos o direito de chegar aonde estamos, todos vivenciam momentos de ansiedade e tudo ficará bem! Espere um minuto... Antes de dizer "Tudo bem", falta

apenas mais um detalhe. Você já ouviu falar dos sabotadores que se escondem dentro de nós. Eles são os melhores “amigos” dos nossos enganadores e os inimigos do nosso bem-estar. Como? Os pensamentos negativos que influenciam nossas ações nos paralisam e nos levam à autodestruição em todas as situações.

Segundo Shirzad Chamin (2012) autor de Inteligência Positiva, existem 10 sabotadores internos.

Agora, geralmente, ao abordarmos nossos agentes locais de inovação – ALI’s em relação as suas habilidades, obtermos silêncio absoluto ou um titubear. Até que alcance uma insegura resposta pronta.

Para tanto, temos que alinhar empoderamento pessoal, iniciativa e mercado de oportunidades, dentro deste tripé, encaixamos o programa Brasil Mais que oferece às micro, pequenas e médias empresas soluções para melhorar a gestão, inovar processos e reduzir desperdícios através de dois eixos de atuação: Melhores Práticas Produtivas e Melhores Práticas Gerenciais.

Através de diagnóstico de inovação que é o primeiro passo para que as empresas conheçam suas potencialidades em relação a melhores práticas gerenciais e mercado em que está inserida. Depois dessa etapa e de formalizar a participação da empresa no Brasil Mais, um Agente Local de Inovação – ALI, do Sebrae, entrará em contato para a devolutiva do autodiagnostico.

Ao receber a visita do ALI, a empresa recebe ferramentas e orientações com foco na mensuração de indicadores, inovação de processo, inovação de produtos/serviços, práticas sustentáveis e digitalização com foco na redução de custos e na sua relação com o mercado, para o aumento do faturamento.

A inovação é hoje considerada uma ferramenta adequada para alcançar a sustentabilidade. Porque o uso irrestrito dos recursos naturais continua e as sociedades buscam solucionar esses problemas por meio de sistemas inovadores que visam controlar o consumo e melhorar a qualidade de vida da população (Adams *et al.*, 2016). A procura da sustentabilidade é sustentada pelo fato de esta ter potencial para reduzir custos em algumas áreas das empresas, melhorar a competitividade e provocar mudanças no mercado. Segundo Pereira *et al.*, (2011), a competição entre empresas faz com que os gestores se esforcem para melhorar a qualidade de seus produtos e serviços, tanto no processo de transformação quanto na entrega perfeita

aos clientes. Portanto, pode-se observar que incentivos a práticas sustentáveis e diferenciadas podem ter aspectos benéficos para todas as partes. Ter uma vantagem competitiva que conduza ao crescimento é um desafio constante para as PME (microempresas), com muitas empresas a investir em materiais, marketing e manutenção para garantir a estabilidade empresarial a longo prazo. Segundo Virgínio (2023), um dos aspectos que poderia ser abordado é o respeito ao meio ambiente, o que poderia trazer mudanças e levar ao aumento da lucratividade e da competitividade.

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Neste item, serão descritos os procedimentos metodológicos utilizados no desenvolvimento deste trabalho, composto por sujeitos da pesquisa, método de abordagem, classificação da pesquisa, instrumentos de coleta dos dados, métodos no tratamento dos dados e análise.

Os dados utilizados foram coletados através de participação, como avaliador, na classificação de artigos e estudos de caso para o evento 2º Congresso de Inovação da Escola de Negócios SEBRAE 2024, também como orientador N6 – produtividade Sebrae PB e, finalmente pesquisa, via Google Forms, aos agentes locais de inovação pertencentes a ALI PRODUTIVIDADE PB.

