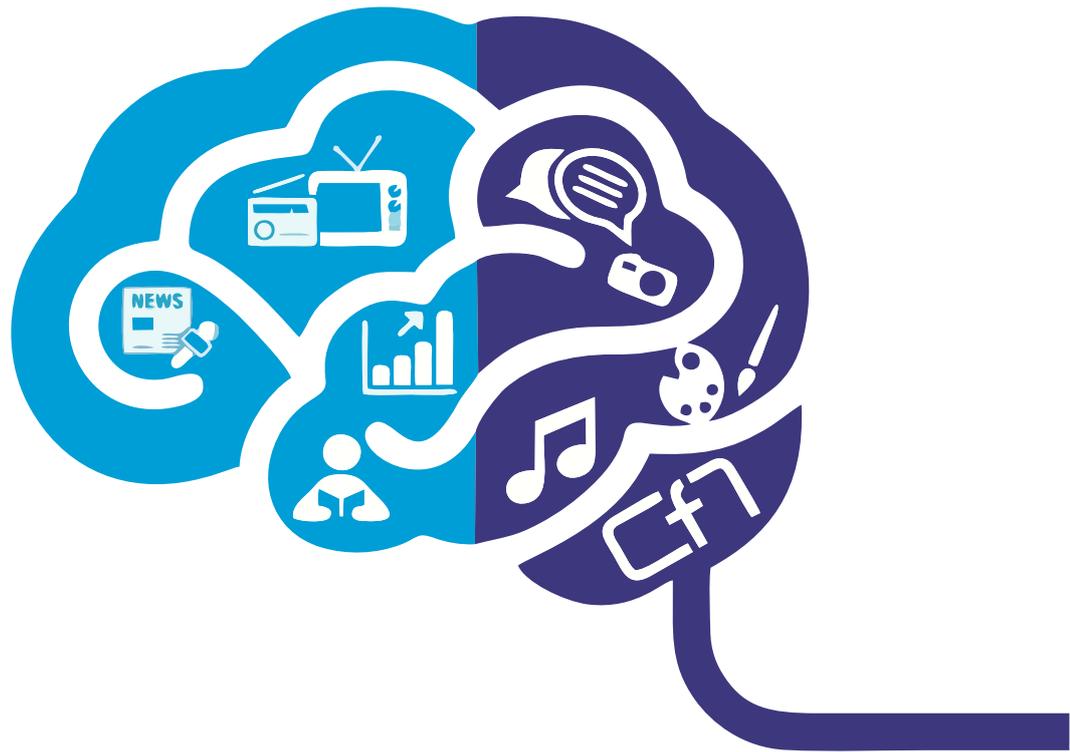
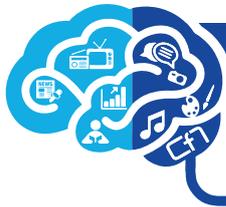


SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA



“O conhecimento a serviço da Sociedade”

FACULDADE CANÇÃO NOVA
Cachoeira Paulista - SP
2016



SIC

SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

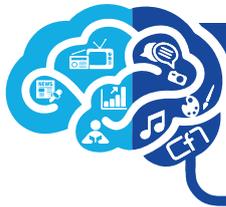
I e II Simpósio de Iniciação Científica

ANAIS

EDITORES

Prof. Me. Denis Duarte
Prof. Dr. Henrique Alckmin Prudente
Prof^a. Dr^a. Karla Alves Magalhães de Oliveira
Prof. Me. Marcos Jolbert Cáceres Azambuja

Cachoeira Paulista - SP
2016



Este arquivo pode ser acessado no endereço:

www.fcn.edu.br

Diagramação, Digitação e Montagem:

Prof. Me. Marcos Jolbert Cáceres Azambuja

**Ficha catalográfica preparada pela Biblioteca
da Faculdade Canção Nova**

F143g Faculdade Canção Nova

Simpósio de Iniciação Científica / Faculdade Canção Nova. Denis Duarte, Henrique Alckimin Prudente, Karla Alves Magalhães de Oliveira, Marcos Jolbert Cáceres Azambuja (Editores). Cachoeira Paulista: Faculdade Canção Nova, 2016.

121 f.

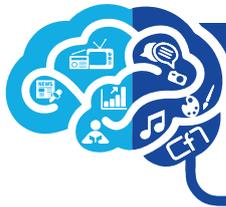
Inclui bibliografia.

ISBN 978-85-69473-00-8

1. Monografia. 2. Trabalho acadêmico. 3. Guia. 4. Normas. I. Duarte, Denis. II. Prudente, Henrique Alckmin. III. Oliveira, Karla Alves Magalhães de. IV. Rosso, Leila Urioste. V. Rampazzo, Lino. VI. Marcelo, João Rangel. VII. Rangel, Ioná Marina Moreira Piva. VIII. Reis. Joice de Araújo. IX. Azambuja, Marcos Jolbert Cáceres. X. Melo, Juliana Albuquerque Freire. XI. Título.

CDU – 001.891

**O conteúdo dos resumos contidos nesta publicação é de inteira
responsabilidade dos respectivos autores.**



SIC

SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

I e II Simpósio de Iniciação Científica

COMISSÃO ORGANIZADORA

Professores:

Prof. Me. Denis Duarte
Prof. Dr. Henrique Alckmin Prudente
Prof^a. Dr^a. Karla Alves Magalhães de Oliveira
Prof^a. Me. Ioná Marina Moreira Piva Rangel
Prof. Dr. João Rangel Marcelo
Prof^a. Dr^a. Leila Urioste Rosso
Prof. Dr. Lino Rampazzo

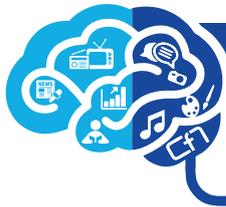
Comissão de Apoio:

Colaboradores

Andrezza de Meira Aguiar
Geraldo Vandrê Amara dos Santos
Giovani Martins da Silva
Dilza Melo Paiva
Maria Monique Dantas
Liliana Paula

Acadêmicos

Douglas Mendes Barbosa
Sheila Hummel
Camila Carvalho Duarte
Arianne Peixoto Freitas



SIC

SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

I e II Simpósio de Iniciação Científica

COMISSÃO DE AVALIAÇÃO DOS TRABALHOS

I SIC

Curso de Administração:

Prof^a. Dr^a. Leila Urioste Rosso

Prof. Esp. André Alves Prado

Prof^a. Me. Elisa Maria Antunes Soares Lopes

Prof. Me. Élcio Henrique dos Santos

Prof. Me. Rodrigo Souza Sardinha

Curso de Filosofia:

Prof. Dr. Lino Rampazzo

Prof. Dr. Paulo César da Silva

Prof. Me. Marco Antônio Papp

Curso de Jornalismo:

Prof. Dr. João Rangel Marcelo

Prof^a. Me. Maria Elisabete Rabello

Prof^a. Me. Joice de Araújo Reis

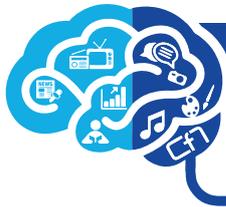
Curso de Rádio e TV:

Prof^a. Me. Ioná Marina Moreira Piva Rangel

Prof^a. Me. Tatiane Eulália Mendes de Carvalho

Prof^a. Me. Marina Gabriela Agustoni

Prof^a. Me. Adriana Ferreira da Silva



SIC

SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

I e II Simpósio de Iniciação Científica

COMISSÃO DE AVALIAÇÃO DOS TRABALHOS

II SIC

Curso de Administração:

Prof^a. Dr^a. Leila Urioste Rosso
Prof. Esp. André Alves Prado
Prof. Me. Rodrigo Souza Sardinha
Prof. Dr. Henrique Alckmin Prudente
Prof. Me. Denis Duarte

Curso de Filosofia:

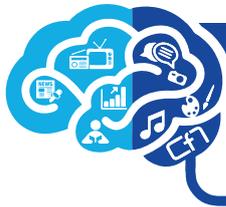
Prof. Dr. Lino Rampazzo
Prof. Dr. Paulo César da Silva
Prof. Me. Marco Antônio Papp
Prof. Me. Marcius Tadeu Maciel Nahur
Prof^a. Me. Patrícia Adriana Corrêa Ferreira

Curso de Jornalismo:

Prof. Dr. João Rangel Marcelo
Prof^a. Me. Maria Elisabete Rabello
Prof^a. Me. Joice de Araújo Reis

Curso de Rádio e TV:

Prof^a. Me. Tatiane Eulália Mendes de Carvalho
Prof^a. Me. Adriana Ferreira da Silva
Prof. Me. Thiago Vasquez Molina



PREFÁCIO

SIC - O Conhecimento a serviço da Sociedade

O Simpósio de Iniciação Científica (SIC) é uma iniciativa da Faculdade Canção Nova e tem como objetivo geral divulgar os resultados de todos os trabalhos desenvolvidos até o presente momento pelos alunos de graduação dos cursos de licenciatura e bacharelado da FCN, dando visibilidade e valor aos mesmos.

A Faculdade Canção Nova inicialmente não adere diretamente a Iniciação Científica e Pesquisa, mas considerando a importância de procedimentos para qualidade do ensino em tal aspecto, proporciona a iniciação à Produção Científica como reforço para ações de ensino e extensão. Além disso, acredita-se que a contribuição científica agrega à Faculdade um grande valor social e institucional.

Diante disso, é necessário estimular os jovens a se tornarem profissionais da ciência e da tecnologia, para avançarmos no conhecimento existente. A Iniciação Científica é o primeiro passo na carreira de um cientista, de um professor ou de um pesquisador.

Nesta etapa da prática universitária, o estudante-pesquisador exerce os primeiros momentos da pesquisa acadêmica, como a escrita acadêmica, a apresentação de resultados em eventos, a sistematização de ideias, a sistematização de referenciais teóricos, a síntese de observações ou experiências, a elaboração de relatórios e demais atividades envolvendo o ofício de pesquisador.

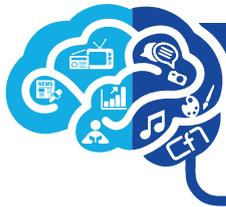
A FCN acredita que iniciativas como essa representam um estímulo ao engajamento dos alunos, capacitando-os para ingressarem em programas de pós-graduação e contribuindo para a formação de profissionais cada vez mais qualificados. Este *Anais* contribui para a divulgação e popularização do conhecimento, além de ser um incentivo aos alunos e professores que poderão agregar tais publicações aos seus currículos.

Prof^a. Dr^a. Karla Alves Magalhães de Oliveira

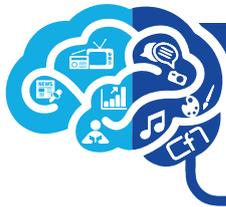


Sumário

I SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA	15
ÍNDICE	17
ADMINISTRAÇÃO	23
FILOSOFIA	95
JORNALISMO	105
RÁDIO E TELEVISÃO	115
TRABALHOS PREMIADOS	136
II SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA	140
ÍNDICE	142
ADMINISTRAÇÃO	146
FILOSOFIA	192
JORNALISMO	207
RÁDIO E TELEVISÃO	212
TRABALHOS PREMIADOS	220



I SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA



ÍNDICE

ADMINISTRAÇÃO

A UTILIZAÇÃO DA FERRAMENTA PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE EM UM APLICATIVO EMPRESARIAL

Abel de Lima Daniel, Flaviana Teixeira Gomes, Karla Verônica Alves Santos Daniel, Maria Lanuza de Souza Caldas

Orientador: André Alves Prado

ADI HUB COWORKING

Alessandra Miranda Araújo Vieira Carvalho, Alessandro Ribeiro dos Santos, Aline Miranda Araújo Bernardes, Daniele Aparecida da Silva Rodrigues, Indiniara Manso do Prado

Orientador: André Alves Prado

DESENVOLVIMENTO DE UM APLICATIVO PARA DIVULGAR INFORMAÇÕES DE HOSPEDAGEM E ALIMENTAÇÃO AOS ROMEIROS NA CIDADE DE APARECIDA-SP

Aline Maria Chamarelli Roque, Bruna Hummel Bueno Quintanilha, Paulo José Areco da Silva, Samuel Batista Matos de Souza

Orientador: Fábio Antonio Ferreira

RECICLART: Um Projeto Visando a Educação e a Sustentabilidade

Altamires Félix Capucho, Amanda Capucho dos Santos, Cyntia Renata da Silva, Rafaela Castilho dos Santos

Orientador: André Alves Prado

A SEXUALIDADE NA ADOLESCÊNCIA COMO FOCO PARA A ELABORAÇÃO DE PROJETOS SOCIAIS

Arianne Peixoto Oliveira Freitas, Camila Carvalho Duarte

Orientadora: Elisa Soares

A RELEVÂNCIA DA NÃO UTILIZAÇÃO DO PAPEL EM GRANDES EVENTOS: CARBONO ZERO NA JORNADA MUNDIAL DA JUVENTUDE

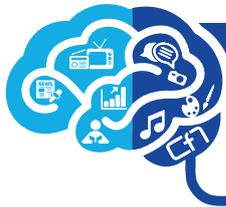
Arianne Peixoto Oliveira Freitas, Camila Carvalho Duarte, Catarine dos Santos Muniz, Gustavo Henrique Borges, Jhon Gleykson Ferraz de Barros

Orientador: Denis Duarte

ESTRESSE E DESEMPENHO DOS DOCENTES DE VÁRIAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR: UM ESTUDO DE CASO

Camila Carvalho Duarte

Orientadora: Leila Rosso



PROJETO PEDAGÓGICO PARA INSTITUIÇÃO CONFSSIONAL SUPERIOR: A METODOLOGIA DE PROJETOS SOCIAIS

Camila Carvalho Duarte

Orientador: Denis Duarte

PLANO DE AÇÃO PARA UM HOTEL EM CACHOEIRA PAULISTA-SP

Carlos Alberto Mendes, Josilene da Silva Pinto, Pedro de Souza Paula

Orientador: Marcílio Farias da Silva

O CIRCUITO RELIGIOSO MICROREGIÃO DO VALE DO PARAIBA: O CRESCIMENTO DA INFORMALIDADE E A QUALIDADE DE ATENDIMENTO AO PEREGRINO

Carlos Hendrigo Rodrigues Pereira, Diego da Mota Rodrigues, Talles Taynan de Carvalho Barbosa, Leticia Aparecida de Oliveira Araújo

Orientador: Marcílio Farias da Silva

A IMPORTÂNCIA DA GESTÃO DE SERVIÇOS NO RAMO HOTELEIRO EM UMA PEQUENA CIDADE DO VALE DO PARAÍBA PAULISTA

Cláudia Cristina Antunes da Costa Siqueira

Orientador: Élcio Henrique dos Santos

TECNOLOGIA SOCIAL: SOLUÇÃO PARA OS MENOS FAVORECIDOS

Denise Aparecida da Veiga Silva

Orientadora: Benedita Hirene de França Heringer

A INSERÇÃO DA MULHER NO MERCADO DE TRABALHO: CONQUISTAS E DESAFIOS

Eliane Rodrigues de Almeida Pontes

Orientadora: Leila Urioste Rosso Pires

A IMPORTÂNCIA DO EMPREENDEDORISMO PARA MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO VALE DO PARAÍBA

Eliane Veiga Lopes Paiva

Orientador: Rodrigo de Souza Sardinha

A IMPORTÂNCIA DE UM PLANO DE NEGÓCIO COMO FERRAMENTA NORTEADORA PARA AS ORGANIZAÇÕES

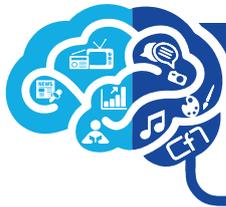
Fábio Gonçalves Vieira

Orientador: André Alves Prado

O PROCESSO DE MUDANÇA ORGANIZACIONAL COMO INSTRUMENTO DE EFICÁCIA NAS ORGANIZAÇÕES DO SÉCULO XXI

Flaviana Teixeira Gomes

Orientador: André Alves Prado



QUALIDADE DE VIDA COMO FERRAMENTA DE PRODUTIVIDADE: UM ESTUDO DE CASO EM UMA ESCOLA PÚBLICA DO VALE DO PARAÍBA

Helba Aleixo Barbosa

Orientador: Êlcio Henrique dos Santos

ANÁLISE DO E - COMMERCE COMO VANTAGEM COMPETITIVA

Helder Aleixo Barbosa

Orientador: Êlcio Henrique dos Santos

ESTRATÉGIA PARA ESTABELECIMENTOS NO SETOR DA ALIMENTAÇÃO EM CACHOEIRA PAULISTA PARA ATENDER A DEMANDA DE PEREGRINOS

Joseane Ramos de Miranda, Thais Sayuri Fukuoka

Orientador: Marcílio Farias da Silva

A SELEÇÃO POR COMPETÊNCIA COMO FERRAMENTA PARA ESTRATÉGIA ORGANIZACIONAL

Letícia Ribeiro Pinto Matoso

Orientador: Leila Urioste Rosso Pires

EMPREENDEDORISMO E JUVENTUDE: UM NOVO CAMINHO A SER TRILHADO

Maria Carolina Pimentel da Silva Camargo, Alair Claudio, Larissa Matos, Regina Estevam, Renan Yudi

Orientadora: Elisa Soares

A MOTIVAÇÃO NO VOLUNTARIADO CORPORATIVO

Mislene Cristina Ramos

Orientador: André Alves Prado

O COMPROMISSO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL À LUZ DO CONCEITO DE DIGNIDADE HUMANA DA DOCTRINA SOCIAL DA IGREJA

Plínio Rogel Lemos

Orientador: Denis Duarte

EMPREENDEDORISMO: UM ESTUDO DE VIABILIDADE NO SETOR HOTELEIRO

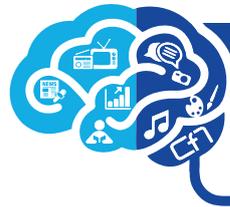
Rosália Cavalcante Ribeiro, Altamires Felix Capucho, Cintya Renata da Silva, Matheus Aguinaldo Fernandes do Carmo Salles, Amanda Capucho dos Santos

Orientador: André Alves Prado

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO PARA IMPLANTAÇÃO DA ACESSIBILIDADE NO SETOR DE HOSPEDAGEM NA CIDADE DE CACHOEIRA PAULISTA

Rosália Cavalcante Ribeiro, Ana Luísa de Moura Buzato, Saulo Cesar Fernandes Taliatte, Yasmin Freire Zanin

Orientador: Jackie Cardoso Sodero Toledo



ENDOMARKETING COMO FERRAMENTA DE GESTÃO PARA RETENÇÃO DE TALENTOS

Silmara Aparecida Silva

Orientadora: Leila Rosso

FILOSOFIA

DIGNIDADE DA PESSOA HUMANA: FUNDAMENTO PARA O PROJETO DE VIDA

Bruno Biondi Ribeiro, Clara Lúcia Leite Xavier, Fábio Luiz Ferreira, Leonardo Ribeiro do Nascimento, Pedro Augusto Raimundo Araújo

Orientadora: Juliana Albuquerque Freire Melo

IMPORTÂNCIA E MEIO DE PARTICIPAÇÃO POLÍTICA: CARTILHAS PARA ALUNOS DO ENSINO MÉDIO DAS ESCOLAS DE CACHOEIRA PAULISTA – SP

Christina Cerqueira Buettel Alves, Cleiton de Oliveira, David Magella Fraga Gomes, Mirian Rose Gouvea, Rui Junio Fonseca dos Santos, Wedson Chartuni Duarte

Orientador: Denis Duarte

A CERTEZA COMO FUNDAMENTO SUBJETIVO DO MÉTODO EM DESCARTES

Lucas de Siqueira

Orientador: Marcelo Pereira de Andrade

JORNALISMO

PADRÃO DE BELEZA FEMININO TRANSMITIDO PELA MÍDIA – UMA NARRATIVA EM LIVRO-REPORTAGEM

Fernanda Soares

Orientadora: Ioná Piva

JOSÉ MARQUES DE MELO: PENSAMENTO COMUNICACIONAL – GÊNEROS JORNALÍSTICOS E IMPRENSA NO BRASIL

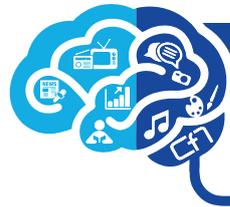
Rauane Maira Ferreira

Orientadora: Tatiane Carvalho

GUIA DE REDAÇÃO CANÇÃO NOVA NOTÍCIAS

Rodrigo Luiz Silva

Orientadora: Joice Reis



RÁDIO E TV

AMBIENTAÇÃO SONORA DA LANCHONETE DA FACULDADE CANÇÃO NOVA APLICADA NO PROGRAMA RADIOFÔNICO BOCA INQUIETA

Ariane C. de Campos, Felipe A. Palma , Leticia R. L. Pereira , Polyana M. da Mata , Rafael F. E. Viana

Orientador: Marcos Jolbert Cáceres Azambuja

RÁDIO E UTILIDADE PÚBLICA: AÇÃO SOCIAL NA CASA DO BOM SAMARI- TANO

*Carla Roberta Almeida Rodrigues, Jakeline de Oliveira Cordeiro, Leandro Augusto Bertão,
Thiago Thomaz da Silva*

Orientador: Denis Duarte

MÍDIA E IGREJA: A RELAÇÃO DA IGREJA CATÓLICA COM OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Gabriel Leite

Orientador: Denis Duarte

RÁDIOS CATÓLICAS NO BRASIL: UMA ABORDAGEM HISTÓRICA E CONTEXTO ATUAL

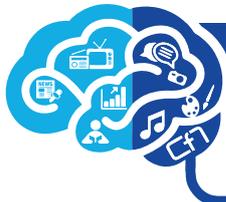
Jakeline Cordeiro

Orientadora: Adriana Pereira da Silva

CONFORTO AUDITIVO ENTRE EMISSOR E RECEPTOR: UM ESTUDO DA INTELIGIBILIDADE SONORA NO SANTUÁRIO NACIONAL DE APARECIDA

José Luiz Pereira da Silva

Orientador: Marcos Jolbert Cáceres Azambuja



ADMINISTRAÇÃO



**A UTILIZAÇÃO DA FERRAMENTA PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE EM UM
APLICATIVO EMPRESARIAL**

**Abel de Lima Daniel(1), Flaviana Teixeira Gomes(2), Karla Verônica Alves Santos Daniel(3),
Maria Lanuza de Souza Caldas(4), André Alves Prado(5)**

¹ Aluno do curso de graduação em Administração da FCN, Cachoeira Paulista-SP. CEP: 12630-000. e-mail: abeldaniel@cancaonova.com

² Aluna do curso de graduação em Administração da FCN, Cachoeira Paulista-SP. CEP: 12630-000. e-mail: flavianacn@geracaophn.com

³ Aluna do curso de graduação em Administração da FCN, Cachoeira Paulista-SP. CEP: 12630-000. e-mail: karlav2410@gmail.com

⁴ Aluna do curso de graduação em Administração da FCN, Cachoeira Paulista-SP. CEP: 12630-000. e-mail: lanuzacaldas@gmail.com

⁵ Professor Ms. André Alves Prado/FCN – Cachoeira Paulista-SP. Orientador. e-mail: prado@usp.br

RESUMO: Este trabalho descreve os passos para a criação e o desenvolvimento de um aplicativo que servirá de intercâmbio entre organização e cliente (pessoa física). Será denominado Easy, referência ao que o aplicativo deseja trazer à vida de todos os que o utilizarem: facilidade, segurança e satisfação. Para elaboração do estudo, como fonte de pesquisa e desenvolvimento, foi utilizada a versátil ferramenta de projetos PMI (Project Management Institute) PMBOK (Project Management Body of Knowledge). Observa-se na atualidade, um crescente desejo por serviços e produtos de qualidade e rapidez. Fatos do cotidiano apontam que o homem contemporâneo não quer perder tempo e ganha mais quem consegue atender às exigências do tempo presente. Como resultado desse trabalho foi criado um esboço do aplicativo como base de testes para utilização nas organizações. Dentro deste contexto, o projeto pretende oferecer uma ferramenta capaz de atender às necessidades atuais das organizações e dos clientes.

PALAVRAS-CHAVE: aplicativo, inovação, tecnologia da informação

INTRODUÇÃO

O presente trabalho desenvolveu-se no decorrer das aulas do curso de administração, na disciplina de Gestão de Operações em que cada equipe precisava criar um produto que fosse inovador para o mercado. Para isto, a ferramenta PMI (Project Management Institute) foi utilizada como instrumento para a execução do projeto de criação de um aplicativo. O projeto seguiu esta metodologia como forma de garantir o sucesso do projeto. Conceitua-se o gerenciamento de projetos como a aplicação habilidades, ferramentas, técnicas e conhecimentos nas atividades do projeto para bem atender a seus objetivos. Este gerenciamento ocorre através dos processos de iniciação, planejamento, execução, monitoramento, controle, e encerramento. O projeto possui uma pessoa que é o responsável pelo bom andamento do projeto, que é o gerente de projetos. (Guia PMI PMBOK, 2004). O aplicativo foi pensado a partir da realidade social, em que as pessoas não querem perder tempo em filas seja na compra de alimentos, ingressos ou restaurantes. Ganha competitividade a organização que se antecipa às necessidades de seus clientes atendendo-os com agilidade, qualidade e inovação. (Bateman, Snell, 2009). Estudou-se através de livros, ferramentas financeiras, pesquisas em sites, pesquisa de campo com profissionais da área de tecnologia da informação sobre a viabilidade financeira do projeto, os custos de desenvolvimento, manutenção e divulgação do aplicativo, chegando-se à conclusão que era não apenas viável a execução do projeto como rentável para a organização que o desenvolvesse, podendo inclusive formar parcerias de sucesso, ampliando o negócio.

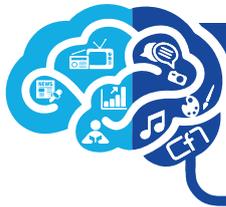
OBJETIVOS

O objetivo deste trabalho é um estudo de viabilidade financeira na criação de um aplicativo direcionado às organizações utilizando a ferramenta PMI PMBOK.

METODOLOGIA

Realizou-se pesquisa bibliográfica através de livros, sites e manual do PMI (Project Management Institute), além de entrevista com profissionais da área da tecnologia.

A pesquisa é um modo que se descobre fatos novos, soluções, leis, dentro de qualquer área do conhecimento. A pesquisa bibliográfica tenta dar explicação a um problema a partir de referências



teóricas que já foram publicadas. A entrevista ocorre quando há encontro entre duas pessoas, com a finalidade de se obter informações. (Rampazzo, 2013).

RESULTADOS E DISCUSSÃO

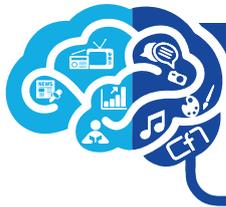
Durante o desenvolvimento do projeto foi realizado um plano de custos, conforme Tabela 1, para estimativa de valores aproximados para que fosse custeado o desenvolvimento do aplicativo para uma organização. Foi planejado o estudo a princípio com uma organização para ser utilizada como modelo-teste, utilizando a plataforma do aplicativo, conforme Figura 1, e a partir da experiência positiva, estender-se-á para demais empresas que seriam tratadas como fortes parceiras na divulgação do aplicativo. Desta maneira, será possível atender ao objetivo do trabalho: facilitar a vida das pessoas satisfazê-las em suas necessidades, permitindo utilizarem do aplicativo para terem um entretenimento sem estresse em filas intermináveis.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se que através do desenvolvimento deste projeto foi possível verificar na prática a utilização das técnicas de gerenciamento de projetos que favoreceu o desenvolvimento de um plano relacionado à criação de aplicativo. Logo após aprofundou-se de acordo com as habilidades e conhecimento de cada membro da equipe através de pesquisas, conversas com especialistas da área e *brainstorming* (exposição de ideias). Por não se tratar de um produto tão complexo, utilizou-se das partes principais da ferramenta PMI (Project Management Institute) PMBOK (Project Management Body of Knowledge) para o desenvolvimento do mesmo. Em suma, a experiência enriqueceu e propôs desafios à equipe ao trabalhar com algo inovador.

LITERATURA CITADA

- ARAUJO, LUIS CESAR G. DE; GARCIA, ADRIANA AMADEU; MARTINES, SIMONE. Gestão de Processos: melhores resultados e excelência organizacional. São Paulo, Atlas, 2011.
- BATEMAN, THOMAS S.; SNELL, SCOTT A. **Administração**: novo cenário competitivo. Tradução Bazán Tecnologia e Linguística; 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- BUARQUE, CRISTOVAM. Avaliação Econômica de Projetos. 22ª. Tiragem. Rio de Janeiro, Campus, 1984.
- Guia PMI PMBOK (Guia de Técnicas de Gerenciamento de Projetos). Disponível em: www.uead.com.br/PMIBOOKPmbok.pdf, 2004. Acessado em: 15-10-2014 às 17:25h.
- LAPPONI, JUAN CARLOS. Avaliação de Projetos de Investimentos: modelos em Excel. São Paulo, Laponi Treinamento e Editora, 1996.
- MAXIMIANO, ANTONIO CÉSAR AMARU. Administração de Projetos: transformando idéias em resultados: 2 ed., São Paulo, Atlas, 2002
- MENEZES, LUIS CESAR DE MOURA. Gestão de Projetos. 2 ed., São Paulo, Atlas, 2003.
- MOREIRA, José Carlos. Orçamento empresarial: manual de elaboração. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- RAMPAZZO, LINO. Metodologia científica. 7. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2013.
- WOILER, SAMSÃO; MATHIAS, WASHINGTON FRANCO. Projetos: planejamento, elaboração e análise. 1ed., 17ª. Tiragem, São Paulo, Atlas, 1996



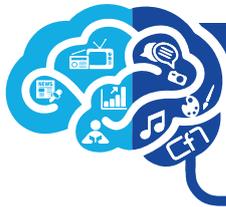
SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA
da Faculdade Canção Nova

	Descrição	Previsão
Equipamentos	Computador	R\$ 30.595,50
	Servidor	R\$ 6.799,00
	No Breack	R\$ 1.844,10
	Pacote Office	R\$ 419,99
	Arcondicionado	R\$ 9.139,00
	Móveis para Escritório	R\$ 2.720,00
RH	Mão-de-obra	R\$ 15.000,00
Infraestrutura	Aluguel Sala	R\$ 600,00
	Energia Elétrica	R\$ 200,00
	Água	R\$ 50,00
Outros	Capital de giro	R\$ 30.000,00
TOTAL		R\$ 97.367,59

Tabela 1 - Controle dos gastos – valores atualizados até 09/10/14



Figura 1 – Modelo Aplicativo Easy



ADI HUB COWORKING

Alessandra Miranda Araújo Vieira Carvalho (1), Alessandro Ribeiro dos Santos(2), Aline Miranda Araújo Bernardes (3), Daniele Aparecida da Silva Rodrigues (4), Indiniara Manso do Prado (5), André Prado (6)

¹ Aluna do curso de Graduação em Administração da FCN, Cachoeira Paulista-SP. CEP: 12630-000. e-mail: tander.cp@hotmail.com

² Aluno do curso de Graduação em Administração da FCN, Cachoeira Paulista-SP. CEP: 12630-000. email: alessandro_n4@hotmail.com

³ Aluna do curso de Graduação em Administração da FCN, Cachoeira Paulista-SP. CEP: 12630-000. email: araujo.bernardes@hotmail.com

⁴ Aluna do curso de Graduação em Administração da FCN, Cachoeira Paulista-SP. CEP: 12630-000. email: daniele.silvapv@gmail.com

⁵ Aluna do curso de Graduação em Administração da FCN, Cachoeira Paulista-SP. CEP: 12630-000. e-mail: indiniara@yahoo.com.br

⁶ Professor da Faculdade Canção Nova – Cachoeira Paulista-SP. Orientador.

RESUMO: Este trabalho descreve a implantação de um Hub Coworking , novo modelo de escritório compartilhado. Diante da dificuldade dos novos profissionais liberais, o Hub veio para facilitar a entrada no mercado de trabalho, pois com ele chega-se a economizar em até 80% das despesas. O escritório oferece uma infraestrutura completa que acompanha o ritmo de cada profissional, pode-se contratar os planos de serviço por dia, por hora ou mês dependendo da necessidade de cada cliente. Serão projetados estações de trabalho fixas e compartilhadas com mobiliário, internet, impressoras, scanner, ambiente climatizado, recepção, salas para reunião de grupos e eventos corporativos, estacionamento, sanitários e um coffee lounge.

PALAVRAS-CHAVE: hub Coworking, compartilhamento.

INTRODUÇÃO

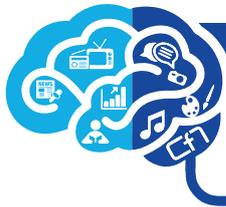
O sistema de home office já possui muitos adeptos nos Estados Unidos e está se espalhando para o resto do mundo. Contudo, essa alternativa traz alguns grandes empecilhos à produtividade, como questões domésticas surgindo a qualquer hora do dia, e a impossibilidade de receber clientes, fornecedores e outros stakeholders com a tranquilidade e a segurança necessárias. Pois foi pensando nesse cenário que o americano Bred Neuberg resolveu criar um ambiente colaborativo, onde profissionais de todas as áreas e dos mais variados estilos pudessem compartilhar do mesmo espaço e ter à disposição a estrutura necessária para desenvolver um excelente trabalho. Devido a isso em meados de 2005 Neuberg teve a grande ideia de criar uma comunidade de profissionais que compartilhassem do mesmo espaço de trabalho e pudessem aproveitar o que há de melhor na estrutura de um escritório, mas em um ambiente mais flexível e preparado para as reais demandas de um mercado cada vez mais moderno e dinâmico. De acordo com o site COWORKING BRASIL o coworking é uma metodologia de trabalho que leva em consideração o fato de que não utilizamos o espaço de um escritório o tempo todo. Então por que pagar por um escritório que fica mais ocioso que ocupado? Bred Neuberg, logo de início, tinha em mente a otimização dos espaços de escritórios, alugando-os por horas, dias ou meses, sem a necessidade de se assinar os longos contratos das imobiliárias e outros condomínios empresariais. Segundo o site DESK COWORKING Ao adotar o coworking como forma de trabalho, amplia-se significativamente o networking, pelo contato muito mais frequente com diversos outros profissionais, o que acaba potencializando as oportunidades de negócios.

OBJETIVOS

Objetivou-se criar um espaço informal procurando reunir pessoas com interesses em comum para trabalharem juntas, buscando direcionar suas atividades para uma realidade mais sustentável.

METODOLOGIA

Utilizou-se de uma pesquisa exploratória afim de levantar informações para o desenvolvimento do trabalho. Severino (2002, p. 57) destaca que a metodologia é “um conjunto de métodos ou caminhos



SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA da Faculdade Canção Nova

percorridos na busca do conhecimento. Sendo assim, a pesquisa é um conjunto de procedimentos sistemáticos fundamentais no raciocínio lógico, objetivando encontrar soluções para problemas propostos, mediante utilização de métodos científicos”. No entendimento de Vergara (2007, p. 47): “a pesquisa metodológica é o estudo que se refere a instrumentos de captação ou de manipulação da realidade. Está, portanto, associadas caminhos, formas, maneiras, procedimentos para atingir determinado fim”.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Durante o desenvolvimento do projeto verificou-se a necessidade de definir o público alvo do nosso empreendimento, assim definimos: empresas privadas, profissionais liberais e recém formados, com faixa etária de 25 a 50 anos de ambos os sexos. Pretende-se atingir o público que resida nas cidades de Cachoeira Paulista, Cruzeiro, Canas, Lorena e também profissionais que estejam atuando em nossa região.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante a realização desse projeto, conclui-se que o HUB Coworking (Trabalho compartilhado) apesar de ser um serviço novo no mercado é uma megatendência, pois diante da necessidade dos profissionais liberais, o HUB veio para facilitar a entrada no mercado de trabalho, com uma economia de até 80% das despesas e com uma infraestrutura completa.

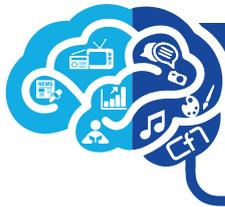
LITERATURA CITADA

BRASIL, Coworing. **Como funciona o Coworking**. Disponível em: <http://coworkingbrasil.org> Acessado em: 24/04/14 as 09h00.

COWORING, Desk. **Como surgiu o Coworking**. Disponível em: <http://www.deskcoworking.com.br> Acessado em: 25/04/15 as 15h00.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do Trabalho Científico**. 22º ed. São Paulo: Cortez, 2002.

VERGARA, S. C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em administração**. 8º ed. São Paulo: Atlas, 2007.



DESENVOLVIMENTO DE UM APLICATIVO PARA DIVULGAR INFORMAÇÕES DE HOSPEDAGEM E ALIMENTAÇÃO AOS ROMEIROS NA CIDADE DE APARECIDA-SP

**Aline Maria Chamarelli Roque(1), Bruna Hummel Bueno Quintanilha(2), Paulo José Areco da
Silva(3), Samuel Batista Matos de Souza(4), Fábio Antonio Ferreira (5)**

¹ Aluna do curso de Administração da FCN, Lorena-SP. CEP: 12602-060. e-mail: chamarellialine@gmail.com

² Aluna do curso de Administração da FCN, Cachoeira Paulista-SP. CEP: 12630-000. e-mail: hummelbruna@gmail.com

³ Aluno do curso de Administração da FCN, Lorena-SP. CEP: 12602-060. e-mail: paulojos21@gmail.com

⁴ Aluno do curso de Administração da FCN, Cruzeiro-SP. CEP: 12720-720. e-mail: samubmatos@gmail.com

⁵ Professor de Tecnologia da Informação da FCN, Cachoeira Paulista-SP, CEP: 12630-000. e-mail: fabio.ferreira@cancaonova.com

RESUMO: Observou-se no circuito religioso do Vale do Paraíba, a quantidade de romeiros que a cidade de Aparecida, interior de São Paulo, recebe anualmente e o crescimento do uso de smartphones pelos brasileiros. A partir da análise dos dados desta pesquisa, pensou-se em inovar a busca por informações na cidade de Aparecida, com o desenvolvimento de um aplicativo, inicialmente, com o sistema operacional Android, que melhore o fluxo de informações aos romeiros, que possuam necessidades básicas como alimentação e hospedagem, além de potencializar o marketing dos estabelecimentos comerciais.

PALAVRAS-CHAVE: apoio romeiros, circuito religioso, empreendedorismo, infopilgrims, smartphone

INTRODUÇÃO

Dentre as microrregiões do Vale do Paraíba o principal destino de turismo religioso é a cidade de Aparecida - SP (CASTANHO, 2014), na qual o número de fiéis cresce a cada ano. Segundo os sites de notícias G1 e CN Notícias (2014), todos os anos, mais de 10 milhões de pessoas circulam na cidade de Aparecida. Este grande número de romeiros necessita de alimentação e/ou hospedagem ao chegar à cidade, fato que dá oportunidade aos estabelecimentos comerciais de investirem em sua divulgação por meio de um aplicativo. O site EXAME (2014) aponta que a era digital tornou o planejamento de marketing mais desafiador, e nos dias de hoje as empresas precisam se esforçar cada vez mais para manter sua competitividade no mercado. Para tornar a divulgação dos comércios mais eficaz é fundamental a união do marketing e da tecnologia da informação (T.I.). Sendo assim, pensou-se no desenvolvimento de um aplicativo, para que de forma estratégica os estabelecimentos potencializem o seu marketing e se tornem mais competitivos no mercado.

OBJETIVOS

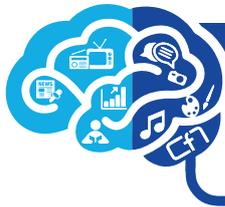
Divulgar informações de hospedagem e alimentação aos romeiros da cidade de Aparecida - SP, com o desenvolvimento de um aplicativo.

METODOLOGIA

As pesquisas bibliográfica e eletrônica foram fundamentais para a elaboração de um projeto, pois influenciaram em todas as etapas e ajudaram a definir as especificações. Para a realização deste trabalho tornou-se necessário pesquisas em livros, revistas especializadas e fontes confiáveis da internet. A partir disso, programou-se o desenvolvimento do aplicativo que começou a ser testado com os primeiros resultados positivos e promissórios.

RESULTADOS PRELIMINARES

Conforme já dito anteriormente, o principal destino religioso do Vale do Paraíba é a cidade de Aparecida, situada no interior de São Paulo, na qual mais de 10 milhões de pessoas, de vários lugares do Brasil e do mundo, circulam anualmente, e esse número de romeiros necessita de alimentação e/ou hospedagem ao chegar à cidade. Paralelamente a isso, segundo a revista eletrônica Valor Econômico (2015), atualmente o Brasil tem 50 milhões de smartphones em uso, e a previsão é que até 2017 o número estimado seja de 70 milhões de aparelhos. Com base nesses dados pensou-se na criação de um aplicativo móvel, que contribua para o fluxo de informações aos romeiros e potencialize o marketing dos estabelecimentos comerciais da cidade. Por meio dos conhecimentos adquiridos sobre a internet das coisas, na disciplina de Introdução à Tecnologia da Informação II, percebe-se também que o elo entre administração e a tecnologia móvel é



cada vez mais convergente, de modo a trazer mais agilidade e eficácia aos processos das organizações. Sendo assim, iniciou-se o desenvolvimento do aplicativo denominado como *InfoPilgrims* (*info* é a abreviação da palavra em inglês *information* (em português informação) e *pilgrims* significa peregrino em inglês, com isso, a junção dessas duas palavras trás a definição de informação ao peregrino), por intermédio da plataforma de desenvolvimento on-line do Google chamado APP INVENTOR. Inicialmente, foi criado para o sistema operacional móvel Android e, posteriormente, para outros sistemas operacionais móveis. Com essa ferramenta, foi possível iniciar a programação da primeira versão do aplicativo, conforme Figura 1 e 2, o qual os integrantes do grupo já possuem em seus smartphones. Neste aplicativo serão divulgadas informações, em tempo real, de estabelecimentos comerciais da cidade de Aparecida - SP, como de hospedagem e alimentação. Seu download será gratuito e beneficiará tanto os consumidores, que poderão se localizar de forma mais rápida, quanto os estabelecimentos comerciais cadastrados.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos aos professores: Prof. Esp. Fábio Ferreira, Prof. Dr. Lino Rampazzo e Prof. Me. Marcos Jolbert, pela oportunidade e apoio à elaboração deste trabalho.

LITERATURA CITADA

- ARAÚJO, A. *mobifeed*. **Estudo aponta que 41 milhões de brasileiros navegam pelo celular**. Disponível em: <<http://www.mobifeed.com.br/78-milhoes-de-brasileiros-ainda-acessam-a-internet-movel-sem-usar-plano-de-dados/>>. Acesso em: 02 set. 2014.
- BRIGATTO, G. Valor Econômico. **Sistema Android amplia vantagem no mercado brasileiro de smartphones**. Disponível em: < <http://www.valor.com.br/empresas/3939990/sistema-android-amplia-vantagem-no-mercado-brasileiro-de-smartphones>>. Acesso em: 15 abr. 2015.
- CASTANHO, A. Viagens da Fé. **Principal destino de turismo religioso**. Disponível em: <<http://www.viagensdefe.com.br/2014/08/>>. Acesso em 02 set. 2014.
- CN Notícias: Especial: Devoção dos romeiros de Aparecida**. Entrevista com Otávio Baldim. 34". Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=Qj6bJSrf2bc>>. Acesso em: 18 nov. 2014.
- CN Notícias: Venda de smartphones supera a de celulares convencionais**. Entrevista com Bruno Monteiro. 01'34". Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=gTTuDE57MW0>>. Acesso em: 18 nov. 2014.
- Faculdade Canção Nova. I Simpósio de Iniciação Científica. Modelo e regulamento para o resumo expandido. Disponível em: <<http://extensao.fcn.edu.br/curso/administracao-na-pratica/>>. Acesso em: 4 abr. 2015.
- Inventor MIT App, Ferramenta de programação para dispositivos Android. Disponível em: <<http://appinventor.mit.edu/explore/>>. Acesso em: 17 mar. 2015.
- LANDIM W. **Android domina 85,1% do mercado de celulares no Brasil**. 2014. Disponível em: <http://www.tecmundo.com.br/celular/50306-android-domina-85-1-do-mercado-de-celulares-no-brasil.htm>. Acesso em 04 abr. 2015.
- RAMPAZZO, L. Diretrizes para a execução da pesquisa bibliográfica. Em: **Metodologia Científica**. São Paulo: Loyola, 2002. p. 73 – 76.
- _____. Exame. **Por que o marketing deve abraçar a T.I.** Disponível em: <http://exame.abril.com.br/publicidade/accenture/conteudo-patrocinado/por-que-o-marketing-deve-abracar-a-ti?utm_source=home&utm_medium=tvflash&utm_campaign=nativa-accenture>. Acesso em: 03 set. 2014.
- _____. **G1. Turismo religioso leva 10 milhões de pessoas por ano a Aparecida, SP**. 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2011/11/turismo-religioso-leva-10-milhoes-de-pessoas-por-ano-aparecida-sp.html>>. Acesso em: 05 set. 2014.

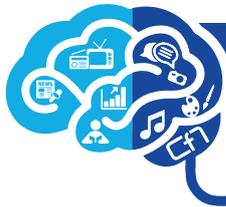


Figura 1

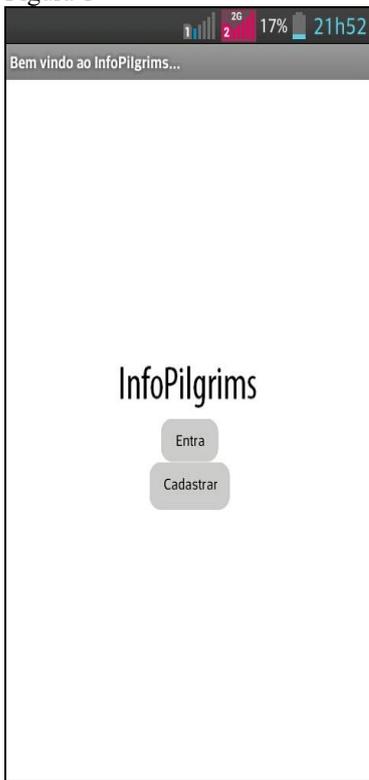
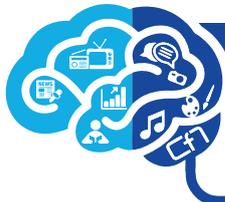


Figura 2





RECICLART: Um Projeto Visando a Educação e a Sustentabilidade

Altamires Félix Capucho⁽¹⁾, Amanda Capucho dos Santos⁽²⁾, Cyntia Renata da Silva⁽³⁾, Rafaela Castilho dos Santos⁽⁴⁾, André Alves Prado⁽⁵⁾

¹ Aluna do curso de Administração – FCN, Lorena – SP CEP: 12607- 310 e-mail: altamires.capucho@bol.com.br

² Aluna do curso de Administração – FCN, Cachoeira Paulista – SP CEP: 12630 - 000 e-mail: amanda.capucho@yahoo.com

³ Aluna do curso de Administração – FCN, Lorena– SP CEP: 126110 - 420 e-mail: cintya_renata@hotmail.com

⁴ Aluna do curso de Administração – FCN, Lorena– SP CEP: 126110 - 420 e-mail: rafaela_castilho@ymail.com

⁵ Professor Ms. André Alves Prado/FCN – Cachoeira Paulista-SP. Orientador. e-mail: prado@usp.br

RESUMO: O presente trabalho tem como propósito principal proporcionar as crianças carentes uma ferramenta de extrema necessidade para auxiliar no acesso a educação de forma sustentável, e estimular a preservação ao meio ambiente. Serão coletados cadernos já usados por outros alunos, separados e reciclados a fim de produzir um caderno reciclado para ser entregues a crianças carentes da cidade de Lorena. Além disso, promover a sustentabilidade e a preservação ao meio ambiente. Para elaboração do presente estudo será realizada uma pesquisa de campo na cidade Lorena/SP, bem como pesquisa em livros, revistas e sites especializados da Internet. Percebe-se que todo o tipo de ação socioambiental atualmente é bem visto pelas pessoas, sendo desejável existir em qualquer produto/serviço ou empresa.

PALAVRAS-CHAVE: Desenvolvimento social, Responsabilidade Ambiental, Reciclagem

INTRODUÇÃO

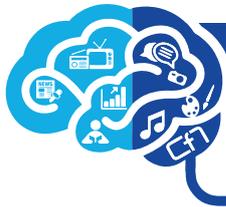
No contexto atual muito se discute sobre sustentabilidade que tem como foco suprir as necessidades humanas sem agredir a natureza, com isso percebe-se que aos poucos o mercado tem criado produtos sustentáveis e se adequando a essa nova era sustentável. Conforme definição de ROCHA (2009, p.4), “Sustentabilidade, hoje, é o novo nome do desenvolvimento, incluindo suas várias dimensões: econômica, social, cultural, físico-territorial e ambiental, político-institucional, científico tecnológico e para alguns, principalmente espiritual”. Existem muitas praticidades e confortos nos dias de hoje, gerando comodismo as pessoas e também ao mercado. Conforme PRADO (2014, p.1), o crescimento pode ser sustentável desde que esforços não sejam poupados. Com o surgimento da sustentabilidade, acelerou muitas empresas e pessoas pela chegada do diferencial na rotina diária, fazendo com que todos se adequassem a essa nova era. Com isso, as empresas têm investido mais em produtos sustentáveis, promovendo a importância para a natureza e bem-estar humano. Alguns produtos sustentáveis lançados pela mídia têm gerado benefícios ao meio ambiente e a população.

Defender o desenvolvimento sustentável não é fazer proselitismo ambiental. É, sim, mostrar que as chances de futuro dos seres humanos, das sociedades humanas e de suas organizações dependem de uma mudança na forma como interagimos, tanto entre nós, quanto com o meio ambiente natural. (ROCHA, 2009, p.5)

Com o mesmo embasamento surgiu o projeto ReciclArt (Reciclagem e Arte) nas referências com a criação de cadernos “recicláveis”, ou seja, cadernos feitos com reaproveitamento de folhas em branco, de cadernos antigos e doados. Realizado um levantamento de dados e percebemos que muitos cadernos são desperdiçados ao final do ano, com isso constatamos que existem crianças carentes que necessitam de cadernos para o estudo e não tem condições de adquirir. A alfabetização e a formação de crianças são de extrema importância para o país e para a sociedade. Com isso, facilitar o acesso dessas crianças através de uma ferramenta básica de ensino torna-se fundamental. A partir da doação dessa ferramenta de ensino, formar as crianças a respeito da sustentabilidade, reciclagem, a importância da preservação ambiental. Para a execução do projeto, será instituída uma parceria da empresa “PAPERECICLA”, uma empresa de papéis recicláveis responsável pela reciclagem dos cadernos e com os serviços oferecidos pela empresa “GRÁFICA LORENA”, que será responsável por todo *layout* dos cadernos, não gerando custo nenhum nesses processos de criação.

OBJETIVOS

Distribuir ferramenta básica de ensino para formação de crianças carentes de forma sustentável. Reciclar para garantir a sustentabilidade, proporcionando um produto de qualidade; para fortalecer as atividades educativas nas escolas, desenvolvendo a partir dos princípios dos 3R’S - Reduzir, Reutilizar e Reciclar.



SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

da Faculdade Canção Nova

METODOLOGIA

Para elaboração do presente estudo será realizada uma pesquisa de campo na cidade Lorena/SP no bairro Novo Horizonte, o bairro foi apontado pela prefeitura ser o mais carente da cidade e com menor número de projetos para desenvolvimento social devido à localidade. Certificamos que as famílias que nesse bairro vivem são de baixa renda, com pouca condição financeira, sem saneamento básico, com riscos expostos a saúde, sem educação de qualidade e expectativa de futuro. Também será realizada uma pesquisa de pesquisa bibliográfica em livros e fontes científicas disponíveis na Internet.

RESULTADOS PRELIMINARES

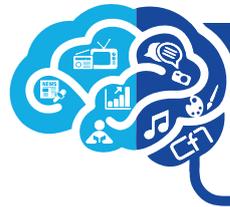
Facilitar o acesso de crianças e jovens que não possuem condições econômicas para comprar o material essencial para estudo, percebe-se a grande importância na alfabetização e formação dessas crianças carentes. Conscientizar as crianças e os familiares da importância da reciclagem visando à proteção ao meio ambiente e a sustentabilidade, com o intuito de se tornarem adultos e profissionais conscientes e preocupados com futuro do país. Contribuição para o desenvolvimento social da cidade, através da responsabilidade ambiental.

AGRADECIMENTOS

Agradecimentos a Deus pelo dom da vida, à Faculdade Canção Nova e ao estimado professor orientador do projeto André Prado por toda orientação e acompanhamento.

LITERATURA CITADA

PRADO, A. Educação Ambiental. Rio de Janeiro: Editora Quartica Premium, 2014.
ROCHA, R. Sustentabilidade XXI: Educar e inovar sob uma nova consciência. São Paulo: Editora Gente, 2009.



A SEXUALIDADE NA ADOLESCÊNCIA COMO FOCO PARA A ELABORAÇÃO DE PROJETOS SOCIAIS

Arianne Peixoto Oliveira Freitas(1), Camila Carvalho Duarte(2), Elisa Soares(3)

¹ Aluna do curso de Administração da FCN, Cachoeira Paulista – SP. CEP: 12630-000. E-mail: arianne.peixoto@gmail.com

² Aluna do curso de Administração da FCN, Cachoeira Paulista – SP. CEP: 12630-000. E-mail: contato.camiladuarte@gmail.com

³ Professora da FCN - Cachoeira Paulista-SP. Orientadora.

RESUMO: objetivou-se proporcionar aos adolescentes um ambiente reflexivo acerca das mudanças físicas, psicológicas e emocionais que ocorrem na fase da adolescência, auxiliando-os nas escolhas de alternativas, que conduzissem ao amadurecimento da sexualidade de forma equilibrada. Um levantamento prévio indicou a frequência ao Centro de Atendimento Comunitário, de aproximadamente 30 jovens do sexo masculino, em sua maioria carentes de informações corretas a respeito da sexualidade humana, o que mostrou a necessidade da realização de projetos que contribuíssem para a formação integral dos mesmos. Desta maneira, o projeto desenvolvido favoreceu o despertar para o interesse em assuntos inerentes ao ser humano, especialmente a sexualidade e seus desdobramentos nas diferentes etapas do desenvolvimento. Pensou-se na criação de uma cartilha com conteúdo voltado para o tema trabalhado. Este material foi disponibilizado para a administração da instituição, com a intenção de utilização interna.

PALAVRAS-CHAVE: sexualidade, adolescência, projeto social

INTRODUÇÃO

A identificação da necessidade de conduzir os adolescentes a vivenciarem de maneira equilibrada e integrada todas as mudanças provenientes da idade, levou à elaboração do projeto Sexualidade na Adolescência aplicado no Centro de Atendimento Comunitário- CAC, obra da Rede de Desenvolvimento Social Canção Nova, localizada na cidade de Cachoeira Paulista. Notou-se a sexualidade na adolescência como uma questão importante a ser abordada. Sabe-se que a sexualidade é inerente ao ser humano e é na fase da adolescência, especialmente, que ela desponta com maior intensidade, causando diversas transformações biológicas que resultam em comportamentos psicológicos próprios que interferem na formação da pessoa, seja na visão de si mesma como no que diz respeito aos outros. A Pesquisa Nacional de Saúde do Escolar, em dados de 2012, demonstra de forma percentual a realidade do jovem brasileiro e a sua iniciação sexual.

Os resultados da PeNSE 2012, para o Brasil, revelaram que 28,7% dos escolares já tiveram relação sexual alguma vez na vida. As proporções deste indicador foram de 40,1% entre os meninos e de 18,3% para as meninas. Com relação à dependência administrativa da escola, 30,9% dos estudantes de escolas públicas e 18,2% dos estudantes de escolas privadas declararam que tiveram relação sexual. A Região Norte apresentou o maior percentual (38,2%) de escolares para este indicador, seguida das Regiões Centro-Oeste (32,1%), Sudeste (29,1%), Sul (27,3%) e Nordeste (24,9%).

Tendo esta informação como base e levando em consideração a crescente entrada do adolescente, cada vez mais jovem, na vida sexual, foi pensada uma proposta que o ajudasse a estabelecer escolhas mais maduras nos relacionamentos, bem como evidenciar os riscos da atividade sexual precoce. Na sociedade atual, os jovens sofrem os mais variados estímulos, por meio da exposição à mídia, do fácil acesso às Redes Sociais e outros meios de comunicação que acabam se tornando instrumentos de amadurecimento precoce. Esta realidade agregada a outras fragilidades encontradas no bairro em que o Centro de Atendimento Comunitário se localiza evidenciou a necessidade de trabalhar o tema proposto.

OBJETIVOS

Objetivou-se contribuir para a formação humana dos jovens atendidos no CAC, por meio de uma oficina sobre sexualidade na adolescência, de forma a proporcionar informações e esclarecimentos acerca da fase em que vivem.

METODOLOGIA



SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA da Faculdade Canção Nova

No dia 02 de setembro de 2014 foi realizada uma visita a instituição Centro de Atendimento Comunitário – CAC. , situada a Rua Otávio Joaquim Silva, 99 - Bairro das Palmeiras, Cachoeira Paulista-SP, A instituição conta com 10 colaboradores e 1 missionária. O público atendido na instituição é composto por mulheres, homens, jovens e crianças, que participam de diversas oficinas que acontecem simultaneamente, como ginástica laboral, artesanato, música, informática, entre outras. O interesse pela procura das oficinas do CAC varia de acordo com o público. O número de atendimentos nessas atividades é de aproximadamente 100 pessoas por dia. A coordenadora do local é a Assistente Social, Luziane Moreira, que tem uma ampla visão a respeito do bairro e dos moradores. A instituição funciona de segunda a sexta-feira, das 7 às 18h. Aos domingos, a comunidade tem a possibilidade de participar da celebração da Santa Missa, e logo após, o celebrante fica à disposição para atendimentos de confissão e de oração. Neste dia, o público mais frequente são mulheres. A coordenadora informou que, antes de cada atividade desenvolvida no CAC, são utilizados 30 minutos para formação humana, sendo esta a finalidade maior do atendimento a clientela. Para a realização do projeto, a unidade disponibilizou duas salas, quadra e um espaço semiaberto com capacidade para 100 pessoas, além de um colaborador como referência no local. O dia escolhido para a aplicação do projeto foi 04 de novembro de 2014. Os alunos envolvidos organizaram a sala a ser utilizada para a oficina Sexualidade na Adolescência, que contou com a identificação por meio de uma placa temática e com a preparação dos acessórios para a dinâmica da palestra. O início oficial das atividades se deu por meio da acolhida geral, animação e oração. Logo após, os adolescentes foram direcionados à oficina correspondente, que foi desenvolvida por um profissional da área da saúde, tendo o auxílio dos membros da equipe. Ao término da palestra, deu-se início ao campeonato de futsal, seguido da premiação, da distribuição dos lanches e da despedida.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Segundo o portal Canção Nova (AÇÃO 2014), comprovou-se que o trabalho da Rede de Desenvolvimento Social possui grande relevância, devido às ações promovidas por meio do trabalho preventivo e de compromisso com a população local, envolvendo famílias e profissionais para a conquista de resultados. Tendo em vista a utilização de uma ferramenta de Tecnologia Social, foi elaborada uma cartilha voltada para a orientação sexual na adolescência. Conforme Fernandes e Maciel (2010), as tecnologias sociais executam ações concretas, visando a resolução de problemáticas, por meio de estudo e de envolvimento social em sua aplicação, promovendo a transformação social por meio da tecnologia. De acordo com Dias (2011), as ações de responsabilidade social constituem-se, em sua maioria, em ações voluntárias que resultam em comprometimento, mais do que obrigações legais. Albuquerque (2009) afirma que a organização precisa também ter atitudes que demonstrem preocupação com a comunidade, levando-a à responsabilidade social. A Figura 1 apresenta o momento da oficina aplicada pelo palestrante, o qual utilizou de recursos materiais para fazer uma analogia ao tema proposto. A participação dos adolescentes foi ativa e essencial para que o projeto atingisse sua eficácia. Durante a oficina, eles interagiram com o palestrante, respondendo às perguntas feitas e demonstrando interesse tanto pelo tema quanto por todo o evento realizado no local. Ao término das palestras, os jovens foram direcionados para a quadra local para participarem de um campeonato de futsal, conforme ilustra a Figura 2.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

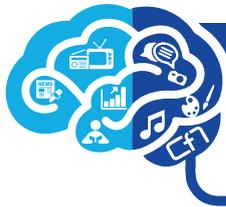
A oficina sexualidade na adolescência contemplada pelo projeto proporcionou ao público presente novas perspectivas de vida diante da realidade social na qual estão inseridos. Realizar um projeto como este possibilita, ainda, ao aluno, o aprendizado acadêmico e a possibilidade de aplicação do conhecimento, despertando a consciência social e demonstrando a mobilização da instituição formadora em fomentar ações que agreguem valor e desenvolvimento humano.

LITERATURA CITADA

AÇÃO Social Canção Nova. Disponível em: <<http://social.cancaonova.com/acao-social/>>. Acesso em: 10 set. 2014

ALBUQUERQUE, José. **Gestão Ambiental e Responsabilidade Social:** Conceitos, ferramentas e aplicações. São Paulo: Editora Atlas, 2009. 130 p.

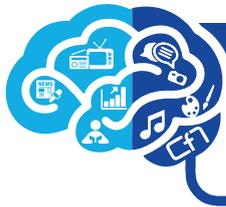
DIAS, Reinaldo. **Gestão Ambiental:** Responsabilidade Social e Sustentabilidade. 2. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2011. 173 p.



SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA
da Faculdade Canção Nova

FERNANDES, R. M. C.; MACIEL, A. L. S. **Tecnologias Sociais**: experiências e contribuições para o desenvolvimento social e sustentável. **Disponível em:** <http://www.fijo.org.br/docs/publicacaoTS_FIJO-edit-baixa.pdf>. Acesso em: 14 abr. 2015

PESQUISA Nacional de Saúde do Escolar. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/pense/2012/pense_2012.pdf>. Acesso em 07 out. 2014.



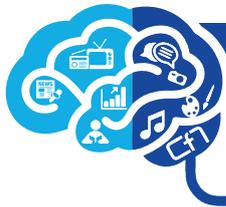
SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA
da Faculdade Canção Nova

Figura 1 – Momento da oficina aplicada pelo palestrante



Figura 2 – Campeonato de futsal





A RELAVÂNCIA DA NÃO UTILIZAÇÃO DO PAPEL EM GRANDES EVENTOS: CARBONO ZERO NA JORNADA MUNDIAL DA JUVENTUDE

Ariane Peixoto Oliveira Freitas(1), Camila Carvalho Duarte(2), Catarine dos Santos Muniz(3), Gustavo Henrique Borges(4), Jhon Gleyson Ferraz de Barros(5), Denis Duarte(6)

¹ Aluna do curso de Administração da FCN, Cachoeira Paulista – SP. CEP: 12630-000. E-mail: ariane.peixoto@gmail.com

² Aluna do curso de Administração da FCN, Cachoeira Paulista – SP. CEP: 12630-000. E-mail: contato.camiladuarte@gmail.com

³ Aluna do curso de Administração da FCN, Cachoeira Paulista – SP. CEP: 12630-000. E-mail: catarinesm@geracaophn.com

⁴ Aluno do curso de Administração da FCN, Cachoeira Paulista – SP. CEP: 12630-000. E-mail: gustavo@ginfotec.com

⁵ Aluno do curso de Administração da FCN, Cachoeira Paulista – SP. CEP: 12630-000. E-mail: jhongleyson@geracaophn.com

⁶ Professor da FCN, Cachoeira Paulista-SP

RESUMO: objetivou-se quantificar e qualificar a importância da não utilização de papéis em grande parte do material utilizado durante o evento da Jornada Mundial da Juventude, Rio2013. Realizou-se uma pesquisa online para comprovar a viabilidade da utilização de uma ferramenta digital em smartphones e tablets, contendo informações relacionadas à JMJ, a fim de que o peregrino pudesse ter acesso às informações básicas referentes ao evento.

PALAVRAS-CHAVE: carbono zero, jmj, tecnologia.

INTRODUÇÃO

A história das Jornadas Mundiais da Juventude, segundo dados do portal JMJ Campinas (2015), teve início com a presença de 300 mil jovens, ocasião na qual se reuniram na Praça São Pedro, Roma, no ano de 1984, durante a celebração do Domingo de Ramos. Neste encontro, o Santo Padre o Papa João Paulo II declarou: “Que espetáculo tão magnífico ofereceis [...] quem disse que a juventude de hoje não se interessa pelos valores?”. Dando seguimento à fala do Santo Padre, quando se referiu aos valores, pretendeu-se dar continuidade ao fato de que os jovens, juntamente com a Igreja Católica, se preocupam com o meio ambiente, empenhando-se assim para a construção de um mundo melhor. Para colocar isso em prática, pensou-se em uma forma de consumo consciente que respondesse positivamente às necessidades do mundo atual. Para tanto, foi elaborado um projeto a ser usado nos eventos da JMJ, diminuindo a utilização do papel e substituindo os materiais usualmente utilizados na JMJ por aplicativos de celular.

OBJETIVOS

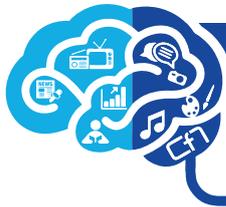
Objetivou-se comprovar a viabilidade do carbono zero, utilizando os meios tecnológicos disponíveis e proporcionando uma comunicação eficaz para o peregrino. Perante a preocupação da Igreja Católica com o meio ambiente e a relação do homem com a criação divina, buscou-se apresentar dois grandes benefícios: a consciência sócio ambiental que poderia ser criada através dessa atitude inovadora e sua propagação e impacto positivo ambiental.

METODOLOGIA

Realizou-se pesquisa de campo para perceber a real aceitação do público. A pesquisa foi disparada em redes sociais, como Facebook e Twitter e também por uma lista de e-mails. Ela obteve um número total de 177 participantes, dentre 284 cliques no link, isso equivale a 62,32% das pessoas atingidas pela pesquisa, os 37,68% ou foram cliques dos mesmos participantes ou não opinaram. A pesquisa foi realizada entre os dias 01 de outubro de 2012 a 31 de outubro de 2012.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Segundo o Pontifício Conselho de Justiça e Paz (2008, parág. 460) no Compêndio da Doutrina Social da Igreja Católica: “No fundo é o próprio Deus que oferece ao homem a honra de cooperar com todas as forças da inteligência na obra da criação”. Com o intuito de agir com responsabilidade perante a essa confiança evidenciada pela Igreja Católica colaborou-se com a idéia e a aplicação da preservação do meio ambiente. Alguns meios de mensuração de resultados foram desenvolvidos a fim de coletar dados relacionados ao carbono zero e sua viabilidade. O estudo da confecção de livros serviu de auxílio para medir a proporção dos gastos com um livro produzido e a quantidade que poderia ser economizada com o uso da tecnologia. Segundo informação dada verbalmente por dirigentes do Departamento de Audiovisuais da Fundação João Paulo II, no ano de 2012 o custo de um livro no formato 14x21 contendo 144 páginas tinha o valor de venda a R\$ 2,10. Considerando que na Jornada Mundial da Juventude o público estimado era de 2.000.000 de peregrinos, calculou-se um consumo de papel de aproximadamente 2.424.000.000 de páginas, o que em valores monetários representava um total de R\$ 4.200.000,00. Em dados relatados da JMJ Madrid 2011, em que foram disponibilizados aos peregrinos um kit contendo 5



SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA da Faculdade Canção Nova

livros, com um total de 2.212 páginas, o que equivale a uma média de 15 livros, foi possível estimar assim o valor de R\$ 63.000.000,00, conforme demonstra a Figura 1. Com a proposta da utilização da tecnologia, buscou-se uma redução de gastos de papel através da utilização de aparelhos tecnológicos, contribuindo positivamente com a preservação do meio ambiente, evitando o desmatamento. Pode-se observar que a preocupação com o meio ambiente esteve presente em praticamente 100% das 177 pessoas entrevistadas, assim como demonstra a Figura 2. A Figura 3 mostra que nenhum dos participantes se declarou contra a utilização da tecnologia ou possui alguma barreira em substituir papel por novas tecnologias.

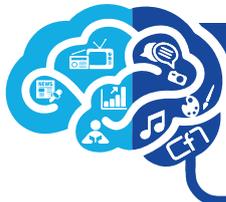
CONSIDERAÇÕES FINAIS

A não utilização de papel pode ser considerada como relevante para eventos, promovendo a conscientização e a utilização adequada dos meios fornecidos pela natureza, substituindo por alternativas viáveis e econômicas, como a tecnologia.

LITERATURA CITADA

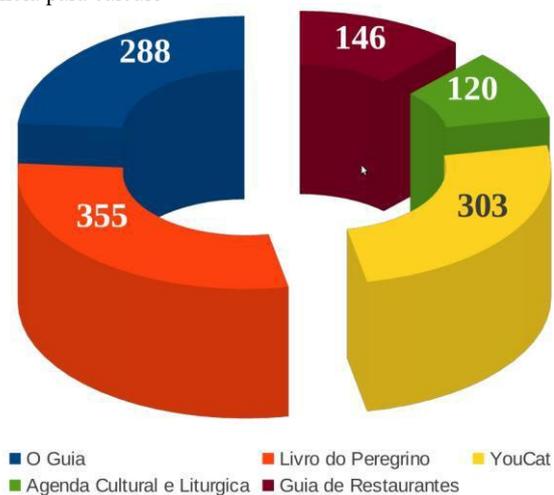
JMJ Campinas: A Arquidiocese de Campinas rumo à JMJ Cracóvia 2016. Disponível em: <<http://www.jmjcampinas.org.br/asjornadas-mundiais/historia-das-jmj/>>. Acesso em 26 abr. 2015

PONTIFÍCIO CONSELHO JUSTIÇA E PAZ. **Compêndio da Doutrina Social da Igreja**. 4ª. ed. São Paulo: Paulinas, 2008. 528 p.



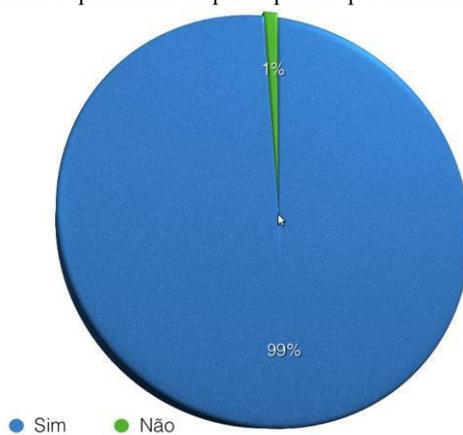
SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA da Faculdade Canção Nova

Figura 1 – Mostra gráfica criada a partir do número de páginas presentes nos exemplares distribuídos na JMJ Madrid 2011 e utilizados como referência para cálculo



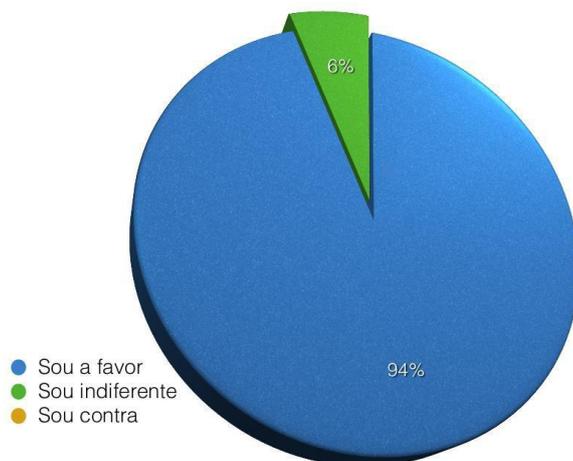
Fonte: próprios autores

Figura 2 – Dados gráficos referentes à quantidade de participantes que declararam preocupação com o meio ambiente

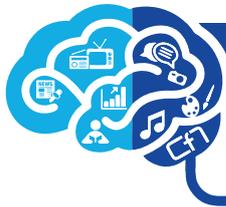


Fonte: próprios autores

Figura 3: Demonstração gráfica de pesquisa em que nenhum dos participantes se declarou contra a utilização da tecnologia ou possui alguma barreira em substituir papel por novas tecnologias



Fonte: próprios autores



ESTRESSE E DESEMPENHO DOS DOCENTES DE VÁRIAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR: UM ESTUDO DE CASO

Camila Carvalho Duarte(1), Leila Rosso(2)

¹ Aluna do curso de Administração da FCN, Cachoeira Paulista – SP. CEP: 12630-000. E-mail: contato.camiladuarte@gmail.com

² Professora da FCN, Cachoeira Paulista-SP

RESUMO: o estresse ocupacional é um fator influente e responsável por desencadear nos trabalhadores sintomas em vários aspectos. No presente trabalho objetiva-se analisar os possíveis efeitos do estresse em docentes de Instituições de Ensino Superior (IES) que atuam em mais de uma instituição, bem como as consequências para o desempenho da própria instituição. Realizar-se-á uma pesquisa entre os professores para comprovar ou não a tendência aos desgastes provenientes do ambiente de trabalho.

PALAVRAS-CHAVE: estresse, condições de trabalho, docência

INTRODUÇÃO

Notando-se o crescente número de desgastes emocionais que ocorrem aos trabalhadores de modo geral, considera-se que, entre estes, alguns também apresentam problemas físicos ou psicológicos. Inúmeras também têm sido as formas de prevenção, alterando até mesmo a rotina e a burocracia próprias das organizações. Ainda assim, tais alterações não impedem que as pessoas sejam atingidas por problemáticas provenientes do ambiente de trabalho. Entre os docentes, muitas são as exigências na postura e no desempenho profissional. Para SANTOS; GONÇALVES; MUSSALEM e COELHO, isso se dá pelo fato de que os professores se veem expostos ao aumento de tensão nas práticas de seu trabalho, acelerando ainda mais as dificuldades devido à exigência de responsabilidade. O estresse é um desses tipos de desgaste e, segundo Wagner e Hollenbeck (2009), ele se define como sendo um estado emocional desagradável que é ocasionado pela insegurança e incerteza da capacidade sentida pelas pessoas frente a um desafio de grande valor. Atuar em mais de uma instituição é uma característica de boa parte dos docentes de IES, podendo torná-los mais suscetíveis ao estresse, pois este pode ser gerado por causas ambientais, organizacionais ou até mesmo individuais. Sendo assim, é de fácil compreensão que o estresse acarreta dificuldades em docentes, alunos e, conseqüentemente, na instituição de ensino.

OBJETIVOS

Analisar os possíveis efeitos do estresse nos docentes do curso de Administração da Faculdade Canção Nova que atuam em outras IES e suas consequências para o desempenho da instituição.

METODOLOGIA

Está sendo realizada uma pesquisa bibliográfica em literatura nacional e internacional para embasar o referencial teórico, em vista do esclarecimento sobre o comportamento organizacional, com foco nos desgastes e perda de desempenho do profissional. Pretende-se elaborar um modelo de pesquisa para coleta de informações entre os professores do curso de Administração da Faculdade Canção Nova que atuam em mais de uma IES. Com a compilação de tais dados, pretende-se comprovar a existência de uma possível tendência ao estresse em tais professores e se tais desgastes acarretam em problemas de desempenho também na instituição de ensino.

RESULTADOS PRELIMINARES

Tem-se comprovado, entre os autores estudados, que o estresse está relacionado com atividades de rotina. Para Wagner e Hollenbeck (2009), tais atividades que englobam relacionamento com pessoas afetam a produtividade do profissional, apresentando-lhe um ambiente desafiador e gerador de insegurança, o que impacta negativamente na organização. Melo; Reis; Souza; Magalhães e Souza (2013) identificam, ainda, que existem alguns fatores como o ambiente e suas condições, bem como a indisposição de ferramentas necessárias à execução das atividades, também podem influenciar na geração do estresse ocupacional, pois seus agentes estressores relacionam-se com o desenvolvimento das tarefas próprias do trabalho. Tais agentes variam em sua derivação, tendo como origem física, química, biológica, psicológica ou mesmo social. Uma vez insatisfeito, o docente deixa de cumprir seu papel fundamental: educar. Essa lacuna pode gerar no aluno bloqueios e desmotivação no processo ensino-aprendizagem. Segundo Aquino (2009), para que a pessoa humana não fique mutilada, a educação deve



ser integral e alcançar a sua totalidade, visando a seu aperfeiçoamento pessoal, no trabalho e sua relação com a sociedade.

LITERATURA CITADA

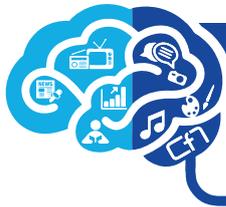
AQUINO, F. R. Q. **Educar pela conquista e pela fé**. 7 ed. Lorena: Cléofas, 2008. 46-47 p.

MATOS, M. G. **Estresse ocupacional**: estudo de caso com motoristas de coletivo urbano em empresa de transportes da cidade de Belo Horizonte. 2010 105f. Dissertação (Mestrado) – Mestrado Profissional em Administração, Faculdades Pedro Leopoldo, 2009.

MELO, F. A. O.; REIS, P. N. C.; SOUZA, A. R.; MAGALHÃES, A. C.; SOUZA, B. R. Como o clima organizacional repercute no nível de estresse ocupacional. In. SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO DE TECNOLOGIA, GESTÃO E TECNOLOGIA PARA A COMPETITIVIDADE, 2013, Volta Redonda: UNIFOA, 2013. p. 5.

SANTOS, V. M. G.; GONÇALVES. J. G. F.; MUSSALEM. M. M.; COELHO. M. F. International Stress Management Association. Stress: fator influente na qualidade de vida dos professores do Ensino Fundamental. Disponível em: <<http://www.ismabrasil.com.br/trabalho/17>>. Acesso em: 05 mar. 2015.

WAGNER, J. A.; HOLLENBECK J. R. **Comportamento organizacional**: criando vantagem competitiva. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2009. 121-122 p.



**PROJETO PEDAGÓGICO PARA INSTITUIÇÃO CONFSSIONAL SUPERIOR: A
METODOLOGIA DE PROJETOS SOCIAIS**

Camila Carvalho Duarte(1), Denis Duarte(2)

¹ Aluna do curso de Administração da FCN, Cachoeira Paulista-SP. CEP: 12630-000. e-mail: contato.camiladuarte@gmail.com

² Professor da FCN - Cachoeira Paulista-SP. Orientador.

RESUMO: Esta pesquisa visa analisar um projeto pedagógico institucional (PPI) voltado para instituição de ensino superior confessional. Este PPI teria por base, além do carisma próprio da confessionalidade, a dinâmica da metodologia de projetos. Como uma instituição confessional tem na sua identidade o caráter social, esses projetos seriam de viés extensionista, tomando como referência a Uniminuto, instituição colombiana que adota um modelo parecido. Esta pesquisa poderá trazer um elemento importante para as discussões sobre educação: os projetos sociais como verdadeira responsabilidade de melhorias no entorno das IES confessionais, ou seja, a colaboração efetiva no desenvolvimento regional.

PALAVRAS-CHAVE: educação, projetos, desenvolvimento regional

INTRODUÇÃO

Temos a junção de dois elementos fundamentais para a educação: o primeiro elemento diz respeito à *metodologia de projetos*, um modelo com ênfase na aprendizagem ativa que capacita a todos envolvidos a formação de capacidades em buscar e compreender díspares alternativas para solução de problemas, atendendo a demandas da atualidade, numa sociedade em constante transformação. O segundo, o *projeto de viés social* que resgata a dimensão do exercício profissional não apenas competente, mas também ético e cidadão, além dos projetos sociais colaborarem com o entorno da IES, contribuindo com o desenvolvimento regional, por conta de seu caráter extensionista.

OBJETIVO

Analisar um projeto pedagógico para instituição superior confessional baseado na metodologia de projetos de inspiração social.

METODOLOGIA

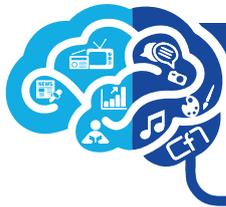
O primeiro passo é a pesquisa bibliográfica sobre metodologias inovadoras no ensino superior, especialmente sobre pedagogia de projetos. Depois uma pesquisa empírica sobre metodologias inovadoras nas aulas ministradas pelo co-autor deste trabalho. O próximo passo é a pesquisa documental sobre a Uniminuto/Colômbia e a prática de pedagogia de projetos com viés social na instituição. Segue-se uma pesquisa bibliográfica sobre a extensão universitária no Brasil e na Colômbia, ressaltando suas diferenças e semelhanças. Continua a pesquisa documental sobre a Uniminuto/Colômbia, também através de um período de permanência nesta instituição. Análise dos dados coletados no período de permanência na Colômbia. Escrita e revisões a partir dos resultados encontrados.

RESULTADOS PRELIMINARES

Para Gemignani (2012) quando se propõe construir um projeto pedagógico é preciso substituir a pedagogia da transmissão pela pedagogia da interação, nessa última o educando tem um papel ativo no qual ele aprende num processo que vai da prática para a teoria para que a aprendizagem faça sentido. Segundo a autora:

O grande desafio deste início de século é a crescente busca por metodologias inovadoras que possibilitem uma práxis pedagógica capaz de ultrapassar os limites do treinamento puramente técnico e tradicional, para efetivamente alcançar a formação do sujeito como um ser ético, histórico, crítico, reflexivo, transformador e humanizado. (GEMIGNANI, 2012. p. 1)

Isso permite ao aluno mais autonomia, um despertar da curiosidade e estímulo em tomada de decisões individuais ou de grupo (BORGES & ALENCAR, 2014). Mas vale ressaltar que por parte dos gestores das instituições é importante a preparação de um currículo que permita a inter relação entre os conteúdos



SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA da Faculdade Canção Nova

e adotar, além das metodologias inovadoras, os instrumentos que favoreçam esse processo (SUGAHARA & JANUZZI, 2012). Assim, se pretende estudar uma instituição que propõe algo próximo a essa pedagogia. Com características bem definidas: ensino superior, de caráter confessional e de orientação católica. A Uniminuto (Figura 1) faz parte da Organização Minuto de Deus fundada, na Colômbia, pelo padre Rafael García-Herreros. Trata-se de uma organização de inspiração católica e, como tal, tem uma perspectiva social que propõe o desenvolvimento integral das pessoas e das comunidades (Figura 2), especialmente, dos menos favorecidos economicamente (CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS – UNIMINUTO, 2013). A Uniminuto apresenta uma “pedagogía praxeológica” (CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS – UNIMINUTO, 2013. p.25) que muito se aproxima do que temos como pedagogia de projetos, ou seja, a prática atrelada a toda teoria.

LITERATURA CITADA

BORGES, Tiago Silva; ALENCAR, Gidélia. Metodologias ativas na promoção da formação crítica do estudante: o uso das metodologias ativas como recurso didático na formação crítica do estudante do ensino superior. **Cairu em Revista**. Jul/Ago 2014, Ano 03, n° 04, p. 1 19-143

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS – UNIMINUTO. **Proyecto Educativo Institucional del sistema**. Versión 2.0. Bogotá, 2013.

GEMIGNANI, Elizabeth Yu Me Yut. Formação de professores e metodologias ativas de ensino aprendizagem: ensinar para a compreensão. **Revista Fronteiras da Educação** [online], Recife, v. 1, n. 2, 2012.

PORTAL UNIMINUTO. Disponível em: <http://www.uniminuto.edu/>. Acesso em 10 de maio de 2015.

SUGAHARA, Cibele Roberta; JANUZZI, Celeste Aída Sirotheau Corrêa; SOUSA, José Eduardo de. O ensino aprendizagem baseado em problema e estudo de um caso num curso presencial de administração – Brasil. **Revista Iberoamericana de Educación / Revista Ibero-americana de Educação**. n.º 60/1 – 15/09/12 P. 1-9

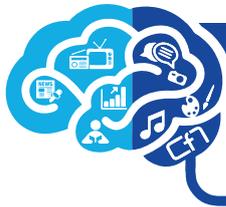


Figura 1: Logomarca da Uniminuto



Fonte: Portal Uniminuto

Figura 2: O modelo educativo da Uniminuto de acordo com o Projeto Educativo Institucional (PEI)



Fonte: Portal Uniminuto



PLANO DE AÇÃO PARA UM HOTEL EM CACHOEIRA PAULISTA-SP

Carlos Alberto Mendes⁽¹⁾, Josilene da Silva Pinto⁽²⁾, Pedro de Souza Paula⁽³⁾, Marcílio Farias da Silva⁽⁴⁾

¹Aluno do Curso de Administração da FCN, Cachoeira Paulista-SP.

²Aluna do Curso de Administração da FCN, Cachoeira Paulista-SP.

³Aluno do Curso de Administração da FCN, Cachoeira Paulista-SP. E-mail: pedrosouza95@gmail.com

⁴Professor Mestre em Educação Matemática do Curso de Administração da FCN, Cachoeira Paulista-SP. E-mail: profmarciliofarias@gmail.com

RESUMO: Cachoeira Paulista, cidade essencial para o circuito religioso do Vale do Paraíba, detentora de uma grande visitação de fiéis por conta de uma comunidade religiosa que inaugurou recentemente o Santuário do Pai das Misericórdias. O turismo intensificado por tal fato gera a necessidade de um novo planejamento estratégico, visando dar qualidade ao sistema hoteleiro. Por isso observações foram feitas inicialmente em único estabelecimento. E o presente trabalho visa revelar a importância do conhecimento do próprio negócio como ferramenta de preparo para diferentes situações passadas por uma empresa do ramo de hotelaria. O método SWOT será o condutor dessa trajetória que auxilia num planejamento adequado.

PALAVRAS-CHAVE: método swot, planejamento estratégico, turismo religioso

INTRODUÇÃO

Cachoeira Paulista, cidade situada no Vale do Paraíba em São Paulo, recebe atualmente muitos turistas, fiéis que são chamados a vivenciar sua fé e esse quadro tende a ser ainda mais acentuado com a recente inauguração de um novo centro de peregrinação, o Santuário do Pai das Misericórdias. O presente trabalho visa constatar os resultados da aplicabilidade do método SWOT num hotel da referida localidade, com o intuito de tomar conhecimento dos pontos fortes e fracos do estabelecimento, além das oportunidades e ameaças do ambiente, que tem recebido fiéis agora durante toda a semana, resultado do intenso turismo religioso gerado pela inauguração do Santuário.

OBJETIVOS

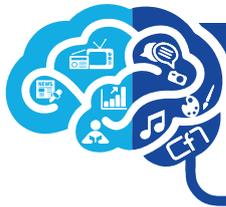
Com a presente pesquisa pretende-se perceber e visualizar os pontos fortes e fracos do hotel, além de detectar as oportunidades e ameaças do ambiente e elaborar uma matriz SWOT para o hotel.

METODOLOGIA

Este trabalho é fonte de uma pesquisa de campo, onde foram feitas visitas a um hotel da cidade de Cachoeira Paulista-SP, além de pesquisas bibliográficas e os meios eletrônicos. Para se criar a matriz SWOT usamos do método observacional para identificar os pontos fortes e fracos visíveis no hotel e com uma pesquisa de campo pôde-se comprová-los e identificar outros de acordo com a opinião dos hóspedes.

RESULTADOS PRELIMINARES

Pode-se perceber que o método SWOT é fundamental para elaboração de um planejamento estratégico e segundo Petrocchi (2002, p.33) “(...) o planejamento é a mais importante das funções administrativas. Ele dá o rumo para o hotel, define seu relacionamento com o meio ambiente e é um orientador para os setores internos.” O SWOT vai permitir ao empreendedor ter uma visão ampla do seu negócio e o ajudará a se programar da melhor forma, este método deixa visível as diferentes situações que a empresa pode sofrer durante sua atividade. O favorável para o projeto é que o proprietário foi capaz de reconhecer que em seu estabelecimento existem pontos fortes e fracos, também pôde compreender o motivo pelo qual são classificados desta forma e está disposto a usar as fortalezas como diferencial estratégico e eliminar as fraquezas que prejudicam o bom atendimento dos peregrinos. Além de conseguir distinguir que as ameaças e oportunidades não dependem de sua vontade, porém ao conhecê-las é possível criar fortalezas na empresa que neutralizem as ameaças e que tirem melhor proveito das oportunidades. Como foi dito as ameaças não estão sob controle das empresas e por nosso trabalho se tratar inicialmente de uma observação, percebe-se que a Cidade de Cachoeira Paulista carece de infraestrutura turística que consiste no “conjunto de bens e serviços que estão a disposição do turista, como parte integrante, fundamental ou acessória, do fenômeno turístico” (Barreto, 1996. p.52), exemplificando, atualmente a cidade possui acessos difíceis para os ônibus, não existe um comércio voltado para atender esses turistas, além disso tem poucas opções para alimentação e para locomoção, e



SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

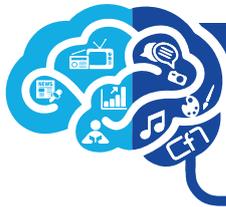
da Faculdade Canção Nova

não oferece outras opções de lazer que possam estimular o turismo. Contribuindo com a definição anterior, Petrocchi (2002, p.19) afirma que o produto turístico é constituído por três serviços básicos: o transporte, a hospedagem e o atrativo, ou seja, aquilo que realmente motiva os turistas a visitarem um lugar. Com essas afirmações percebe-se que estes aspectos observáveis em Cachoeira Paulista são ameaças e podem ser tornar um fator que afaste os turistas da cidade.