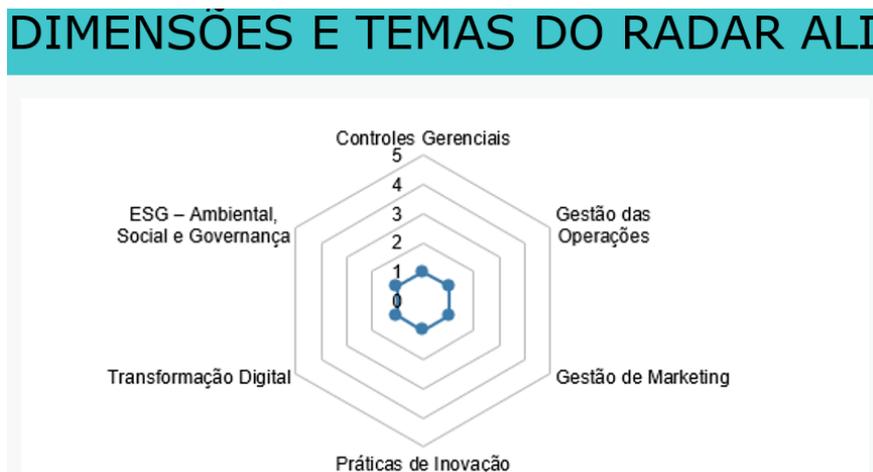
O presente artigo aborda exclusivamente o empoderamento, propósito e engajamento dos ALI's e a pesquisa de natureza aplicada está embasada através de uma abordagem qualitativa. Para usar adequadamente a abordagem qualitativa, o pesquisador precisa aprender a observar, analisar e registrar as interações entre as pessoas e entre as pessoas e o sistema (Freitas; Jabbour, 2011; Prodanov; Freitas, 2013).

E é precisamente a procura de explicar a realidade em termos da utilização dos recursos humanos em harmonia com as atividades prestadas. Não importa quais problemas a empresa possa enfrentar, ela assume responsabilidade e se esforça para melhorar o meio ambiente e a sociedade, juntamente com as recomendações dos ALI's

### **4 APRESENTAÇÃO, ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS**

Ao ser capacitado a conhecer e analisar as dimensões do Radar ALI, o agente local de inovação foi a campo e inicia a sua aplicação, analisando as perguntas e respostas referentes à todas as dimensões, onde os empresários e/ou representantes por cada empresa por meio de conversa respondem de forma livre as perguntas, que são transcritas para o radar da inovação, observadas as devolutivas onde destacam as fragilidades e são aplicadas ferramentas de acordo com a área ou áreas detectadas, alinhando assim aos objetivos macros do programa Brasil Mais, que é levar assessoria e consultoria e, assim, gerando desenvolvimento às empresas que aderem ao programa.

Figura 1: Dimensões e temas do radar da inovação



Fonte: SEBRAE - Guia ALI (2023)

A coleta de dados empresariais forma a base de estatísticas do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae e, ao produzirem artigos e estudos de caso, os ALI's geram material de cunho científico que, após serem avaliados por profissionais do Sebrae, poderão compor revistas e cadernos especializados e direcionados as áreas conforme figura abaixo:

Figura 2: Áreas de atuação Agentes Locais de Inovação – SEBRAE.



Fonte: SEBRAE - Guia ALI (2023)

Ao seu inserido na possibilidade de ter seu trabalho reconhecido o ALI começa a ter propósito maior, além de benefícios monetários, pois pode incrementar seu currículo de mais de uma forma, inclusive, tendo sua produção selecionada para 2º Congresso de Inovação da Escola de Negócios SEBRAE 2024 publicada, onde, de acordo com cada unidade estadual do Sebrae, fica definido presença física custeada ou presença virtual.

Figura 3 – Chamada para o evento Congresso de Inovação e negócios.



Fonte: Agência Sebrae (2024)

Como pode ser observado, a relevância dada ao evento tem significativo impacto aos olhos dos ALI's, isto significa, na prática, o reconhecimento maior de sua atuação, tanto a campo, quanto na academia, estar no evento gera visibilidade profissional e uma satisfação de dever cumprido com toques de requinte.

Como pode ser percebido abaixo, a programação é planejada com carinho e percepção de grandiosidade da socialização das informações geradas.

Figura 4 – Programação do Evento – Congresso de Inovação e negócios.

Programação do Evento		23/04/2024	
Programação		● 09:00 - 13:00	23/04 - MANHÃ - PARTICIPAÇÃO PRESENCIAL Mesa-redonda
22/04/2024		● 09:00 - 20:30	23/04 - ONLINE DIA COMPLETO - PARTICIPAÇÃO REMOTA Mesa-redonda
● 09:00 - 13:00	22/04 - MANHÃ - PARTICIPAÇÃO PRESENCIAL Palestra	● 14:30 - 17:30	23/04 - TARDE - PARTICIPAÇÃO PRESENCIAL Mesa-redonda
● 09:00 - 20:30	22/04 - ONLINE DIA COMPLETO - PARTICIPAÇÃO REMOTA Palestra	● 19:00 - 20:30	23/04 - NOITE - PARTICIPAÇÃO PRESENCIAL Mesa-redonda
● 14:30 - 17:30	22/04 - TARDE - PARTICIPAÇÃO PRESENCIAL Palestra	● 19:00 - 20:30	ALUNOS FATEC SEBRAE E FAC. SEBRAE   23/04 - NOITE - PRESENCIAL Mesa-redonda
● 18:30 - 20:30	22/04 - NOITE - PARTICIPAÇÃO PRESENCIAL Palestra	24/04/2024	
● 18:30 - 20:30	ALUNOS FATEC SEBRAE E FAC. SEBRAE   22/04 - NOITE - PRESENCIAL Palestra	● 09:00 - 13:30	24/04 - ONLINE MANHÃ - PARTICIPAÇÃO REMOTA Mesa-redonda

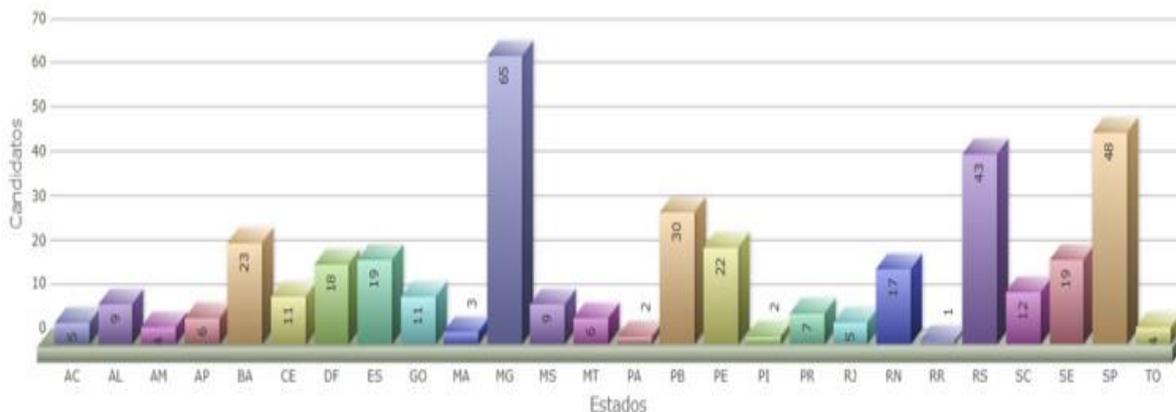
Fonte: Sebrae (2024)

O estado da Paraíba estava presente à campo dentro de quatro áreas sendo, Educação Empreendedora, Produtividade, Rural e Transformação Digital.

Neste cenário, numa parceria entre coordenação estadual de cada área e seus orientadores N6, ou seja, professores doutores/mestres em suas respectivas áreas, norteando as transcrições das ações de campo para artigos e estudos de caso, de uma forma a potencializar cada agente local de inovação, sem interferir na produção de produção, dando autonomia a criatividade e geração de propósito ao trabalho exercido.