LITERATURA CITADA

Barreto, Margarita. Planejamento e Organização em Turismo. 2ª ed. Campinas, SP: Papirus, 1996. Disponível em: <<http://festivaldeturismodascataratas.com/wp-content/uploads/2014/01/16.-TURISMO-E-PLANEJAMENTO-ANÁLISE-COMPARATIVA-SOBRE-O-MOSTEIRO-DA-RESSURREIÇÃO-E-SÃO-BENTO.pdf>>. Acesso em: 30 mar. 2015.

Petrocchi, Mario. Hotelaria: Planejamento e Gestão. São Paulo, SP: Futura, 2002. Disponível em: <<http://bdm.unb.br/handle/10483/421>>. Acesso em: 25 mar. 2015.



O CIRCUITO RELIGIOSO MICROREGIÃO DO VALE DO PARAIBA: O CRESCIMENTO DA INFORMALIDADE E A QUALIDADE DE ATENDIMENTO AO PEREGRINO

Carlos Hendrigo Rodrigues Pereira (1), Diego da Mota Rodrigues (2), Talles Taynan de Carvalho Barbosa (3), Leticia Aparecida de Oliveira Araújo (4), Marcílio Farias da Silva (5)

¹ Aluno do curso de Administração na FCN Cachoeira Paulista-SP. CEP: 12630-000. e-mail: hendrigo61@gmail.com

² Aluno do curso de Administração na FCN Cachoeira Paulista-SP. CEP: 12630-000. e-mail: diegosfc11@hotmail.com

³ Aluno do curso de Administração na FCN Cachoeira Paulista-SP. CEP: 12630-000. e-mail: talles.taynan@yahoo.com.br

⁴ Aluno do curso de Administração na FCN Cachoeira Paulista-SP. CEP: 12630-000. e-mail: Leticia_araujo2409@hotmail.com

⁵ Professor do curso de Administração na FCN- Cachoeira Paulista-SP, Orientador. profmarciliofarias@gmail.com

RESUMO: A partir das observações e pesquisas realizadas, foi identificado que o trabalho informal tem se apresentado em constante crescimento de maneira desenfreada, o que acaba impactando de maneira direta na economia do País, mesmo que movimentando a economia de certa forma acaba por sonegar impostos ao governo, e consequentemente gerando um impacto no mercado de trabalho e no aspecto social. Aspecto estes que pode gerar um conflito entre o setor formal e o setor informal.

A partir deste ponto o trabalho desenvolve um mecanismo de identificação dos motivos pelos quais muitos recorrem a informalidade como meio de sobrevivência frente ao cenário, apresentaremos programas governamentais existentes e benefícios que poderão usufruir com a migração para a formalidade e a conscientização na qualidade do atendimento ao peregrino visando ampliar seus negócios.

O administrador precisa desenvolver e utilizar de habilidades de coleta e manipulação de dados (que podem ser feitas a partir de um questionário com objetivo de entender aspectos que englobam a realidade informal), habilidades de comunicação e habilidades técnicas que caracterizara a legalização dos mesmos a partir das propostas apresentada no trabalho.

PALAVRAS-CHAVE: trabalho informal; economia; qualidade no atendimento;

INTRODUÇÃO

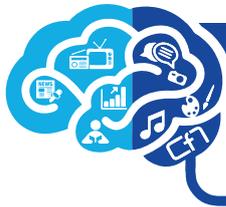
Este trabalho tem como ideia procurar abordar uma visão sobre a crescente evolução da informalidade no mercado de trabalho nos diversos setores que tem sido um refúgio para os trabalhadores sem renda fixa. Mediante a ideia, será apresentada como proposta o Programa MEI (Micro Empreendedor Individual), com o intuito de viabilizar as informações necessárias para que o trabalhador informal tome ciência dos benefícios que poderá desfrutar uma vez legalizado e como complemento desta proposta oferecer um curso de atendimento ao público visando levantar a reflexão da importância de um atendimento de qualidade e padronizar o atendimento aos peregrinos do Circuito Religioso.

OBJETIVOS

- Reverter a concepção dos trabalhadores do setor informal:

Apresentar os programas que o governo oferece com objetivo de proporcionar a migração destes trabalhadores para a formalidade, afim de, poder desfrutar de benefícios legais, e obter recursos que garantam um maior faturamento e aumentar o numero de clientes.

- Dispor de um atendimento de qualidade e diferenciado:



SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA da Faculdade Canção Nova

Oferecer um curso de atendimento ao público (oferecido gratuitamente pelo SEBRAI), com intuito de desenvolver habilidades e raciocínios estratégicos destes trabalhadores, visando agradar os peregrinos com um atendimento de qualidade e diferenciado.

METODOLOGIA

Realizou-se compilação de dados do cenário nacional a respeito do efeito da informalidade e qualidade no atendimento que causam na economia e ao peregrino. O banco de dados constou vários sites que retratavam a evolução da informalidade ao longo do tempo, o trabalho foi obtido apenas de alguns sites. Foram coletados dados referentes aos vários tipos de setores como alimentícios, acessórios, eletrônicos, vestuários e áudio visuais. Ressalta-se que o trabalho não foi mostrar com clareza o setor formal, pois ele é referência para o ponto principal que é a informalidade. Desta forma, optou-se por realizar-se a avaliação com ajuda de um questionário para saber os efeitos que a informalidade causa sobre os peregrinos. Para a avaliação estatística dos dados iremos utilizar uma tabela de gráfico para enumerar todas as informações obtidas, empregando-se como base as respostas dos peregrinos obtidas pelo questionário.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Mediante o crescente índice do grau de trabalhadores informais no Brasil optamos por desenvolver uma pesquisa que viabiliza um maior conhecimento sobre a concepção e conhecimento destes trabalhadores quanto aos programas governamentais existentes que possibilitam a migração para o trabalho formal e levantar o interesse dos mesmos em adotar tal mudança legal.

Então realizaremos um questionário dissertativo com intuito de levantar dados concretos para maior precisão das realidades do setor informal frente ao cenário político/econômico em que se encontra o País em seus vários aspectos.

O questionário será aplicado no segundo semestre de 2015, onde teremos os verdadeiros dados concretos para manipulação em apresentação estratégica das informações descritivas das variáveis qualitativa ordinal e quantitativa contínua.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A informalidade pode ser considerada como a principal válvula de escape para atual crise do país, limitada a alguns pontos e positivos em outros, sendo seus efeitos mais potentes no cenário político/econômico que o Brasil vive.

REFERÊNCIAS

http://www.caged.gov.br/downloads/caged/Manual_CAGED_2012_versaoACI13-1.pdf -

<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/Microempreendedor-Individual-conta-com-o-Sebrae>

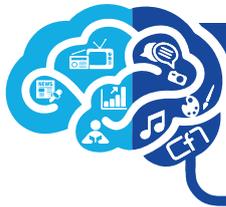
<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/legislacao/microempreendedor-individual-mei>

IBGE - *Revista Anhangüera* v.4 n.1 jan./dez. p.139-155- 26/10/2014

PNAD de (2002) - *Revista Anhangüera* v.4 n.1 jan./dez. p.139-155

Ramos (2002) - *Revista Anhangüera* v.4 n.1 jan./dez. p.139-155

Ulysses (2005)- *Revista Anhangüera* v.4 n.1 jan./dez. p.139-155



**A IMPORTÂNCIA DA GESTÃO DE SERVIÇOS NO RAMO HOTELEIRO EM UMA
PEQUENA CIDADE DO VALE DO PARAÍBA PAULISTA**

Cláudia Cristina Antunes da Costa Siqueira (1), Élcio Henrique dos Santos (2)

¹ Aluna do curso de Administração da FCN, Cachoeira Paulista – SP. CEP: 12630-000. E-mail: cristina.siqueira@globo.com

² Orientador, Professor da FCN – Cachoeira Paulista – SP. CEP: 12630-000. E-mail: profelciohenrique@yahoo.com.br

RESUMO: Observar o mercado, estudar os concorrentes, achar meios atrativos, com inovação e novas estratégias de atuação, pode ser o diferencial para se destacar e dominar a preferência no ramo hoteleiro, tudo isso somados à boa gestão de serviços, que não pode faltar em qualquer área de atuação. Sabe-se que em todo ramo de atividade são primordiais a conquista de novos clientes e a fidelização dos mesmos e que o esforço total do empreendimento para a prestação de serviços tornou-se, pré-requisito de sobrevivência em qualquer organização, uma vez que o mercado contemporâneo se tornou extremamente competitivo.

Este artigo buscou ter a clareza de como os empreendimentos hoteleiros, principalmente os de pequenas cidades, deverão ser estruturados no que se refere às questões como gestão ou gerenciamento de operações e quaisquer ações a serem colocadas em prática para o bem atender. A observação central deste, será em analisar o emprego do esforço humano como peça essencial para que estabelecimentos hoteleiros possam conquistar e fidelizar seus clientes, conseguindo demarcar seu espaço e oferecendo a seus hóspedes uma experiência muito além de um ato simples de consumo de produtos ou serviços. Visando a possibilidade deste ambiente superar as expectativas, fazendo com que a experiência turística se mostre e se torne memorável, principalmente por se ter uma boa gestão de serviços, o que refletirá diretamente na prestação do mesmo.

PALAVRAS-CHAVE: gestão de serviços, ramo hoteleiro, administração, eficácia, eficiência, fidelização

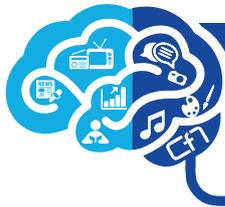
INTRODUÇÃO

Devido ao crescimento rápido e ainda em alta, do ramo hoteleiro de uma pequena cidade do Vale do Paraíba, interior paulista, que recebe - segundo dados do portal cancaonova.com - quase dois milhões de turistas do segmento religioso anualmente, por causa do forte destaque nacional e também internacional, de uma comunidade católica instalada na cidade há 37 anos, que conforme Abib (1999) foi criada para evangelizar, fazendo eventos com temas motivando à espiritualidade, com foco na evangelização através dos meios de comunicação, observou-se a importância da gestão de serviço para estruturar os empreendimentos do segmento, para que se destaquem pela eficácia e para que fidelizem seus hóspedes, uma vez que a cidade recebe em várias datas do ano, até 6 vezes mais que o número da população local, em um único evento e assim, pela falta de locais preparados e estruturados, que trabalhem com padronização de serviços e reservas, muito se deixa a desejar, com meios de hospedagens precários, sem atrativos e desfavoráveis. Diante dessa problemática, pesquisou-se a importância da gestão de serviços para o ramo hoteleiro e assim oferecer forma de estruturação interna com adequação à boa prestação de serviços, oferecendo oportunidade aos empreendimentos de se adequarem e assim conquistar esse mercado em alta nessa cidade.

Para Frei (2008) a eficácia na prestação de serviços se dá através de: bons serviços prestados; excelência da qualidade; organização no agendamento ou reserva; recepção formal; acolhimento cordial; ambiente tranquilo; local limpo e confortável; equipe atenciosa e prestativa; valor coerente com o mercado e classificação do local; bom marketing de relacionamento; pós hospedagem voltada à fidelização, dentre outros. Frei (2008) complementa que, o diferencial do serviço prestado, com qualidade é o que estimula a competitividade, devendo ser a principal estratégia dos empreendimentos do ramo hoteleiro, contribuindo para a criação de serviços que conduzirão e influenciarão um novo hóspede a voltar.

OBJETIVO

Analisar a gestão de serviços, apresentando processos administrativos eficientes que auxiliarão na prestação de serviço eficaz, visando a melhoria do ramo hoteleiro de uma pequena cidade do Vale do Paraíba, interior do estado de São Paulo.



METODOLOGIA

Optou-se por fazer uma revisão bibliográfica do tema gestão de serviços, feito de forma descritiva, que é de grande importância no meio acadêmico.

Portanto, como propõem Cooper e Schindler (2003) esta pesquisa partiu de uma revisão de temas relacionados às questões pertinentes à administração, que se configurou com uma revisão bibliográfica, por se tratar de uma análise literária organizada e desenvolvida, partindo de materiais já publicados. Consultou-se, livros, revistas acadêmicas, teses, dissertações e artigos científicos, sobre gestão: de serviços, de hotelaria, de processos e procedimentos, da qualidade e em seguida, fez-se a análise conceitual, procurando identificar dentre as informações obtidas aquelas que mais poderiam agregar valor a esta pesquisa.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

As características observadas aqui, antes devem ser avaliadas para se chegar a um entendimento amplo da qualidade de serviços, pois envolvem o desempenho dos prestadores de serviços, assim afirmam os autores Fitzsimmons e Fitzsimmons (2007) e Gianesi e Corrêa (1994) que ainda complementam dizendo que o pacote de serviços de uma empresa é composto por elementos, que podem ser classificados em: as instalações de apoio, os bens facilitadores, os serviços implícitos e os serviços explícitos. Em que as instalações de apoio, comportam a prestação do serviço que em geral são as instalações físicas, a infraestrutura, os equipamentos, e demais itens físicos para o bom andamento do serviço. Esse tem grande importância para a percepção da boa prestação do serviço pelo cliente.

Sabe-se que o produto do meio de hospedagem é o grupo das ações a serem desenvolvidas em um ambiente, que podem ser colocadas em prática, nos níveis estratégicos, táticos e operacionais, sempre voltado ao bem-estar de seus hóspedes, visando sanar suas necessidades e superar as expectativas. Por esse motivo, precisa-se tomar muito cuidado ao estabelecer as funções, objetivos, ações e escolher os colaboradores, pois uma falha repercutirá no produto como um todo (KOTLER, 2000).

Preocupam-se com assuntos de divisão administrativa, por ser comum um empreendimento de pequeno porte, que é o caso da maioria das pousadas e alguns hotéis da pequena cidade turística aqui exposta, não ter a preocupação com as divisões de tarefas, todos fazem de tudo, sem função específica. Conforme Petrocchi (2007, p.31) “as divisões de cargos, propõem melhorias na comunicação e na redução de custos, adotando um método de gestão, que melhor faz as divisões dos serviços”.

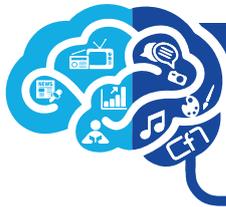
As denominações dos cargos podem variar de um meio de hospedagem para outro, cada um adota a forma que melhor se enquadra em sua organização, porém, o fundamental é uma adequada distribuição do trabalho e setorização, o que refletirá no desempenho da prestação de serviços, pois não terá acúmulo de funções (PETROCCHI, 2007).

Segundo Castelli (2010) na administração desse ramo de negócio, além de uma adequada divisão do trabalho, são também necessárias, habilidades técnicas, humanas e conceituais, através de ações em conjunto que busquem a qualidade, o comprometimento com a excelência dos serviços, tendo o empreendimento como benefício a prevenção de erros, o que diminuirá a produção de custos deste e se obterá a produtividade ideal, que é mensurada pelo oferecimento de produtos e serviços cada vez melhores, tendo como contraponto a redução dos custos. O empreendimento poderá oferecer serviços com qualidade e bom preço, fato importantíssimo para tornar-se competitivo no mercado, garantindo assim, sua sobrevivência.

Para se chegar ao crescimento desse setor, é necessário reconhecer a competitividade, sendo essa, vista como uma forma de sobrevivência, pois durante esse processo, os estabelecimentos turísticos idealizam, projetam e expõem novos produtos e serviços, tendo, por meio de ações, a intenção de se renovar frente a demanda, para que seja possível fidelizar e aumentar a permanência em seu ambiente.

A definição do processo, é de grande importância de forma que se defina os recursos a utilizar, que norteará os gestores hoteleiros. Essa definição e procedimentos nos meios de hospedagens é o planejamento ordenado dos trabalhos, que deverão ser realizadas para alcançar seus objetivos e cumprimento do tempo estipulado para cada tarefa, sendo o tempo uma variável extremamente exigida pelo hóspede (ERDMANN, 1994).

Quanto a definição de qualidades a ser produzida, em projeção de médio ou longo prazo, trata-se de demanda e capacidade, que o meio de hospedagem irá produzir ou atender sem afetar a qualidade dos serviços que são executados. Esse critério é de grande importância para o estabelecimento em todas as áreas. Através deste existe a possibilidade de chegar à satisfação ou decepção, pode-se conquistar e fidelizar o hóspede, ou fazer com que ele nunca mais se hospede e ainda faça a divulgação dessa insatisfação (ERDMANN, 1994).



SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA da Faculdade Canção Nova

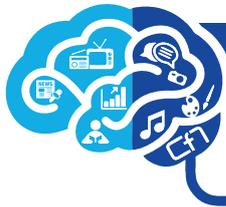
Para que o hóspede se sinta bem, confortável e seja bem servido é necessário que haja uma interação em relação à prestação dos serviços por parte de todos os colaboradores envolvidos. E para esse sucesso é necessário, treinamento, capacitação e reciclagem que levem a conscientização da necessidade de cuidar e fazer bem feito a parte que cabe a cada um, para que o mesmo tenha sua função garantida nesse meio que o empresa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ainda há muita pesquisa a ser feita abordando o tema gestão de serviços e sua importância no ramo hoteleiro. Porém, vislumbra-se que no cenário hoteleiro da pequena cidade turística do Vale do Paraíba, interior do estado de São Paulo, haja conscientização por parte dos gestores, diretores ou proprietários do ramo hoteleiro, de que a implantação da gestão de serviços, bem como as propostas administrativas eficientes, pesquisadas no presente artigo, auxiliarão na prestação de serviço eficaz e serão de grande importância para o desenvolvimento e crescimento de seu empreendimento, levando à conquista e fidelização de seus hóspedes.

LITERATURA CITADA

- ABIB, J. **Canção Nova, uma obra de Deus: Nossa história, identidade e missão**. São Paulo: Canção Nova, 1999.
- CASTELLI, G. **Gestão Hoteleira**. 4 ed. São Paulo: Saraiva, 2003.
- _____. **Hospitalidade: a inovação na gestão nas organizações prestadoras de serviços**. São Paulo: Saraiva, 2010.
- COOPER, D. R., SCHINDLER, P. S. **Métodos de pesquisa em administração**. Porto alegre: Bookman, 2003.
- ERDMANN, R. **Modelo organizativo para sistemas de planejamento e controle da produção**. Florianópolis: UFSC, 1994. Tese (doutorado em engenharia da produção) - programa de pós-graduação em engenharia da produção, UFSC, 1994.
- FITZSIMMONS, J.; FITZSIMMONS, M. **Service Management: Operations, Strategy, Information Technology**. 6. ed. New York: McGraw Hill/Irwin, 2007.
- FREI, F. X. **Os Quatro Pilares de Uma empresa de Serviços de Sucesso**. Harvard Business Review; Abril, 2008.
- GIANESI, I. G. N.; CORREA, H. L. **Administração estratégica de serviços: operações para a satisfação do cliente**. São Paulo: Atlas, 1994.
- KOTLER, P. **Administração de marketing**. 10 ed. São Paulo: Atlas, 2000.
- PETROCCHI, M. **Hotelaria: planejamento e gestão**. 2 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- CANÇÃO NOVA. **Portal**, s.d. Disponível em: www.cancaonova.com. Acesso em 20 mar. 2015.



TECNOLOGIA SOCIAL: SOLUÇÃO PARA OS MENOS FAVORECIDOS¹

Denise Aparecida da Veiga Silva(2), Benedita Hirene de França Heringer(3)

¹Apoio: FCN

²Aluna do curso de Administração da Faculdade Canção Nova, Cachoeira Paulista-SP CEP: 12.630-000. e-mail:

veigaap@yahoo.com.br

³Doutora em Administração e professora da FCN - Cachoeira Paulista - SP. Orientadora.

RESUMO: O objetivo deste trabalho é verificar o que as universidades estão fazendo, na prática, com relação à tecnologia social como ferramenta de responsabilidade social e sustentável no desenvolvimento dos menos favorecidos. A tecnologia social é adequada para a população com menos condições de sobreviverem, dando-lhes oportunidades para se desenvolverem e aplicarem seus conhecimentos no dia a dia, mudando a realidade em que se encontram. As tecnologias sociais são muito abrangentes e para chegar a um denominador comum envolvem a aplicação de conhecimentos populares, científicos ou tecnológicos, atuação de organização com conhecimentos da ciência e tecnologia. A metodologia utilizada teve como proposta a pesquisa exploratória para levantamento de conceitos referentes ao tema. Serão utilizadas como estudo de caso várias universidades brasileiras que usam a ciência para o desenvolvimento da comunidade onde elas estão inseridas. Espera-se encontrar propostas de tecnologias utilizadas como instrumento da melhoria daqueles em situações precárias de sobrevivência na comunidade em que vivem.

PALAVRAS-CHAVE: responsabilidade social, sustentabilidade, tecnologia social

INTRODUÇÃO

Ao longo dos anos a tecnologia social vem mudando a realidade das pessoas menos favorecidas, criando oportunidades de se desenvolverem, aprendendo novas técnicas para serem aplicadas na solução de problemas cotidianos. Por meio de metodologias transformadoras, a tecnologia social envolve a aplicação de conhecimentos populares, científicos ou tecnológicos, e também a atuação de organização com conhecimentos da ciência e tecnologia. Além de prezar a responsabilidade social ela também visa a o desenvolvimento sustentável. Deve ter impactos sociais, contribuindo para a inclusão social, diminuindo as desigualdades, melhorando a qualidade de vida das pessoas (ITS BRASIL, 2012). Nota-se que durante esse tempo, muitos projetos sociais desenvolvidos por instituições competentes trouxeram resultados significativos para as comunidades vulneráveis. Portanto, o papel das universidades também se torna relevante nesse processo de disseminação do conhecimento. É essencial que elas estejam cada vez mais abertas a ouvir as necessidades da população e utilizar experiências que deram certo em pesquisas acadêmicas para auxiliar no processo de desenvolvimento e inclusão social. Dessa forma, o objetivo desse artigo foi verificar o que as universidades estão fazendo, na prática, com relação à tecnologia social como ferramenta de responsabilidade social e sustentável no desenvolvimento dos menos favorecidos.

OBJETIVOS

Verificar o que as universidades estão fazendo, na prática, com relação à tecnologia social como ferramenta de responsabilidade social e sustentável no desenvolvimento dos menos favorecidos.

METODOLOGIA

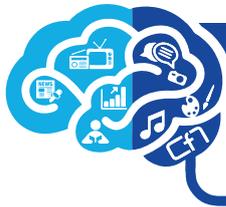
A metodologia utilizada teve como proposta a pesquisa exploratória para levantamento de conceitos referentes ao tema. Serão utilizadas como estudo de caso várias universidades brasileiras que usam a ciência para o desenvolvimento da comunidade onde elas estão inseridas.

RESULTADOS PRELIMINARES

Espera-se encontrar propostas de tecnologias utilizadas como instrumento da melhoria daqueles em situações precárias de sobrevivência na comunidade em que vivem.

LITERATURA CITADA

COMMODARO, G.; SABATIELLO, J. Fundação AVSI. **A empresa como fator de desenvolvimento de território:** Responsabilidade social e terceiro setor. Regulamentação legislativa da Responsabilidade social corporativa. Conceitos e Legislação. 2. ed. Belo Horizonte/MG, 2011. Disponível em:



SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA
da Faculdade Canção Nova

<<http://www.avsi.org/wp-content/uploads/2012/10/Livro-AVSI-Responsabilidade-Social-FINAL.pdf>>.
Acesso em: 23 marc.2015.

DIAS, R. **Gestão ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade**. 2. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2011.

INSTITUTO DE TECNOLOGIA SOCIAL, ITS BRASIL. São Paulo, s.d. Disponível em:
<<http://itsbrasil.org.br/>>. Acesso em: 17 abr.2015.

INSTITUTO DE TECNOLOGIA SOCIAL, ITS BRASIL. **Revista Conhecimento: Ponte para a vida**. São Paulo/SP, 2010. Disponível em:
<http://itsbrasil.org.br/sites/itsbrasil.w20.com.br/files/Digite_o_texto/Rev_ITS_n9_ParaSite.pdf>. Acesso em: 23 marc.2015.

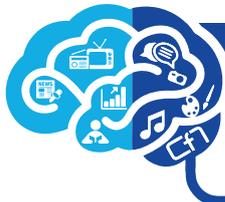
INSTITUTO DE TECNOLOGIA SOCIAL, ITS BRASIL. **Revista ITS BRASIL 10 anos**. Apresenta um balanço das atividades do Instituto de tecnologia social desde a fundação, em julho de 2001. São Paulo/SP, 2011. Disponível em: <[Rev_its_final_25_11_11_site.pdf](#)>. Acesso em 06 abr. 2015.

INSTITUTO DE TECNOLOGIA SOCIAL, ITS BRASIL (Org.). **Tecnologia Social: experiências exemplares - I**. São Paulo: ITS BRASIL/MCTI-SECIS, 2012. Disponível em:
<http://itsbrasil.org.br/sites/itsbrasil.w20.com.br/files/Digite%20o%20texto/tecnologia_social_experiencias_exemplares1_mio_lo_391_baixa.pdf>. Acesso em: 16 marc.2015.

LIANZA, S.; ADDOR, F. (Orgs.). **Tecnologia e desenvolvimento social e solidário**. 1. ed. atual. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2011.

RAMPAZZO, L. **Metodologia Científica: para alunos dos cursos de graduação e pós-graduação**. 7ed. São Paulo: Editora Loyolla, 2013.

RODRIGUES, I.; BARBIERI, J. C. **A emergência da tecnologia social: revisitando o movimento da tecnologia apropriada como estratégia de desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro/RJ, 2008. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rap/v42n6/03.pdf>>. Acesso em: 16 marc.2015.



A INSERÇÃO DA MULHER NO MERCADO DE TRABALHO: CONQUISTAS E DESAFIOS

Eliane Rodrigues de Almeida Pontes (1), Leila Urioste Rosso Pires (2)

¹ Aluna do curso de Administração, FCN, Cachoeira Paulista-SP. CEP: 12630-000. e-mail: nanealmeidapontes@gmail.com

² Professora do curso de Graduação em administração/ FCN - Cachoeira Paulista-SP, Orientador.

RESUMO: com o objetivo de analisar a inserção da mulher no mercado de trabalho e os impactos desta trajetória, o presente artigo partiu da contextualização histórica do trabalho para posteriormente adentrar na inserção da mulher, o que possibilita maior compreensão a cerca das conquistas e desafios vivenciados durante este processo. Realizou-se pesquisa bibliográfica para fundamentação teórica, buscando a contribuição de autores para elucidar a presença da mulher no mercado de trabalho, bem como a complexidade desta relação, resultante da luta por igualdade profissional. Sem focar na discussão sobre os direitos reivindicados por movimentos sociais, mas considerando-os como fatores relevantes neste processo, o estudo analisa os resultados desta conquista, utilizando-se de pesquisa descritiva como método comparativo entre os diversos cenários encontrados pelas mulheres e a forma de enfrentamento destes a partir das realidades vivenciadas, ou seja, a percepção da mulher em relação ao trabalho a partir de sua realidade pessoal. Identificada esta percepção, através da coleta e tabulação dos dados, conclui-se a proposta do artigo, ressaltando os resultados da pesquisa, bem como a interligação do resultado com o contexto histórico da presença da mulher no mercado de trabalho.

PALAVRAS-CHAVE: mulher, mercado de trabalho.

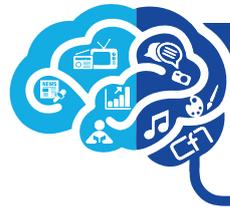
INTRODUÇÃO

Ao longo dos anos o mercado de trabalho vem sofrendo diversas transformações oriundas da globalização, das inovações tecnológicas e aumento da competitividade, que revelam o crescimento e complexidade das relações profissionais. Neste cenário, destaca-se a trajetória da mulher no mercado de trabalho, cujas conquistas são notórias, contudo pouco revela sobre o árduo caminho trilhado para alcançá-las. Esta trajetória pode ser percebida como resultado de uma luta por igualdade, como reflexo da transformação social, visto que historicamente, cabia ao homem a responsabilidade de prover o sustento da casa. Desta forma, entende-se que a conquista deste direito foi uma grande vitória, e a mulher passa a colocar em nível de igualdade profissional, lutando por reconhecimento e valorização. Contudo, ao longo da história ainda sofreria com o preconceito e discriminação, além da desvalorização enquanto profissional. Entretanto, os obstáculos encontrados na caminhada para conquistar seu espaço no mercado de trabalho foram moldando o perfil da mulher enquanto profissional, ressaltando características relevantes para o ambiente organizacional.

A partir desta luta, percebe-se uma significativa mudança do perfil da mulher, ou seja, a transição da mulher submissa de décadas passadas para a mulher contemporânea, cujo fenômeno influencia tanto o âmbito social quanto organizacional, que permitiu à mulher a conquista de seu espaço, que antes era predominantemente ocupado pelos homens. A complexa e desafiadora relação de disputa de poder que surgiu, originou a necessidade de reformulação de políticas de gestão de pessoas, que segundo a visão de Dutra (2009), deve priorizar as relações entre indivíduos e organização, prezando pela reciprocidade e garantindo a conciliação de expectativas e interesses entre as organizações e as pessoas para que ambas possam realizá-las ao longo do tempo.

Outro fator positivo para a inserção da mulher no mercado de trabalho passou pela conscientização de que o fator humano interfere diretamente nas organizações e que sua satisfação reflete seu desenvolvimento, o posicionamento profissional, independente do gênero, começam a influenciar diretamente no processo de contratação, possibilitando maior competitividade entre homem e mulher. De acordo com Dutra (2009), as organizações passam a perceber a necessidade de estimular e apoiar o contínuo desenvolvimento das pessoas, favorecendo o ambiente competitivo que permite escolhas mais minuciosas de acordo com a exigência do cargo.

Esta análise contribui ainda com o aprofundamento da discussão e compreensão da vivência das mulheres, que devido ao alto nível de exigência e responsabilidade gera uma sobrecarga, que interfere diretamente nos múltiplos papéis que desempenha, pois mesmo se dedicando ao crescimento profissional, a mulher não deixou de cumprir a jornada familiar, conciliando as obrigações domésticas e profissionais.



OBJETIVOS

Objetivou-se apresentar a trajetória feminina no mercado de trabalho, destacando as conquistas e desafios, que influenciaram a postura da mulher frente à transformação social vivenciada, a partir de levantamento bibliográfico, e pesquisa descritiva, através de questionário, que segundo a definição de Marconi e Lakatos (2003, p. 201) trata-se de “um instrumento de coleta de dados, constituído por uma série ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador”.

METODOLOGIA

Para a fundamentação teórica utilizou-se de pesquisa bibliográfica, através de leitura e estudo de obras relacionadas ao tema, que possibilitam um olhar crítico a cerca da temática abordada, publicadas em livros, revistas (RAMPAZZO, 2002). Assim como aplicação de questionário para visualização concreta do atual cenário organizacional.

RESULTADOS PRELIMINARES

Para compreender a intensa relação do homem com o trabalho, torna-se pertinente um olhar histórico, considerando que desde a origem da humanidade o trabalho constitui-se parte da sua dignidade. KANAANE (2009, p.17) “diz que o trabalho é uma ação humana exercida num contexto social, que sofre influencias oriundas de distintas fontes (...)”. Portanto, pode ser compreendido como uma ação concreta do homem na sociedade, que além de ser meio de sobrevivência, o trabalho permite ao homem ser protagonista de sua própria história.

Nesta perspectiva, em que o trabalho pode ser compreendido como via de realização e não apenas como obrigação, a inserção da mulher no mercado de trabalho, sua luta por conseguir galgar seu espaço, ganha uma conotação de reivindicação por igualdade, por ter a possibilidade de usufruir de todos os benefícios oriundos do trabalho, que além da remuneração, da realização pessoal, dignifica a pessoa.

Mesmo que ao longo da história, as organizações tenham se adaptado as transformações decorrentes da globalização, fatores como a diversidade da força de trabalho, que abrange sexo, raça e etnia, idade e capacidade física, ainda apresenta-se como um desafio organizacional, segundo Schermerhon, Hunt, Osborn (2009). Os autores ainda destacam que administrar a diversidade, significa valorizar as diferenças, criando um ambiente em que todos se sintam valorizados e aceitos.

A partir deste cenário, que ressalta a importância da valorização profissional, considerando as diferenças individuais, apresenta-se como pertinente uma análise da relação de mulher com o mercado de trabalho, considerando as diversas realidades vivenciadas e a influência do trabalho em sua vida, seja como fator construtivo ou desafiador, o que pode contribuir para novas políticas de trabalho.

LITERATURA CITADA

DUTRA, Joel S. Gestão de Pessoas: modelo, processos, tendências e perspectivas. 1. Ed. São Paulo: Atlas, 2009.

KANAANE, Roberto. Comportamento humano nas organizações: o homem rumo ao século XXI. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2009.

RAMPAZZO, Lino. Metodologia científica: para alunos dos cursos de graduação e pós-graduação. 6. Ed. São Paulo: Loyola, 2002.

SCHERMERHORN JR., JhonR.; HUNT, James G.; OSBORN, Richard N. Fundamentos de comportamento organizacional. 2. Ed. Porto Alegre: Bookman, 1999.

MARCONI, Marina de A.; LAKATOS, Eva M. Fundamentos de metodologia científica. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 2003.



**A IMPORTÂNCIA DO EMPREENDEDORISMO PARA MICRO E PEQUENAS EMPRESAS
DO VALE DO PARAÍBA**

Eliane Veiga Lopes Paiva (2) Rodrigo de Souza Sardinha (3)

1 Apoio: Faculdade Canção Nova

2 Aluna do curso de Administração da Faculdade Canção Nova, Cachoeira Paulista-SP CEP: 12.630-000. e-mail: elivepaiva@hotmail.com.br

3 Professor, Mestre da Faculdade Canção Nova, Cachoeira Paulista-SP. Orientador

RESUMO:

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo, Empreendedor, Micro e Pequenas Empresas.

INTRODUÇÃO

A contribuição das Micro e Pequenas Empresas (MPEs) para o desenvolvimento está relacionada com o empreendedorismo, que traz um novo modelo de fazer negócio, preenchendo as lacunas de desemprego geradas pela crise e suprimindo a demanda de mercado. Para o IBGE o empreendedorismo tem sido apontado como fator relevante para o crescimento econômico, produtividade, inovação e para o aumento do emprego. O empreendedor tem sido agente de transformação nos negócios, ele utiliza suas características empreendedoras em negócios já existentes, ou quando inicia um novo. Os resultados da pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2013 indicam a vitalidade do empreendedorismo no país mesmo em um período de pleno emprego, a perspectiva é de que os pequenos negócios continuem em uma trajetória de crescimento, já que o mercado interno brasileiro ainda oferece muitas oportunidades. A relevância e contribuição das MPEs na atividade econômica do Vale do Paraíba têm vínculo com o empreendedor que tem sido visto como um agente para crescimento da quantidade de empresas.

OBJETIVOS

O objetivo desse artigo é avaliar a importância do empreendedorismo e as características dos empreendedores como ferramenta de transformação nas Micro e Pequenas Empresas do Vale do Paraíba.

METODOLOGIA

A metodologia utilizada para este artigo será baseada em pesquisa bibliográfica, desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos, quanto a sua abordagem, ela possui característica quantitativa.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

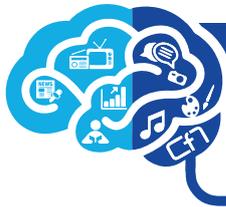
Espera-se que o empreendedorismo seja utilizado como uma ferramenta de transformação e mais um incentivo para o surgimento de novos negócios no Vale do Paraíba.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo é impulsionado pela inovação, necessidade do mercado e pelas oportunidades percebidas. As MPEs são meios utilizados pelos empreendedores para a atuação e práticas empreendedoras e contribuição ao desenvolvimento.

LITERATURA CITADA

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor:** A metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.



A IMPORTÂNCIA DE UM PLANO DE NEGÓCIO COMO FERRAMENTA NORTEADORA PARA AS ORGANIZAÇÕES¹

Fábio Gonçalves Vieia(2), André Prado(3)

¹ Apoio: Faculdade Canção Nova

² Aluno do curso de Administração da FCN, Cachoeira Paulista - SP. CEP: 12630-000. e-mail: fabio@comunidadecn.com

³ Professor Mestre do curso de Administração da FCN – Cachoeira Paulista- SP. Orientador.

RESUMO: com a atual situação no Brasil de dificuldades econômicas e a falta de recursos, o empreendedor tem alargado as fronteiras e buscado artifícios que deem mais segurança na hora de se fazer os investimentos ou mesmo retomar os rumos de um empreendimento maduro. Os empresários tem-se utilizado de ferramentas norteadoras, que permitem um estudo mais profundo da situação do mercado e a medição de riscos ou necessidade de uma reengenharia de processos. Uma ferramenta que tem chamado atenção por seu estudo mais crítico sobre o mercado, é o plano de negócio, (*Business plan*). Trata-se de um plano que descreve por escrito os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. É um documento que serve de planejamento. Esta ferramenta de gestão também tem sido utilizado como instrumento de captação de recursos financeiros junto a capitalistas de riscos e *angel investors* (investidores anjos). Devido a isso, o presente trabalho pretende elucidar a importância de um plano de negócio e provocar a uma reflexão sobre como um empreendedor pode reduzir os riscos utilizando esta ferramenta de gestão. A metodologia aplicada no artigo em questão é a pesquisa bibliográfica realizada por meio de literaturas sobre o tema abordado e sobre pesquisas na internet, como artigos e sites, referentes ao assunto central.

PALAVRAS-CHAVE: empreendedorismo, plano de negócio e captação de recursos

INTRODUÇÃO

No mundo contemporâneo, o empreendedorismo tem sido comparado com a grande revolução industrial de nossos tempos, pois tem revelado que existem novas possibilidades de negócios. “O empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que será para o século XXI mais do que a Revolução Industrial foi para o século XX”. (TIMMONS, 1990 apud DORNELAS; 2012, p.7). Conforme o autor, “quando se fala em empreendedorismo, remete-se naturalmente ao termo plano de negócio (*business plan*) [...], pois este é parte fundamental do processo empreendedor”. (DORNELAS, 2012, p. 93). Por isso que, faz-se necessário que os “empreendedores aprendam a planejar suas ações e a delinear as estratégias da empresa a ser criada ou em crescimento” (DORNELAS, 2012, p.93). Mas afinal o que vem a ser um plano de negócio? Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2013), o Plano de Negócios é um documento que serve de planejamento. Trata-se de um plano que descreve por escrito os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. Permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado. Mas ao contrário do que muitos pensam, esta ferramenta de gestão também se aplica tanto no lançamento de novos empreendimentos quanto no planejamento de empresas maduras (DORNELAS, 2012). Além de todos os benefícios estratégicos que esta ferramenta oferece, o plano de negócio tem atingido notoriedade como instrumento de captação de recursos financeiros junto a capitalistas de risco e *angel investors*, principalmente no tocante às empresas de tecnologia e com propostas inovadoras. (DORNELAS. 2005, p.93).

OBJETIVOS

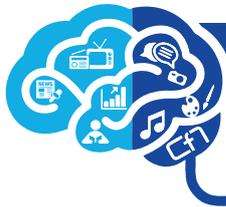
O objetivo desta pesquisa é demonstrar a importância de um plano de negócio e provocar a uma reflexão sobre como um empreendedor pode reduzir os riscos utilizando esta ferramenta de gestão.

METODOLOGIA

A metodologia aplicada no artigo em questão é a pesquisa bibliográfica realizada por meio de literaturas sobre o tema abordado e sobre pesquisas na internet, como artigos e sites, referente ao assunto central.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Conforme o autor (CHIAVENTATO, 2008, p.15), “para os novos negócios, a mortalidade prematura é elevadíssima, pois os riscos são inúmeros e os perigos não faltam”. Diante disso, ele aponta



algumas das possíveis causas de mortalidade nas empresas, que são apresentados na Tabela 1. De acordo com tais apontamentos, a causa mais frequente de mortalidade das empresas é a inexperiência do empreendedor, que chega até em 72% das causas. E isto faz sentido, partindo do princípio que o mundo é muito rápido e os empreendedores querem acompanhar o ritmo do mercado, porém como o mesmo é muito flutuante, se não houver do gestor uma expertise, ele pode levar o negócio sim, à falência. Na Tabela 2 são apresentadas as maiores armadilhas no gerenciamento de pequenas empresas brasileiras, que aponta, em primeiro lugar, a falta de experiência no ranking de falhas de gerenciamento de pequenas empresas. A pesquisa deixa claro que, as atitudes erradas acompanham a falta de experiência do gestor com os seus trabalhadores e com o mercado. Em segundo lugar, vem a falta de dinheiro para investir e manter o negócio funcionando, até que o mesmo dê lucro. Na Tabela 3, observa-se as causas de fracasso das startups americanas. Assim como as brasileiras, estas empresas chegam ao fechamento devido a incompetência gerencial, que chega ao índice de 45%, seguido por expertise desbalanceada com 20%, e em terceiro lugar, pela inexperiência em gerenciamento com 18%, ou seja, todas estas fazem referência a falta de experiência, que é o primeiro item de fracasso das empresas brasileiras. Nas três tabelas, é possível analisar que, os motivos apresentados são relativamente os mesmos, só muda o país. Assim sendo, a inexistência de um planejamento antes de abrir um empreendimento, pode aumentar as chances de negócio não dar certo. Por esse motivo, desenvolver um plano de negócio é de vital importância para uma organização.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No presente trabalho ressaltou-se a importância deste método tanto para uma empresa que está iniciando quanto para uma empresa madura no mundo corporativo.

Por meio de estudos, analisou-se as causas mais recorrentes de fechamentos de empresas, em contrapartida, como que os passos eficazes de um plano de negócio podem ajudar a diminuir os riscos.

Com este paralelo, salienta-se a relevância acadêmica e empresarial deste tema para novos empreendedores, bem como, para os que estão há muito tempo no mercado, pois para o plano de negócios não há restrição de utilização.

Conclui-se portanto, que esta ferramenta de apoio tem trazido muitos benefícios àqueles que a tem buscado como forma de levantar indicadores para os seus negócios e de sinalizar os caminhos e a hora que se deve fazer investimentos. Em suma, o plano é um termômetro que auxilia o empreendedor a verificar o momento certo e a dese certa para um investimento.

LITERATURA CITADA

- CHIAVENATO, Idalberto. Administração nos novos tempos. 2 ed. São Paulo: Elsevier 2008.
- DORNELAS, José. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 9 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- DORNELAS, José. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 4 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.
- SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. *Causa de mortalidade das empresas brasileiras*. 2003.
- SEBRAE. *Como elaborar um plano de negócio*. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/COMO%20ELABORAR%20UM%20PLANO_baixa.pdf>. Acesso em: 13 nov. 2014.
- SEBRAE. *Plano de negócios: viabilização de ideias passa pelo plano de negócios*. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/Viabiliza%C3%A7%C3%A3o-de-ideias-passa-pelo-plano-de-neg%C3%B3cios>>. Acesso em: 13 nov. 2014.



SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA
da Faculdade Canção Nova

Tabela 1. As causas mais comuns de falhas no negócio. Chiavenato (2008, p. 15)

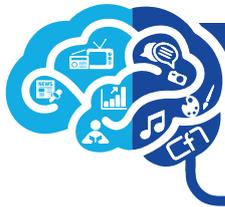
Inexperiência- 72 %	Fatores econômicos - 20 %	Vendas Insuficientes - 11 %	Despesas excessivas - 8 %	Outras causas – 3 %
Incompetência do empreendedor	Lucros insuficientes	Fraca competitividade	Dividas e cargas demasiadas	Negligencia
Falta de Experiência de campo	Juros elevados	Recessão econômica	Despesas operacionais	Capital insuficiente
Falta de experiência profissional	Perda de mercado	Vendas Insuficientes		Clientes insatisfeitos
Experiência desequilibrada	Mercado consumidor restrito	Dificuldade de estoques		Fraudes
	Nenhuma viabilidade futura			Ativos insuficientes

Tabela 2. Maiores armadilhas no gerenciamento de pequenas empresas
Bangs (1998) apud Dornelas (2005)

Falta de experiência	Atitudes erradas
Falta de dinheiro	Localização errada
Expansão inexplicada	
Gerenciamento de inventário impróprio	
Excesso de capital em ativos fixos	
Difícil obtenção de crédito	
Usar grande parte dos recursos do dono	

Tabela 3. Causas de fracasso das startups americanas
SBA (1998) apud Dornelas (2005)

Incompetência gerencial	45%
Inexperiência no ramo	9%
Inexperiência em gerenciamento	18%
<i>Expertise</i> desbalanceada	20%
Negligência nos negócios	3%
Fraudes	2%
Desastres	1%
TOTAL	98%
** Apenas 2% são fatores desconhecidos	



O processo de mudança organizacional como instrumento de eficácia nas organizações do século XXI

Flaviana Teixeira Gomes(1), André Alves Prado (2)

¹ Aluna do curso de Administração da Faculdade Canção Nova, Cachoeira Paulista-SP. CEP: 12600-000. e-mail: flavianacn@geracaophn.com

² Professor Ms. André Alves Prado da Faculdade Canção Nova, Cachoeira Paulista/SP. Orientador. e-mail: prado@debiq.eel.usp.br

RESUMO: O presente artigo objetivou destacar a importância de um processo de mudança organizacional bem conduzido para que as organizações alcancem eficácia frente aos desafios gerenciais do século XXI. Realizou-se pesquisa, através de livros e artigos científicos de revistas impressas e eletrônicas, além de pesquisa realizada em uma organização da região do Vale do Paraíba, onde foi aplicado questionário. O mesmo foi destinado às pessoas que não possuíam cargos de autoridade e procurou verificar a presença de um processo de mudança definido e claro. Em suma os resultados parciais demonstram que na organização pesquisada existem os pontos essenciais para que as mudanças organizacionais tenham sucesso, porém, não de forma estruturada e clara, possuindo aspectos críticos a serem trabalhados e melhorados pela instituição para que alcance melhor desempenho em seus processos.

PALAVRAS-CHAVE: gestão da mudança, ambiente organizacional, estratégias

INTRODUÇÃO

Verifica-se neste século mudanças constantes e imprevisíveis que atingem a todos, inclusive as organizações, que se vêem obrigadas a se adaptarem às exigências de um mercado mundialmente competitivo. A cada instante novas informações circulam através da internet por todo o mundo. Informações que influenciam na economia, na política, nos negócios das organizações. Percebe-se uma sociedade mais exigente em relação à participação socialmente responsável da organização que agregue valor. Torna-se imprescindível para as organizações criar estratégias diferenciadas diante do cenário mundial marcado por uma concorrência crescente e tecnologias cada vez mais avançadas. (Coutinho, 2014). Faz-se necessário visão sistêmica, saber interpretar os diversos ambientes que influenciam e traçar estratégias que permeiem toda a organização. A organização eficaz do século XXI precisa ter consistência estrutural e funcional, porém, com flexibilidade. Não existe um modelo único de eficácia. Cada organização precisa conhecer muito bem seu ambiente externo e interno, suas complexidades particulares e criar seu próprio modelo. (Mintzberg, 2008). As organizações de hoje vivem em um ambiente completamente diferente, o que requer mudanças e estratégias novas. (Magalhães, 2012). As transformações passam a ser rotinas nas organizações que querem ser e manter-se eficazes. Para que a mudança seja bem sucedida precisa seguir um método, oito etapas que garantirão uma base sólida, caso contrário terão sérios problemas, não alcançando o êxito pretendido. (Kotter, 2013).

OBJETIVO

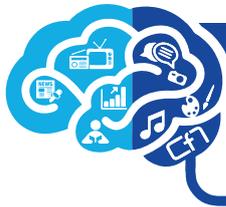
O presente artigo tem como objetivo destacar a importância de um processo de mudanças bem conduzido como instrumento de eficácia organizacional e sobrevivência no século XXI.

METODOLOGIA

Realizou-se pesquisa bibliográfica, através de livros, revistas científicas impressas e eletrônicas. O trabalho foi enriquecido com uma pesquisa quantitativa, através da aplicação de questionário em uma organização da região do Vale do Paraíba. O mesmo foi composto por perguntas objetivas, elaborado com base no processo (método) de mudança organizacional considerado eficaz na literatura pesquisada. O questionário foi aplicado em funcionários que não possuíam cargos de autoridade e visou à verificação da existência do processo de mudança. Foram aplicados e tabulados até o momento 100 questionários.

RESULTADOS PRELIMINARES

O gráfico 1 demonstra que 69% dos funcionários que responderam o questionário consideraram positivas as mudanças que ocorrem na instituição, sendo apenas 9% o número dos que consideram



SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA da Faculdade Canção Nova

negativas, tendo porém 22% os que são indiferentes às mudanças. Um dado a ser analisado pela organização e trabalhado junto a seus funcionários. No gráfico 2 deixa claro que apenas 30% dos respondentes disseram serem convidados a serem sujeitos ativos nas mudanças da organização, contra 35% que disseram não serem convidados a participarem ativamente no processo, tendo ainda 35% que às vezes se dizem convidados para participarem. Este dado demonstra que a organização pesquisada precisa envolver mais os seus funcionários nas mudanças organizacionais, sendo essencial que todos participem ativamente nos processos de mudança. O gráfico 3 demonstra os principais pontos que influenciam no processo de mudança, podendo levar ao sucesso ou fracasso a mudança desejada. Segundo o resultado deste gráfico, os dois pontos mais críticos que precisam ser avaliados e melhorados pela organização são com 33% o planejamento e 30% a comunicação. Ambos os pontos são peças-chaves nos processos de mudança. O planejamento de todas as etapas é essencial para que se tenha eficácia na organização, porém sem comunicação eficaz e que atinja a todos da organização, o planejamento não alcançará seu êxito. Outros pontos foram levantados para o alcance da eficácia na organização através das mudanças organizacionais como o comprometimento por todos na organização, o treinamento, os objetivos e metas a serem alcançados e a liderança. De modo geral percebe-se na organização a presença das etapas essenciais em um processo de mudança, contudo, não como um método delineado, claro e constante. Percebe-se alguns pontos críticos a serem trabalhados e melhorados como planejamento e comunicação.

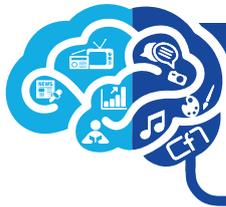
LITERATURA CITADA

COUTINHO, MARLON R. **Gestão da Mudança X Projeto Econômico-financeiro pessimista**. In: Congresso Nacional de excelência em Gestão, 10, 2014, Rio de Janeiro, Anais do X Congresso Nacional de excelência em Gestão. Rio de Janeiro: ISSN 1984-9354. Disponível em: <http://www.excelenciaemgestao.org/Portals/2/documents/cneg10/anais/T14_0215.pdf> Acesso em: 09 mar. 2015.

KOTTER, JOHN P. **Liderando mudanças: transformando empresas com a força das emoções**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

MAGALHÃES, MARCOS F. **Excelência competitiva: planejamento estratégico de terceira geração**. Rio de Janeiro: LTC – Livros Técnicos e Científicos Editora Ltda, 2012.

MINTZBERG, HENRY. **Criando organizações eficazes: estrutura em cinco configurações**. 2. ed. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2008.



SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA da Faculdade Canção Nova

De modo geral, como você considera a maior parte das mudanças que ocorrem em sua instituição?

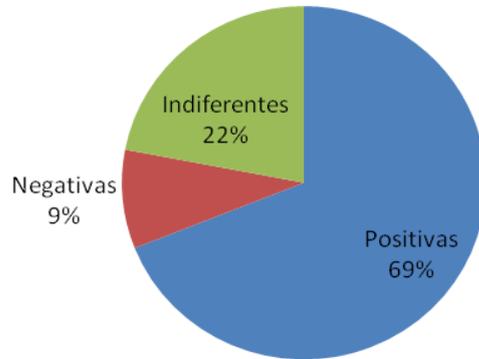


Gráfico 1 – Visão panorâmica das mudanças organizacionais

Você é convidado a ser um sujeito ativo nas mudanças da sua organização, sejam eles processos, lideranças, objetivos ou metas?



Gráfico 2 – Participação dos colaboradores nas mudanças organizacionais

Quanto às **falhas nos processos** de mudanças, escolha apenas uma alternativa que você considere mais crítica no alcance do sucesso de sua organização e que precisa ser avaliada e melhorada.

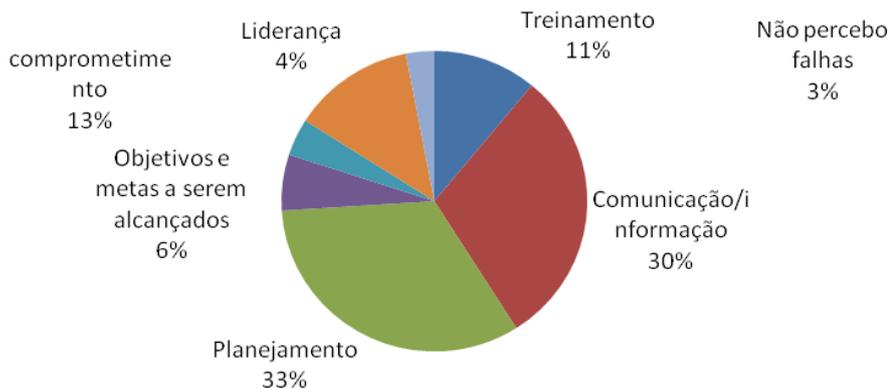


Gráfico 3 – Falhas nos processos de mudanças organizacionais



QUALIDADE DE VIDA COMO FERRAMENTA DE PRODUTIVIDADE: UM ESTUDO DE CASO EM UMA ESCOLA PÚBLICA DO VALE DO PARAÍBA

Helba Aleixo Barbosa(1), Élcio Henrique dos Santos (2)

¹ Aluna do curso de Administração da Faculdade Canção Nova, Cachoeira Paulista - SP CEP: 12630000. e-mail: Helba.aleixo@hotmail.com

² Professor Mestre do Curso de Administração da Faculdade Canção Nova, Cachoeira Paulista - SP. Orientador: profelciohenrique@yahoo.com.br

RESUMO: As organizações frente à crescente concorrência e objetivando a permanência e o crescimento e participação do Market Share, não somente tem investido em inovação e tecnologia, como também tem dispendido tempo e dinheiro na valorização do capital humano. Diante deste cenário, visualiza-se a crescente relevância do tema “Qualidade de vida no trabalho”, bem como a preocupação por parte das mesmas em adaptar-se a este novo cenário. O presente artigo, objetivou apresentar a mensuração dos dados referente a Qualidade de vida, especificamente com relação ao ambiente de trabalho. Realizou-se assim uma pesquisa bibliográfica e será efetuado a aplicação de uma pesquisa quantitativas com questões “fechada” direcionadas aos funcionários de uma escola pública do vale do Paraíba. Verificou-se diante dos dados e informações bibliográficos, a evolução do conceito de Qualidade de Vida no Trabalho e sua crescente relevância frente a evolução do mercado, cada vez mais acirrado e competitivo, tornando-se um diferencial competitivo. Após a coleta dos dados obtidos através dos questionários, “pesquisa de campo”, e posterior análise e confronto com o conteúdo bibliográfico, espera-se obter o perfil da qualidade de vida especificamente com relação ao ambiente de trabalho do cenário escolhido, bem como poder oferecer sugestões de futuros direcionamentos de estudo no campo abordado.

PALAVRAS-CHAVE: Ambiente de Trabalho, Diferencial competitivo, Programas de Qualidade de Vida

INTRODUÇÃO

Percebe-se que com o advento da globalização, fenômeno que impõem o aumento da competição e o ritmo frenético com as inúmeras cobranças, afazeres, metas, o capital humano torna-se primordial para o sucesso das corporações. Conforme Wagner; Hollenbeck (2009), cabe ressaltar ainda um alerta aos gerentes, que tem seus interesses voltados apenas para os lucros financeiros e valorização de equipamentos e capital físico, ao invés do capital humano, que poderão com isso sofrer consequências graves perante a alta competitividade do mercado.

Para Kanaane (2009), o capital humano na atualidade, é uma das ferramentas estratégicas utilizadas pelas empresas, independentemente de sua localização e do seu ramo de atuação.

Nota-se assim, também que a busca e manutenção da qualidade de vida da mão de obra, está sendo alavanca pelas corporações, visando o fator satisfação pessoal através de intervenções aos aspectos sociais, ambiental ou cultural.

A preocupação e o dispêndio de energia por parte da corporação em relação ao fator qualidade de vida se mostram como uma atitude de responsabilidade social, se apresentando cada vez mais como um tema de relevância no comportamento das organizações, exercendo um papel de forte influência nos objetivos e estratégias da mesma.

Assim, a organização assume obrigações de caráter moral, além das estabelecidas em lei e, as que não são vinculadas diretamente a suas atividades, mas que possam contribuir para o desenvolvimento organizacional de forma sustentável.

Afinal, proporcionar um ambiente seguro e com os equipamentos e materiais necessários a execução das tarefas, garantirá a qualidade de vida no trabalho?

Dentro da complexibilidade do contexto apresentado, o artigo, visa buscar e apresentar dados e informações sobre a QVT, especificamente com relação ao ambiente de trabalho que norteiam a qualidade de vida no trabalho em uma escola pública localizada no Vale do Paraíba.

OBJETIVOS

Objetivou-se mensurar através de ferramenta quantitativa, dados e informações sobre a QVT, especificamente com relação ao ambiente de trabalho, em uma escola pública localizada no Vale do Paraíba.

METODOLOGIA



A metodologia utilizada para o desenvolvimento deste artigo, baseou-se em pesquisa bibliográfica e em análise de uma “pesquisa de campo”, aplicado em uma escola pública localizada no Vale do Paraíba, através de um questionário, contendo questões “fechadas”.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Foi na abordagem humanística, com a Teoria das Relações Humanas a partir da década de 1930 que segundo Chiavenato (2011), ocorreu a mudança para ênfase nas pessoas que trabalham ou participam na organização, priorizando os aspectos psicológicos e sociológicos, visto as teorias anteriores à valorização do fator estrutura organizacional e tarefas.

Analisando dentre os pesquisadores do tema, visualiza-se, que não existe um consenso sobre o conceito do termo “Qualidade de Vida no Trabalho” entre os pesquisadores, contudo os mesmos englobam, além do atendimento a necessidades e o bem estar humano, a responsabilidade social da empresa.

Para, Kanaane (2009), afirma que o termo qualidade de vida vem representado por condições de bem estar do funcionário e que propiciem assim aos mesmo o alcançar seus objetivos como pessoa, profissional enfim como ser social.

Já para Bateman; Scott (2009), a Qualidade de Vida no Trabalho são programas desenvolvidos, visando aumentar o bem estar dos funcionários.

Dentro do contexto dos modelos de qualidade de vida no trabalho, Chiavenato (2005) ressalta três modelos de maior importância, sendo:

* O modelo de Nadler e Lawer tem como fundamento quatro aspectos, conforme descrito abaixo, segundo ele quanto mais se tem desses aspectos, mais se terá qualidade de vida no trabalho.

* O modelo de Hackman e Oldhan tem como fundamento as dimensões do cargo, conforme descrito abaixo, segundo ele estas dimensões do cargo influenciam recompensas intrínsecas que melhoram a qualidade de vida no trabalho.

* O modelo de Walton tem como fundamento oito fatores, conforme figura abaixo. Segundo ele engloba os valores ambientais e humanos que favorecem a produtividade, o crescimento econômico e o avanço tecnológico. Estes valores impulsionam o desenvolvimento, fazendo com que cada vez mais as empresas percebam a importância de ações que visem a melhoria do ambiente de trabalho.

Neste contexto, a aplicação e análise da pesquisa de campo, proporcionará o apontamento de quais conhecimentos permanecem limitados, bem como proporcionará substancial suporte para sugestões de trabalhos futuros na área investigada.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

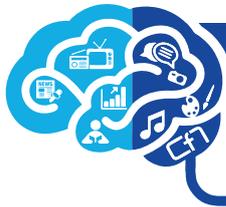
Perante a análise dos dados parcialmente obtidos, visto a aplicação e obtenção dos dados referente a pesquisa de campo, encontrar-se em andamento, visualiza-se conforme pesquisa bibliográfica realizada, a crescente relevância do tema Qualidade de Vida no Trabalho, seja através dos programas e preocupação com a temática, crescente nas organizações atuais, porém nota-se também, algumas empresas resistentes e atribuindo a tal, o sinônimo de custo e não de um investimento. O funcionário satisfeito, e que realiza suas atividades em um ambiente de qualidade, produz de forma satisfeita e evita gastos com reprocesso e custos com saúde, demissão, entre outros. Sugere-se futuramente, o desenvolvimento deste estudo em escola particular, afim de efetuar um comparativo entre as possíveis convergência e divergências de dados a serem obtidos.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus, pelo dom da vida, ao meu orientador pela dedicação e auxílio e finalmente aos meus Pais e noivo pela compreensão e apoio.

LITERATURA CITADA

BATEMAN, Thomas; SNELL, Scott. **Administração: novo cenário competitivo**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.



SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA
da Faculdade Canção Nova

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas**. 2. ed. São Paulo: Campus, 2004.

_____. **Introdução à Teoria Geral da Administração**. 8. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

DIAS, Reinaldo. **Gestão Ambiental: Responsabilidade Social e Sustentabilidade**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

FERNANDES, Eda Conte. **Qualidade de Vida no Trabalho: como medir para melhorar**. Salvador, BA: Casa da Qualidade, 1996.

KANAANE, Roberto. **Comportamento humano nas Organizações :o homem rumo ao século XXI**. 2. ed., São Paulo: Atlas, 2009.

SUCESO, Edina de Paula Bom. **Trabalho e Qualidade de Vida**. Rio de Janeiro: Qualitymark / Dunya ed., 1998

RAMPAZZO, L. **Metodologia científica: para alunos de graduação e pós-graduação**. 3. ed. São Paulo: Loyola, 2005

RODRIGUES, Marcus Vinícius. **Qualidade de Vida no Trabalho: Evolução e Análise no Nível Gerencial**. 11. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

WAGNER, John; HOLLENBECK, John. **Comportamento Organizacional: criando vantagem competitiva**. 2. ed. São Paulo :Saraiva, 2009.

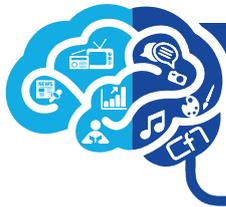
YIN, Robert K. **Estudo de caso: Planejamento e Métodos**. Tradução Daniel Grassi. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

ALBUQUERQUE, Lindolfo Galvão de.; FRANÇA, Ana Cristina Limongi. Estratégia de recursos Humanos e Gestão da Qualidade de vida no Trabalho: o stress e a expansão do conceito de qualidade total. Revista da Administração, v. 33, n. 2, p.40- 51, abril /junho 1998. Disponível em:< www.rausp.usp.br/download.asp?file=3302040.pdf> . Acesso em: 03 Março de 2015

ALVES, Everton Fernando. Programas e ações de qualidade de vida no trabalho. Revista INTERFACEHS-Revista de Saúde, Meio Ambiente e Sustentabilidade. v. 6, n.1, abr. 2011. Disponível em: <<http://www.revistas.sp.senac.br/index.php/ITF/article/view/168/180>>. Acesso em: 09.marc. 2015.

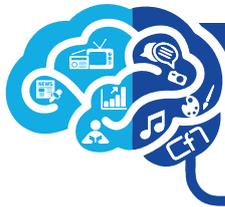
CESAR, Ana Maria Roux Valentini Coelho. Qualidade de vida no trabalho: qualidade, vida e trabalho nas micro e pequenas empresa. Estudo de Caso. V SEMEAD, 2001. Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br/Semead/5semead/RH/QVT%20peq%20empresas.pdf>> Acesso em: 20 Abr. 2015.

GRUPO WHOQOL. Versão em português dos instrumentos de avaliação de qualidade de vida (WHOQOL) 1998. FAMED – UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL/HCPA. Disponível em <<http://www.ufrgs.br/psiq/whoqol1.html#1>> . Acesso em: 05 mar. 2015.



SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA da Faculdade Canção Nova

VIEIRA, Antônio Carlos Gola.; LIMONGI – FRANÇA, Ana Cristina . Um breve histórico sobre a atividade gestão de pessoas e os fatores críticos da gestão de qualidade de vida no trabalho em entidades estudantis. V I I S E M E A D, 2004. Disponível em:< <http://www.ead.fea.usp.br/Semead/7semead/>> . Acesso em: 20 Fev. 2015.



ANALISE DO E - COMMERCE COMO VANTAGEM COMPETITIVA

Helder Aleixo Barbosa(1), Élcio Henrique dos Santos (2)

¹Aluno do curso de Administração da Faculdade Canção Nova, Cachoeira Paulista – SP. CEP: 12630-000. e-mail: helder.aleixo.barbosa@gmail.com

² Professor Mestre do curso de Administração da Faculdade Canção Nova, Cachoeira Paulista – SP. Orientador.

RESUMO: Com o crescimento percebido do mercado eletrônico é cada vez mais nítido a competitividade entre as empresas. As empresas apostam cada vez mais nesta tecnologia, visando vendas de produtos com qualidade e bons preços, portanto qualquer fator que gere vantagem competitiva tornou-se fundamental e definitivo para a prosperidade ou até mesmo para a sobrevivência dos negócios virtuais. Partindo do pressuposto de que a informação gera conhecimento e o mesmo converte em novas teorias e aplicações, esse estudo se mostra relevante pelo fato de que todas as pessoas são potenciais usuários da internet, podendo assim se tornar partes integrantes nesse segmento de mercado E-Commerce, uma estratégia de negócios tão atual e promissora. Para realização deste artigo, está sendo utilizado o método da Revisão Bibliográfica de autores, utilizando – se de resenhas, artigos e livros obtidos através da Internet. Diante dos dados e pesquisas obtidos até o presente momento, podemos observar como resultados preliminares, a ascensão do E-Commerce no cenário atual, em virtude da visualização do comportamento de clientes e consumidores, estes cada vez mais críticos e exigentes, demonstrando com isso a importância das organizações em investir e buscar diferenciais competitivos através desta importante estratégia.

PALAVRAS-CHAVE: competitividade, estratégia, tecnologia

INTRODUÇÃO

Com a atual popularização da internet no Brasil, as empresas conquistaram maior facilidade no acesso a novos mercados e clientes com reduzidos esforços financeiros. De acordo com relatórios da WebShoppers, realizado pela E-Bit, os volumes de pedidos feitos em 2014 via internet chegaram à 103,4 milhões, resultando em 17% superior ao ano anterior. No cenário atual analisa-se que a tecnologia pode se tornar um veículo vital para estratégias de negócio bem direcionadas, haja visto as vantagens e comodidades que antes não haviam. A internet é a principal, pois além de ligar pessoas do mundo todo através de uma rede de informações, possibilita a troca de informações e dados de maneira intrínseca dentro desse ambiente. Aliado a esse ambiente percebe-se a crescente busca por produtos e serviços que tenham os quesitos de qualidade, preço, comodidade e flexibilidades de entrega, imperativos estes importantes para pessoas e empresas, demonstrando com isso a importância de se ter esses diferenciais competitivos no mundo online. Diante desse cenário analisa-se, a estratégia do E-Commerce ou (Comércio Eletrônico), pressupondo ser essa uma estratégia de negócios utilizada por muitas empresas para propagação e venda de seus produtos e serviços, levando se em consideração os pontos de diferenciais competitivos da estratégia do negócio, por meio da internet. Desta forma este trabalho visa demonstrar a estratégia de negócio E-Commerce como vantagem competitiva, a partir de um estudo acerca da evolução e importância, através da metodologia bibliográfica. Esse estudo se mostra relevante pelo fato de que todas as pessoas são potenciais usuários da internet, sendo assim podendo se tornar partes integrantes nesse segmento de mercado E-Commerce, uma estratégia de negócios tão atual e promissora.

OBJETIVOS

Objetivou-se demonstrar a estratégia de negócio E-Commerce como vantagem competitiva, a partir de um estudo acerca da evolução e importância.

METODOLOGIA

Para realização deste artigo, está sendo utilizado o método da Revisão Bibliográfica de autores que nos credenciam ao desenvolvimento desse estudo, utilizando – se de resenhas, artigos e livros obtidos através da Internet.

RESULTADOS PRELIMINARES

Entende-se que o termo E-Commerce pode ser traduzido para o português como Comércio Eletrônico e basicamente pressupõe ser uma modalidade comercial cujas negociações são realizadas através de plataformas através da internet, como computadores e até mesmo celulares, comercializados



pelas denominadas Lojas Virtuais. No entanto, a estratégia do E-Commerce quando comparada a de uma loja física, pressupõe-se ser muito vantajosa, pois, proporciona uma melhor comunicação e relacionamento com o cliente na condição de pessoa física ou jurídica, conquistando-o através da comodidade e segurança, o que pode agregar valor tanto para a empresa como para o cliente consumidor, e refleti no aumento do lucro e também da imagem que essa empresa tem no mercado. Para Ascensão (2014) diretor do portal web marketing, o comércio eletrônico é um conceito que pode ser aplicado em qualquer tipo de negócio ou transação comercial que implique a transferência de informação através da Internet. Permitindo diferentes tipos de negócios, desde sites de retalho destinado a consumidores, a sites de leilões, passando por comércio de bens e serviços entre organizações. Ainda Drucker (2002), conceitua de maneira filosófica e relevante que o comércio eletrônico (E-Commerce), pode ser considerado como a emergência explodiu da internet como um importante, canal mundial de distribuição de bens, gerando rendas por meio de empregos gerenciais e profissionais. Felipini (2006) ressalta que “O E-Commerce, é uma loja virtual, tem como objetivo a venda de bens e serviços”. Para Turban (1999), cabe a ressalva de que a natureza global, da tecnologia, o baixo custo, as oportunidades para alcançar centenas de milhares de pessoas, a natureza interativa, a variedade de possibilidades, reforçada pelo rápido crescimento das infraestruturas de suporte (especialmente web) resultam em muitos benefícios potenciais para organização, os indivíduos e a sociedade. Diante dos dados e pesquisas obtidos até o presente momento, podemos observar como resultados preliminares, a ascensão do E-Commerce no cenário atual, em virtude da visualização do comportamento de clientes e consumidores, estes cada vez mais críticos e exigentes, demonstrando com isso a importância das organizações em investir e buscar diferenciais competitivos através desta importante estratégia.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, pelo dom da vida e oportunidade singular me concedida. Agradeço também ao meu orientador e família, pela ajuda sempre disponível nos momentos mais difíceis.

LITERATURA CITADA

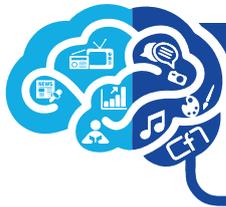
ASCENSÃO. C.P. **O que é E-Commerce? Artigonal.** Disponível em:<<http://www.gestordeconteudos.com/tabid/3850/Default.aspx>>Acessado em: 07/ Fevereiro/2015

DRUCKER, P. F. **A Administração na Próxima Sociedade.** Tradução de Nivaldo Montigelli Jr. - São Paulo: Nobel, 2002. Disponível em:<<http://books.google.com.br/books?id=eR->>. Acessado em: 09/Fevereiro/2014

FELIPINI, D. **Abc do Ecommerce: Os Quatro Segredos de um Negócio bem Sucedido na Internet.** LeBooks, 2006. Disponível em:<www.abc-commerce.com.br>. Acessado em: 09/Fevereiro/2015

TURBAN, Efraim et al. **Electronic commerce: a managerial perspective.** New Jersey:Prentice-Hall, 1999. TESTA, M. G; LUCIANO, E. M.; FREITAS, H. **Comércio eletrônico: tendências e necessidades de pesquisa.** Rio de Janeiro: Revista ANGRAD, v. 7, n. 1, Jan-Mar 2006, p. 23-42. Disponível em:<http://www.ufrgs.br/gianti/files/artigos/2006/2006_189_ANGRAD.pdf>Acessado em: 12/Março/2015

<http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/faturamento-do-e-commerce-brasileiro-cresce-24-em-2014>
Acessado em: 10/Abril/2015



ESTRATÉGIA PARA ESTABELECIMENTOS NO SETOR DA ALIMENTAÇÃO EM CACHOEIRA PAULISTA PARA ATENDER A DEMANDA DE PEREGRINOS

Joseane Ramos de Miranda(1), Thais Sayuri Fukuoka(2), Marcílio Farias da Silva(3)

¹ Aluna do curso de Administração da FCN, Cachoeira Paulista-SP. E-mail: josi_rdm90@hotmail.com

² Aluna do curso de Administração da FCN, Cachoeira Paulista-SP. E-mail: tsayurifukuoka@gmail.com

³ Professor da Faculdade Canção Nova – Cachoeira Paulista-SP

RESUMO: o município de Cachoeira Paulista/SP atrai grande número de peregrinos. A diversidade de eventos que o município recebe determina diferentes perfis de público para os estabelecimentos de alimentação. É necessária cautela na gestão, desde a quantidade ao tipo de refeição, já que recebem sazonalmente peregrinos e devem criar estratégias para se sustentarem fora os eventos religiosos. Objetiva-se criar um plano de gestão estratégica para orientar empreendedores de lanchonetes da cidade de Cachoeira Paulista para atender demanda de peregrinos que visitam a cidade em eventos durante o final de semana. Iniciou-se, com o estudo por meio da delimitação do tema escolhido. Realizou-se uma pesquisa descritiva por meio de um questionário com uma amostra de 90 peregrinos em dois eventos distintos na cidade. A maioria dos entrevistados prefere o restaurante para realizar refeições. Todo gasto de tempo sem necessidade é evitado. Os peregrinos escolhem geralmente locais próximos, com pouca fila e que tenham serviço e atendimento ágil.

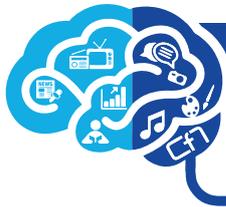
PALAVRAS-CHAVE: Circuito religioso, empreendedorismo, estabelecimento de alimentação, gestão estratégica

INTRODUÇÃO

O município de Cachoeira Paulista que pertence ao circuito religioso do Vale do Paraíba no Estado de São Paulo atrai grande número de peregrinos. A crescente demanda de pessoas tem atraído a atenção de diversos empreendedores para a região. Estabelecimentos de alimentação, como restaurantes e similares, são os empreendimentos que mais empregam no país, principalmente mão-de-obra sem qualificação com maior dificuldade para encontrar vagas devido ao nível de escolaridade. O crescimento do turismo lança empresários com expectativas de êxito, já que restaurantes estão entre os lugares mais frequentados (Maricato, 2005). A diversidade de eventos que o município recebe determina diferentes perfis de público para os restaurantes, sendo necessário planejamento, desde a quantidade ao tipo de refeição. A satisfação do cliente tem conexão direta com suas expectativas ao adquirir um bem ou serviço. A satisfação é alcançada quando a empresa consegue atingir ou superar essa expectativa, fidelizando o cliente (Kotler & Keller, 2006). Existem vários restaurantes no município, mas segundo Associação Comercial e Empresarial de Cachoeira Paulista (ACECAP) dois estabelecimentos estão registrados como restaurantes. Pelo Grupo de Apoio às Pousadas, somente um restaurante está associado. Em levantamento junto à Prefeitura do Município de Cachoeira Paulista sobre a quantidade de estabelecimento no setor da alimentação se obteve o seguinte resultado de acordo com a atividade que exercem: 24 restaurantes e similares; 1 comércio varejista; 5 lanchonetes, casa de chá ou suco; 1 bar e outros estabelecimentos especializados em bebidas e 1 padaria e confeitaria com predominância de revenda.

OBJETIVOS

Objetiva-se criar um plano de gestão estratégica para orientar empreendedores no setor da alimentação da cidade de Cachoeira Paulista para atender demanda de peregrinos que visitam a cidade em eventos durante o final de semana.



METODOLOGIA

Iniciou-se, o estudo com a delimitação do tema escolhido, bem como pesquisa bibliográfica de outros trabalhos publicados, livros, notícias e contato com órgãos que cuidam do comércio no município de Cachoeira Paulista/SP. Realizou-se uma pesquisa descritiva por meio de um questionário com uma amostra de 90 peregrinos em dois eventos distintos na cidade. O método utilizado foi entrevista formal, cujos sujeitos entrevistados não foram identificados, preservando os conceitos éticos. Os peregrinos entrevistados responderam a doze questões para analisar o perfil dos consumidores e a satisfação no setor de alimentação no município de Cachoeira Paulista/SP.

RESULTADOS PRELIMINARES

Na pesquisa descritiva, foram entrevistados 90 peregrinos, sendo 65 mulheres e 25 homens. No gráfico 1 é apresentado o resultado da pesquisa para os locais de preferência para alimentação. Observa-se que a maioria dos entrevistados (69%) escolhe o restaurante para realizar refeições, a segunda opção é a lanchonete (23%), seguido por comércio ambulante (6%) e padaria (1%). Posteriormente, os peregrinos foram questionados qual o fator mais importante para escolher o local de alimentação em Cachoeira Paulista/SP. Como pode ser visto no gráfico2, a maior parte das pessoas busca rapidez no serviço (19) e prefere locais próximos (18) ao evento religioso. Percebe-se que o foco primordial dos peregrinos é participar integralmente do evento religioso. Logo, todo gasto de tempo sem necessidade é evitado, ou seja, para escolher um estabelecimento para se alimentar os peregrinos escolhem locais próximos, com pouca fila e que tenha serviço e atendimento ágil. Quando questionados qual o tipo de comida que costumam se alimentar no almoço e jantar dos 90 entrevistados, 53 pessoas afirmaram que preferem se alimentar em estabelecimentos com comida do tipo *self service*, onde podem montar suas próprias refeições, como observado no gráfico 3. Nas pousadas e hotéis do município, normalmente, é oferecido café da manhã, sendo necessário que o hóspede procure almoço e jantar. Como o peregrino em geral tem a preferência de comer em restaurante, uma oportunidade para os empreendedores da cidade seria em épocas de grandes eventos se adequar para atingir este público alvo. A continuação deste trabalho terá como foco o desenvolvimento de uma gestão estratégica e seguinte validação por meio de uma entrevista informal com uma proprietária de lanchonete.

LITERATURA CITADA

KOTLER, P.; KELLER, K.L. **Administração de marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

MARICATO, P. **Como montar e administrar bares e restaurantes**. 6. ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2005.

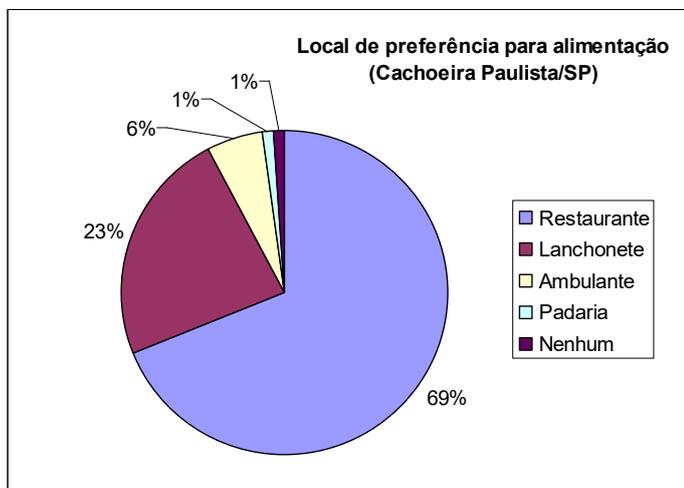
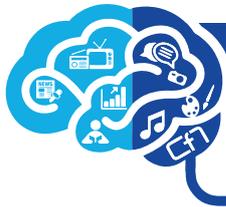


Gráfico 1 – Local de preferência para alimentação (Cachoeira Paulista/SP)
Fonte: os autores (2014)

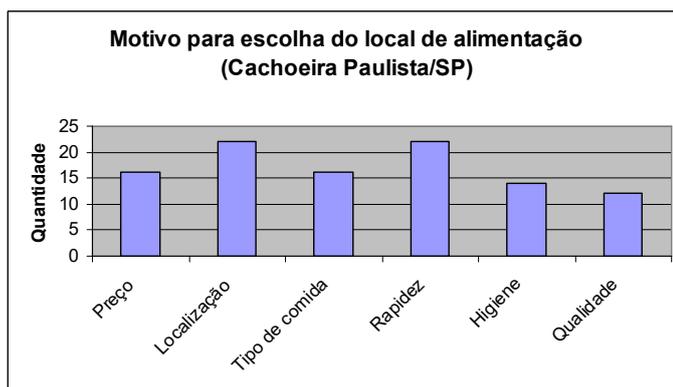


Gráfico 2 – Motivo para escolha do local de alimentação (Cachoeira Paulista/SP)
Fonte: os autores (2014)

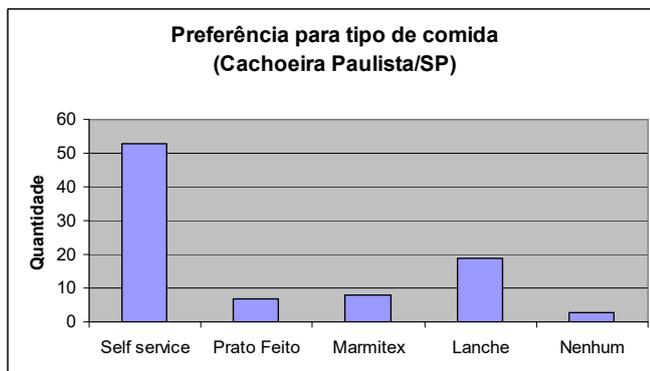
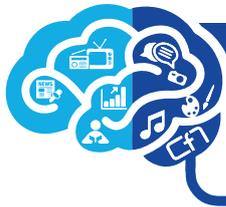


Gráfico 3 – Preferência do tipo de comida (Cachoeira Paulista/SP)
Fonte: os autores (2014)



A SELEÇÃO POR COMPETENCIA COMO FERRAMENTA PARA ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL

Letícia Ribeiro Pinto Matoso(1), Leila Urioste Rosso Pires(2)

¹ Aluna do curso de Graduação em Administração, Cachoeira Paulista-SP. CEP: 12630-000. e-mail: leticiarp@hotmial.com

² Professora do curso de Graduação em administração/ FCN - Cachoeira Paulista-SP, Orientador.

RESUMO: o presente artigo traz como objetivo analisar o processo seleção por competência utilizado nas empresas como ferramenta para estratégia organizacional, conceituando este modelo bem como os benefícios deste processo como estratégia organizacional que proporciona melhores resultados a organização, alinhando as competências individuais as organizacionais, tornando seus processos mais eficazes. Para a análise deste processo foi realizado uma pesquisa bibliográfica em que se apresenta os conceitos e estrutura deste modelo a partir do ponto de vista de profissionais de Recursos Humanos.

PALAVRAS-CHAVE: Competências, Seleção por competências, Estratégia organizacional.

INTRODUÇÃO

O mercado de trabalho apresenta-se em um contexto de competitividade, este reflete internamente no comportamento organizacional enfatizando a importância da gestão de qualidade voltada ao comprometimento com os resultados organizacionais e no ambiente externo proporcionando novas tendências e despertando novas oportunidades de mercado, exigindo maior produtividade e maximização das competências dos colaboradores de uma organização.

O conhecimento e o capital intelectual é o diferencial, as organizações competem no mercado através do conhecimento de seus colaboradores, segundo Wagner e Hollenbeck (2009) o conhecimento e habilidade dos colaboradores é o que garante a vantagem competitiva já para Oliveira (2003) a competência dos colaboradores de uma organização é tão importante quanto a sua estratégia organizacional

Assim, o processo de seleção por competência foi observada na literatura consultada, sendo uma ferramenta importante de um ponto de vista de profissionais de recursos humanos para a estratégia organizacional.

OBJETIVOS

Objetivou-se analisar o processo de seleção por competência utilizado nas empresas como uma ferramenta para estratégia organizacional a partir do levantamento bibliográfico que de acordo com Rampazzo (2002), a pesquisa bibliográfica procura explicar um problema a partir de referências teóricas publicadas (em livros, revistas etc.).

METODOLOGIA

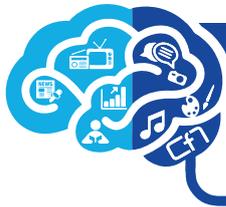
Com a globalização e a modernização a busca por profissionais eficazes e dinâmicos que superem as expectativas e exigências do mercado de trabalho tornou-se maior, devido a essas mudanças as características do mercado e a maneira pelo qual as pessoas são atraídas e selecionadas pelas organizações foram impactadas (Faissal et. al, 2005).

Neste contexto o modelo tradicional de seleção de pessoas focado em cargos não era o suficiente para suprir as exigências nas organizações, portanto as empresas começaram a centrar nas competências individuais dos candidatos (Chiavenato, 2006).

Assim a “competência” tornou-se um requisito importante para o alcance dos objetivos e resultados organizacionais, pois o conjunto de competências definirá o comportamento da organização no mercado, através de resultados alcançados (Faissal et. al 2005).

Mas o que é competência? A “competência é um atributo que se aplica a pessoa ou a organizações, em função de sua capacidade de realizar algo em conformidade com um determinado padrão de qualidade, requerendo a mobilização de saberes diversos – saber, saber fazer e saber ser.” segundo Carvalho; Passos e Saraiva (2008, pág.42).

Na tabela 1 os saberes diversos – saber, saber fazer e saber ser são conceituados. Com isso dota-se a empresa de competências, que venham a proporcionar inovação e competitividade, como ferramenta da estratégia organizacional.



SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA da Faculdade Canção Nova

Portanto se faz necessário investir em novos modelos de gestão de pessoas voltados para o planejamento estratégico e desenvolvimento contínuo do capital humano, pois as pessoas constituem o principal ativo da organização.

RESULTADOS PRELIMINARES

Para o levantamento da situação em questão foi utilizada a pesquisa bibliográfica que parti de referências teóricas publicadas em livros, revistas (RAMPAZZO, 2005).

LITERATURA CITADA

CARVALHO, I; PASSOS, A; SARAIVA, S. Recrutamento e seleção por competências. 1.ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008. 128 p.

FAISSAL, Reinaldo. PASSOS, Eugenio Valverde Mariani. MENDONÇA, Márcia da C. Furtado de. ALMEIDA, Walnice Maria da Costa. Atração e seleção de pessoas. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005.

IDALBERTO, C. Planejamento, recrutamento e seleção de pessoal: como agregar talentos a empresa. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

OLIVEIRA, D. P. R. Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e praticas. 31. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

RAMPAZZO, Lino. Metodologia Científica. 2. ed. SP: Loyola, 2002.

WAGNER, J. A. III; HOLLENBECK, J. R. Comportamento Organizacional: criando vantagem competitiva. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

Tabela 1 – Conceito do saberes diversos – saber, saber fazer e saber ser.

Saber	“Conjunto de informações articuladas sobre determinado tema”.
Saber fazer	“Conjunto de capacidades que envolve a mobilização do saber, visando agir de forma a gerar um resultado concreto e em conformidade com um padrão preestabelecido”.
Saber ser	“Conjunto de valores, crenças, desejos, motivações e outras características psicológicas que contextualizam o saber e o saber fazer”.