Como resultado nacional o evento captou quase 350 artigos das diversas áreas, como pode ser visto no gráfico abaixo, destacando que o referido artigo está direcionado ao estado da Paraíba, portanto, deste número macro, 30 artigos são oriundos da Paraíba:

Gráfico 1: Artigos submetidos por Estado



Fonte: Comissão organizadora Sebrae (2024)

Dentre os trinta artigos submetidos pelo estado da Paraíba, quinze foram produzidos pelos ALI's Produtividade e, no critério duplo cego, já citado anteriormente, foi obtida a aprovação de cinco destes para fazerem parte dos cadernos de inovação, inclusive, podemos mostrar a grandiosidade das ações com alguns números apresentados como resultado do lançamento dos Cadernos de Inovação:

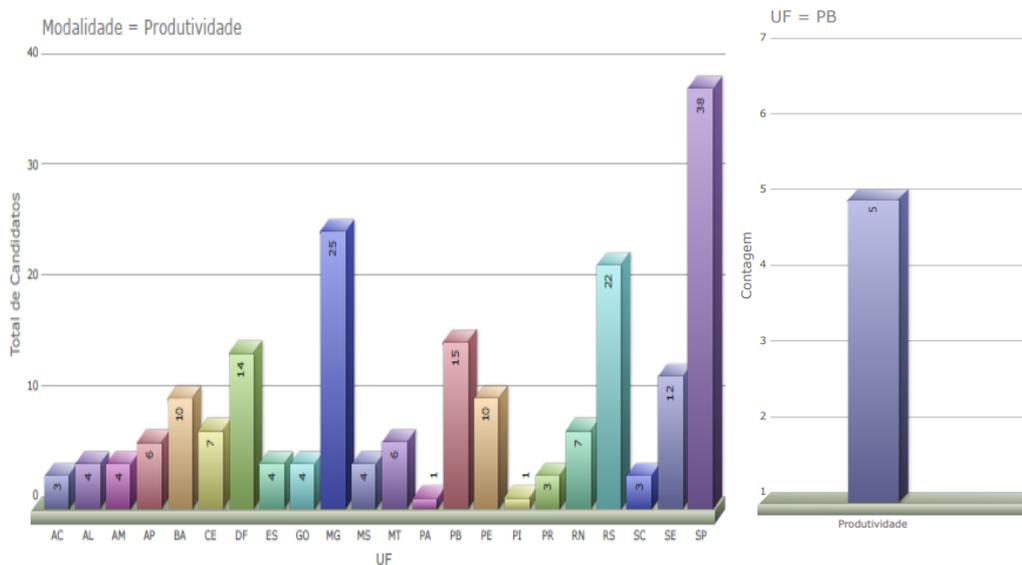
- 2º Congresso Nacional de Inovação/ ALI Academy, sobretudo com a participação dos nossos Agentes Locais de Inovação, que apresentaram 176 produções bibliográficas, entre artigos e estudos de caso.

- Ao longo dos três dias de evento, foram mais de 900 participantes presenciais dos 27 estados do Brasil, incluindo o Distrito Federal, e um acúmulo de 3 mil views pelo Youtube do Sebrae Nacional e Sebrae São Paulo.

- No intuito de evidenciar a qualidade das pesquisas produzidas nas modalidades do nosso programa ALI, foram os Cadernos Nacionais de Inovação, uma publicação científica que objetiva trazer para o conjunto da sociedade dados, análises e cenários sobre o empreendedorismo brasileiro.

- Os cadernos podem ser acessados pelo link <https://alisebrae.im2.tec.br/>

Gráfico 2: Artigos selecionados pela modalidade PRODUTIVIDADE x Estado



Fonte: Comissão organizadora Sebrae (2024)

O estado da Paraíba sendo evidenciado pela qualidade de suas produções no cenário nacional demonstra o empenho de cada agente local de inovação e, obviamente, este artigo não poderia deixar de apresentar um questionário dissertativo aplicado aos agentes locais de inovação da modalidade Produtividade PB para coletar, de forma aberta, a percepção da entre suas expectativas e realizações e, evidenciando suas habilidades reconhecidas e/ou evidenciadas enquanto ALI's produtividade PB.

Oferecer um ambiente de trabalho saudável e seguro para seus funcionários,

Tabela 2 – Questionário aplicados as agentes locais de inovação, modalidade Produtividade PB.

Qual foi seu propósito ao se inscrever no ALI - Agente local de inovação - Produtividade PB?	Quais habilidades se destacam em você?	qual foi sua expectativa, na produção de artigos e estudos de caso, em relação ao 2º Congresso de Inovação da Escola de Negócios Sebrae 2024?
<b>Aprimorar minhas habilidades profissionais.</b>	Comunicação, organização, planejamento	Contribuir para o arcabouço científico de empreendedorismo e inovação
<b>Ao me inscrever no ALI - Agente Local de Inovação - Produtividade PB, meu propósito era estabelecer uma parceria com micro e pequenos empresários,</b>	Minhas habilidades incluem resiliência, capacidade de atingir metas, bem como uma abordagem crítica e	Minha experiência na produção de artigos e estudos de caso foi incrivelmente enriquecedora. Como profissional com

<p>com a finalidade específica de aprimorar a eficiência e a eficácia de suas operações gerenciais. Meu enfoque estava em proporcionar um suporte personalizado e adaptado às necessidades individuais de cada empreendimento, identificando oportunidades de otimização e implementando estratégias inovadoras para promover crescimento nas empresas. Além disso, meu objetivo era fomentar uma cultura organizacional voltada para a excelência e a inovação, capacitando os empresários a enfrentar os desafios do mercado atual com confiança e competência.</p>	<p>analítica diante dos desafios. Durante minha participação no programa ALI Produtividade, essas habilidades foram refinadas e ampliadas. Especificamente, destaco a evolução significativa na minha habilidade de comunicação. Através do programa, aprendi a articular minhas ideias de forma mais clara e expressiva, adaptando minha comunicação conforme as necessidades do público e das situações.</p>	<p>formação de mestrado e um interesse genuíno na academia, essa oportunidade se revelou particularmente gratificante. Poder mergulhar na realidade das empresas atendidas pelo programa e traduzir suas experiências em narrativas significativas foi extremamente valioso. Não apenas fortaleceu minha compreensão prática dos conceitos acadêmicos, mas também me permitiu contribuir de forma tangível para o conhecimento em minha área de atuação. Essa experiência reforçou minha convicção de que a interseção entre a prática empresarial e a pesquisa acadêmica é um campo fértil para inovação e aprendizado contínuo</p>
<p>Oportunidade de atuação no mercado e possibilidade de vivência em uma nova área, de forma que eu também pudesse contribuir para o bom desempenho das empresas, por meio do meu conhecimento acadêmico e de mundo, aprimorado por meio de treinamento.</p>	<p>Capacidade de organização, persuasão.</p>	<p>Possibilidade de oferecer um material útil, tendo em vista as principais dificuldades que pude observar nas empresas no período analisado, e que isso pudesse ser levado a outras localidades.</p>
<p>Contribuir com a exposição de conhecimento a respeito da realidade dos pequenos negócios da minha cidade.</p>	<p>Planejamento e organização.</p>	<p>Eu produzi com a expectativa de publicação na revista</p>
<p>Ser ponte entre empresas e a inovação</p>	<p>Comunicação, proatividade, oralidade, bom humor.</p>	<p>Transcrever a experiência bem-sucedida em campo.</p>
<p>Remuneração e experiência.</p>	<p>Criatividade, praticidade, uso de ferramentas</p>	<p>Esperava a publicação integral de todos os artigos enviados.</p>
<p>Novas experiências profissionais.</p>	<p>Proatividade, responsabilidade.</p>	<p>Ser reconhecida profissionalmente pelo trabalho realizado.</p>
<p>Aumentar minha network e desenvolver as empresas da minha cidade.</p>	<p>Gestão de pessoas e marketing</p>	<p>Demonstrar o potencial das empresas que atendi.</p>
<p>Adquirir experiência no trabalho de consultoria.</p>	<p>Espírito de liderança, profissionalismo, persuasão, proatividade e resiliência.</p>	<p>Eu esperava um melhor acompanhamento durante a orientação do artigo e estudo de caso, mais ativo e mais propositivo. Em relação à expectativa quanto ao</p>