EMPREENDEDORISMO E JUVENTUDE: UM NOVO CAMINHO A SER TRILHADO

Maria Carolina Pimentel da Silva Camargo (2), Alair Claudio (3), Larissa Matos (4), Regina Estevam (5), Renan Yudi (6), Elisa Soares (7)

¹ Apoio: Progen (Projeto Geração Nova)

² Aluna do curso de Administração da Faculdade Canção Nova, Cachoeira Paulista SP- CEP: 12.630-000. e-mail: maria.carolinapsc@gmail.com

³ Aluno do curso de Administração da Faculdade Canção Nova. e-mail: alaireclaudio@oi.com.br

⁴ Aluna do curso de Administração da Faculdade Canção Nova. e-mail: larissa_mprosa@hotmail.com

⁵ Aluna do curso de Administração da Faculdade Canção Nova. e-mail: regineb@ig.com.br

⁶ Aluno do curso de Administração da Faculdade Canção Nova. e-mail: re114nan@hotmail.com

⁷ Professora da Faculdade Canção Nova - Orientadora. e-mail: elisamals@gmail.com

RESUMO: Buscou-se apresentar aos jovens, frequentadores da instituição social Progen, Projeto Geração Nova, atividades voltadas ao empreendedorismo e empregabilidade, estimulando o interesse dos mesmos por temas relacionados ao mundo profissional. Foi elaborada uma pesquisa inicial para conhecimento da instituição, seus funcionários e alunos, com o intuito de elaborar atividades adaptadas ao público selecionado. Compilados os resultados obtidos foi construído um plano de aplicação para que o responsável pela instituição pudesse avaliá-lo. Com a aprovação do projeto iniciou-se a composição das atividades, de forma interdisciplinar, integrando o conhecimento acadêmico advindo das matérias estudadas na faculdade, com a prática. As atividades planejadas foram delegadas aos seus respectivos responsáveis, a aplicação foi realizada com sucesso, seguida da entrega de brindes e aplicação de um questionário a fim de verificar a qualidade das dinâmicas aplicadas e da equipe organizadora, de forma qualitativa e quantitativa, representando os resultados obtidos em gráficos.

PALAVRAS-CHAVE: empreendedorismo, jovem, instituição social

INTRODUÇÃO

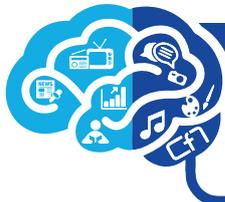
Os jovens da geração atual entram cada vez mais tarde no mercado de trabalho, pois preferem passar mais tempo estudando e se especializando, porém começam a planejar suas carreiras desde cedo, pois sentem uma grande preocupação com seu futuro e sucesso profissional. Constatou-se também que não se preocupam em fazer carreira em uma única empresa, mas, pelo contrário, anseiam pela mudança e preferem adquirir diferentes experiências, em várias organizações em pouco tempo. Eles estão mais exigentes, e sonham em construir seu próprio negócio e serem seus próprios “patrões”. Segundo Basso; Rocha e Esqueda (2008) a escolha é o período em que o jovem começa a se preocupar com seu futuro, passa a pensar nas decisões que devem ser tomadas para que possa se realizar pessoalmente e começa a perceber a responsabilidade que é assumir uma decisão. Realizar uma escolha errada tem o poder de interferir em toda sua vida e cria, assim, um atraso muitas vezes irreparável, pois, enquanto poderia dedicar-se a trabalhos que pudessem satisfazer seu interior, acaba preso a escolhas que o deixarão insatisfeito e precisa, com mais esforço, recuperar o tempo perdido.

OBJETIVOS

Objetivou-se apresentar aos jovens do Progen modelos de empreendedorismo através de jogos educativos, que despertassem novas possibilidades de escolhas de carreira profissional.

METODOLOGIA

Primeiramente entrou-se em contato com a instituição social para o levantamento de dados referentes ao público atendido, estrutura física, materiais disponíveis e quadro de funcionários. A partir do levantamento verificou-se que o Progen encontra-se localizado a Rua Ana Maria de São José, nº: 30, no Bairro São João, atendendo um público a partir dos 07 anos com atividades direcionadas a cada idade e necessidade, desde que estejam em situação de vulnerabilidade social. A instituição conta com um quadro de colaboradores composto por: 8 funcionários e 1 missionário, e também conta com a colaboração de 14 voluntários dos mais diversos setores da Fundação João Paulo II. Em relação a sua estrutura física interna, o Progen possui um laboratório de informática, um laboratório de elétrica, cinco salas de aulas, uma capela e área administrativa, além de um pátio externo, uma quadra de futebol, e um estacionamento. Seus projetos são de iniciação profissional, oferecendo cursos de informática, operador de telemarketing entre outros. Com base no levantamento dos dados foi selecionado um público alvo de jovens de 15 a 18 anos frequentadores do Progen. A partir das informações foi elaborada uma proposta de aplicação do



projeto e apresentada ao responsável da instituição para que a aprovasse. O projeto foi realizado no dia 25 de outubro de 2014, a partir das 9 horas com a acolhida dos alunos e, após a acolhida, houve um momento de oração como forma de bom dia. O projeto foi composto por 5 atividades de caráter lúdico, e teve a participação de 4 jovens. Após o momento de oração deu-se início a primeira atividade, o jogo de perguntas e repostas com duração de 40 minutos. Os alunos participaram tanto de forma individual como interagindo uns com os outros. O jogo era composto por 45 questões fechadas relacionadas ao empreendedorismo, a dinâmica pode testar os conhecimentos dos participantes e, caso o participante não soubesse a resposta passava a questão para o próximo responder. Em seguida, para trabalhar a criatividade dos participantes, foi distribuída uma folha para cada pessoa e uma caneta com a instrução de que cada um deveria criar um anúncio sobre si mesmo, se oferecendo para uma vaga de emprego. Os participantes se apresentaram e houve a votação da melhor apresentação, e a entrega dos trabalhos aos respectivos autores no final da atividade. Na continuidade das atividades foi distribuída uma folha para cada pessoa para que fossem colocadas 3 características mais importantes de um bom profissional. Logo após houve um momento de interação maior entre os jovens e a equipe do curso de administração trocando ideias sobre o empreendedorismo, a partir da frase: “Você acha que é fácil ser um empreendedor nos dias atuais?”, com 30 minutos de duração.

O empreendedorismo no dia-a-dia foi trabalhado através de uma atividade denominada “Faz o quê?”, na qual foi distribuído um cartão com o nome de um negócio inovador e cada um teve que desvendar quais serviços ofereciam e quais os possíveis clientes. O objetivo era utilizar a imaginação e exercitar a capacidade de identificar as necessidades do mercado. Tal atividade contou com 10 cartões com nomes de negócios inovadores. Os participantes tiveram 5 minutos para apresentação e houve uma pontuação de 1 a 5 para a exposição da profissão de forma mais criativa. Todos se empenharam e conseguiram uma boa pontuação. Após a apresentação de cada grupo, os trabalhos realizados anteriormente foram entregues, finalizando com a divulgação dos vencedores, entrega dos brindes e um momento de partilha em relação a todas as atividades realizadas durante o dia. Os organizadores agradeceram pela participação de todos encerrando a ação social. Com a finalização do evento foram recolhidos dados para se realizar a avaliação do mesmo.

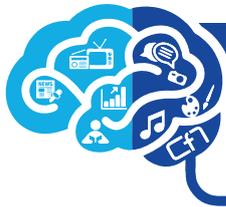
RESULTADOS E DISCUSSÃO

Entrou-se em contato com a coordenadora da instituição no dia 02 de setembro de 2014 para o esclarecimento de dados oriundos do levantamento inicial, antes da realização das atividades inclusive a possibilidade do projeto ser realizado em um sábado com a data prevista de aplicação no dia 25 de outubro de 2014, que foi aceita pela coordenadora. A participação de voluntários ainda é pequena diante das necessidades dos jovens. Uma média de 50 jovens entre 15 a 18 anos participam das atividades oferecidas pelo Progen. Com base nestas informações as atividades foram organizadas contando com esse número de participantes. Para o dia foram inscritos 18 participantes, comparecendo apenas 4 jovens para as atividades, o projeto contou com 5 atividades de caráter lúdico baseadas no tema proposto. As atividades ocorreram com grande integração dos participantes entre si e junto a equipe organizadora. A pesquisa de satisfação sobre o evento foi realizada ao final do evento. A partir dos resultados tabulados foram preparados gráficos que sinalizaram a percepção dos participantes. Conforme o gráfico um o grau de satisfação em relação ao evento foi considerado pelos participantes como ótimo e bom. O segundo gráfico correspondeu ao grau de satisfação dos jovens presentes em relação ao desempenho da equipe responsável do projeto, o que também foi avaliado como ótimo. Os participantes contribuíram para a avaliação do projeto com depoimentos sobre a importância do empreendedorismo no mundo atual e na vida pessoal de cada um, uma vez que se preparam para o mercado de trabalho e precisam conciliar todo o aprendizado acadêmico com a prática.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A organização, desenvolvimento e aplicação do projeto ocorreram de forma segura, visto que as aulas ministradas na instituição de ensino superior FCN forneceram bagagem suficiente para que os alunos se sentissem motivados e embasados para atingir o objetivo proposto. A elaboração e aplicação do projeto proporcionaram o conhecimento necessário para analisar a realidade do público alvo, identificar um problema pertinente, que foi a dificuldade dos jovens diante da escolha profissional e, posteriormente, elaborar atividades que estimulassem os jovens participantes a refletirem sobre o tema.

AGRADECIMENTOS



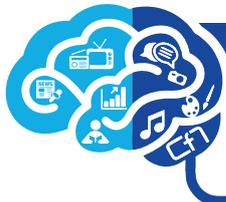
SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA da Faculdade Canção Nova

Agradecemos a Deus por todo o processo deste projeto e principalmente pelas pessoas que o fizeram acontecer de forma planejada e com empenho. Agradecemos à Faculdade Canção Nova por apresentar uma grade curricular que, permitiu a elaboração deste projeto de forma interdisciplinar. Agradecemos também à coordenação da instituição social Progen por abrir as portas e acolher a equipe, com confiança, para a realização do projeto.



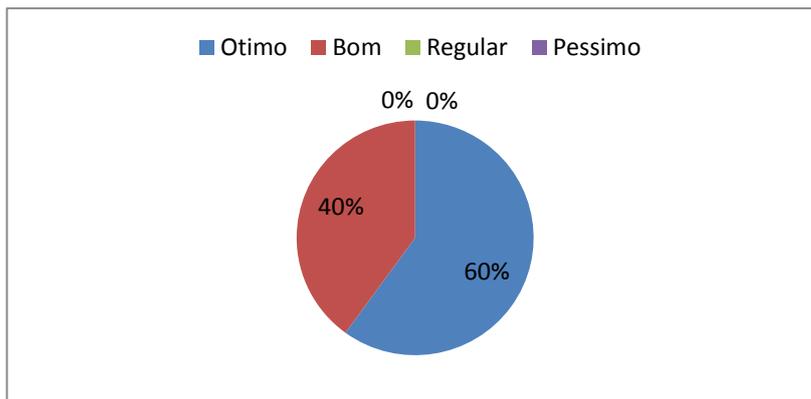
LITERATURA CITADA

BASSO, ROCHA, ESQUEDA, Ilda, José Carlos Rodrigues, Marileide Dias, II Simpósio Internacional de educação, Linguagens Educativas: Perspectivas Interdisciplinares na atualidade, 2008, 17p. PDF, Bauru SP.



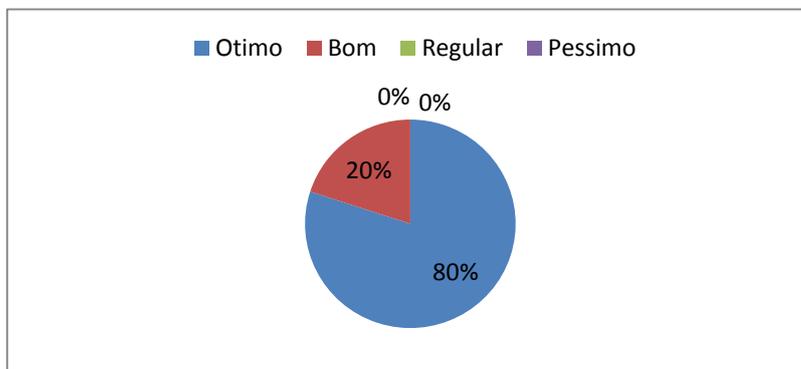
SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA da Faculdade Canção Nova

Gráfico 1 – Percepção sobre o evento



Fonte: Elaborado pelos próprios alunos

Gráfico 2 – Desempenho da equipe organizadora



Fonte: Elaborado pelos próprios alunos



A MOTIVAÇÃO NO VOLUNTARIADO CORPORATIVO

Mislene Cristina Ramos ⁽¹⁾
André Alves Prado ⁽²⁾

⁽¹⁾ Aluna do curso de Administração da Faculdade Canção Nova, Cachoeira Paulista-SP. CEP: 12630-000. E-mail: mislene22.ramos@hotmail.com

⁽²⁾ Professor da Faculdade Canção Nova, Cachoeira Paulista – SP. CEP 12630-000. Orientador. E-mail: prado@usp.br

RESUMO: O presente artigo aborda o tema sobre o trabalho voluntário e as motivações que levam as pessoas a voluntariar-se. Diante do cenário atual a Responsabilidade Social ganha destaque, pois traz vantagens competitivas para a organização, incluindo a tangibilidade e fortalecimento da marca, dando conotação de diferenciação comparativa ao negócio. Dentre os programas de Responsabilidade Social encontra-se o Voluntariado Corporativo, que na última década além do incentivo por parte das empresas, recebeu cada vez mais notoriedade na mídia. Porém percebe-se ainda que existe uma lacuna a ser trabalhada: o que motiva essas pessoas para a realização do trabalho voluntário. Sendo assim, o foco desta pesquisa estuda quais as motivações que levam os funcionários de uma organização a praticar o voluntariado, de acordo com o referencial teórico da área e através da pesquisa de campo, por meio de um questionário aplicado entre os voluntários de uma organização.

PALAVRAS-CHAVE: motivação, responsabilidade social, vantagens competitivas

INTRODUÇÃO

O Voluntariado Empresarial, reforçam Mascarenhas et al., (2013) surgiu no Brasil em um cenário em que a responsabilidade social foi alvo de discussões entre empresários, no meio político e na mídia, crescendo o número de empresas interessadas em aderirem ao plano de desenvolvimento social, visando serem reconhecidas pela sociedade e pelo mercado. De fato, a motivação para o Voluntariado não se define como tangível. Ainda assim uma das possíveis causas de desistências por parte dos voluntários é a não compreensão ou falta de clareza quanto às motivações e expectativas que os levam a serem voluntários, principalmente porque este tipo de trabalho não é remunerado monetariamente. No entanto, Teodósio (2001) cita outras formas de retribuição, como: ordem emocional, ideológica, simbólica, ou profissional. Sendo assim, o foco desta pesquisa estuda quais as motivações que levam os funcionários de uma organização a praticar o voluntariado corporativo e os seus benefícios para a corporação.

OBJETIVOS

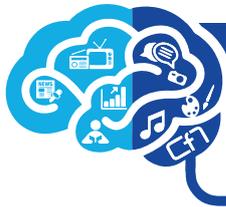
Identificar e apresentar através da literatura pesquisada o que autores escrevem sobre a motivação no voluntariado corporativo, apontando os principais fatores motivacionais que leva um indivíduo a tal prática. Ou seja, visa compreender o envolvimento dos funcionários em um programa de voluntariado corporativo.

METODOLOGIA

A metodologia deste artigo será baseada em dois tipos de pesquisas: a bibliográfica através de referências teóricas publicadas como cita Rampazzo (2004) e a pesquisa de campo com a aplicação de um questionário entre os voluntários de uma organização permitindo uma base comparativa entre o material pesquisado e a apresentação dos resultados através dos instrumentos utilizados.

RESULTADOS PRELIMINARES

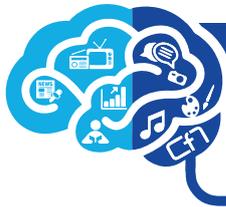
Dado a impossibilidade de mensuração de resultados neste momento pelo fato de não ter sido aplicado o instrumento de pesquisa citado na metodologia apresenta-se de maneira preliminar tão somente através da fundamentação de autores sobre a prática do voluntariado corporativo e os fatores motivacionais que levam esses indivíduos a praticá-lo. Dohme (2001) destaca uma definição simples, porém clara e direta sobre o voluntário como o indivíduo que doa o seu trabalho, tempo e conhecimentos em uma atividade que o satisfaz em prol de uma ação de natureza social. “O que gera a disposição para o trabalho voluntário é um sentimento altruísta, mas, até mesmo sem se dar conta, o voluntário espera usufruir algo”. (DOHME, 2011,p.18). Segundo Rocha (2011) existem seis justificativas de destaque para a atividade do voluntariado destacando: Valores, como forma do voluntário expressar os seus valores agregados; Compreensão, oportunidade de adquirir novos conhecimentos; Social, a necessidade de envolver-se em atividades de relevância social significantes para a família, amigos e comunidade;



Carreira, obter experiência que promova uma profissão futura ou crescimento profissional; Proteção, engajamento no trabalho voluntário como fuga ou superação para aliviar sentimentos negativos, relacionados com ego; e Reforço, que indica desejo de vivenciar a satisfação relacionada como o crescimento pessoal e auto estima. Desta forma percebe-se que as motivações que levam o indivíduo a praticar o trabalho voluntário são as mais diversas e que todas essas motivações podem ser supridas dentro dos programas de voluntariado corporativo e que também, várias motivações podem estar presentes no mesmo voluntário. A utilização de estratégias de Responsabilidade Social Corporativa é, segundo Kotler e Lee (2005), capaz de sensibilizar clientes, colaboradores e comunidade a participarem de ações a favor do desenvolvimento social, impactando uma possível mudança de pensamento nas práticas de negócio. Sendo assim, é de extrema importância que as empresas promovam programas de incentivos ao voluntariado corporativo e levem em conta as várias motivações que levam ao voluntariado.

LITERATURA CITADA

- DOHME, V. **Voluntariado Equipes Produtivas**. São Paulo: Mackenzie, 2001.
- FERRELL, O. C.; FRAEDRICH, J. e FERRELL, L. **Ética Empresarial**. Dilemas, Tomadas de Decisões e Casos. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso, 2001.
- GOLDBERG, R. **Como as empresas podem implementar programas de voluntariado**. São Paulo: Ethos, 2001.
- KOTLER, P.; LEE, N. **Corporate Social Responsibility: doing the most good for your company and your cause**. United States: John Wiley e Sons Inc, 2005.
- LANDIM, L., SCALON, M. C. **Doações e trabalho voluntário no Brasil – uma pesquisa**. Rio de Janeiro: 7Letras, 2000.
- MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Editora Atlas, 1992. 4aed. p.43 e 44.
- MASCARENHAS, A. O; ZAMBALDI, F; VARELA, C. A. **Motivação em programas de voluntariado empresarial: um estudo de caso**. Organizações em contexto, São Bernardo do Campo, ISSN 1982-8756 • Vol. 9, n. 17, jan.-jun. 2013.
- PORTER, M. E. **Estratégia Competitiva: Técnicas para análise de indústrias e da concorrência**. 7.ed. Rio de Janeiro: Campus, 1986.
- RAMPAZZO, L. **Metodologia Científica: para alunos dos cursos de graduação e pós-graduação**. 2. ed. São Paulo: Loyola, 2004.
- ROCHA, M. J. R. **Motivações, Envolvimento Prévio, Satisfação e Intenção de Repetir a Experiência no Voluntariado Ocasional**. O caso do Banco Alimentar Contra Fome. Faculdade de Economia Universidade do Porto. Porto. 2011.
- TACHIZAWA, T. **Organizações não governamentais e Terceiro setor: criação de ONGs e estratégias de atuação**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2012.
- TEODÓSIO, A. S. S. **Programas de incentivo ao voluntariado: novos desafios para a ética gerencial**. In: Memórias del IV Congreso Latinoamericano de Ética, Negocios y Economía – la ética en la gestión pública y privada: fortalezas y debilidades. Buenos Aires: Associação Latinoamericana de Ética, Negocios e Economía / Universidade Argentina de la Empresa, 26-27 de julho de 2001
- AZEVEDO, D. Voluntariado Corporativo – **Motivação para o trabalho voluntário**. Revista Produção; Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis – SC. 2007. Artigo selecionado dos anais - XXVII Encontro Nacional de Engenharia de Produção

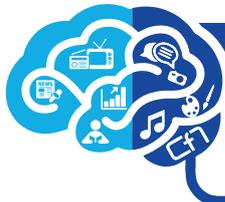


SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA
da Faculdade Canção Nova

ISSN 1676 - 1901 / Edição especial/dezembro 2007. Disponível em:

http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2007_TR680487_0266.pdf

> Acesso em: 20 set. 2014.



**O COMPROMISSO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL À LUZ DO CONCEITO DE
DIGNIDADE HUMANA DA DOCTRINA SOCIAL DA IGREJA**

Plínio Rogel Lemos (1), Denis Duarte (2)

¹ Aluno do curso de Graduação em Administração da FCN, Cachoeira Paulista-SP. CEP: 12630-000. e-mail:pliniolegor@gmail.com

² Professor da Faculdade Canção Nova – Cachoeira Paulista-SP. Orientador.

RESUMO: Pretende-se analisar o compromisso social de uma determinada indústria de material bélico pertencente à Base Industrial de Defesa. Almeja-se discutir a imagem negativa desta unidade industrial a partir do levantamento de dados obtido por questionário de grupo de controle e outro enviado ao Conselho Administrativo da unidade na região. E identificar o desconhecimento da sociedade e outras instituições que o exercício do direito de defesa é de imensa seriedade, garantindo assim a paz territorial própria e do mundo. Exercendo a responsabilidade perante o indivíduo e a dignidade humana.

PALAVRAS-CHAVE: Compromisso social, Base Industrial de Defesa, Doutrina Social da Igreja

INTRODUÇÃO

Em contexto hodierno a abordagem da responsabilidade social nas organizações passa a ter notoriedade unânime a partir da discussão sobre os impactos organizacionais nos ambientes internos e externos nos quais a empresa está inserida. Outro momento proeminente que impulsionou a maturidade de pensamento inclui a Assembléia Nacional Constituinte de 1988, da qual se extrai as garantias dos direitos sociais de educação, saúde, habitação, transporte e lazer ao cidadão brasileiro. (ALBUQUERQUE, 2009) Pretende-se, a partir de fatos contemporâneos um estudo do compromisso social dentro das organizações à luz dos princípios fundamentais da Doutrina Social da Igreja Católica. Entretanto, os resultados almejados pela pesquisa pretendem discutir o estereótipo da sociedade em relação a organizações que produzem material bélico. Uma vez que, estas mesmas organizações são interpretadas pela sociedade em geral como grandes núcleos de destruição em massa. “O direito do uso da força como objetivo de legítima defesa é associado ao dever de proteger e ajudar as vítimas inocentes que não podem defender-se das agressões”. (PONTÍFICO CONSELHO JUSTIÇA E PAZ, 2008, p. 280) Assim, esta pesquisa tem o dever e a responsabilidade de colocar em discussão acadêmica a polêmica imagem das organizações que produzem material bélico.

OBJETIVOS

Analisar o compromisso de responsabilidade social numa determinada indústria de material bélico à luz do conceito de dignidade humana da Doutrina Social da Igreja.

METODOLOGIA

Inicialmente, pretende-se uma pesquisa bibliográfica, sendo assim, uma análise dos autores existentes sobre o assunto pesquisado e o levantamento das questões relevantes. Fomenta-se que o princípio da pesquisa bibliográfica é elucidar a partir de referências teóricas um problema de relevância social e acadêmica. (RAMPAZZO, 2010) Após esta etapa inicia-se uma pesquisa de campo de caráter quantitativo-descritivo, obtendo-se, assim, a coleta de dados e sua e a tabulação. Por fim, a análise do material coletado e escrita dos resultados.

RESULTADOS PRELIMINARES

O tema responsabilidade social ganhou destaque a partir do final dos anos 80, como as mudanças dos paradigmas sociais. (ALBUQUERQUE, 2009). Sucede-se assim, discussões sobre o papel das organizações, não apenas como produtoras de serviços e bens, mas como promovedoras do desenvolvimento humano e social. A relação de empresa e sociedade provém da necessidade da atuação junto aos seus semelhantes, na qual se descobre uma nova visão como pessoa na medida em que convive como outros seres humanos (SILVA, 2005). Portanto, pela exigência da sociedade, as organizações procuram manter uma postura ética em relação as suas atividades, isto é, minimizando ao máximo as influências negativas no meio ambiente (ALBUQUERQUE, 2009). Neste raciocínio, a responsabilidade social não está diretamente na relação com os acionistas, logo, todos os que são afetados e afetam a organização (MATTAR NETTO, 2004). A responsabilidade perante o indivíduo, quando possibilita o mesmo, a dignidade humana na forma de condições de existência, é conforme o desígnio de Deus. (PONTÍFICO CONSELHO JUSTIÇA E PAZ, 2008) Entretanto, o homem consciente moralmente só pode ser responsabilizar por aquilo que tem conhecimento e se pode prever (VÁZQUEZ, 2012).



LITERATURA CITADA

- ALBUQUERQUE, José Lima. **Gestão ambiental e responsabilidade social**. São Paulo: Atlas, 2010. 326 p.
- NETTO, João Augusto Mattar. **Filosofia e ética na administração**. São Paulo: Saraiva, 2004. 374 p.
- PONTIFÍCIO CONSELHO JUSTIÇA E PAZ. **Compêndio da Doutrina Social da Igreja**. 4ª. ed. São Paulo: Paulinas, 2008. 528 p.
- RAMPAZZO, Lino. **Metodologia científica**: para alunos dos cursos de graduação e pós-graduação. 3ª. ed. São Paulo: Loyola, 2005. 152 p.
- SILVA, Paulo Cesar da. **A antropologia personalista de Karol Wojtíla**: pessoa e dignidade no pensamento de João Paulo II. São Paulo: Ideias & Letras, 2005. 151 p.
- SILVA, Paulo Cesar da. **A ética personalista: ética sexual e problemas contemporâneos**. São Paulo: Santuário, 2001. 244 p.
- VÁZQUEZ, Adolfo Sánchez. **Ética**. Tradução de João Dell' Anna. 34ª. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012. 302 p.



EMPREENDEDORISMO: UM ESTUDO DE VIABILIDADE NO SETOR HOTELEIRO

Rosália Cavalcante Ribeiro (1), Altamires Felix Capucho (2), Cintya Renata da Silva (3), Matheus Aguinaldo Fernandes do Carmo Salles (4), Amanda Capucho dos Santos (5), André Alves Prado (6).

1 Aluna do curso de Administração – FCN, Cachoeira Paulista – SP CEP: 12630 – 000 e-mail: ribeirorosalia18@gmail.com
2 Aluna do curso de Administração – FCN, Lorena – SP CEP: 12607- 310 e-mail: altamires.capucho@bol.com.br
3 Aluna do curso de Administração – FCN, Lorena – SP CEP: 12610 - 420 e-mail: cintya_renata@hotmail.com
4 Aluno do curso de Administração – FCN, Cachoeira Paulista - SP CEP: 12630 - 000 e-mail: m.a.f.c.s2@hotmail.com
5 Aluna do curso de Administração – FCN, Cachoeira Paulista - SP CEP: 12630 - 000 e-mail: amanda.capucho@yahoo.com
6 Mestre em Educação com Menção em Gestão Educativa e Professor FCN, Cachoeira Paulista - SP: 12630 - 900 e-mail: prado@debiq.eel.usp.br - Orientador

RESUMO:

O presente trabalho tem como objetivo principal, a ideia de criar um plano de negócio, o mesmo será desenvolvido pelos integrantes da Comissão de Alunos da Faculdade Canção Nova, através da abertura de uma pousada de pequeno porte na cidade de Cachoeira Paulista – São Paulo, visando uma boa oportunidade de expandir os negócios. Para que os objetivos e propósitos sejam alcançados, será realizada uma pesquisa para identificar o melhor processo para dar início a pousada e uma busca para comparar o desempenho da melhor empresa do ramo, na concorrência local (benchmarking). Uma avaliação do perfil dos clientes será realizada para avaliar suas reais necessidades, seus interesses, seus anseios e suas satisfações, tentando sempre superar os aspectos da concorrência. Pretende-se descobrir se existe viabilidade do negócio mesmo perante a concorrência acirrada, sendo um nicho promissor no município em face das constantes visitas de pessoas devido ao turismo religioso.

PALAVRAS-CHAVE: Plano de Negócios, Turismo Religioso, Planejamento Estratégico

INTRODUÇÃO

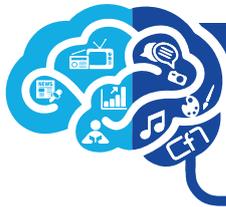
Atualmente para se destacar no mercado é preciso empreender e se diferenciar. Os empreendimentos dependem das profissionais e estes precisam conhecer os modelos de gestão para saber empreender. É preciso ter um perfil criativo, ser competente, responsável, ter uma boa comunicação, saber trabalhar em equipe entre outras características. No século XXI, não basta somente criar, torna-se preciso apresentar algo novo e diferente, apresentando ideias e soluções criativas, superando as expectativas dos clientes transformando as oportunidades em realidades. Segundo DORNELAS (2005, p. 39) cita que o “empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades”. Atualmente o empreendedorismo é importante para a geração de valores de um país, de uma empresa ou de um negócio; se destaca através da qualidade de seu produto ou serviço, gerando assim a economia do país e ajudando no crescimento econômico. Outro fator que é importante lembrar é a criação de novos empregos gerando renda às famílias e também crescimento e desenvolvimento, ou seja, é uma mudança positiva para sociedade e para a economia. De acordo com o SEBRAE (2005, p. 11) afirma que “o plano de negócio é um importante projeto para uma empresa, contendo informações detalhadas, estudo de viabilidade para que o processo de tomada de decisão ocorra de forma consistente”.

OBJETIVOS

Este projeto tem o objetivo de criar um plano de negócio para uma pousada, ressaltando a importância de se desenvolver um detalhado planejamento antes da abertura.

METODOLOGIA

Para elaboração do presente estudo será realizada pesquisa bibliográfica em livros, revistas especializadas, fontes científicas disponíveis na Internet, bem como um estudo de viabilidade através da criação de um plano de negócio (business plan). Segundo DORNELAS (2005, p. 97) “o plano de negócios é uma ferramenta que se aplica tanto no lançamento de novos empreendimentos quanto no planejamento de empresas maduras”. Então, compreende-se que é uma ferramenta eficaz para o



SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA da Faculdade Canção Nova

gerenciamento de qualquer negócio, ou seja, utilizada para realizar um amplo planejamento como um guia, a ser revisado periodicamente e que permita alterações visando vender a ideia.

RESULTADOS PRELIMINARES

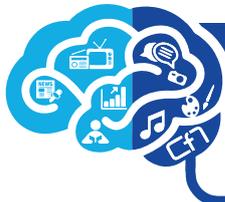
Estudos apontam que o setor hoteleiro está crescendo devido ao mercado de turismo. Percebe-se que o referido setor movimenta muito dinheiro e está em crescimento. Empreendedores sonham e traçam metas a partir de seus objetivos, são independentes e colocam em prática, mas para chegar ao resultado é preciso ter conhecimento para melhor aplicar, ou seja, antes de abrir seu próprio negócio o empreendedor precisa analisar e conhecer o mercado, pois assim verificará se é viável ou não abrir o empreendimento. Neste quesito através da experiência de vários empreendedores e empresas, sabe-se da vital importância da elaboração de um plano de negócios.

AGRADECIMENTOS

Agradecimentos a Faculdade Canção Nova e ao Professor André Alves Prado pela atenção prestada, orientação e direção para dar continuidade nas atividades da Comissão de Alunos da Faculdade Canção Nova.

LITERATURA CITADA

Comece Certo Pousada 1^o Edição 2005 – SEBRAE Disponível
em: http://www.sebraesp.com.br/arquivos_site/biblioteca/ComeceCerto/Pousada.pdf acesso em
23 abr. 2015 às 15:35 h.
DORNELAS, José Carlos Assis. Transformando ideias em negócios. 2.ed. Rio de Janeiro:
Elsevier, 2005.
SERTEK, Paulo. Empreendedorismo. 5.ed. Ver., atual. E ampl. Curitiba: Ibepex, 2011.



CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO PARA IMPLANTAÇÃO DA ACESSIBILIDADE NO SETOR DE HOSPEDAGEM NA CIDADE DE CACHOEIRA PAULISTA

Rosália Cavalcante Ribeiro (1), Ana Luísa de Moura Buzato (2), Saulo Cesar Fernandes Taliatte (3), Yasmin Freire Zanin (4), Jackie Cardoso Sodero Toledo (5)

¹ Aluna do curso de Administração – FCN, Cachoeira Paulista – SP CEP: 12630 - 000 e-mail: ribeirorosalia18@gmail.com

² Aluna do curso de Administração – FCN, Cachoeira Paulista – SP CEP: 12630 - 000 e-mail: analubuzatto30@gmail.com

³ Aluno do curso de Administração – FCN, Cachoeira Paulista - SP CEP: 12630 - 000 e-mail: saulo.taliatte@hotmail.com

⁴ Aluna do curso de Administração – FCN, Cachoeira Paulista - SP CEP: 12630 - 000 e-mail: yasminfcn@gmail.com

⁵ Mestre em Gestão e Desenvolvimento Regional e Professor de Direito Empresarial – FCN, Cachoeira Paulista - SP: 12630 - 900 e-mail: jackie@cancaonova.com - Orientador

RESUMO:

Na atualidade, estabelecer critérios para adequação de acessibilidade de pessoas com mobilidade reduzida nos meios de hospedagem é uma necessidade ao setor, de modo que se pretende aqui propor uma consultoria com base nas regulamentações. Assim sendo, tratou-se de focar as questões relacionadas à acessibilidade nos estabelecimentos hoteleiros da cidade de Cachoeira Paulista.

PALAVRAS-CHAVE: deficientes físicos, normas, legislação, estrutura física, hospedagem

INTRODUÇÃO

Hospitalidade é um elemento fundamental para o setor do turismo. A necessidade de se eliminar barreiras arquitetônicas na rede hoteleira e em outros empreendimentos públicos e privados foi explicitada pela Lei Federal 10.098/2000, que trata a acessibilidade das pessoas com deficiência física no Brasil. Nos termos do art. 2^o da Lei referida são estabelecidas as definições quanto a (II) barreiras: qualquer entrave ou obstáculo que limite ou impeça o acesso, a liberdade de movimento e a circulação com segurança das pessoas. E, classificando-as como (b) barreiras arquitetônicas na edificação: as existentes no interior dos edifícios públicos e privados. A inclusão do deficiente físico de mobilidade reduzida é essencial para todo tipo de organização, principalmente para as que trabalham diretamente com a recepção de pessoas.

OBJETIVOS

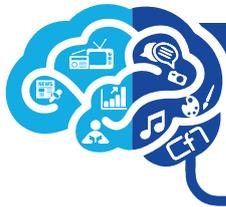
O presente estudo tem como objetivo analisar e demonstrar a importância da acessibilidade no setor de hospedagem, e conseqüentemente propor consultoria a hotéis e pousadas que necessitam de amoldamento em suas instalações para adequação à norma legal sobre acessibilidade.

METODOLOGIA

Para a realização deste estudo primeiramente foi elaborada uma revisão bibliográfica e uma análise na legislação Municipal, Estadual e Federal que regulamentam os direitos das pessoas com deficiência física. E, tem como finalidade verificar na cidade de Cachoeira Paulista a implantação da acessibilidade nos mesmos. A análise visará compreender a real necessidade do empreendimento local de hospedagem para que estejam de acordo com as normas relativas à acessibilidade, adequando-se em conformidade para com a legislação, levando também em consideração os materiais a serem utilizados. E elaboração deste resumo científico baseia-se na Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) NBR 9050 que estabelece critérios e parâmetros técnicos a serem observados, construção, instalação e adaptação de edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos às condições de acessibilidade.

RESULTADOS PRELIMINARES

A regulamentação da acessibilidade dos deficientes físicos com mobilidade reduzida, garantindo-lhes o direito da liberdade de locomoção acolhido no Art. 5, XV, da Constituição Federal e amparado pela Lei 10.098/2000 com a regulamentação técnica da ABNT NBR 9050. O resultado da proposta de implantação desses sistemas alternativos que permitem o acesso confortável e seguro dos deficientes físicos foi baseado por pesquisas a Leis Municipais, Estaduais e Federais. Atribuindo também estudos normativos da NBR 9050 que retrata equipamentos e acessórios para o comprimento da mesma. A tratativa da Lei Federal 10.098/2000 do CC admite no:



Art. 2º Para os fins desta Lei são estabelecidas as seguintes definições:

II – barreiras: qualquer entrave ou obstáculo que limite ou impeça o acesso, a liberdade de movimento e a circulação com segurança das pessoas, classificadas em:

b) barreiras arquitetônicas na edificação: as existentes no interior dos edifícios públicos e privados. Que trata a acessibilidade das pessoas com deficiência física no Brasil. Trata também a referida Lei sobre a acessibilidade nos prédios privados, segundo o Cap.5 nos artigos abaixo:

Art. 13. Os edifícios de uso privado em que seja obrigatória a instalação de elevadores deverão ser construídos atendendo aos seguintes requisitos mínimos de acessibilidade:

I – percurso acessível que una as unidades habitacionais com o exterior e com as dependências de uso comum;

II – percurso acessível que una a edificação à via pública, às edificações e aos serviços anexos de uso comum e aos edifícios vizinhos;

III – cabine do elevador e respectiva porta de entrada acessíveis para pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida.

Art. 14. Os edifícios a serem construídos com mais de um pavimento além do pavimento de acesso, à exceção das habitações unifamiliares, e que não estejam obrigados à instalação de elevador, deverão dispor de especificações técnicas e de projeto que facilitem a instalação de um elevador adaptado, devendo os demais elementos de uso comum de estes edifícios atenderem os requisitos de acessibilidade.

A Lei Federal acima foi complementada (houve outros complementos irrelevantes ao trabalho proposto) pela Lei Estadual 11.263/2002 pelo Art.23 parágrafo 2 que descreve:

§ 2.º - Os requisitos de acessibilidade dos Artigos 13 e 14 para os imóveis já existentes, deverão ser iniciados imediatamente para implementação em até três anos.

O direito que garante acessibilidade aos portadores de deficiência é regulamentado por Lei Federal Nº

5296/04 que regulamenta no Cap. 3 parágrafo VII que rediz o seguinte: “Edificações de uso coletivo: aquelas destinadas às atividades de natureza comercial, hoteleira, cultural, esportiva, financeira, turística, recreativa, social, religiosa, educacional, indústrias e de saúde, inclusive as edificações de prestação de serviços de atividades da mesma natureza.

Trazendo um corte para a nossa realidade no Vale do Paraíba especificamente na Cidade de Cachoeira Paulista não foi encontrada uma Lei Municipal que complemente as Leis anteriormente citadas.

Através dos estudos elaborados na Câmara Municipal, identificamos a Lei Municipal 1711 /2010 que instaura a criação do Conselho Municipal dos Direitos das Pessoas com Deficiência de Cachoeira Paulista com o objetivo de assegurar-lhes o pleno exercício dos direitos individuais e sociais conforme o Art.1º.

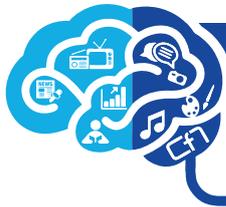
Os decorridos artigos da Lei Municipal integram a responsabilidade do órgão em preservar a integridade da pessoa com deficiência física, auditiva e visual. No Art.3º, parágrafo I especifica-se a deficiência física de mobilidade reduzida, referenciando a Lei 10.690/2003 que também ressalta as deficiências abordadas na Lei do Município de Cachoeira Paulista.

A composição dos membros do Conselho está descrita no Art.5º, que elabora dez membros titulares e suplentes caracterizando cinco membros e seus respectivos suplentes do segmento governamental e cinco membros e seus respectivos suplentes dos segmentos da Sociedade Civil.

O direito assegurado dos deficientes em geral esta delegado ao Poder Executivo que fica obrigado a prestar o apoio necessário a este Conselho.

De acordo com a entrevista realizada com o representante da Sociedade Civil Sr. Rogério Antônio no dia 13.04.2015 foi confrontado a criação do Conselho com a sua atuação em vigor após a sua publicação.

De acordo com o Sr. Rogério Antônio que atualmente é Presidente do Conselho Municipal, após a publicação foi encabeçado pelo Vereador Marcelo Nunes de Oliveira a realização do 1º Fórum da Pessoa com Deficiência ficando “acertado” a composição desse conselho. Posteriormente foram realizadas reuniões para adequação da composição desse Conselho e foi sugerida a mudança da Lei atual, que até o presente momento não fora informado sobre a aprovação ou não da Câmara, porém decorrido a entrevista



SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA da Faculdade Canção Nova

fomos notificados que a Lei enviada a Câmara foi aprovada, mas segundo ele ainda não obteve acesso aos documentos.

A consultoria proposta baseia-se na realização de visitas in loco nos estabelecimentos que necessitam de adequação no ambiente. Utilizando ferramentas administrativas como o Check List especificamos as condições de acessibilidade do local de acordo com as normas da ABNT NBR 9050. Ao utilizarmos estas ferramentas é possível o desenvolvimento de um relatório apontando soluções para os pontos não acessíveis e desta maneira criando processos de análises rápidos, detalhados e orientativos.

Os critérios desta avaliação fazem parte de uma composição junto às normas também descritas que nos permitem realizar de maneira ampla e com respaldos legais uma tabela normativa com itens básicos que caracterizem uma melhor condição e conforto para o deficiente físico com mobilidade reduzida tornando a acessibilidade nos Hotéis e Pousadas de Cachoeira Paulista referências de inclusão no Vale do Paraíba.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos ao Professor Lúcio José Rangel pela atenção prestada e pela direção para a inicialização do trabalho.

LITERATURA CITADA

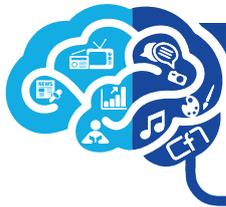
NORMA BRASILEIRA ABNT NBR 9050 Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos. Disponível em:

<http://www.pessoacomdeficiencia.gov.br/app/sites/default/files/arquivos/%5Bfield_generico_imagens-filefield-description%5D_24.pdf> Acesso em: 06 abr. 2015.

Portal da Legislação Governo Federal. Disponível em: <<http://www2.planalto.gov.br/>> Acesso em: 12 abr. 2015.

Assembleia Legislativa Do Estado De São Paulo. Disponível em: <<http://www.al.sp.gov.br/>> Acesso em: 14 abr. 2015.

Câmara Municipal de Cachoeira Paulista. Disponível em: <<http://www.cmcp.sp.gov.br/>> Acesso em: 16 abr. 2015.



ENDOMARKETING COMO FERRAMENTA DE GESTÃO PARA RETENÇÃO DE TALENTOS

SILMARA APARECIDA SILVA⁽¹⁾, LEILA ROSSO⁽²⁾

¹Aluna do curso de Administração da FCN, Cachoeira Paulista - SP. CEP: 12630-000. e-mail: silmaracp22@gmail.com

²Professora da FCN - Cachoeira Paulista - SP. Orientadora.

RESUMO: As organizações nos dias atuais estão direcionando sua atenção para o cliente interno, para alcançar competitividade e principalmente para reter talentos onde será o seu diferencial. O Endomarketing como ferramenta de gestão vem auxiliando a relação entre organização e cliente interno, para que ambos estejam alinhados em um objetivo comum.

PALAVRAS-CHAVE: endomarketing, gestão, retenção de talentos, cliente interno

INTRODUÇÃO

Em um mundo cada vez mais globalizado e de um mercado cada vez mais competitivo, tem impulsionado os gestores e membros das organizações, em direcionar suas atenções para o seu cliente interno, ou seja seus funcionários.

Diante de um cenário de constantes mudanças e forte concorrência, conquistar, manter e satisfazer seus clientes externos, tornou-se um grande desafio para as empresas atuais. Neste mesmo contexto outro desafio encontrado pelas organizações é a retenção de talentos entre os seus clientes internos.

Ao mesmo tempo em que as organizações buscam alcançar vantagem competitiva com relação ao mercado, se faz necessário o uso de ferramentas que viabilizam atender e satisfazer o seu cliente interno para que assim possam conquistar sua simpatia, confiança e fidelização.

O cliente interno, assim como o cliente externo se formam de uma opinião e podem levar um produto a alavancar suas vendas e melhorar seu posicionamento dentro do mercado, tornando-se o primeiro cliente em potencial da organização.

A gestão do capital humano é um desafio para os gestores atuais, onde buscam alinhar os objetivos estratégicos da organização, com os anseios e a valorização dos funcionários. Através da busca da valorização do ser humano, encontrou-se diante de um grande dilema, no qual consiste em engajar seus funcionários para que eles possam transferir sua satisfação pessoal ao produto e aos clientes externos.

Segundo o Cerqueira (2002) define-se o endomarketing, como sendo "um conjunto de processos, projetos ou veículos de comunicação integrada que permite a venda, a consolidação de uma nova imagem para dentro da empresa". Ele parte do princípio de que o indivíduo deve voluntariamente comprometer-se com a organização de modo que, ele por si, correlacione seus objetivos individuais com os objetivos organizacionais.