		congresso, eu me senti um pouco frustrada pela avaliação, pois achei que meu avaliador não era da área do tema do meu artigo e, sendo assim, não entendeu a metodologia utilizada, o que afetou a avaliação do trabalho.
<b>Possibilidade de crescimento na carreira</b>	Determinação, foco.	Poder contribuir no estudo dos dados obtidos.
<b>Uma oportunidade para crescer profissionalmente e aumentar meu conhecimento sobre empreendedorismo e inovação.</b>	Liderança, comunicação, planejamento estratégico e resolução de problemas.	Ter o artigo aceito para o congresso, divulgando o conteúdo para a comunidade empreendedora e auxiliando na propagação de conhecimento.
<b>Aperfeiçoamento científico.</b>	Perseverança, resiliência e otimismo.	Apesar da expectativa ser para seleção, não contava com tal feito. Uma experiência pessoal, profissional e científica, inexplicável.
<b>Obter um aprendizado em uma área que me fascinação e, ao mesmo tempo, possuir uma renda fixa.</b>	Facilidade em pensar em soluções para problemas, diálogo.	A expectativa foi muito boa, a orientação foi excelente e motivou para uma melhor escrita.
<b>Auxiliar o crescimento das pequenas e microempresas.</b>	Gestão de tempo, resolução de conflitos e comunicação	A experiência foi de grande valia e aprovação foi uma realização.

Fonte: O Autor (2024)

Neste tópico 2.3 Apresentação, Análise e Discussão dos Resultados fica demonstrado o comprometimento de todos os envolvidos indiretamente e diretamente nos resultados colhidos, desta forma, as imagens abaixo servem para retratar, como simbologia, todos que, com perseverança e propósito, construíram estes resultados demonstrando que qualquer pessoa que se qualifique, pode sim, almejar e alcançar seus objetivos e colher suas conquistas.

Imagem 1 – Participação 2º. Congresso de Inovação - ALI's produtividade PB.



Fonte: O Autor (2024)

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo teve como objetivo analisar o impacto do comportamento de pertencimento, ou seja, o propósito maior em ser Agente Local de Inovação, porque assumir a responsabilidade de levar consultoria, ferramentas e acompanhamento ao cenário empresarial paraibano, suas habilidades e potencialidades, bem como as dificuldades enfrentadas nas ações de campo, de captação, convencimento e produção de dados, artigos e estudos de caso voltados a temática das áreas das dimensões do Radar na modalidade produtividade no estado da Paraíba. Neste sentido, entende-se que o objetivo foi atingido de forma satisfatória e abrirá a mente de inúmeros envolvidos no processo de captação de valores humanos, tanto de campo, como os agentes locais de inovação N4 v como os orientadores N6, atingindo também a ampliação de horizontes da coordenação estadual do Sebrae PB.

Entre todas as informações dispostas neste artigo encontramos um planejamento de coleta, diagnóstico, devolutivas, produção de material empresarial e científico, evidenciado o potencial descrito na tabela de necessidades humanas em relação ao propósito descrito na tabela direcionada aos ALI's produtividade PB, traçando uma linha de percepção de objetivos alcançados.

Entende-se que os envolvidos puderam entender, durante as ações, ou pós elas, que a autonomia da gestão de tempo aliada a performance de cada integrante deste "combo" demonstra, de forma clara, o enriquecimento profissional de cada atuante do cenário descrito.

Contudo, percebe-se também como contribuição desta pesquisa os resultados do trabalho, os quais poderão ser utilizados como hipóteses para o desenvolvimento de novas observações e aplicações que se têm acerca da inovação no cenário de percepção humana e sua contribuição ao cenário empresarial brasileiro, neste caso, com origem no estado da Paraíba, onde talentos escreveram sua história na trajetória empresarial paraibana.

## REFERÊNCIAS

GOLEMAN, D. **Inteligência Emocional**: a teoria revolucionária que define o que é ser inteligente. 2ª edição – Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.

CHAMINE, S. **Inteligência Positiva**: por que só 20% das equipes e dos indivíduos alcançam seu verdadeiro potencial e como você pode alcançar o seu. – 1ª edição – Rio de Janeiro: Objetiva, 2013.

CHIAVENATO, I. **Gerenciando com as Pessoas**: Transformando o Executivo em um Excelente Gestor de Pessoas, 5ª edição. São Paulo: Manole, 2015.

COSTA, R. A. T.; FURTADO, C. B. R. A.; REIS, V. N.; DE MELO, S. H. V. O uso da inteligência competitiva para gestão e melhoria do desempenho de micro e pequenas empresas: algumas observações introdutórias. **Revista de Administração Geral**, Amapá, v. 1, n. 1, p. 110-129, 2015. Disponível em: <https://silo.tips/download/o-uso-da-inteligenciacompetitiva-para-gestao-e-melhoria-do-desempenho-de-micro>. Acesso em: 01 jun. 2023.

CNTL - Centro Nacional de Tecnologias Limpas. **Implementação de Programas de Produção mais limpa**. Porto Alegre, SENAI-RS/ UNIDO/INEP, 2003. 42 p. il. Disponível em: [https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/140/o/Mecanismos\\_de\\_Desenvolvimento\\_Sustentavel.pdf](https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/140/o/Mecanismos_de_Desenvolvimento_Sustentavel.pdf)

KOTLER, P. **Marketing para o século XXI**: como criar, conquistar e dominar mercados. Alta Books, 2021

KORHONEN, J.; HONKASALO, A.; SEPPALA, J. Circular economy: the concept and its limitations. **Ecological Economics**, v. 143, p. 37-46, 2018.

FONTGALLAND, I. L. **Economia circular e consumo sustentável** [livro eletrônico]. Isabel Lausanne Fontgalland. Campina Grande: Editora Amplla, 2022.

PEREIRA, L. C. F. **O design para a Economia Circular**, repensando a forma como fazemos as coisas. Brasília. 2020. 153 f. Dissertação (Mestrado- Metrado em Desing). Programa de Pós-Graduação em Desing, Universidade de Brasília (UnB), Brasília, DF. 2020.

PORTER, M. E.; VAN DER LINDE, C. Green and competitive: Ending the stalemate. Sustainable Business Practices. **Harvard Business Review**, v. 73, n. 5, 1995. Disponível em: <https://hbr.org/1995/09/green-and-competitive-ending-the-stalemate>. Acesso em: 15 junho. 2023.

SEBRAE (2023). **O engajamento dos pequenos negócios brasileiros as práticas ESG**. Centro SEBRAE de Sustentabilidade.

VEIGA, I.P.A. Perspectivas para reflexão em torno do projeto político-pedagógico. In.: VEIGA, I.P.A.; RESENDE, L.M.G (ORGs). **Escola: espaço do projeto político-pedagógico**. 8.ed. Campinas, Papyrus, 2005.

WEETMAN, C. **Economia Circular**: conceitos e estratégias para fazer negócios de forma mais inteligente, sustentável e lucrativa. 1 ed. São Paulo: Autêntica Business. 2019.