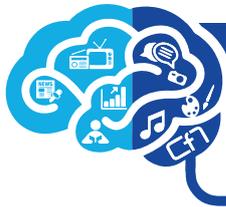
A organização ao fazer uso do endomarketing, através do seu gestor através de um conjunto de ações, tem como objetivo vender a sua própria imagem aos seus clientes internos (funcionários) e familiares, buscando assim tornar o ambiente interno, um local produtivo, e ao mesmo tempo promovendo em seus funcionários a cooperação e comprometimento, com os objetivos da organização.

OBJETIVOS

O objetivo deste trabalho, é aborda de forma conceitual os benefícios alcançados, ao utilizar o endomarketing como apoio aos gestores, para auxiliar a retenção de talentos entre seus clientes internos (funcionários) dentro da organização.

METODOLOGIA

Esta será uma pesquisa do tipo pesquisa bibliográfica que segundo Rampazzo (2010, p. 55) consiste em procurar explicar um problema a partir de referências teóricas publicas (em livros, revistas, etc.).



RESULTADOS PRELIMINARES

Segundo Honorato (2004) a organização não pode esquecer de seus funcionários, pois para chegar ao sucesso, é necessário satisfazer seus clientes internos, pois estando comprometidos e motivados, elevará a qualidade do trabalho fornecido ao cliente externo.

Para Kotler (1994) o Marketing Interno deve preceder o Externo pois não faz sentido promover serviço excelente, antes mesmo dos funcionários da empresa estarem prontos para fornecê-lo.

Para Tavares (2010) o conceito do Endomarketing foi criado por Saul Faingaus Bekin, no qual o autor conceitua o endomarketing como ações de marketing voltadas para o público interno, ou seja aos funcionários da própria organização.

Em um primeiro momento, Bekin (1995), conceitua Endomarketing como um processo cujo foco está em sincronizar para implementar e operacionalizar, a estrutura de Marketing da empresa ou organização que, visa ação para o mercado. Ou seja, utilizando o instrumento fornecidos pelo próprio Marketing, que consiste em ações de Marketing, voltadas para o seu público interno, com o objetivo de promover entre os seus clientes internos (funcionários) valores destinados a servir o cliente.

Uma definição mais recente Bekin (2004) afirma que o Endomarketing são ações de Marketing eticamente dirigidas ao seu público interno (funcionários) das organizações e empresas focadas no lucro, das organizações não lucrativas e governamentais e das do terceiro setor, observando condutas de responsabilidade comunitária e ambiental.

Para Brum (2000, p. 34) "Endomarketing é todo esforço feito por uma empresa para melhorar o nível de informação e, com isso estabelecer uma maior aproximação com seu funcionário".

Segundo Cerqueira (2002), qualquer projeto de Endomarketing estabelece um forte componente de comunicação nos dois sentidos e estabelecendo uma base de relacionamento interpessoal que desenvolve positivamente. Onde o endomarketing melhora a comunicação, o relacionamento e estabelece uma base motivacional para o comprometimento entre as pessoas com o sistema organizacional.

Já Grönroos (2009) enfatiza que, se a alta administração das organizações, não entenderem o papel estratégico do endomarketing, o dinheiro investido em esforços e processos de Marketing voltados para os funcionários, não irá compensar tal investimento.

LITERATURA CITADA

BEKIN, Saul Faingaus. **Conversando sobre Endomarketing**. São Paulo: Makron Books, 1995.

_____. **Endomarketing: como praticá-lo com sucesso**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2004.

BRUM, Analisa de Medeiros. **Um olhar sobre o Marketing Interno**. Porto Alegre: L&PM, 2000.

CERQUEIRA, W. **Endomarketing: Educação e cultura para a Qualidade**. Rio de Janeiro: Qualitmark Ed., 2002.

GRÖNROOS, C. **Marketing: gerenciamento e serviços**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

HONORATO, Gilson. **Conhecendo o Marketing**. São Paulo: Ed. Manole, 2004

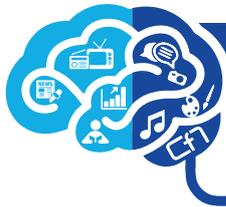
INSTITUTO ETHOS: São Paulo, 2014 : Disponível em : <http://www3.ethos.org.br/>
Acessado em 05/11/2014.



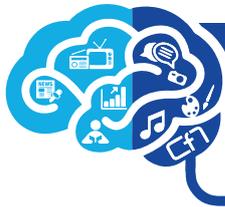
KOTLER, Philip. **Administração de Marketing: análise, planejamento, implantação e controle**. 4 ed. São Paulo: Atlas 1994.

TAVARES, Mauricio. **Comunicação empresarial e planos de comunicação: integrando teoria e prática**. 3. ed. - São Paulo: Atlas, 2010.

-



FILOSOFIA



DIGNIDADE DA PESSOA HUMANA: FUNDAMENTO PARA O PROJETO DE VIDA

Bruno Biondi Ribeiro(1), Clara Lúcia Leite Xavier(2), Fábio Luiz Ferreira(3), Leonardo Ribeiro do Nascimento(4), Pedro Augusto Raimundo Araújo(5), Juliana Albuquerque Freire Melo(6)

¹ Aluno do curso de Licenciatura em Filosofia da FCN, Cachoeira Paulista-SP. e-mail: eu@biondi.com.br

² Aluna do curso de Licenciatura em Filosofia da FCN, Cachoeira Paulista-SP. e-mail: claraacn@yahoo.com.br

³ Aluno do curso de Licenciatura em Filosofia da FCN, Cachoeira Paulista-SP. e-mail: fabio.lui@geracaophn.com

⁴ Aluno do curso de Licenciatura em Filosofia da FCN, Cachoeira Paulista-SP. e-mail: leonardo.nascimento@geracaophn.com

⁵ Aluno do curso de Licenciatura em Filosofia da FCN, Cachoeira Paulista-SP. e-mail: pedroaraujcr@gmail.com

⁶ Professora da FCN. Orientadora. e-mail: coordextensao@fcn.edu.br

RESUMO: objetivou-se produzir uma cartilha contendo uma reflexão sobre quem é o homem e a sua inviolável dignidade de pessoa humana, de modo a servir de base aos alunos do ensino médio do município de Cachoeira Paulista na produção de seu próprio projeto de vida. Realizou-se, a partir de pesquisa e atuação de campo, uma vasta fundamentação bibliográfica servindo de base para a construção da cartilha.

PALAVRAS-CHAVE: Cartilha, Pessoa Humana, dignidade e vida,

INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como objetivo produzir e oferecer uma cartilha com o tema “Projeto de Vida”. Partindo desta proposta, foi feita uma pesquisa e atuação em campo com alunos em uma escola de ensino médio. A partir daí, reforçou-se a importância de abordar o tema “Projeto de Vida” baseando-se numa vasta pesquisa bibliográfica.

Dentro da variedade de temas que compõe o cabedal de assuntos em torno da temática “Projeto de Vida”, verificou-se a necessidade de se aprofundar na questão da dignidade da pessoa humana, afim de produzir e oferecer aos estudantes uma cartilha que contenha uma reflexão sobre o assunto, destacando a sua relevância no processo de construção do projeto de vida.

Partindo do conceito personalista, presente no referencial teórico do trabalho, o aluno ao ser conscientizado de sua dignidade como pessoa, tem condições de entender e assumir esta dignidade, encontrando autonomia para nortear sua vida, suas decisões e escolhas, de modo a colaborar para o seu próprio aperfeiçoamento enquanto pessoa e, conseqüentemente, contribuindo para o desenvolvimento comum da sociedade enquanto cidadão.

OBJETIVOS

Produzir e oferecer uma cartilha para os alunos do ensino médio de diversas instituições de ensino da cidade de Cachoeira Paulista, que contribua para despertar neles a consciência da dignidade da pessoa humana, a fim de servir como fundamento na construção de um projeto de vida.

METODOLOGIA

A partir de uma pesquisa de campo sobre a temática Projeto de Vida, foi efetivado um estudo bibliográfico sobre a temática da dignidade da pessoa. Posteriormente, seguiu-se a elaboração e avaliação do pré-projeto e projeto sobre este tema. Apoiado no estudo bibliográfico realizado produziu-se uma cartilha contendo uma reflexão sobre a dignidade da pessoa humana. A produção da cartilha consistiu na adequação da linguagem acadêmica para uma linguagem que se aproxime e facilite a compreensão dos destinatários. Posteriormente, realizou-se a revisão do conteúdo e as correções necessárias. E a última etapa do projeto refere-se à distribuição da cartilha para os discentes do ensino médio da cidade de Cachoeira Paulista – SP.

RESULTADOS PRELIMINARES

O projeto, em sua fase final, estabelece os primeiros contatos com as diversas escolas que serão contempladas pelo mesmo. Este contato, que acontecerá tendo em mãos a cartilha finalizada, inicia o processo de disponibilização e formação acerca da cartilha, explicitada em algumas imagens nas páginas seguintes.

A elaboração desta cartilha, desde seu início, em pesquisas bibliográficas e documentais, pesquisas de campo e a elaboração em si, possibilitou o aprofundamento na concepção do homem como pessoa humana, seu valor e sua inviolável dignidade, por parte dos autores da cartilha, e a conscientização e reconhecimento de si como valor e valoroso, por parte dos alunos da escola onde foi realizada as pesquisas de campo.



SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA
da Faculdade Canção Nova

LITERATURA CITADA

MONDIN, Battista. **Os valores fundamentais**. Tradução de Ir. Jacinta Turolo Garcia. Bauru, SP: EDUSC, 2005.

JOÃO PAULO II. **Cruzando o limiar da esperança**. Tradução de Antônio Angonese, Ephraim Ferreira Alves. ed. 3. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1994.

PESSINI, Léo; BARCHIFONTAINE, Christian de Paul de. **Problemas atuais de bioética**. 8. ed. São Paulo: Loyola, 2007.

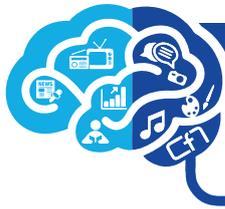
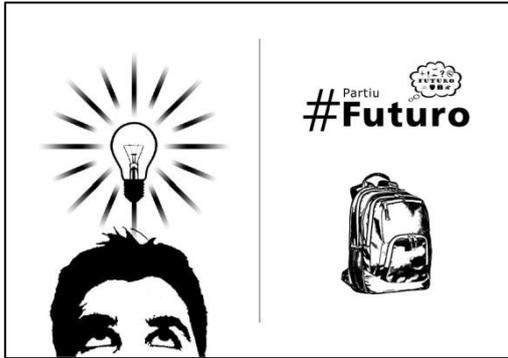
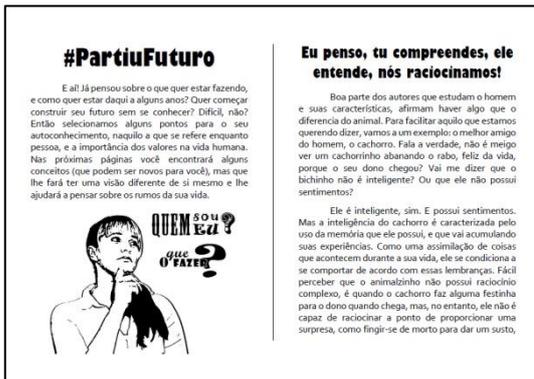


Figura 1



Capa da cartilha “#partiu futuro”

Figura 2



Página 3 cartilha “#partiu futuro”

Figura 3



Página 6 cartilha “#partiu futuro”



IMPORTÂNCIA E MEIO DE PARTICIPAÇÃO POLÍTICA: CARTILHAS PARA ALUNOS DO ENSINO MÉDIO DAS ESCOLAS DE CACHOEIRA PAULISTA – SP.

**Christina Cerqueira Buettel Alves(1), Cleiton de Oliveira(2), David Magella Fraga Gomes(3),
Mirian Rose Gouvea(4) Rui Junio Fonseca dos Santos(5), Wedson Chartuni Duarte(6), Denis
Duarte(7)**

¹ Aluna do curso de Graduação em Filosofia da FCN, Cachoeira Paulista – SP. CEP: 12.630-000. Email: chrisbuettel@hotmail.com

² Aluno do curso de Graduação em Filosofia da FCN, Cachoeira Paulista – SP. CEP: 12.600-000. Email: cleiton_sma@hotmail.com

³ Aluno do curso de Graduação em Filosofia da FCN, Cachoeira Paulista – SP. CEP: 12.600-000. Email: davidmajellafg@hotmail.com

⁴ Aluna do curso de Graduação em Filosofia da FCN, Cachoeira Paulista – SP. CEP: 12.630-000. Email: mirian_filosofia@gmail.com

⁵ Aluno do curso de Graduação em Filosofia da FCN, Cachoeira Paulista – SP. CEP: 12.600-000. Email: rui@geracaophn.com

⁶ Aluno do curso de Graduação em Filosofia da FCN, Cachoeira Paulista – SP. CEP: 12.600-000. Email: wedson@geracaophn.com

⁷ Professor da FCN. Orientador.

RESUMO: Este trabalho apresenta a necessidade de explorar o aspecto político dentro da realidade escolar no que tange à responsabilidade social. Definiu-se que seria tratada a importância dos meios de participação política. Objetivou-se despertar nos discentes uma conscientização e criticidade sobre o tema, apresentando-lhes as formas de participação política e retificando a importância da mesma na vida cotidiana. Realizou-se a confecção de uma cartilha sobre os meios de participação na política da cidade para os alunos do ensino médio das escolas de Cachoeira Paulista – SP estimulando a criticidade dos mesmos acerca da sua vivência como cidadão.

PALAVRAS-CHAVE: cartilha, conscientização política, participação política.

INTRODUÇÃO

Compreende-se que em razão de uma má interpretação do verdadeiro sentido da política, existe a necessidade de explorar o aspecto desse tema dentro da realidade escolar, uma vez que os alunos devem ser formados de maneira integral, inclusive, no que tange sua responsabilidade como cidadão, portanto, responsável pela sociedade que o cerca. Ao buscar a conscientização política dos alunos, assim como a criticidade dos mesmos, decidiu-se delimitar o tema apresentando-lhes as formas de participação política e retificando a importância da mesma na vida cotidiana. Assim, definiu-se que o tema trataria da importância e dos meios de participação política. Cientes de tal necessidade este projeto tem como finalidade produzir e distribuir uma cartilha de conscientização e incentivo. Justifica-se, pois a formação da consciência política desses jovens contribui para que participem ativamente nas decisões políticas da sociedade a partir do meio em que vivem. Conhecendo os caminhos de intervenção e fiscalização da política municipal, poderá desenvolver sua capacidade sócio política.

OBJETIVOS

Produzir e distribuir uma cartilha sobre a importância e meios de participação na política da cidade para os alunos, do ensino médio das escolas de Cachoeira Paulista- SP, estimulando a consciência crítica destes educandos acerca da sua vivência na polis, assim como indicar meios de participação.

METODOLOGIA

O projeto foi estruturado nas seguintes fases: aplicação de um questionário com os alunos para perceber a sua visão em relação ao tema política; tabulação dos dados coletados do questionário; a partir das informações levantadas, entrou-se em contato com um convidado, com experiência na área política, para ministrar uma palestra e então realizamos uma coleta das impressões e opiniões dos alunos por escrito. Após esta etapa realizamos um intenso trabalho de pesquisa bibliográfica sobre o tema, desenvolvendo a partir de então uma cartilha, com linguagem jovem, e bem acessível, buscando com desenhos e gravuras torná-la atrativa e de fácil compreensão, para distribuí-la aos alunos do Ensino Médio de Cachoeira Paulista.

RESULTADOS PRILIMINARES

Segundo Aristóteles (1973), o homem pode ser definido como um animal político, pois ele estabelece relações com outros homens, sendo esta uma condição para se ter uma vida feliz. De acordo com Bobbio (2007), a democracia é a forma de governo exercida pelo povo em que se deve promover o bem da



SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA da Faculdade Canção Nova

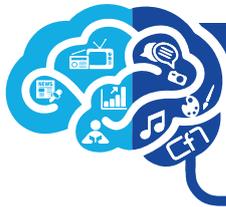
cidade. Por isso, que Bigo (1982) afirma que um verdadeiro processo democrático supõe um homem que tenha a consciência de sua responsabilidade e direitos dentro da sociedade, especialmente os que não tem poder econômico. Deste modo, no processo da educação precisa-se entender a necessidade de participação na vida política, visto que esta é para o bem comum. Este processo se dá à medida que a pessoa assume sua posição efetiva na polis com seus direitos e deveres.

LITERATURA CITADA

ARISTÓTELES. **Ética a Nicômaco**. São Paulo: Abril Cultural, 1973.

BIGO, P.; AVILA, F. B. **Fé crista e compromisso social**. São Paulo: Paulinas, 1982.

BOBBIO, N. **Estado, Governo, Sociedade, para uma Teoria Geral da Política**. 14ª Ed. São Paulo: Paz e Terra, 2007.



A CERTEZA COMO FUNDAMENTO SUBJETIVO DO MÉTODO EM DESCARTES

Lucas de Siqueira (1) e Marcelo Pereira de Andrade (2).

¹ Aluno de Filosofia da FCN, Guaratinguetá – SP. e-mail: lucas-de-siqueira@outlook.com

² Professor da FCN. Orientador.

RESUMO: Procurando elucidar o problema do círculo, buscou-se um esclarecimento maior sobre a consistência axiomática presente nos princípios da metafísica cartesiana e estabeleceu-se uma distinção entre as noções de certeza e veracidade conforme prenunciada pelo autor na vasta extensão de sua obra. Em clara referência à multiplicidade de reflexões acerca do tema, esboçou-se uma resposta alternativa à questão, dando enfoque à dicotomia de significados oriunda da livre-interpretação de conceitos que é comumente apartada da heurística lógico-epistemológica presente nas preocupações do filósofo.

PALAVRAS-CHAVE: Epistemologia, metafísica, círculo cartesiano, hermenêutica

INTRODUÇÃO

Tendo em vista o exercício desprendido da razão, a empreitada perquiridora de René Descartes propôs uma ruptura radical com os prejuízos da consciência e operou um afastamento decisivo do pensamento medieval. Em função das circunstâncias em que o século XVII inseriu a meditação filosófica desde então, sujeitando-a, em muitos aspectos, a um projeto científico de matriz tecnicista cuja visão de mundo ordenada e mensurável deteve inúmeras contradições teóricas por trás das soluções encontradas para questões de ordem puramente material, a afirmação existencial do Cogito significou para lá do primeiro assentamento sólido e sistemático da modernidade, a realização de um esforço crítico sem precedentes ao conjecturar pela primeira vez uma criteriosa investigação acerca da validade, da origem e das possibilidades do conhecimento. Todavia, até mesmo a subjetividade que sustentara suas reflexões sucumbiu frente a passagem dos anos com a obscuridade da incerteza lançada sobre o método cartesiano: foram vários os comentaristas que observaram em suas formulações o que classificaram como um círculo vicioso, o que constitui uma das mais graves dificuldades de interpretação de suas teses. Tomando como ponto de partida o próprio Descartes já cômico desta antinomia, o que terá ele a dizer para desconstruir o famigerado equívoco a esse respeito?

OBJETIVOS

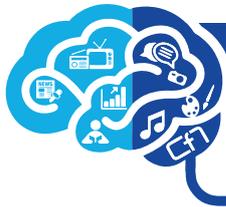
Examinar os argumentos conferidos por René Descartes em sua resposta ao erro contido na proposição do dilema; clarear a diferença existente entre as noções de certeza e veracidade e demonstrar a completa autonomia de uma com relação à outra em seu pensamento; repropor a discussão sobre o assunto com foco nos textos de autoria do próprio filósofo.

METODOLOGIA

Com a leitura e consulta dos escritos essenciais do autor e de alguns estudiosos de sua obra, fez-se uma pesquisa intertextual que delimitou a problemática do círculo a um desvio de opiniões muito específicas que ora contrastam a objetividade exegética que a tabulação dos preceitos cartesianos comporta, ora compõem um conjunto de contraposições atávicas que se autocensuram e inviabilizam o diálogo com a metafísica e a epistemologia utilizando-se da mesma linguagem para ambas.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O problema do círculo aparece pela primeira vez de forma definitiva nas páginas das *Segundas Objeções* feitas ao livro das *Meditações*, recolhidas pelo padre Mersenne em 1641, embora já houvesse sido esboçado anteriormente na *Correspondência*. Ele consiste em alegar que, se não se pode estar seguro de coisa alguma a menos que se conheça primeiro clara e distintamente a existência de Deus, não se pode afirmar certificadamente que o sujeito é uma coisa pensante, enquanto tal conhecimento depende do conhecimento claro e distinto de um Deus existente que sucede lógica e cronologicamente a intuição fundamental de toda a filosofia cartesiana: a necessidade do Cogito. Entretanto, é Descartes quem se antecipa pessoalmente ao contornar tal discordância em tom evasivo e oficial nas *Objeções e Respostas*. Quando se tem ciência de que por trás do pensamento existe uma coisa pensante, não se faz uso nem serventia de silogismos, mas reconhece-se o fato por simples inspeção do espírito; a certeza, adquirida então sem recurso nenhum à realidade material, é livre de pressupostos e corolários metafísicos. Trata-se



de uma ferramenta epistemológica – diferente da veracidade - que atribui coerência à estrutura interna dos raciocínios.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Um círculo lógico teria derrubado o edifício do pensamento moderno antes mesmo de soerguer suas bases. Ele não configura qualquer ameaça à filosofia cartesiana. Visto que pelo prisma das respostas dadas pelo filósofo é possível contradizer o agravante, o problema não deve ser entendido como uma aporia, mas como uma dificuldade hermenêutica condensada pelas páginas que rediscutem terminantemente o assunto.

A diferença entre veracidade e certeza já havia sido profusamente formulada por Descartes e não ultrapassa o conteúdo de suas próprias ideias. A razão para o mal-entendido incide sobre a confusão entre ambas, a anfíbolia intuitivo-silogística e a tomada da divindade em sua metafísica por um ente delimitador das ideias claras quando, na realidade, esta é predeterminada por elas, aderindo somente em seguida à estruturação realizada pelo entendimento. Deste modo, não seria necessário recorrer a Espinosa, sequer a outros comentaristas para obter uma resposta satisfatória ao problema do círculo. O próprio Descartes é capaz de fazê-lo.

LITERATURA CITADA

ABBAGNANO, Nicola. História da filosofia. 5. ed. Tradução de Antônio Ramos Rosa. Lisboa: Editorial Presença, 1976.

BEYSSADE, Jean-Marie. Sobre o círculo cartesiano. Tradução de Ulysses Pinheiro. *Analytica Revista de filosofia*, Rio de Janeiro, v. 2, n.1, p. 11-36, Seminário Filosofia da Linguagem, RJ, 1997. Disponível em: <<http://revistas.ufrj.br/index.php/analytica/article/view/398>>. Acesso em: 08 mar. 2015.

DESCARTES, René. René Descartes. 3. ed. Tradução de J. Guinsburg e Bento Prado Júnior, São Paulo: Abril Cultural, 1983. (Coleção Os pensadores).

DESCARTES, René. Regras para a direção do espírito. 1. ed. Tradução de João Gama, Lisboa: Edições 70, 1985. Disponível em: < <http://www.revistaliteraria.com.br/DescartesRegras.pdf>>. Acesso em: 10 mar. 2015.

DESCARTES, René. Selected Correspondence of Descartes, Jonathan Bennett, Tradução nossa, Early Modern Texts, Oxford, 2013. Disponível em: < http://www.earlymoderntexts.com/pdfs/descartes1619_2.pdf>. Acesso em: 08 mar. 2015.

DESCARTES, René. Discurso do método. 1. ed. Tradução de Paulo Neves, Porto Alegre: L&PM Editores, 2014.

GILSON, Étienne. Discurso do método. 4. ed. Tradução de Andréia Stahel M. da Silva, São Paulo: Martins Fontes, 2009.

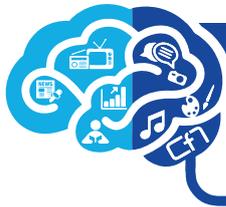
GUEROULT, Martial. René Descartes. 3. ed. Tradução de J. Guinsburg e Bento Prado Júnior, São Paulo: Abril Cultural, 1983. (Coleção Os pensadores).

KOYRÉ, Alexandre. Considerações sobre Descartes. 2. ed. Tradução de Hélder Godinho, Lisboa: Presença, 1963. Disponível em: <<https://projctophronesis.files.wordpress.com/2010/03/alexandre-koyre-consideracoes-sobre-descartes-doc.doc>>. Acesso em: 06 mar. 2015.

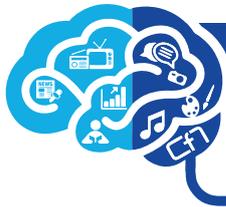
MERSENNE, P. R. Marin. René Descartes. 3. ed. Tradução de J. Guinsburg e Bento Prado Júnior, São Paulo: Abril Cultural, 1983. (Coleção Os pensadores).

REALE, Giovanni; ANTISERI, Dario. História da filosofia. 2. ed. Tradução de Ivo Storniolo, São Paulo: Paulus, 2004.

VALÉRY, Paul. O pensamento vivo de Descartes. Ed. especial. Tradução de Maria de Lourdes Teixeira. São Paulo: USP, 1975.



JORNALISMO



PADRÃO DE BELEZA FEMININO TRANSMITIDO PELA MÍDIA – UMA NARRATIVA EM LIVRO-REPORTAGEM

Fernanda Soares(1), Ioná Piva(2)

1 Aluna do curso de jornalismo da FCN, Cachoeira Paulista-SP.

2 Professora, Mestre da FCN – Cachoeira Paulista-SP. Orientadora

RESUMO: A mídia de massa tem um forte impacto na vida das pessoas, formando opiniões e estabelecendo padrões de comportamentos e consumo. As imagens da cultura da mídia são importantes tanto pela maneira como são construídas quanto pelo significado e valores que transmitem o que são incorporados. Ao aprofundar esse assunto, este projeto pretende analisar como os *mass media* frequentemente aborda a vaidade feminina e problematizar a questão, através de um livro-reportagem, ao apresentar visões alternativas a essas abordagens. Para isso, recorre-se a entrevistas semiestruturadas, pesquisa bibliográfica, descritiva e explicativa.

PALAVRAS-CHAVE: bela, impacto, jornalismo, mulher

INTRODUÇÃO

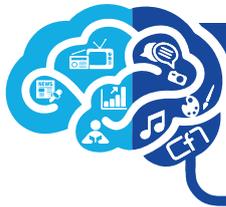
O drama de mulheres que sofrem por não se aceitarem fisicamente é reconhecido por pesquisas nacionais e internacionais sobre o comportamento feminino. A mídia, usada como estímulo ao consumo e padronização de modelos estéticos, investe em materiais como vídeos, propagandas, programas de entretenimento, revistas e se torna referência para as pessoas. Pressupõe-se que os veículos de comunicação propague um padrão estético que valoriza demasiadamente o corpo. Dessa forma, propõe-se um estudo sobre o culto ao corpo junto ao público jovem, identificando os aspectos positivos e negativos desse fenômeno. Pretende-se estudar este tema para auxiliar as mulheres que apresentam problemas com a autoimagem, estimulando uma reflexão sobre o assunto. O estudo será realizado com mulheres brasileiras do século XXI com faixa etária entre 16 a 30 anos que sofrem ou sofreram com problemas relacionados ao tema. Também serão ouvidos especialistas na área como psicólogos, visagistas, cirurgiões plástico, entre outros. Portanto, o objeto deste trabalho é a elaboração de um livro-reportagem sobre o padrão de beleza transmitido pela mídia. De que maneira a mídia influencia o comportamento feminino no que diz respeito a aceitação de sua imagem? A influência pode acontecer de maneira positiva e/ou negativa no comportamento feminino. Por um lado é positiva porque leva as mulheres a terem uma vida mais saudável praticando atividades físicas e tendo uma boa alimentação. Por outro lado, torna-se negativa quando se torna um excesso e o receptor não consegue estabelecer limites. A mulher compreende que para ser bonita ela precisa ser igual ao que é mostrado nas imagens que os meios de comunicação divulgam. Acredita-se que o impacto dos padrões fomentados pela mídia no público feminino pode ser constatado pelo aumento progressivo do consumo de produtos de beleza e serviços estéticos, o crescimento dos diagnósticos de jovens com transtornos alimentares, como bulimia e anorexia, e problemas emocionais. Acredita-se que atualmente a sociedade tem dois tipos de padrões de beleza: as mulheres de bustos grandes e quadris torneados com pernas grossas e as mulheres magérrimas e loiras. Quem está fora desses padrões sofrem as consequências da ditadura da beleza.

OBJETIVOS

Produzir um livro reportagem que analise o padrão de beleza da mulher brasileira do século XXI veiculado pela mídia.

METODOLOGIA

A presente pesquisa tem como proposta o uso dos seguintes procedimentos metodológicos. Etapa 1: Pesquisa Exploratória. A pesquisa exploratória tem como objetivo “proporcionar maior familiaridade com o problema,



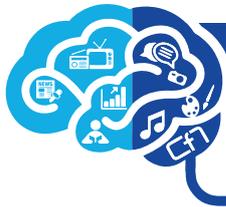
com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses. Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições” (GIL, 2008, p.41). Na pesquisa exploratória serão adotados os métodos de levantamento bibliográfico e entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado. O levantamento bibliográfico é o começo de todo trabalho acadêmico, pois é a pesquisa que identifica, localiza e obtém bibliografias que tratam do assunto pesquisado. “O sentido desta pesquisa é ter base sobre o que diversos autores falam sobre o assunto desejado” (DUARTE & BARROS, 2012, p. 51). A entrevista tem como objetivo “recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte, selecionada por deter informações que deseja conhecer” (DUARTE & BARROS, 2012, p. 62). Elas serão utilizadas para conhecer personagens que vivem as influências positivas e negativas da transmissão de beleza através da mídia e especialistas na área. Etapa 2: Pesquisa Descritiva. “As pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômenos ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis” (GIL, 2008, p.42). O método adotado pela pesquisa descritiva será a descrição do fenômeno atual em relação a padronização da beleza através da mídia. Etapa 3: Pesquisa Empírica. A elaboração do livro-reportagem como um meio de apresentar uma análise do padrão de beleza da mulher brasileira do século XXI transmitido através da mídia.

RESULTADOS PRELIMINARES

As informações veiculadas por meio da mídia de massa têm um forte impacto na vida do receptor. O processo de transmissão de imagens, notícias e conhecimento tem a capacidade de estabelecer padrões de comportamentos e consumo. Moreno (2008) afirma que não pode ser negada a influência que os meios de comunicação tem na formação da subjetividade dos cidadãos, principalmente através da televisão. Os modelos de beleza divulgados nos outdoors, na televisão, na internet e capa de revistas entram e ocupam o subconsciente do indivíduo tornando-se referência. É evidente a contribuição que os meios de comunicação de massa tem para o desenvolvimento da sociedade. Ainda de acordo com Moreno (2008) o mundo e as imagens que cercam o ser humano são os princípios para criar normas e formar a sua subjetividade. Nesse processo a mídia funciona como uma janela para o mundo na qual imagens, interpretações e valores direcionam e interferem diretamente na percepção de quem as recebem. O jornalismo como parte do processo de formação de opiniões tem como um de seus produtos que compõe o escopo o livro-reportagem. De acordo com Lima (2009) esse é o veículo de comunicação impressa não-periódica que traz reportagens mais aprofundadas e com tratamento diferenciado dos meios de comunicação jornalísticos que tem uma frequência constante em suas publicações. O livro-reportagem é um meio seguro de informar o receptor com recursos técnicos e juntamente a literatura, de maneira a provocar reflexões críticas com relação às realidades apresentadas. A retórica utilizada na construção desse produto é diferenciada. De acordo com Rocha e Xavier (2013) o fato desse formato ser extenso é possível misturar diversos gêneros como o literário, investigativo e interpretativo. Um assunto válido como tema de livro-reportagem é o padrão de beleza feminino transmitido pela mídia. Os meios de comunicação de massa têm a capacidade de estabelecer arquétipos de beleza impulsionando mulheres a buscarem alcançar uma imagem que pode ter sofrido alterações digitais tonando-as diferente de seu natural. As mulheres “[...] vestem-se e penteiam-se segundo os cânones da moda, usam jeans ou roupas assinadas, maquiagem segundo o modelo de beleza proposto pelas revistas de capas cintilantes, pelo cinema, pela televisão, ou seja, pela *mass media*” (ECO, 2010, p.418). Já Copetti (2004) destaca a importância da construção das imagens da cultura da mídia, os seus significados e valores incorporados. Estudos comprovam que as mulheres brasileiras são as que mais se submetem a procedimentos cirúrgicos e sacrifícios pela beleza. “Os padrões de beleza são massacrantes ao ponto de não levar em conta o que a Organização Mundial da Saúde preconiza como saudável” (CURY, 2010, p.35). Assim como o cuidado com a saúde por meio de atividades físicas e uma alimentação saudável aumentaram nos últimos tempos. Verifica-se por meio dos autores estudados que a mídia tem uma influência direta na vida das pessoas definindo o modo de pensar, agir e se vestir. Além de orientar os hábitos da sociedade e as discussões sociais. Por meio do jornalismo, em especial o livro-reportagem, a sociedade é chamada a refletir sobre os benefícios e malefícios do padrão de beleza feminino transmitido pela mídia.

LITERATURA CITADA

COPETTI, CLP. Valor para o Cliente e o Consumo: a Influência da Mídia e da Cultura no Comportamento do Consumidor. Disponível em: . Acesso em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/162876320616842527086039172273574382664.pdf>> . 23 de



nov. 2014.

CURY, Camila. A beleza está nos olhos de quem vê. Rio de Janeiro: Sextante, 2010.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). Métodos e Técnicas de pesquisa em Comunicação. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2012. ECO, Umberto. História da Beleza. Rio de Janeiro: Record, 2010.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projeto de pesquisa. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MORENO, Rachel. A beleza impossível: mulher mídia e consumo. São Paulo: Agora, 2008.

ROCHA, P. M.; XAVIER, C. O livro-reportagem e suas especificidades no campo jornalístico. Revista Online de Comunicação. Linguagem e Mídias, Brasil, v.7, n.14, jul./dez. 2013. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/69434>>. Acesso em: 23 de nov. 2014.



JOSÉ MARQUES DE MELO: PENSAMENTO COMUNICACIONAL – GÊNEROS JORNALÍSTICOS E IMPRENSA NO BRASIL¹

Rauane Maira Ferreira (2), Yolanda Pellegrini (3) e Tatiane Carvalho (4).

¹ Apoio: Faculdade Canção Nova

² Aluna do curso de Jornalismo da FCN, Cachoeira Paulista-SP, CEP: 12630-000. E-mail: ferreirarauane@gmail.com

³ Aluna do curso de Jornalismo da FCN, Cachoeira Paulista-SP,

⁴ Professora do curso de Jornalismo e Rádio TV – Cachoeira Paulista-SP, Bolsista do CNPq, Orientadora.

RESUMO: O presente trabalho tem como objetivo analisar o pensamento comunicacional do pesquisador Dr. José Marques de Melo, que, entre seus diversos estudos, dedica-se a pesquisa sobre Gêneros Jornalísticos. Para realização deste trabalho foi utilizado como metodologia a pesquisa bibliográfica e técnica de entrevista. E, desta forma, foi possível compreender a importância do Gêneros Jornalísticos para a aprimoração do trabalho dessa profissão, maior aprendizado sobre do campo comunicacional brasileiro e discutir com o professor a importância do diploma para o jornalista.

PALAVRAS-CHAVE: José Marques de Melo, gêneros jornalísticos, obrigatoriedade do diploma, a imprensa no Brasil.

INTRODUÇÃO

José Marques de Melo é graduado em jornalismo e ciências jurídicas sociais, doutor e livre docente em ciências da comunicação – jornalismo, professor titular da Universidade Metodista de São Paulo, sendo uma das maiores referências do Campo Comunicacional brasileiro e latino-americano e dos estudos de gêneros jornalísticos. No dia 14 de outubro de 2014, o professor nos recebeu para uma entrevista, em sua residência, apresentando seus trabalhos sobre os gêneros jornalísticos, o campo da comunicação e do jornalismo.

OBJETIVOS

Conhecer o pensamento comunicacional de José Marques de Melo em relação aos gêneros jornalísticos e a imprensa brasileira.

METODOLOGIA

Para entender e conhecer o pensamento Comunicacional do prof. dr. José Marques de Melo, foi utilizado a pesquisa bibliográfica, baseando-se nos livros Teoria do jornalismo e Grandes nomes da comunicação: Identidades Brasileiras.

Também foi empregada a técnica de entrevista, utilizada no dia em que o grupo foi até a residência do professor, e o tema Gêneros Jornalísticos foi abordado.

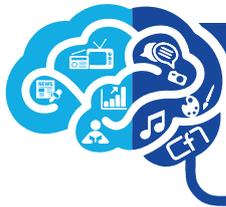
RESULTADOS E DISCUSSÃO

De acordo com o prof. dr. José Marques de Melo, os gêneros jornalísticos não sofreram mudanças na classificação, sendo eles o informativo, opinativo, interpretativo, diversional e utilitário. Porém, houve mudanças na aplicação da classificação. "Essa classificação é baseada nas cinco funções principais do jornalismo na sociedade, que são: informar, formar, educar, divertir e o utilitário que significa atender as necessidades da vida cotidiana, ou seja, trabalhar a serviço. Dependendo da sociedade você tem mais ou menos ênfase desses aspectos", afirmou o professor Marques de Melo em entrevista.

Já a respeito da obrigatoriedade do diploma para jornalista, o mesmo afirma: "Se você não tem o diploma, não tem a preparação adequada, você não tem cabedal suficiente para enfrentar as tarefas do dia a dia.", defendendo a necessidade do diploma.

Sobre a Imprensa no Brasil, Marques de Melo afirma que a imprensa é muito vasta, e que o Brasil é um país moderno e tecnológico. "Nós importamos tecnologia dos países mais desenvolvidos e produzimos também muitos equipamentos. O problema do Brasil é que só se pode avaliar a imprensa, avaliando a sociedade. A imprensa é o espírito da sociedade, a imprensa é o que a sociedade é", concluiu.

CONSIDERAÇÕES FINAIS



SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA da Faculdade Canção Nova

A análise procurou compreender a classificação dos gêneros jornalísticos. Na ocasião, também se buscou discutir com o pesquisador José Marques de Melo a importância do diploma para o profissional de jornalismo e a imprensa no Brasil.

Os processos do trabalho acima referidos, teve por base as técnicas de entrevista e, desta forma, foi possível aprender as características que definem os gêneros jornalísticos, as formas de aplicação e a importância do diploma para jornalista e os desenvolvimentos da imprensa no Brasil; o que pode enriquecer o trabalho com tornando-o positivo, foram os esclarecimentos e do professor e sua história no campo da comunicação social.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos aos professores João Rangel, Tatiane Carvalho e Ioná Piva pela colaboração na produção deste artigo científico.

LITERATURA CITADA

MARQUES DE MELO, José; Teoria do Jornalismo: *Identidades Brasileiras*. São Paulo: Ed Paulinas, 2006. 280 p.

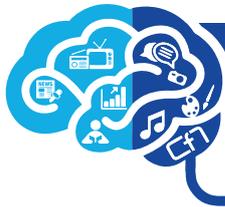
GOBBI, Maria Cristina; Grandes nomes da Comunicação: *José Marques de Melo*. Recife: Ed UNICAP – Centro de Estudos da Imprensa e da Cidadania. 2001. 341p.

MARQUES DE MELO, José. Gêneros Jornalísticos e a imprensa brasileira: depoimento dado no 14 de outubro de 2014. São Paulo. Entrevista concedida a Camila Martins e Yolanda Pellegrini.

ANEXO



Foto: Camila Martins, José Marques de Melo e Yolanda Pellegrini em entrevista na casa do autor.



GUIA DE REDAÇÃO CANÇÃO NOVA NOTÍCIAS

Rodrigo Luiz dos Santos (1), Joice Reis (2)

¹ Aluno do curso de Jornalismo da Faculdade Canção Nova, Cachoeira Paulista-SP. CEP: 12630-000. e-mail: rodrigoluizcn@gmail.com

² Professora do curso de Jornalismo da Faculdade Canção Nova – Cachoeira Paulista-SP, Orientadora.

RESUMO: O projeto tem como finalidade propor um Guia de Redação para o Telejornal Canção Nova Notícias. A pesquisa parte de um apanhado teórico sobre o texto telejornalístico e práticas textuais utilizadas no telejornalismo da Canção Nova. Como proposta metodológica será utilizada a Pesquisa Exploratória que engloba pesquisa bibliográfica, entrevistas, análise de exemplos de Manuais de Redação e a confecção do produto, como pesquisa empírica.

PALAVRAS-CHAVE: guia; linguagem; redação; telejornal; texto

INTRODUÇÃO

A escolha do tema foi suscitada por uma observação profissional relativa à ausência de uma orientação formalizada da TV Canção Nova para os jornalistas sobre a linguagem textual mais adequada à sua linha editorial. Na rotina diária na redação do “Canção Nova Notícias”, que busca uma abordagem mais humanizada das notícias a serviço da vida e da esperança, percebeu-se a necessidade de normatizar a aplicação de regras como clareza, simplicidade e precisão. Sendo assim, o Guia de Redação busca oferecer um possível direcionamento que atenda a essa demanda ao abordar os seguintes temas: critérios de noticiabilidade, linha editorial da Canção Nova, estrutura textual de reportagens, harmonia entre texto e imagem, inserção de exemplos de bons textos e uso de texto humanizado. De acordo com a linha editorial do Telejornal Canção Nova Notícias, a elaboração do Guia pode estabelecer uma linguagem de acordo com as normas do telejornalismo que valorize a vida e a esperança conforme ensina a Canção Nova.

OBJETIVOS

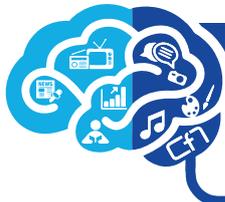
Produzir um Guia que contribua para o fortalecimento da linha editorial da TV Canção Nova, bem como para o alinhamento do conteúdo transmitido na TV aos valores do carisma Canção Nova. Especificamente, objetiva-se elaborar um apanhado teórico sobre o texto telejornalístico, identificar as práticas textuais utilizadas no telejornal Canção Nova Notícias e entrevistar profissionais e especialistas para compor o conteúdo do guia.

METODOLOGIA

Realizou-se pesquisa exploratória como passo inicial no processo de pesquisa. Segundo Rampazzo (2005), este processo é considerado pesquisa quase científica ou não-científica. O autor recorda que são recolhidos e registrados fatos da realidade sem uso de meios técnicos especiais ou perguntas diretas. Na pesquisa exploratória serão adotados os seguintes métodos: pesquisa bibliográfica, entrevistas e análise de exemplos. Por pesquisa bibliográfica entende-se a explicação de um problema “a partir de referências teóricas publicadas (em livros, revistas, etc.). Pode ser realizada independentemente, ou como parte de outros tipos de pesquisa” (RAMPAZZO, 2005). Essa exigência permite levantar o problema, fundamentar a teoria ou justificar limites e contribuições da pesquisa. A pesquisa exploratória inclui entrevistas com pessoas que iniciaram o telejornal da TV Canção Nova e que atuaram em gerência e/ou editoria-chefe do departamento de jornalismo e análise de Manuais de Redação. Outro passo realizado será a pesquisa empírica. De acordo com Rampazzo (2005), a pesquisa empírica corresponde à manipulação das variáveis relacionadas com o objeto de estudo. Nesta etapa, será produzido o Guia de Redação para o Canção Nova Notícias.

RESULTADOS PRELIMINARES

No dia a dia de uma redação de telejornal, a busca pela construção de um bom texto envolve etapas como sugestão da pauta, produção e elaboração da matéria, revisão do editor, passando pelo apresentador que dá a notícia até chegar ao telespectador que terá uma única chance de receber a informação. Para auxiliar nesses processos, um Guia de Redação pode contribuir para produção de um texto mais coerente à linha editorial da emissora. Cada capítulo foi desenvolvido a partir da bibliografia pesquisada e de entrevistas concedidas por pessoas que trabalham há mais de 15 anos no jornalismo

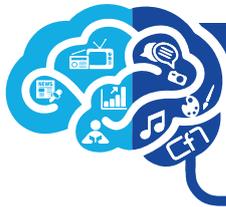


SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA da Faculdade Canção Nova

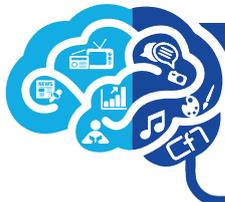
Canção Nova (ou em cargos de chefia) e que ajudaram a definir a linha editorial do Canção Nova Notícias. O trabalho contou ainda com entrevista ao professor Carlos Alberto di Franco, experiente no trabalho de elaboração de manuais e editoriais no Brasil e em outros países e faz parte da governança do Grupo Estado. A isso foi somado a experiência pessoal e coleta de observações da editoria executiva ao longo de oito meses. O projeto gráfico e a diagramação foram desenvolvidos por Bruno Castro da editora Decápole. A padronização sempre foi um elemento presente no jornalismo. Caprino (2002) reconhece a contribuição dos manuais de redação para padronização do gênero informativo. Os primeiros livros considerados manuais de redação são os tratados de retórica do século XIX. Considerado o primeiro manual moderno, o *Manual for editors, reporters, correspondents, and printers* foi publicado em 1886, por Robert Luce, nos Estados Unidos. Viana (2001) sublinha que o jornalista deve lembrar sempre que está escrevendo para um público diversificado e que não é obrigado a entender termos específicos de economia ou informática. A linguagem adotada deve ser sempre clara, sem ser pobre, e simples, sem ser simplista. Tratando-se de telejornalismo, é preciso considerar que o texto será lido em voz alta por alguém e captado de uma única vez pelo telespectador. No telejornalismo, “o texto é escrito para ser falado (pelo locutor ou pelo repórter) e ouvido (pelo telespectador)” (PATERNOSTRO, 2006, p. 77). Sendo a instantaneidade característica da TV, a autora afirma que o receptor deve entender a mensagem no mesmo instante em que a ouve. Manuais reforçam a necessidade de aplicação de normas como clareza, simplicidade, concisão e precisão nas informações, além de conhecimento do idioma e correção gramatical. Essas orientações têm exercido papel importante no panorama textual da imprensa porque “formatam esse estilo em suas regras básicas, servem de instrumento de cobrança, por parte das direções, em relação à qualidade do texto” (CAPRINO, 2002, p. 110). Por ter uma identidade cristã, Moreira (2013) sublinha que a emissora tem necessidade de um jornalismo comprometido com o telespectador que recebe a informação e que respeite as pessoas em diferentes etapas do desenvolvimento humano do outro lado da televisão. O jornalista deve ter sempre em mente que informação e formação devem estar presentes em sua redação porque está lidando com pessoas de diferentes situações. O trabalho jornalístico deve provocar desejo por verdade, justiça, bondade, beleza, tendo como base o Evangelho. “O pano de fundo de cada notícia deverá passar pelo crivo da Tradição da Igreja e do seu Magistério. Pois não basta somente uma informação dada, e sim como esta informação será dada” (MOREIRA, 2013, p. 325). Portanto, esta busca por verdade torna o jornalista servidor da opinião pública e da sociedade.

LITERATURA CITADA

- CAPRINO, Mônica Pegurer. **Questão de estilo:** o texto jornalístico e os manuais de redação. Comunicação & Sociedade. São Bernardo do Campo: PósCom-Umesp, a 23, n. 37, p. 105-123, 1o. Sem. 2002.
- MOREIRA, Anderson Marçal. **A Formação da Identidade Cristã Pela e Na Mídia:** análise e proposta ao Sistema Canção Nova para uma Nova Evangelização. (Tese de doutorado n. 836). Faculdade de Teologia, Universidade Pontifícia Salesiana, Roma, 2013.
- PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV:** manual de telejornalismo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- RAMPAZZO, Lino. **Metodologia Científica:** para alunos de curso de graduação e pós-graduação. 3. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2005.
- VIANA, Eduardo de Carvalho. **Para um Manual de Redação do Jornalismo On-line.** Monografia final apresentada à Faculdade de Comunicação Social da Universidade Estadual do Rio de Janeiro, para conclusão de Curso de Pós-Graduação em Jornalismo Cultural. Rio de Janeiro, 2001. Orientador: Prof.a Sônia Virgínia Moreira. Outubro de 2001.



RÁDIO E TELEVISÃO



**AMBIENTAÇÃO SONORA DA LANCHONETE DA FACULDADE CANÇÃO NOVA
APLICADA NO PROGRAMA RADIOFÔNICO BOCA INQUIETA**

**Ariane C. de Campos (2), Felipe A. Palma (3), Letícia R. L. Pereira (4), Polyana M. da Mata (5),
Rafael F. E. Viana(6), Prof. Me. Marcos Jolbert Cáceres Azambuja(7).**

¹ Aluna do curso de Rádio e TV da Faculdade Canção Nova, Cachoeira Paulista-SP. E-mail: ariane_ccampos@hotmail.com

² Aluno do curso de Rádio e TV da Faculdade Canção nova, Cachoeira Paulista-SP.

³ Aluna do curso de Rádio e TV da Faculdade Canção Nova, Cachoeira Paulista-SP.

⁴ Aluna do curso de Rádio e TV da Faculdade Canção Nova, Cachoeira Paulista-SP.

⁵ Aluno do curso de Rádio e TV da Faculdade Canção nova, Cachoeira Paulista-SP.

⁶ Prof. Me. RTV/FCN. Cachoeira Paulista-SP. Orientador.

RESUMO: A disciplina de Edição em Rádio trouxe como proposta o desenvolvimento da Paisagem Sonora de ambientes da instituição acadêmica e a partir deste estudo, os alunos do curso de RTV deveriam desenvolver um programa radiofônico. Neste contexto, o grupo realizou uma observação da lanchonete, descrevendo as características sonoras lá encontradas. Posteriormente, foi desenvolvido o projeto de um programa radiofônico, intitulado “Boca Inquieta”, com base no ambiente estudado. Este programa pretende ser veiculado durante os intervalos de aulas dos alunos da Faculdade Canção Nova do período noturno, com o intuito de promover o estabelecimento e proporcionar momentos de descontração aos estudantes.

PALAVRAS-CHAVE: edição; FCN; lanchonete; programa radiofônico; paisagem sonora.

INTRODUÇÃO

A disciplina de Edição em Rádio, ministrada pelo Prof. Mestre Marcos Jolbert C. Azambuja, introduziu aos acadêmicos do 5º período de Rádio e TV os conhecimentos sobre Paisagem Sonora e edição na ferramenta *Sound Forge Pro 11.0*. O professor solicitou aos alunos que realizassem a divisão de grupos, escolhessem um ambiente na área interna da Faculdade Canção Nova para a observação da paisagem sonora e descrevessem as características deste local. Posteriormente, apresentassem à classe a proposta de um programa experimental com as características do ambiente sonoro pré-determinado.

O local escolhido para a realização da percepção da paisagem sonora foi o interior da Lanchonete da Faculdade Canção Nova. Visto que é um local de uso comum, frequentado por um grande número de alunos e rico em características sonoras. A dinâmica foi realizada no interior da Lanchonete, de forma aprofundada e criteriosa, durante o intervalo de aulas dos alunos da faculdade do período noturno.

O programa recebeu o título de “Boca Inquieta” porque este nome apresenta uma ambiguidade. Utilizou-se a expressão popular “boca inquieta”, quando o sujeito deseja referir-se a outro que não consegue parar de comer. Essa expressão também pode significar que uma determinada pessoa não consegue calar, manifesta algum som a todo o momento. Portanto, o título remete ao ambiente escolhido pelo grupo: a Lanchonete da FCN. Onde os alunos, além de se alimentarem, conversam com os amigos e interagem com pessoas de outras turmas, descontraído-se durante o intervalo das aulas.

O conceito de Paisagem Sonora aplica-se no programa radiofônico desenvolvido através da composição sonoplástica. A Sonoplastia, por sua vez, pode ser compreendida como um conjunto de elementos sonoros disponíveis para compor a Paisagem Sonora; este conjunto tem a capacidade de funcionar como suporte material significante da comunicação sonora. Estes sinais encontram-se nos seguintes elementos: Música, trilha e efeitos sonoros. A paisagem sonora permite que os elementos sonoros retidos na memória do ouvinte sejam recriados na mídia, por meio de ambiências sonoras presentes no inconsciente do receptor.

Além de oferecer aos alunos da Faculdade Canção Nova conteúdos de entretenimento e informação, proporcionando um ambiente descontraído e dinâmico durante o período do intervalo. O programa “Boca Inquieta” irá contribuir significativamente com a lanchonete, dando maior visibilidade aos produtos e informações relevantes ao público. Também contribuirá com a melhoria dos serviços prestados pelo estabelecimento, potencializando os pontos fortes e abrindo espaço para as opiniões e sugestões dos alunos e consumidores.

OBJETIVOS

Realizar a percepção da paisagem sonora da Lanchonete da FCN e introduzir os elementos característicos lá encontrados em um programa radiofônico, contribuindo para estimular a imaginação do ouvinte, além de possibilitar o sentimento de pertencimento em relação ao local por parte do público e promover a Lanchonete da FCN.

METODOLOGIA

Realizou-se compilação de dados através das pesquisas: exploratória, qualitativa e de observação participativa.



SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA da Faculdade Canção Nova

Para a elaboração da pesquisa exploratória foram entrevistados 10% dos acadêmicos da FCN do período noturno, dos cursos de Rádio e TV, Jornalismo e Administração, com idade entre 17 e 42 anos. Dos entrevistados o sexo masculino foi predominante, além disso, participaram da pesquisa pessoas de diferentes regiões do Brasil, tais como: Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sul e Sudeste. A fim de identificar os costumes culturais dos estudantes, seus hábitos alimentares e sugestões para a Lanchonete da FCN.

A pesquisa qualitativa foi realizada com 10% dos acadêmicos da Faculdade Canção Nova, sendo dois alunos de cada curso do período noturno, de ambos os sexos. Com o intuito de descobrir as preferências musicais para, assim, contribuir na definição de público alvo e produção do projeto. Utilizou-se como ferramenta o software Microsoft Office Excel 2007 para a mensuração dos dados obtidos, através de gráficos para obter parâmetros dos resultados.

A pesquisa de percepção auditiva foi realizada durante o intervalo de aulas do período noturno da FCN, a fim de identificar os hábitos dos estudantes durante este período, tais como: local onde se agrupam, assuntos debatidos e características dos acadêmicos.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A partir da pesquisa exploratória realizada foi possível observar que 62% dos alunos da Faculdade Canção Nova moram longe de suas famílias e que gostam de comer alimentos típicos de suas regiões. Todos os entrevistados têm preocupação com seus hábitos alimentares e 54% se alimentam a cada três horas. 40% dos estudantes preparam sua própria refeição, sendo que 43% optam por alimentos industrializados mesmo sabendo que deveriam preferir os produtos naturais. 14% dos alunos têm restrições alimentares. Todos os entrevistados sugerem que o cardápio da Lanchonete seja adaptado para as estações climáticas do ano, 31% dos acadêmicos recomendam a diminuição dos preços dos produtos oferecidos, 17% gostariam que houvesse promoções e 14% mencionam a criação de combos (Gráfico 1). Este estudo oferece grande relevância para a construção do projeto, visto que permite uma análise cultural dos alunos, além de possibilitar a compreensão de seus hábitos alimentares e desejos em relação ao estabelecimento escolhido para o desenvolvimento do trabalho.

Concluiu-se com a pesquisa qualitativa que todos os alunos da Faculdade Canção Nova desejam uma rádio durante o intervalo das aulas (Gráfico 2). Quando questionados a respeito de suas preferências musicais: 20% das pessoas se consideram ecléticas quanto ao estilo de música ouvido, 17% optam pelo pop rock, 14% pelo sertanejo, 8% músicas rock e pop, 5% gostariam de ouvir músicas eletrônicas e os outros 28% escolheram estilos diversos, tais como: metal, russa, irlandesa, celta, clássica, católica, samba, MPB e internacional (Gráfico 3). Estes dados foram de extrema importância para conhecer o público alvo para qual o programa radiofônico é destinado, oferecendo ao grupo que propõe este projeto a possibilidade de atingir os interesses e desejos dos estudantes da Instituição de Ensino Superior.

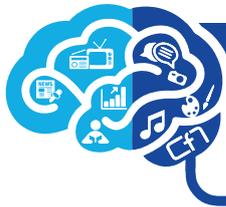
A pesquisa observatória possibilitou compreender o comportamento e hábitos dos alunos da FCN durante o intervalo de aulas. Pode-se concluir através desta que, muitos estudantes ficam aglomerados ao redor da Lanchonete para compra e consumo de alimentos, comprovando que o local escolhido para análise é de uso comum e frequentado por um grande número de pessoas. Os acadêmicos têm o costume de conversar sobre diversos assuntos como, por exemplo: matérias de sala de aula, sobre a faculdade, esportes e notícias atuais. Observou-se também que existem alunos que optam em não ficar no pátio durante este período, preferem permanecer em suas salas, frequentar a biblioteca ou a capela.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através da elaboração deste projeto pode-se compreender o conceito de paisagem sonora, utilizando-o na produção de um programa radiofônico, possibilitando a criação de uma identidade própria para cada quadro do programa e estimulando a imaginação do ouvinte, fazendo com que ele se sinta no ambiente escolhido.

AGRADECIMENTOS

À Faculdade Canção Nova e em especial ao Prof. Me. Marcos Jolbert Cáceres Azambuja pela orientação e acompanhamento do projeto, e pela motivação para a participação no I Simposio de Iniciação Científica.

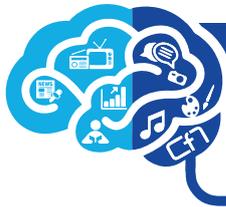


LITERATURA CITADA

KOTLER, Philip. **Marketing de A a Z: 80 conceitos que todo profissional precisa saber**. 1. Ed. Rio de Janeiro. Editora Campus. 2003. 256 p.

MALHOTRA, Naresh K. **Introdução à Pesquisa de Marketing**. Pearson/ Prentice Hall. 2005.

JOSÉ, Carmen Lúcia; SERGL, Marcos Júlio. **Paisagem Sonora**. Trabalho apresentado no Congresso Anual da Intercom / Núcleo de Pesquisa - Rádio e Mídia Sonora. Universidade São Judas Tadeu. São Paulo – SP. 2006.



SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA da Faculdade Canção Nova

Gráfico 1- Referente à pesquisa exploratória realizada com os alunos da Faculdade Canção Nova a fim de identificar os costumes culturais e opiniões em relação à Lanchonete.

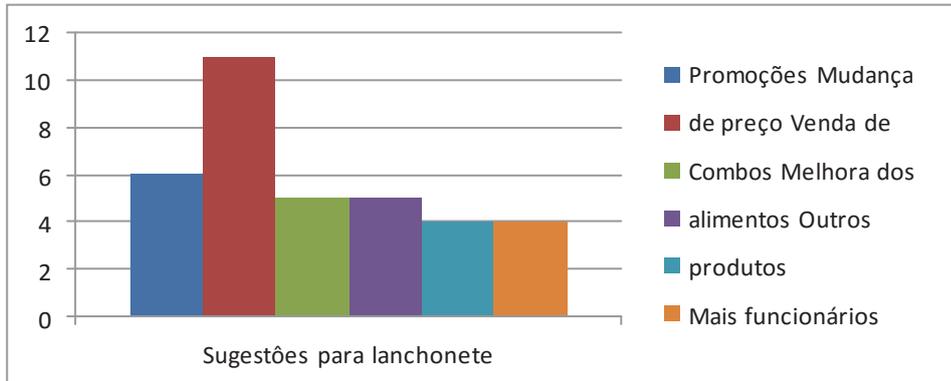
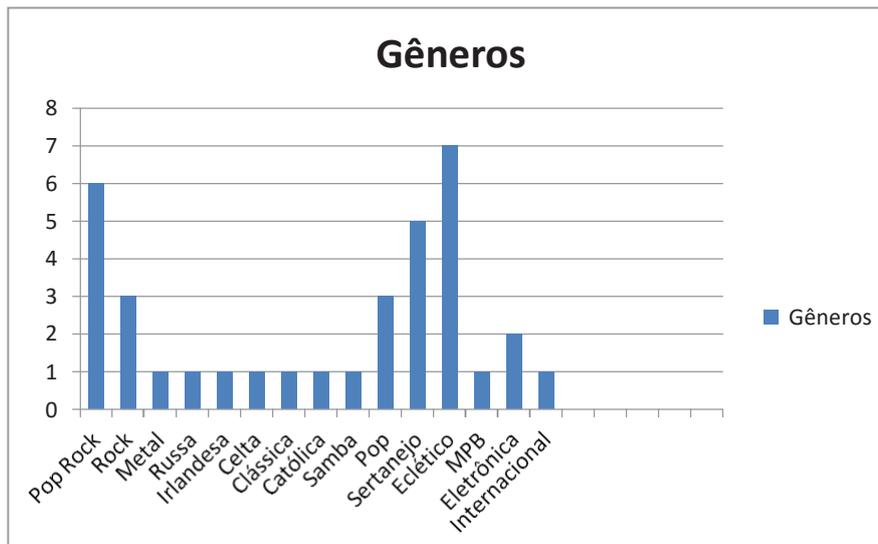


Gráfico 2- Referente à pesquisa qualitativa realizada com os alunos da Faculdade Canção Nova a fim de apurar o interesse dos acadêmicos em uma rádio no período do intervalo de aulas.



Gráfico 3- Referente à pesquisa qualitativa realizada com os alunos da Faculdade Canção Nova com o intuito de identificar as preferências musicais dos acadêmicos.





RÁDIO E UTILIDADE PÚBLICA: AÇÃO SOCIAL NA CASA DO BOM SAMARITANO

Carla Roberta Almeida Rodrigues(1), Jakeline de Oliveira Cordeiro(2), Leandro Augusto Bertão(3), Thiago Thomaz da Silva(4) e Denis Duarte(5)

¹Aluna do 7º período do Curso de Rádio e TV da FCN, Cachoeira Paulista-SP. CEP: 12630-000 e-mail: carlarodrigues@gmail.com

²Aluna do 7º período do Curso de Rádio e TV da FCN, Cachoeira Paulista-SP. CEP: 12630-000. e-mail: jakelinecordeiro@gmail.com

³Aluno do 7º período do Curso de Rádio e TV da FCN, Cachoeira Paulista-SP. CEP: 12630-000 e-mail: leandro.bertao@cancaonova.com

⁴Aluno do 7º período do Curso de Rádio e TV da FCN, Cachoeira Paulista-SP. CEP: 12630-000 e-mail: thitho89@hotmail.com

⁵Professor da Faculdade Canção Nova. Orientador

RESUMO: O projeto foi parte do programa radiofônico “Série Ação Social” com o objetivo de apresentar um episódio intitulado “Casa do Bom Samaritano: O amor ao próximo em gestos concretos”, desenvolvido pelos alunos do curso de Comunicação Social: Habilitação em Rádio e TV da Faculdade Canção Nova. O programa apresentou a realidade da população de rua que passa por Cachoeira Paulista e tem o intuito de incentivar os moradores da cidade ao voluntariado e doação de roupas para a Casa do Bom Samaritano.

PALAVRAS-CHAVE: Cachoeira Paulista, doação, população de rua, programa de rádio

INTRODUÇÃO

O município de Cachoeira Paulista está localizado no eixo entre os Estados do Rio de Janeiro, São Paulo e Minas Gerais, conseqüentemente um grande número de população de rua, passa pela cidade. Varanda e Adorno (2004), utilizam a terminologia "população de rua" ou "população moradora de rua" para identificar toda e qualquer pessoa que não possui casa ou moradia fixa.

A Casa do Bom Samaritano, com 11 anos de existência, faz parte da Unidade 3 da Rede de Desenvolvimento Social Canção Nova e tem o objetivo de atender de forma gratuita toda a população de rua que passa pela cidade, bem como as famílias em situação de vulnerabilidade social. Oferece alimentação, higiene, vestuário, atendimento psicológico, espiritual e médico (quando necessário encaminha-os para o Posto Médico Padre Pio). A Fundação João Paulo II, Instituição Filantrópica com a certificação do Governo Federal de Entidade Beneficente de Assistência Social (SEBAS) é a mantenedora da Casa do Bom Samaritano e fornece para a mesma toda a estrutura necessária em relação a instalações do prédio, quadro de funcionários, alimentação e afins. Porém, o que é menos ofertado pela mantenedora são roupas e sapatos, como afirma o Coordenador da Casa do Bom Samaritano, Otacílio Martina Paulino, e este é o tema central do projeto e do produto: incentivar a doação de roupas e o serviço voluntário.

OBJETIVOS

Produzir um Programa de Rádio, com formato de utilidade pública e caráter de campanha institucional, a fim de conscientizar a população de Cachoeira Paulista-SP sobre trabalho voluntário e para realizar doações de roupas em prol da Casa do Bom Samaritano.

METODOLOGIA

Para a consecução do projeto seguiu as etapas metodológicas propostas por Malhotra (2005): definição do problema, desenvolvimento e abordagem do problema, formulação do projeto de pesquisa, trabalho de campo e coleta de dados, preparação e análise de dados, incluindo a produção do produto de rádio, e por fim a apresentação do relatório.

As etapas ficaram assim distribuídas: 1º passo: pesquisa exploratória e coleta de dados secundários com o coordenador da Casa do Bom Samaritano para se tomar conhecimento dos problemas da instituição e suas necessidades. De acordo com Malhotra (2005, p. 54): "pesquisa exploratória é conduzida para explorar a situação do problema, ou seja, para obter idéias e informações quanto ao problema que a gerência ou o pesquisador estejam enfrentando. E os dados secundários "incluem informações fornecidas por empresas e fontes governamentais, empresas de pesquisa de marketing comercial e bancos de dados computadorizados, são uma fonte econômica e rápida de informações". (MALHOTRA, 2005, p.31).

2º passo: pesquisas bibliográficas incluindo livros e artigos de periódicos; 3º passo: aplicação de questionário ao coordenador da Casa do Bom Samaritano e à Assistente Social da Prefeitura



de Cachoeira Paulista; 4º passo: elaboração e montagem do trabalho escrito; 5º passo: gravação e edição do produto de rádio; 6º passo: apresentação do trabalho.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

São muitas as terminologias utilizadas para identificar pessoas que moram nas ruas, cada termo quer dizer alguma característica: maloqueiro, usuário de albergue ou albergado, trecheiro, pardais e muitos outros (VARANDA, 2004). Portanto, neste trabalho será adotado o termo “população de rua” ou “população moradora de rua” o mesmo usado pelo Censo dos Moradores de Rua da Cidade de São Paulo (SAS/FIPE, 2000) e citado no trabalho Descartáveis Urbanos de Walter Varanda e Rubens Adorno (2004).

A população de rua é um grupo invisível na sociedade brasileira, uma vez que ele não é contabilizado e nem estimado pelo Censo do IBGE por falta de moradia de referência, porém a sua existência é o reflexo da desigualdade social, da ausência de cidadania por conta da ausência de emprego e, acima de tudo, a ausência de vínculos e esperança (BERTÃO, 2006).

No trabalho intitulado Deslocamentos Humanos no Vale do Paraíba: indicadores para a construção de políticas sociais, de Thaís Gimenez e Maria Costa (2010), as autoras chegam a afirmar que é grande o número de pessoas vivendo nas ruas por diversas situações: desemprego, dissolução de laços familiares e/ou dependência química. E o seu deslocamento entre cidades é em busca de emprego, melhor condição alimentar e possibilidade de sobrevivência.

Fato que pode ser atestado pelos dados apresentados na monografia de Tatiane Bertão (2006), sobre o perfil dos usuários da Casa do Bom Samaritano: quanto à ocupação exercida 87% dos usuários alegaram estar desempregados, sendo que 52% justificaram o motivo da migração em busca de emprego e 15% por problemas familiares.

De acordo com os dados fornecidos pela Assistente Social de Cachoeira Paulista (anexo 1) a população de rua que passa pela cidade é de 25 pessoas por semana, os que permanecem no município de 4 a 5, e o número de mortalidade de andarilho 1 e mortalidade de morador zero, nenhum.

Já a Casa do Bom Samaritano atendeu, em 2012, cerca de 100 pessoas por semana, (total de atendidos em 2012 disponível no Anexo 2 – dividido por 52 número total de semanas no ano), um total de 5.342 pessoas que passaram pela casa. Por isso é de suma importância o serviço prestado à população de rua, que a Casa oferece através de serviços voluntários e de forma gratuita.

O Rádio como veículo de divulgação foi escolhido por proporcionar a disseminação rápida do conteúdo de caráter urgente a um maior número de pessoas, para que elas sejam motivadas a realizar a ação pretendida por este projeto. Canais de mídia de massa são necessários quando grandes grupos de pessoas precisam ser rapidamente informados e persuadidos quanto a uma questão ou comportamento desejado. Há uma necessidade, e talvez um sentimento de urgência, de que os públicos saibam, acreditem, e/ou façam algo (KOTLER, 2011). Vale ressaltar que o ponto chave da comunicação de massa é que ela esteja disponível a uma pluralidade de receptores (THOMPSON, 2009).

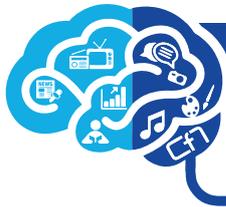
O episódio “Casa do Bom Samaritano: o amor ao próximo em gestos concretos” da Série de Rádio sobre Responsabilidade Social com o nome “Ação Social”, tem caráter de utilidade pública que visa à prestação de serviço para a sociedade de Cachoeira Paulista. Segundo Filho (2009), os produtos radiofônicos do gênero de serviços são informativos de apoio às necessidades reais imediatas de parte ou de toda a população ao alcance do sinal transmitido pela emissora de rádio

Assim, o presente trabalho visa oferecer à população de Cachoeira Paulista uma prestação de serviço por meio das ondas do Rádio que proporciona uma comunicação mediada de mão única por meio do áudio (HJARVARD, 2012) a fim de influenciar um comportamento em benefício de toda a sociedade (KOTLER, 2011).

O programa foi formatado para ser veiculado numa rádio comunitária. De acordo o Decreto 2.615 de 3 de junho de 1998, assinado pelo Presidente Fernando Henrique Cardoso, define rádio comunitária "como um Serviço de Radiodifusão Sonora, com baixa potência e com cobertura restrita, para ser executado por fundações e associações comunitárias, sem fins lucrativos, com sede na localidade de prestação do Serviço". O Decreto 2.615 estabelece a finalidade das rádios comunitárias de transmitir informação, cultura, lazer e entretenimento, prestarem serviço de utilidade pública, qualquer pessoa da comunidade pode usá-la para expressar seus pensamentos, se manifestar sobre algo que está ocorrendo no bairro e oferecer mecanismos de integração e formação da comunidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Um pilar deste trabalho é aliar a teoria à prática, para isso foi necessário escolher um tema, um problema, desenvolver um projeto e concretizar tudo em um programa radiofônico de 10 minutos de



duração. Ao final deste trabalho observou-se que produzir um programa radiofônico a partir de uma pesquisa acadêmica é altamente frutuoso e, ao mesmo tempo, desafiante, pois exige muito estudo, conhecimento, dedicação, tempo e criatividade.

A credibilidade deste trabalho está na experiência adquirida pelos autores, na história real da instituição, nas pesquisas realizadas a campo, nas entrevistas com colaboradores, moradores de rua, na veiculação do produto final em uma emissora de rádio já consolidada na cidade e a aplicação das práticas dos conteúdos apreendidos durante a graduação.

LITERATURA CITADA

- BERTÃO, T. A. **O perfil e as demandas dos usuários da Casa do Bom Samaritano da Fundação João Paulo II.** Monografia apresentada na Universidade de Taubaté – UNITAL do curso de Serviço Social. Taubaté, 2006.
- CASA DO BOM SAMARITANO. **Casa do Bom Samaritano: 10 anos.** Disponível em: <http://social.cancaonova.com/casa-do-bom-samaritano-10-anos/>. Acesso em: 13 de setembro de 2013.
- DECRETO, Lei. **Regulamento do Serviço de Radiodifusão Comunitária.** Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/D2615.html. Acesso em 15 de abril de 2015.
- FILHO, A. B. **Gêneros radiofônicos.** São Paulo: Paulinas, 2009. 2 ed. 134-136 p.
- FUNDAÇÃO SEADE. **Dados populacionais de Cachoeira Paulista.** Disponível em: <http://www.seade.gov.br/produtos/perfil/>>. Acesso em: 18 de setembro 2013.
- GIMENEZ, T. A. S.; COSTA, M. F. T. B. **Deslocamentos humanos no Vale do Paraíba: indicadores para a construção de políticas sociais.** 2010. Disponível em: <http://books.scielo.org/id/j8gtx/pdf/pimenta-9788578791216-03.pdf>. Acesso em: 7 de novembro de 2013.
- HJARVARD, S. **Mediatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural.** *Matrizes*, vol. 5, n. 2, p. 53-92. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.
- IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia Estatística. **Informações estatísticas de Cachoeira Paulista.** Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/xtras/perfil.php?codmun=350860>. Acesso em: 04 de outubro de 2013.
- KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios do Marketing.** 12ª. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. 514-540p.
- _____, P.; LEE, N. R. **Marketing Social: Influenciando o comportamento para o bem.** 3ª. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.
- MALHOTRA, N. K. Et al. **Introdução à Pesquisa de Marketing.** São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005. 24-31; 54p.
- RELATÓRIO DE ATIVIDADES 2008. **Casa do Bom Samaritano.** Fundação João Paulo II. Cachoeira Paulista: Novo Mundo, 2008. 47-50p.
- THOMPSON, J. B. **Ideologia e cultura moderna.** 8ª. ed. Petrópolis: Vozes, 2009. 287-288p.
- VARANDA, W.; ADORNO, R. C. F. **Descartáveis urbanos: discutindo a complexidade da população de rua e o desafio para políticas de saúde.** 2004. *Saúde e Sociedade* v.13, n.1, p. 56-69



SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA
da Faculdade Canção Nova

ANEXO 1: Tabulação dos dados: População de rua atendida pela Secretaria de Assistência Social de Cachoeira Paulista-SP em setembro de 2013

Índice de moradores (por semana)	Permanecem no município	Mortalidade de Andarilhos	Mortalidade morador
25	4 a 5	1	0

Fonte: ASSUNÇÃO. Eliane E. S. Publicação Eletrônica [Mensagem Pessoal]

ANEXO 2: Relatório de atendimento do ano de 2012 da Casa do Bom Samaritano

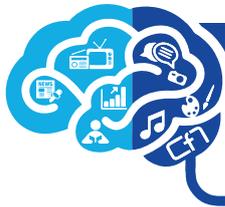
Agasalho em geral	De Janeiro a Dezembro	2.445 UN
Banho	De Janeiro a Dezembro	2.458 UN
Café Da manhã e Tarde	De Janeiro a Dezembro	6.624 UN
Armação de óculos	De Janeiro a Dezembro	28 UN
Marmitex	De Janeiro a Dezembro	2.925 UN
Corte de Cabelo	De Janeiro a Dezembro	353 UN
Kit higiênico	De Janeiro a Dezembro	1.110 UN
Cesta Básica	De Janeiro a Dezembro	234 UN
Atendimento Social	De Janeiro a Dezembro	729 Atend.
Atendimento Psicológico	De Janeiro a Dezembro	211 Atend.
Visita Domiciliar	De Janeiro a Dezembro	93 Atend.
Grupo de Convivência	De Fevereiro a Dezembro	216 Atividades
Grupo Empreendedorismo	De Fevereiro a Dezembro	431 Participações
Oficina Costura e Moda	De Fevereiro a Dezembro	538 Participações
Oficina de Pintura em cerâmica	De Fevereiro a Junho	63 Participações
Oficina de Bijuterias e acessórios	De Fevereiro a Junho	101 Participações
TOTAL DE ATENDIDOS		5.342 Usuários
TOTAL DE ATENDIMENTOS		18.559 Atendimentos

Fonte: PAULINO, Otacilio. M. Publicação Eletrônica [Mensagem Pessoal] Mensagem recebida por coord.cbs@cancaonova.com em 20 de set. de 2013.

ANEXO 3: Momentos de Convivência com a população atendida na Casa do Bom Samaritano



Fonte: disponível em: <http://blog.cancaonova.com/infraestrutura/files/2010/04/casa-do-bom-samaritano-1.jpg>



SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA da Faculdade Canção Nova

Mídia e Igreja: A relação da Igreja Católica com os meios de comunicação social

Gabriel da Silva Leite(1), Denis Duarte(2)

¹ Aluno do curso de Graduação em Comunicação Social - Rádio e TV da FCN, Cachoeira Paulista-SP. CEP: 1263-000. e-mail:

gabrieleitecn@gmail.com

² Professor da FCN – Cachoeira Paulista-SP, Orientador.

RESUMO: Há um grande número de emissoras, programas e um vasto trabalho na internet no meio católico. E os profissionais envolvidos precisam compreender os conceitos que a Igreja Católica propõe para os meios de comunicação. É preciso, a partir da história da Igreja Católica com a comunicação social, entender os conceitos que ela propõe para a atuação nesse meio. Esta pesquisa se torna importante pelo fato de existirem muitos profissionais de comunicação que trabalham nesse universo e que se deparam com a necessidade de entender a relação histórica da comunicação com a Igreja Católica a fim de entender os conceitos existentes na doutrina católica sobre o assunto e que perduram fiéis desde a origem da prensa até a internet.

PALAVRAS-CHAVE: Mídia; Igreja Católica; Documentos Pontifícios;

INTRODUÇÃO

Há um grande número de emissoras, programas e um vasto trabalho na internet no meio católico. E os profissionais envolvidos precisam entender os conceitos que a Igreja Católica propõe para os meios de comunicação. Eles precisam, a partir da história da Igreja Católica com a comunicação social, entender os conceitos que ela propõe para a atuação nesse meio. A preocupação da Igreja Católica em relação à comunicação está intimamente ligada a sua origem transcendente que foi dada através da comunicação do Espírito Santo aos apóstolos. Dentro da evolução dos meios de comunicação social, a criação da prensa no século XV aparece como um marco histórico. Com os olhos na história pode se observar que com a evolução da sociedade os meios de comunicação social também evoluem e, assim, em cada tempo, trazem uma nova forma de espalhar a informação de forma mais eficaz e útil. A Igreja Católica, durante todo esse processo evolutivo da comunicação social, viu que contava com uma potência em relação à evangelização. Tão logo esses inventos foram apresentados para o mundo, a Igreja Católica lançou mão de seu uso, e buscou dar direções aos fiéis através de documentos. Buscando direcionar em primeiro lugar o clero, mas também aos fiéis para o uso responsável dos meios de comunicação, a Igreja Católica propõe conceitos que desde a criação da prensa até a era da internet continuam os mesmos, havendo apenas recomendações específicas para cada meio. Com a proposta de aprofundar neste tema relevante e específico da comunicação social no âmbito da Igreja Católica, esse trabalho propõe a realização de pesquisa bibliográfica e documental.

OBJETIVOS

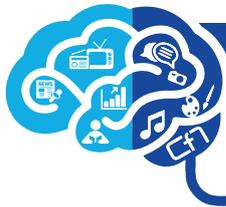
Fazer um mapeamento da história da comunicação desde o surgimento da prensa até a internet. Analisar a atuação histórica da Igreja Católica nos meios de comunicação relacionando o mapeamento acima com as cartas encíclicas, decretos e instruções da Igreja Católica sobre as comunicações sociais. Extrair os principais conceitos da Igreja Católica sobre comunicação social através dessa relação entre história da comunicação e de cartas encíclicas, decretos e instruções sobre a Comunicação Social.

METODOLOGIA

O primeiro passo dado na realização deste projeto foi o levantamento bibliográfico, que segundo GIL (2008), “é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos” (GIL, 2008, p. 44). A pesquisa bibliográfica é um recurso base para uma pesquisa científica, pois leva o pesquisador a ter contato com publicações já feitas a respeito da temática escolhida, no caso desta pesquisa o levantamento bibliográfico será feito em relação ao conteúdo próprio da área de história e evolução dos meios de comunicação social. Em relação a isso, RAMPAZZO (2005, p.53) diz: “a pesquisa bibliográfica procura explicar um problema a partir de referências teóricas publicadas (em livros, revistas etc.)” e ainda, “qualquer espécie de pesquisa, em qualquer área, supõe e exige uma pesquisa bibliográfica prévia, quer para o levantamento da situação da questão, quer para fundamentação teórica, ou ainda para justificar os limites e contribuições da própria pesquisa” (RAMPAZZO, 2005, p.53). Para esse trabalho, buscaremos amparo também na pesquisa documental em relação a cartas encíclicas, decretos e instruções da Igreja Católica sobre as comunicações sociais. Para GIL (2008):

a pesquisa documental assemelha-se muito à pesquisa bibliográfica. A diferença essencial entre ambas está na natureza das fontes. Enquanto a pesquisa bibliográfica se utiliza fundamentalmente das contribuições dos diversos autores sobre determinado assunto, a pesquisa documental vale-se de materiais que não recebem ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetivos da pesquisa (GIL, 2008, p. 45).

Dentro da pesquisa documental podemos fazer uso de arquivos públicos ou particulares, fontes estatísticas e fontes não-escritas. Essa pesquisa documental terá como base arquivos de documentos pontifícios dos arquivos do vaticano,



SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA da Faculdade Canção Nova

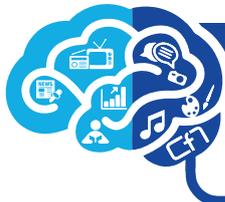
mas que estão colocados de forma publica aos fiéis e pesquisadores em livro e também no web site da Santa Sé. Segundo RAMPAZZO, “a pesquisa documental apresenta algumas vantagens. De fato, os documentos constituem uma fonte rica e estável de dados. E, como subsistem ao longo do tempo, tornam-se a mais importante fonte de dados em qualquer pesquisa de natureza histórica” (RAMPAZZO, 2005, p. 52).

RESULTADOS PRELIMINARES

A preocupação da Igreja Católica em relação à comunicação está intimamente ligada a sua origem transcendente que foi dada através da comunicação do Espírito Santo aos apóstolos. De acordo com ZOLIN (2010), na fase das grandes revoluções com o surgimento da prensa e o surgimento de uma revolução da impressão a Igreja Católica torna-se mais vigilante em relação às publicações de material herético. A partir disso, a Igreja Católica começa a avaliar as publicações de livros, e os textos pontifícios levam sempre um tom de preocupação em relação às idéias difundidas através de materiais impressos. Para ZOLIN (2010), havia um grande número de publicações, e devido à crescente do pensamento comunista e socialista aconteceram ações como as do Papa Gregório XVI que buscava a total censura e destruição de livros nocivos a fé. Outra saída foi a dada pelo Papa Pio IX que propôs maior publicação de livros contendo Doutrina Católica. Ele exortou os bispos a responderem aos revolucionários socialistas e comunistas com armas iguais, escrevendo livros sobre a fé, mas que fossem inspecionados pela hierarquia da Igreja Católica. O Papa Pio IX passa a dividir com os fiéis a responsabilidade em relação a publicação de livros católicos, no mesmo pontificado são criados o jornal *L'Osservatore Romano* e a revista *Jesuíta Civiltà Cattolica*. Pio XI preocupou-se com os prejuízos trazidos pelos meios de comunicação na fé e na moral, e como essa era, de fato, a era das comunicações, o Papa da época vendo a evolução do cinema e do rádio tornou-se interessado na invenção, a fim de, usar o meio para fins de propagação da fé. Além do interesse pelo cinema, Pio XI tem o mérito de ter percebido o potencial do rádio como veículo a ser usado pela Igreja Católica. Sob o pontificado dele foi inaugurada, em 12 de fevereiro de 1931, na presença do inventor da novidade, Guglielmo Marconi, a Rádio Vaticana. Também pertence a ele a iniciativa da primeira exposição mundial da imprensa católica em 1936. (ZOLIN, 2010). Assim como o Pio XI, o Papa Pio XII convencido do papel da Igreja Católica no que diz respeito à Comunicação Social, escreve a encíclica *Miranda Prorsus*, que tem como característica tratar do cinema, rádio e televisão, reforçando a idéia de que as novas tecnologias devem auxiliar a Igreja Católica a difundir os ensinamentos cristãos. O Papa Pio XII quando trata do cinema diz que é preciso buscar uma moralização, especificando claramente as classificações e que houvessem normas e cuidados em relação as exibições. Quanto ao rádio, a questão do caráter educativo deve ser salientado, bem como, as possibilidades de evangelização. Já em relação à televisão relata ZOLIN (2010), que o novo meio trazia para a Igreja Católica grandes esperanças e graves preocupações. Pois segundo o Papa, a televisão que influencia a vida familiar “não sirva nunca para difundir o erro e o mal, mas se torne instrumento de informação, formação e transformação” (ZOLIN, 2010, p.94).

LITERATURA CITADA

- BRIGGS, ASA & BURKE, Peter. **Uma história Social da Mídia**: De Gutenberg à Internet. 2ª. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar Projetos de Pesquisa**. 4ª ed. São Paulo:Atlas, 2008.
- RAMPAZZO, Lino. **Metodologia científica**: Para alunos dos cursos de graduação e pós-graduação. 3ª ed. São Paulo: Loyola, 2005.
- ZOLIN, Lucia Inês Ugoski Volcan. **A comunicação na perspectiva da Igreja Católica**. Pelotas: RCC Brasil, 2010.



RÁDIOS CATÓLICAS NO BRASIL: UMA ABORDAGEM HISTÓRICA E CONTEXTO ATUAL

Jakeline de Oliveira Cordeiro (1), Adriana Ferreira (2)

¹ Aluna do 5º período do curso de Rádio e TV da Faculdade Canção Nova, Cachoeira Paulista-SP. CEP 12630-000 e-mail: jakelinecordeiro@gmail.com

² Professora Mestre de Comunicação e Semiótica da Faculdade Canção Nova. Orientadora.

RESUMO: Este artigo apresenta um breve histórico das Rádios Católicas existentes no Brasil, bem como algumas iniciativas internacionais, as razões que levaram a Igreja Católica entrar no mundo da comunicação social e como as emissoras brasileiras estão organizadas em Rede atualmente.

PALAVRAS-CHAVE: rádio, evangelização, igreja, católica, rede.

INTRODUÇÃO

Grande parte das informações, contidas neste trabalho, foram adquiridas através de entrevistas por e-mail, com pessoas que atuam e pesquisam na área de Rádios Católicas no Brasil, outras extraídas de documentos oficiais emitidos pela Igreja Católica, sítios das emissoras e artigos científicos sobre o assunto. No primeiro momento são abordadas algumas características das emissoras católicas bem como o surgimento das primeiras emissoras com as primeiras concessões. No segundo momento, verificamos a programação e o papel do rádio católico em transmitir informação, cultura, arte, entretenimento e religião. E no terceiro momento, o cenário atual das emissoras católicas que trabalham em comunhão e cooperação através da Rede Católica de Rádio.

OBJETIVOS

A partir da análise histórica e do perfil das emissoras católicas de rádio, propor o uso das novas mídias digitais e *mobile* como forma de maior penetração na sociedade e redução de custos.

METODOLOGIA

A partir do tema escolhido "Rádios Católicas", iniciou-se a delimitação do tema. A etapa seguinte foi procurar artigos científicos e livros que tratassem sobre o assunto. Após pesquisa prévia percebeu-se que havia pouca referência científica sobre as rádios católicas. A etapa seguinte foi recolher informações das primeiras emissoras através dos sítios eletrônicos. Posterior a esta etapa veio a pesquisa do sentido e o objetivo da presença da Igreja nas emissoras de rádio, através dos documentos emitidos pela Igreja Católica Apostólica Romana. E depois a realização de entrevistas, por email, com pessoas renomadas que atuam e pesquisam na área de Rádios Católicas no Brasil. Por último, a consecução do trabalho, unindo todas as informações.

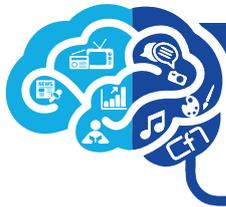
RESULTADOS E DISCUSSÃO

O rádio é um dos meios mais populares e acessíveis para a evangelização, afirma o Documento da CNBB nº 99. A presença católica em rádios e web rádios, é hoje, uma importante alternativa a serviço do diálogo da Igreja com a sociedade (CNBB, 2014). Essa presença de acordo com Corazza (2004) acompanha a história do rádio e a necessidade da sociedade pós-moderna.

A mídia é hoje o espaço público, na concepção que os gregos deram à *ágora*. Hoje é ali, nessa praça pública eletrônica, que se colocam as informações e os temas para debate. A mídia também oferece uma nova maneira de estar junto. Nessa nova maneira de estar junto pela mídia, pode se compreender também o sucesso da religião. (CORAZZA, 2004).

Além de a Igreja Católica possuir argumentos que justifiquem a sua entrada na radiodifusão, o pesquisador Clarêncio Neotti destaca algumas razões para essa adesão: uso do rádio como prolongamento do púlpito; o entendimento do rádio como meio popular de comunicação e próximo às classes populares, concorrência com protestantes e espíritas, ação educativa e cultural exercida pela Igreja e o baixo custo relativo exigido para a amostragem de uma emissora. (NEOTTI *apud* CORAZZA, 2004). A partir dessas e de outras razões, desde o início do rádio até os dias atuais, a Igreja obteve concessões comerciais, educativas e comunitárias sob os cuidados de dioceses, congregações religiosas, paróquias e novas comunidades.

Em 1931 é inaugurada, em Roma, a primeira emissora católica, a Rádio Vaticana. No Brasil, a primeira emissora católica foi a Rádio Excelsior da Bahia, outorgada em 1941, iniciou seu trabalho em 5 de julho de 1942 (Excelsior, 2014a). Entre as primeiras emissoras estão: Rádio Xavantes, em 25 de



dezembro de 1947, no Estado de Goiás; a Rádio Manhuaçu, em 19 de outubro de 1950 no Estado de Minas Gerais; Legendária, em 25 de novembro de 1950 no Paraná; Em 1951 surgiram três rádios em Estados distintos, a Difusora em 18 de maio, Minas Gerais; Rádio Aurora no Rio Grande do Sul em 7 de setembro e a Rádio Aparecida em 8 de setembro instalada na própria cidade de Aparecida, São Paulo.

Muitas outras emissoras surgiram ao longo dos anos, em 25 de maio de 1980, na cidade de Cachoeira Paulista era transmitido o primeiro programa da Rádio Canção Nova, a primeira emissora de rádio administrada por uma Nova Comunidade. (HISTÓRIA, 2014).

Segundo estatísticas do Conselho Episcopal Latino Americano (CELAM), existem cerca de 3 mil rádios católicas na América Latina, não somente rádios tradicionais, mas também rádios *online*. Os países com maior número de rádios são Brasil, Argentina, Colômbia, Venezuela e Equador. (CELAM *apud* VATICANO, 2013).

Em 2004, de acordo com a pesquisa de Helena Corazza as emissoras católicas no Brasil somavam cerca de 200 entre Ondas Médias, Frequência Modulada, Ondas Tropicais e Ondas Curtas. Sendo que dentre elas 12% educativas e 88% comerciais. (CORAZZA, 2004).

As emissoras que pertencem a grupos religiosos possuem dupla missão: "Além da responsabilidade social que a radiodifusão acarreta, ela se apresenta à sociedade como *alguém* que assume valores religiosos, que incluem sobretudo a ética e a moral, além do humanismo que também se traduz no compromisso social e cidadão". (CORAZZA, 2004).

Helena Corazza traça três perfis de emissoras: as que falam diretamente sobre religião, onde a evangelização é explícita; as que não falam diretamente de religião, trabalham com a evangelização implícita e mantêm uma programação com respeito aos princípios éticos e religiosos, como por exemplo, as emissoras educativas ou comerciais; o terceiro modelo "pentecostal" que tomou forma a partir de 1990, fala de religião o dia todo e "fazem da rádio uma continuação do templo". (CORAZZA, 2004).

O rádio como meio de comunicação, possui um enorme potencial em transmitir valores humanos. (PIO XII In: DARIVA, 2003), exercem um papel primordial na informação, na promoção cultural e na formação, conforme citado pelo Catecismo da Igreja Católica (1993). As emissoras católicas de rádio aliaram, ao potencial do rádio, o nobre serviço de tornar conhecida a todos "a fé em Deus e em Cristo".(PIO XII In: DARIVA 2003). Sobretudo, a informação nas emissoras católicas deve estar a serviço da verdade e do bem comum (CATECISMO, 1993) para estreitar mais os laços entre os povos, fomentar a compreensão mútua e a solidariedade nas provas e aumentar a colaboração entre os poderes públicos e os cidadãos (PIO XII In: DARIVA 2003).

O Papa Pio XII em sua carta encíclica *Miranda Prorsus* sobre a cinematografia, o rádio e a televisão afirma que, "com poder de despertar a imaginação do ouvinte, o rádio é chamado a ilustrar e educar o homem, dirigindo-lhe a mente e o coração para esfera do espírito cada vez mais alta", pois "é natural ao homem chegar às coisas inteligíveis pelas sensíveis: porque todo o nosso conhecimento tem começo nos sentidos" (PIO XII In: DARIVA 2003)

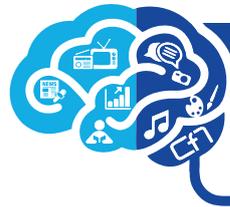
Oferecer informação de qualidade subentende-se contribuir para tornar a "pessoa humana verdadeiramente melhor, isto é, espiritualmente mais madura, mais consciente da dignidade da sua humanidade, mais responsável, mais aberta aos outros, aos mais necessitados e aos mais pobres", assinala o Compêndio da Doutrina Social da Igreja (PONTIFÍCIO, 2008).

E isso não significa que as emissoras católicas devem falar só de religião e "reduzir a evangelização a apenas ao conteúdo religioso, devocional ou doutrinal" (CORAZZA, 2014b), a Igreja Católica orienta aos fiéis aproveitarem do "privilegio do rádio neste século e gozarem das riquezas da instrução, do divertimento, da arte, da própria palavra de Deus, para dilatar as suas consciências e os seus corações." (PIO XII In: DARIVA 2003). Como dizia o bem-aventurado Tiago Alberione fundador da Família Paulina, "Não é preciso falar de Deus o dia inteiro, mas falar de modo cristão de todas as coisas". (ALBERIONE *apud* CORAZZA, 2014b).

Ao analisar as emissoras Católicas do Brasil percebe-se a diversidade de gêneros e formatos presentes em suas programações. A Rádio Excelsior da Bahia¹, "autorizada a funcionar em 5 de julho de 1942" (CORAZZA, 2014a). É considerada a primeira rádio católica no Brasil, em sua programação possui diversos programas voltados para questões religiosas/espirituais, os programas: "Oração por um dia feliz", transmissões da Santa Missa. E os programas voltados para a informação e formação da pessoa humana "Manhã Excelsior", "De olho na verdade" (EXCELSIOR, 2014b).

Também uma das pioneiras, a Rádio Aparecida entrou no ar em 8 de setembro de 1951, com a missão de "levar em cada canto do Brasil a devoção mariana", (FERNANDES, 2011). De acordo com o

¹Emissora da Fundação Dom Avelar Brandão Vilela, instituição vinculada à Arquidiocese de São Salvador da Bahia.



sítio da emissora, o “objetivo da Rádio Aparecida consiste no anúncio explícito e implícito do Evangelho de Cristo e seus valores: dignidade, direitos, deveres, promoção humana e cidadania”. Em sua grade de programação, verificam-se programas que evangelizam explicitamente como é o caso do programa "Consagração a Nossa Senhora Aparecida", "Missa do Santuário" e implicitamente com é o caso do "Siga Bem Caminhoneiro" e o "Jornal Brasil Hoje", este último, transmitido via satélite para mais de 100 emissoras da Rede Católica de Rádio (APARECIDA, 2014).

Ao longo da história, as emissoras mais antigas cresceram e se consolidaram e no surgimento de novas emissoras regionais e menores, aparece no cenário, a necessidade de se trabalhar em rede, porém de forma diferenciada por se tratar de emissoras católicas.

Gisela Ortriwano afirma que existe uma forte tendência na formação de redes nacionais, com dezenas - ou até centenas - de emissoras regionais transmitindo uma programação unificada para os mais diversos pontos do país. O objetivo principal da rede está ligado a questões econômicas, essa união serve para obter maior lucratividade com poucos investimentos. As emissoras em rede recebem ao mesmo tempo programação e patrocinador (ORTRIWANO, 1984)

Mas além da parte econômica há um impacto na sociedade quando se trabalha em rede principalmente quando se trata de emissoras católicas, pois segundo Padre William Betonio, vice-presidente da Rede Católica de Rádio, elas podem ampliar a força da comunicação e do conteúdo católico no meio rádio. Helena Corazza afirma que "fazer parte de uma rede é estar inseridos numa realidade mais ampla, global. No caso das rádios católicas é fazer comunhão com muitas pessoas (CORAZZA, 2014a).

As rádios católicas também não ficaram fora da formação de redes. Em 1928 era criada na Alemanha a Organização Católica Internacional de Rádio e Televisão (UNDA) que chega ao Brasil somente em 1976. Em 2001 a UNDA se funde com a Organização Católica Internacional do Cinema e Audiovisual (OCIC) e cria a Associação Católica Mundial para a Comunicação (SIGNIS), com a missão de animar, unir e congregar todos os meios de comunicação católicos e de inspiração cristã do país e a formação de comunicadores, para vivenciarem seu carisma em colaboração, em vista dos objetivos comuns, a SIGNIS Brasil é consolidada em 2010 (CORAZZA, 2014c).

Entre a existência da UNDA/BR e a consolidação da SIGNIS surgiu em 1994 a Rede Católica de Rádio - RCR para favorecer a comunhão e a sinergia entre as emissoras de rádio católica (CNBB, 2014). Atualmente a RCR assume o setor de rádio na SIGNIS e ambas trabalham em estreita relação com a Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CORAZZA, 2014c)

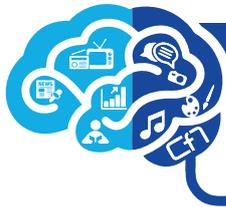
A Rede Católica de Rádio, de acordo com Padre César Moreira, fundador e ex-presidente da RCR, surgiu com a intenção de reunir as emissoras católicas em projetos amplos que significassem arrecadação de verbas para a sustentação digna das mesmas. Foi criado a partir daí programas que pudessem ser comercializados e o resultado era repartido entre as emissoras (MOREIRA, 2014) para que as emissoras maiores e com mais condições pudessem colaborar com o conteúdos das emissoras menores (BETONIO, 2014). O programa Jornal Brasil Hoje, é um exemplo de sucesso desta ideia, está no ar até hoje e em mais de 150 rádios e é vendido para PETROBRÁS (MOREIRA, 2014).

De acordo com o recente documento da Comissão Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB), número 99 o Diretório da Comunicação para a Igreja no Brasil a RCR continua desempenhando o seu papel estratégico de articulação com as emissoras de rádio católicas, potencializando a transmissão da mensagem do evangelho, da cultura e da informação, inclusive para lugares onde a Igreja não está presente, fortalecendo a vida cristã dos fiéis (CNBB, 2014).

A RCR é formada por sete grandes bases geradoras de rádio que de forma descentralizada produzem e distribuem conteúdos e programas colocando em comum o ideal evangelizador, são elas: a Rede Aparecida, Rede Canção Nova, Rede Evangelizar É Preciso e a Rede Milícia Sat no Estado de São Paulo; a Rede Pai Eterno em Goiás; RedeSul de Rádio e a Rede Scalabriniano Rio Grande do Sul. E que segundo o atual presidente da RCR, Frei João Carlos Romanini, produzem seus conteúdos específicos de forma autônoma e em dados momentos do dia transmitem um conteúdo padrão (ROMANINI, 2014).

A programação é composta por temas atuais, debates, notícias de repercussão nacional e internacional que gera e transmite conteúdo relevante para as rádios abordando assuntos do mundo Cristão e da sociedade como um todo. O conteúdo é transmitido através dos programas como: Jornal Brasil Hoje, já citado anteriormente; Plantão RCR; RCR em Debate; Igreja no Rádio; Consagração a Nossa Senhora, Palavra da CNBB, entre outros, a partir das diferentes regiões do Brasil. Além de ser transmitido em rede nacional todos os grandes eventos católicos que ocorrem no Brasil, como por exemplo a Jornada Mundial da Juventude de 2013, as visitas do Papa, a Assembléia Geral dos Bispos do Brasil e outros (RCR, 2014b).

Estar inserido em uma Rede é uma oportunidade de difundir a informação, o entretenimento, a cultura e principalmente a "Boa Nova" já anunciada por Cristo é prefigurada nas ondas do rádio. No caso



da Rede Católica, desperta o espírito de comunhão e fraternidade entre as emissoras maiores e as emissoras menores, que preenchem a sua programação com o conteúdo disponibilizado pelas geradoras e estas propagam para o maior número de ouvintes o seu conteúdo. Hoje com a convergência das mídias o rádio não atua mais sozinho e não depende somente de ondas eletromagnéticas, com o auxílio da internet é possível oferecer às emissoras FM e AM o serviço de *Streaming* (tecnologia de transmissão de mídia digital via *web*) que possibilita a convergência entre *smartphones*, celulares e computadores. (RCR, 2014a).

Assim, o ouvinte não precisa necessariamente possuir um aparelho receptor de ondas eletromagnéticas, basta ter o acesso à internet para receber o conteúdo das emissoras de rádio.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observa-se que as emissoras católicas cumprem na prática a função social do rádio religioso: oferecem conteúdos para a formação humana baseada em princípios e valores cristãos, mas que não tratam necessariamente de conteúdo religioso. O cenário do rádio no Brasil pode ser visto como ameaçado pelas novas mídias, com o tempo, nas emissoras católicas, houve iniciativas para ultrapassar as barreiras e dificuldades encontradas. E a esta ameaça já começam a surgir novas estratégias com é o caso do sítio RCR que oferece aplicativos às emissoras associadas.

As emissoras católicas compartilham seus conteúdos de forma cooperativa, porque possuem o mesmo objetivo "Anunciar o Evangelho a todas as nações" (Mc 16,15).

Este trabalho apresentou o cenário de algumas emissoras católicas associadas à Rede Católica de Rádio, acredita-se que existam muitas outras, inclusive as novas *WebRádios*. Um trabalho futuro seria mapear outras emissoras católicas que não são associadas da RCR, mas que desempenham o importante papel na sociedade.

AGRADECIMENTOS

A Helena Corazza que prontamente se disponibilizou em atender todas as solicitações encaminhadas por e-mails. Bem como pela sua indicação de outros contatos para a elaboração deste trabalho. A Profa. Maria Luiza Sorbile que primeiramente acolheu e incentivou-me a escrever este artigo. A Profa. Adriana Ferreira da Silva que aceitou corrigir e publicar o artigo no Simpósio de iniciação científica da Faculdade Canção Nova.

LITERATURA CITADA

APARECIDA, Rádio. **Programas da Rádio Aparecida**. Disponível em: <http://www.a12.com/radio-aparecida/programas/> Acesso em 6 de junho de 2014.

BETONIO, William. **Publicação eletrônica [mensagem pessoal]** Mensagem recebida por pe.william@radioaparecida.com.br em 16 de junho de 2014.

CATECISMO, da **Igreja Católica**. 5ª Ed. São Paulo: Vozes; Paulinas; Loyola; Ave-Maria, 1993. p. 744.

CNBB, Documento 99. **Diretório da Comunicação para a Igreja no Brasil**. Brasília: Conferência Nacional dos Bispos do Brasil - CNBB, 2014.

CORAZZA, Helena. **O lugar da religião no rádio**. In FILHO, André Barbosa; PIOVESAN, Angelo; et al. (Orgs.) **Rádio: sintonia do futuro**. São Paulo: Paulinas, 2004.

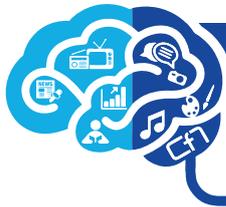
CORAZZA, Helena. **Publicação eletrônica [mensagem pessoal]** Mensagem recebida por helena.corazza@paulinas.com.br em 10 e 17 de junho de 2014a.

CORAZZA, Helena. **A missão das rádios católicas**. 2007. Disponível em <http://www.paulinas.org.br/sepac/pt-br/?system=paginas&action=read&id=1675> Acesso em 10 de junho de 2014b.

CORAZZA, Helena. **Organizações Católicas de Comunicação: Criação da Signis-Brasil**. 2013. Disponível em: <http://www.paulinas.org.br/sepac/?system=paginas&id=1550&action=read> Acesso em 17 de junho de 2014c.

EXCELSIOR, Rádio. **História da rádio**. Disponível em: <http://www.am840.com.br/paginas/ver/a-radio-4> Acesso em 06 de junho de 2014a.

EXCELSIOR, Rádio. **Programação da Rádio Excelsior**. Disponível em: <http://www.am840.com.br/paginas/ver/programacao-13> Acesso em 6 de junho de 2014b.



FERNANDES, Jéssica. **60 anos da Rádio Aparecida**. Santuário em Ação. Santuário Nacional de Aparecida. 2011. Vídeo. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=GJEHyn-tAMo> Acesso em 06 de junho de 2014.

MOREIRA, Padre César. **Publicação eletrônica [mensagem pessoal]** Mensagem recebida por acesarmiguel@gmail.com em 11 de junho de 2014.

HISTÓRIA, da **Rádio Canção Nova**. Disponível em: <http://radio.cancaonova.com/historico/> Acesso em 17 de junho de 2014.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. 4ª Ed. 1984. Summus. São Paulo. Disponível em: http://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=Tat7RDwB98kC&oi=fnd&pg=PA9&dq=definição++rede++rádio&ots=Xo3rtCrYFr&sig=z_fXSjUdWa8XnldYgdGpqeZLX5k - v=onepage&q&f=false

PIO XII, Papa. **Miranda Prorsus**. 1957. In: DARIVA, Noemi. (org.) **Comunicação Social na Igreja: Documentos Fundamentais**. São Paulo: Paulinas, 2003.

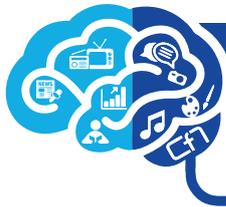
PONTIFÍCIO Conselho Justiça e Paz. **Compêndio da Doutrina Social da Igreja**. Tradução Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB). 4ª Ed. São Paulo: Paulinas, 2008. p.528.

RCR. Rede Católica de Rádio. **Perfil da Rede Católica de Rádio**. Disponível em: <http://www.rcr.org.br/paginas/ver/perfil-da-rcr-2> Acesso em 14 de junho de 2014a.

RCR. Rede Católica de Rádio. **Transmissão de conteúdo via internet**. Disponível em: <http://rcr.org.br/paginas/ver/transmissao-de-conteudo-via-internet> Acesso em 15 de junho de 2014b.

ROMANINI, Frei João Carlos. **Publicação eletrônica [mensagem pessoal]** Mensagem recebida por romanini@alsb.org.br em 16 de junho de 2014.

VATICANO, Rádio. **Boom de emissoras católicas na América Latina**. Disponível em: http://pt.radiovaticana.va/news/2013/08/24/boom_de_emissoras_catolicas_na_america_latina/bra-722300 Acesso em 17 de junho de 2014.



**CONFORTO AUDITIVO ENTRE EMISSOR E RECEPTOR: UM ESTUDO DA
INTELIGIBILIDADE SONORA NO SANTUÁRIO NACIONAL DE APARECIDA**

José Luiz Pereira da Silva(1), Marcos Jolbert Cáceres Azambuja(2)

¹ Aluno do curso de Graduação em Comunicação Social - Rádio e TV da FCN, Cachoeira Paulista-SP CEP:12630-000 e-mail: soundisigner@gmail.com

² Professor RTV/FCN – Cachoeira Paulista-SP. Orientador.

RESUMO: Conforto Auditivo refere-se aos limites em decibel que precisam ser respeitados para a preservação da saúde auditiva, tornando o ambiente acusticamente adequado e agradável ao indivíduo. Trata-se de uma sensação de bem-estar, de tranquilidade emocional que se caracteriza pela ausência de sons indesejados que não incomodam a si nem aos outros sujeitos. Este projeto tem como principal objetivo analisar o conforto auditivo no Santuário Nacional de Aparecida, visando compreender quais são os fenômenos que determinam o conforto auditivo para o romeiro. O resultado desta pesquisa proporcionará uma colaboração para o desenvolvimento do Santuário, visando reestruturação geral por conta da comemoração do tri centenário, e da visita de Sua Santidade o Santo Padre o Papa Francisco. Para a realização deste trabalho será feito um levantamento bibliográfico a fim de entender mais tecnicamente o que é, e como funciona o conforto auditivo, uma observação participativa em campo, análise do comportamento dos romeiros, aplicação de questionário, entrevista com Engenheiro *Sound Designer* Marcos Pillot, autor do projeto atual de sonorização do Santuário de Aparecida e Luiz Fernando Otero Cysnei, engenheiro eletrônico em telecomunicações, mestre em acústica arquitetônica, doutor em física, graduado em engenharia de áudio, membro das entidades e comunidades científicas, *Audio Engineering Society* - AES e da *Acoustical Society of America* – ASA.

PALAVRAS-CHAVE: conforto auditivo, inteligibilidade, santuário nacional de aparecida

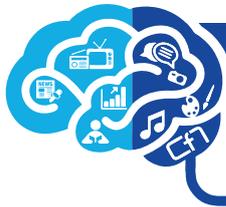
INTRODUÇÃO

Segundo Shafer (2011) o problema da poluição sonora agravou-se a partir da revolução industrial, quando o mundo foi se tornando cada vez mais povoado de sons, e esse universo sonoro começou a atuar de maneira negativa no indivíduo e nas comunidades. Esta poluição sonora também é conhecida como ruído, utiliza-se desta palavra para classificar algo tão vago, como qualquer som não desejado no ambiente verbal ou musical. Ruído também é qualquer vibração perceptível pelo ouvido humano, ou tudo o que dificulta o processo de comunicação. Entretanto, Rodríguez (2006) define que: O conceito de ruído na esfera da comunicação audiovisual é ao mesmo tempo extremamente familiar e pouco específico. Utiliza-se a palavra ruído para nomear algo tão vago como qualquer som não desejado; para fazer referência aos efeitos sonoros, ou seja, aos sons do âmbito audiovisual que não são de origem verbal nem musical, como a campainha de um telefone ou o ranger de uma porta; muitas vezes a palavra ruído se assemelha também ao conceito de som, ou seja, qualquer vibração perceptível pelo ouvido; outras vezes entende-se por ruído tudo aquilo que dificulta um processo de comunicação. (RODRÍGUEZ, 2006, p. 170-171)

Valle (2009) complementa, que quando escutamos atentamente um ruído, não somos capazes de encontrar nada em seu interior, somente uma densa massa sonora. O autor continua denominando a como reverberação. Valle (2009) chama de reverberação o que consiste em muitas reflexões em todas as direções, em intervalos de tempo muito curtos e quase aleatórios (no tempo e no espaço).

O conforto auditivo existe quando o ambiente proporciona boa inteligibilidade (clareza musical) e ausência de sons indesejáveis no ambiente, criando uma sensação de paz e bem estar. Conforto Auditivo refere-se aos limites em decibel que precisam ser respeitados para a preservação da saúde auditiva, tornando o ambiente acusticamente adequado e agradável ao indivíduo. Trata-se de uma sensação de bem-estar, de tranquilidade emocional que se caracteriza pela ausência de sons indesejados ou pela realização de atividades acústicas que não incomodem a si nem aos outros, necessário em ambientes destinados ao repouso ou ao trabalho intelectual. Sensação de bem-estar pode ser considerada uma atitude, ou seja, uma forma de agir ante alguma coisa e, neste caso em particular, os sons indesejáveis. (DOS SANTOS; SELIGMAN; TOCHETTO, 2012, p. 254).

Com base nestes conceitos, desejoso em colaborar com o desenvolvimento do áudio do Santuário Nacional de Aparecida e buscando compreender quais são os fenômenos que determinam o conforto auditivo, este presente trabalho abordará em sua linha de pesquisa o: Conforto Auditivo,



SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA da Faculdade Canção Nova

Inteligibilidade Sonora e o áudio atual do Santuário nacional de Aparecida. Abordar o tema inteligibilidade em um sistema de sonorização é quase que falar do óbvio, é um conceito de análise acústica em ambientes onde a uma programação musical ou palavras estão vinculadas diretamente na comunicação entre o emissor e receptor Cysnei (2015). A inteligibilidade da palavra, ou simplesmente inteligibilidade, como termo associado ao conjunto de fenômenos que nos fazem entender em maior ou menor grau as mensagens faladas que nos são dirigidas. Naturalmente, a inteligibilidade é aplicável a uma simples conversa pessoal entre dois ou mais indivíduos, mas também a mensagens processadas por sistemas acústicos e eletroacústicos, como megafone, sistemas telefônicos sistemas de reforço de som, e diversos outros. (CYSNEI, 2006, c.6 – p.34)

O Santuário Nacional Aparecida, oficialmente chamado de Santuário de Nossa Senhora da Conceição Aparecida é o maior Santuário no Mundo dedicado a Maria, Mãe de Deus. Localizado no Vale do Paraíba, entre as duas cidades mais importantes do País, São Paulo e Rio de Janeiro, cortada pelo rio Paraíba, palco do aparecimento da maior devoção do Brasil. Sua construção teve início em 1955 e foi concluído a construção bruta em 1980 (A12, 2015).

Em seu portal institucional A12, encontra-se o dado que hoje o Santuário é um grande centro evangelizador, confiado ao zelo apostólico dos Missionários Redentoristas desde 1894, responsáveis pela pastoral e pela administração, no atendimento aos romeiros e peregrinos que chegam de todas as partes do País e do exterior. Três Papas visitaram o Santuário Nacional: João Paulo II, no ano de 1980, Papa Bento XVI, quando abriu a V Conferência Episcopal Latino-Americana e do Caribe em maio de 2007, e Papa Francisco em 2013, por ocasião das atividades da Jornada Mundial da Juventude. Durante o mês de outubro, particularmente no dia 12, dia de Nossa Senhora Aparecida, pessoas de todos os recantos do Brasil visitam o Santuário Nacional, momento em que os olhos do mundo se voltam para acompanhar os festejos e a grande manifestação de fé do povo brasileiro. (A12, 2015)

Acredita-se que este trabalho contribuirá junto ao ambiente acadêmico, pesquisas em áudio e conceituação dos temas propostos, como um estudo aprofundado sobre Conforto Auditivo e Inteligibilidade Sonora. Visto que em um levantamento bibliográfico encontrou-se poucas referências, e com a proposta deste trabalho os resultados aqui previstos poderão contribuir como base para projetos futuros e desenvolvimento de novas pesquisas, onde quiçá o autor deste trabalho possa estar aprofundando os conceitos abordados em um programa de pós-graduação em áudio.

OBJETIVOS

Diante dos dados apresentados, o presente projeto pretende verificar e compreender de forma exploratória se existe conforto auditivo no Santuário Nacional de Aparecida e quais são os fenômenos que determinam a inteligibilidade sonora do ambiente.

METODOLOGIA

Sendo o foco deste trabalho o Conforto Auditivo no Santuário Nacional de Aparecida, o presente trabalho pretende usar a metodologia da seguinte forma:

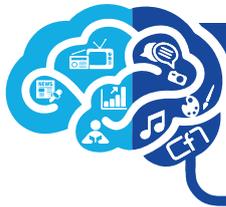
Será levantado e apresentado a história do Santuário Nacional de Aparecida, a partir dos dados da biblioteca particular do Santuário, dados que possam revelar informações sobre a construção do templo religioso, dados importantes e números sobre a evolução das visitas dos romeiros.

Duas transcrições de entrevistas feitas com profissionais que estão vinculados diretamente com o Santuário, revelando a evolução do áudio entre a década de oitenta ao ano dois mil, entrevista com o operador de áudio mais antigo do Santuário, e outra entrevista com o *Sound Designer* Marcos Pilot responsável pelo projeto do sistema atual de áudio do Santuário Nacional de Aparecida.

Serão tratados os conceitos relevantes ao tema do trabalho, em primeiro o Conforto Auditivo, dentre este assunto será abordado a Psicoacústica, Psicofísica e Inteligibilidade Sonora, para embasar este assunto terá como guia a obra dos autores, Eng. Luiz Fernando Cisney, A BÍBLIA DO SOM, *HANDBOOK OF VIRTUAL ENVIRONMENTS*, Kelly S. Hade / Kay M. Stanney, Alexandre Torres Porres, Modelos Psicoacústicos de Dissonância para Eletrônica ao Vivo, Ángel Rodríguez, A DIMENSÃO SONORA e Sólón do Valle, MANUAL PRÁTICO DE ACÚSTICA.

Informações sobre o atual sistema de sonorização do Santuário nacional de Aparecida serão apresentados em entrevista com o *Sound Designer* Marcos Pilot revelando o porquê da escolha do sistema atual e entrevista com o Eng. Luiz Fernando Cisney narrando seus conceitos sobre Conforto Auditivo.

E ainda, pretende-se apresentar uma pesquisa exploratória como método qualitativo. Entrevista, mensuração e análise dos dados coletados com os romeiros do Santuário Nacional de Aparecida, buscando de forma exploratória a experiência do conforto auditivo.



RESULTADOS PRELIMINARES

A partir de entrevistas feitas com os profissionais, Marcos Pilot e Luiz Fernando Otero Cysnei identificou-se que é possível encontrar o conforto auditivo no Santuário Nacional de Aparecida mediante estudo preliminar do engenheiro *sound designer* Marcos Pilot.

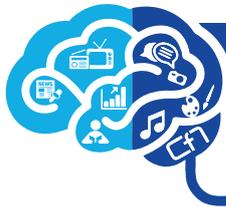
Para Marcos Pillot a sala do Santuário é de uma complexidade gigantesca, sendo assim foi preciso estudar duas grandes disciplinas, psicoacústica para entender como o corpo humano percebe as seções acústicas e quais são suas reações, já a psicofísica para entender como a mente humana ao receber uma percepção acústica, reage fisiologicamente diante de tal fenômeno ruidoso, e quais são os comportamentos notáveis.

Já para o engenheiro Luis Fernando Otero Cysnei, este estudo do conforto auditivo no Santuário de Aparecida é um algo inovador, porque até hoje se pesquisou muito sobre acústica, inteligibilidade e *SPL*, mas o Conforto Auditivo em templos religiosos ainda é muito vago em estudos acadêmicos. CYSNEI (2015) afirma que, “Este estudo pode mudar os rumos dos projetos de sonorização em templos religiosos, no mundo”.

Com os resultados preliminares da pesquisa com os romeiros observa-se que o conforto auditivo é atingido de forma mínima, mas considerável a ponto do romeiro receber a informação e fazer sua experiência espiritual.

LITERATURA CITADA

- CYSNEI, L. F. O. *A Bíblia do Som*. Los Angeles: South Bundy Drive, 2006.
- PORRES, A. T. *Modelos Psicoacústicos de Dissonância para Eletrônica ao Vivo*. São Paulo: USP, 2012. 224 f. Tese (Doutorado em Música) – Escola de Comunicações e Arte da Universidade de São Paulo. 2012.
- PILOT, M. *Loudness Sonorização e Projetos Especiais*. Campinas, 2015.
- RODRÍGUEZ, A. *A dimensão sonora da linguagem audiovisual*. São Paulo: Editora Senac, 2006. 344 p.
- SCHAFFER, R. M. *Educação sonora: 100 exercícios de escuta e criação de sons*. 2ª. São Paulo: Melhoramentos, 2011. 141 p.
- VALLE, S. *Manual Prático de Acústica*: 3. ed. – Rio de Janeiro: Musica & Tecnologia, 2009. 404 p.



TRABALHOS PREMIADOS



Curso de Administração

DESENVOLVIMENTO DE UM APLICATIVO PARA DIVULGAR INFORMAÇÕES DE HOSPEDAGEM E ALIMENTAÇÃO AOS ROMEIROS NA CIDADE DE APARECIDA-SP

Aline Maria Chamarelli Roque, Bruna Hummel Bueno Quintanilha, Paulo José Areco da Silva, Samuel Batista Matos de Souza
Orientador: Fábio Antonio Ferreira

Curso de Filosofia

DIGNIDADE DA PESSOA HUMANA: FUNDAMENTO PARA O PROJETO DE VIDA

Bruno Biondi Ribeiro, Clara Lúcia Leite Xavier, Fábio Luiz Ferreira, Leonardo Ribeiro do Nascimento, Pedro Augusto Raimundo Araújo
Orientadora: Juliana Albuquerque Freire Melo

Curso de Jornalismo

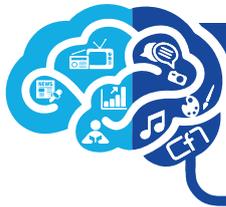
JOSÉ MARQUES DE MELO: PENSAMENTO COMUNICACIONAL – GÊNEROS JORNALÍSTICOS E IMPRENSA NO BRASIL

Rauane Maira Ferreira
Orientadora: Tatiane Carvalho

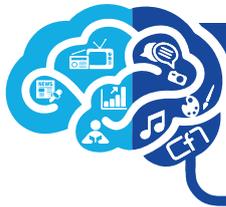
Curso de Rádio e Televisão

RÁDIO E UTILIDADE PÚBLICA: AÇÃO SOCIAL NA CASA DO BOM SAMARITANO

Carla Roberta Almeida Rodrigues, Jakeline de Oliveira Cordeiro, Leandro Augusto Bertão, Thiago Thomaz da Silva
Orientador: Denis Duarte



II SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA



ÍNDICE

ADMINISTRAÇÃO

EMPREENDEDORISMO SOCIAL NAS ENTIDADES DE PESSOA PORTADORA DE DEFICIÊNCIA: ESTUDO DE CASO DA APAE DE CACHOEIRA PAULISTA- SP

Ádila Maria R.S Gonçalves, Beatriz Caroline Machado, Maiara de Souza Oliveira, Patrícia Santos Bortolaci da Silva, Soniely de Araújo Passos

Orientador: Jackie Cardoso Sodero Toledo

EMPREENDEDORISMO SOCIAL NA PRÁTICA: UM ESTUDO DE CASO EM UMA ENTIDADE DE PROTEÇÃO À CRIANÇA E AO ADOLESCENTE DA CIDADE DE CACHOEIRA PAULISTA/SP

Atais Guedes de Siqueira, Douglas Mendes Barbosa, Jaqueline Santos Bortolaci, Josele Aparecida Florêncio, Mariana dos Santos Lima Faria

Orientador: Jackie Cardoso Sodero Toledo

O IMPACTO DA DUPLA JORNADA DOS DOCENTES DE ENSINO SUPERIOR NA GERAÇÃO DO ESTRESSE

Camila Carvalho Duarte

Orientador: Henrique Alckmin Prudente

EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO 3º SETOR: UM ESTUDO DE CASO DA EXPERIÊNCIA DE UMA ASSOCIAÇÃO DE CACHOEIRA PAULISTA/SP

Carolina Maria Moraes, Lucimara Aparecida de Araújo Costa, Rafaela Alves Diniz Villela, Regiane Gomes Teodoro Ramos, Sheila R. T. T. Hummel

Orientador: Jackie Cardoso Sodero Toledo

EMPREENDEDORISMO SOCIAL EM UMA ENTIDADE DE PROTEÇÃO ÀS CRIANÇAS: UM ESTUDO DE CASO SOBRE A ATUAÇÃO DO LAR DAS CRIANÇAS PADRE JOÃO BENEVIDES EM CACHOEIRA PAULISTA/SP

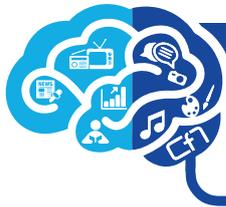
Fernanda Silva Pereira, Heitor Lourenço Camargo, Milenna da Cruz Maia, Renan Augusto Araújo da Silva

Orientador: Jackie Cardoso Sodero Toledo

UTILIZAÇÃO DE SOFTWARE DE CÓDIGO FONTE ABERTO PARA MONITORAMENTO EM TEMPO REAL DE UMA LOJA VIRTUAL

Gustavo Henrique Borges

Orientador: André Alves Prado



A IMPORTÂNCIA DA GESTÃO AMBIENTAL EM UMA INSTITUIÇÃO PÚBLICA DE ENSINO SUPERIOR PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Joel Quintanilha de Siqueira

Orientador: André Alves Prado

EMPREENDEDORISMO SOCIAL E INOVAÇÃO SOCIAL: UM ESTUDO DE CASO DAS EXPERIÊNCIAS DO PROJETO CASA DO BOM SAMARITANO EM CACHOEIRA PAULISTA

Luiz Fernando da Silva Gusmão, Maria de Fátima Soares de Oliveira, Micheline Maria Pereira da Silva, Milena Aparecida Nunes do Prado Campos, Monique Barbosa do Prado, Ronaldo Batista Soares

Orientador: Jackie Cardoso Soderro Toledo

O COMPROMISSO SOCIAL NA BASE INDUSTRIAL DE DEFESA: VISÃO DA SOCIEDADE VERSUS A REALIDADE

Plínio Rogel Lemos

Orientador: Denis Duarte

INOVAÇÃO SOCIAL NA REGIÃO DO VALE DO PARAÍBA: UM ESTUDO DE CASO EM UMA INSTITUIÇÃO DE ABRIGO PARA MENORES NA CIDADE DE CACHOEIRA PAULISTA, SP

Edson Augusto de Gusmão, Nátalia Garcia Quintas, Pedro Paulo da Silva Leandro, Thamires Barboza da Fonseca

Orientador: Jackie Cardoso Soderro Toledo

QUALIDADE DE VIDA COMO FERRAMENTA DE PROMOÇÃO DA DIGNIDADE HUMANA: UM ESTUDO COM ALUNOS DE UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR DO VALE DO PARAÍBA

Helba Aleixo Barbosa, Indiniara Manso do Prado

Orientador: Denis Duarte

GERENCIAMENTO DE TALENTOS EM UMA INSTITUIÇÃO DE TERCEIRO SETOR

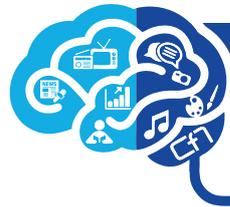
Juliana da Silva Freitas

Orientador: Élcio Henrique dos Santos

TECNOLOGIA SOCIAL ASSISTIVA: UM ESTUDO DA CONTRIBUIÇÃO DAS UNIVERSIDADES PARA A INCLUSÃO SOCIAL DO DEFICIENTE AUDITIVO

Juliana Maria dos Santos

Orientadora: Benedita Hirene de França Hering



FILOSOFIA

JUVENTUDE E SUAS RELAÇÕES AFETIVAS

Bruno Antônio de Oliveira, José Ricardo Rezende, Sidney Dias de Oliveira, Willian Silva Guimarães

Orientador: Denis Duarte

AUTOCONHECIMENTO E IDENTIDADE NA PERSPECTIVA VOCACIONAL

David Vinícius Fagundes Parissenti, Ezequiel Fabio da Silva, Fellipe Leal Pereira, Lucas Henrique Pinto, Maria Aparecida Santos Fonseca

Orientador: Denis Duarte

RELAÇÃO: FUNDAMENTO PARA CONHECIMENTO DE MIM MESMO E DO OUTRO NA PERSPECTIVA BUBERIANA

Francisco Fábio Nunes, Gleidson de Souza Carvalho, Thiago Junior Luiz Pereira

Orientador: Denis Duarte

JORNALISMO

PROJETO EM RADIOJORNALISMO: ESTAÇÃO DA NOTÍCIA

Ana Flávia Maruco dos Anjos, Cícero Francisco Lemes, Grasiela Peixoto da Costa Lourenço, Mauricélia Luzinete da Silva, Monique Coutinho Silva

Orientadora: Tatiane Eulália M. de Carvalho

RÁDIO E TV

TROPEIRISMO EM SILVEIRAS: HISTÓRIA E TRADIÇÃO

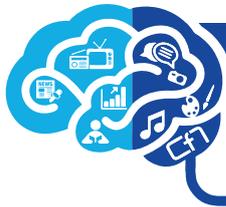
Jakeline de Oliveira Cordeiro, Maria Aparecida Martins Barboza

Orientadora: Iona Marina Piva Rangel

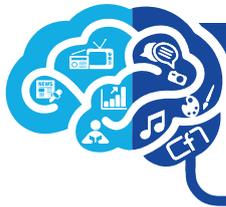
UM ESTUDO SOBRE A SUSTENTABILIDADE DA TECNOLOGIA EM EMPRESAS CORPORATIVAS

Mário Cypriano Sampaio Pinto Júnior, Ricardo Ávila Nunes de Araújo, Daniella de Carvalho Cruz, Thamires Aparecida Silva, Camila Martins de Jesus, Augusto Ferreira Norberto Carrupt, Rauane Maria Ferreira

Orientador: Rodrigo Souza Sardinha



ADMINISTRAÇÃO



EMPREENDEDORISMO SOCIAL NAS ENTIDADES DE PESSOA PORTADORA DE DEFICIÊNCIA: ESTUDO DE CASO DA APAE DE CACHOEIRA PAULISTA- SP

Ádila Maria R.S Gonçalves(1), Beatriz Caroline Machado(2), Maiara de Souza Oliveira(3), Patrícia Santos Bortolaci da Silva(4), Soniely de Araújo Passos(5), Jackie Cardoso Sodero Toledo (6)

¹ Aluna do curso de Administração da FCN, Cachoeira Paulista-SP

² Aluna do curso de Administração da FCN, Cachoeira Paulista-SP

³ Aluna do curso de Administração da FCN, Cachoeira Paulista-SP

⁴ Aluna do curso de Administração da FCN, Cachoeira Paulista-SP

⁵ Aluna do curso de Administração da FCN, Cachoeira Paulista-SP

⁶ Professor da FCN, Cachoeira Paulista-SP. Orientador. E-mail: jackie@cancaonova.com

RESUMO: O presente trabalho visou compreender os conceitos de empreendedorismo social e identificar se a entidade APAE de Cachoeira Paulista-SP pode ser considerada uma entidade de empreendedorismo social. Realizou-se um estudo de caso com pesquisas bibliográficas e pesquisa qualitativa, feita através de uma visita a fim de observar e assim distinguir práticas de empreendedorismo social. Verificou-se que a APAE de Cachoeira Paulista é uma empreendedora social, mas que ainda busca meios adequados de interagir e se integrar à comunidade local, ampliando a relação com a sociedade e dando conhecimento das práticas todos os projetos em prol do desenvolvimento das Pessoas Portadoras de Deficiência (P.P.D.). Desta forma, propôs-se que a entidade crie um Núcleo de Comunicação e Marketing para divulgar seu trabalho, visto que poderá desenvolver estratégias que a torne conhecida dentro da cidade, mas também em outras localidades, podendo assim alcançar novos parceiros e conseguir concretizar seus projetos, quer com ampliação do trabalho voluntário, quer quanto a ampliação do financiamentos dos mesmos.

PALAVRAS-CHAVE: empreendedorismo social, APAE, doações, comunicação, marketing

INTRODUÇÃO

Em uma sociedade com relevante desigualdade social, cresce o número de instituições sem fins lucrativos, denominadas de terceiro setor. Elas são responsáveis em resolver parcialmente ou amenizar os problemas sociais.

De acordo com os dados do IBGE em 2010, 45,6 milhões de pessoas declararam ser portadora de alguma deficiência, destas 2.611.536 são portadoras de deficiência mental/intelectual. A instituição APAE no Brasil é uma organização sem fins lucrativos, que promove a prevenção e a inclusão da pessoa com deficiência intelectual, atendendo em todas as fases da vida, da infância ao processo de envelhecimento.

O empreendedorismo social apesar de ser um assunto novo tem sido bastante discutido nos últimos anos, com isto, poderá contribuir e muito para o desenvolvimento das Instituições não governamentais como APAE. No Brasil empreendedorismo social é um assunto novo e que ainda esta em desenvolvimento, a maioria dos embasamentos teóricos são de origens estrangeiras.

A partir deste contexto, será que a Entidade APAE de Cachoeira Paulista possui características de Empreendedorismo Social?

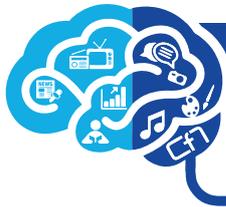
OBJETIVOS

Compreender os conceitos de empreendedorismo social e identificar através de um estudo de caso, característica de empreendedorismo social na entidade APAE de Cachoeira Paulista – SP, que é responsável pelo desenvolvimento e inclusão social de pessoas portadoras de alguma deficiência intelectual.

METODOLOGIA

O método empregado para o desenvolvimento desse projeto foi feito através de quatro etapas. A primeira consistiu em uma pesquisa bibliográfica, sobre o tema Empreendedorismo Social, através de vários artigos e outras fontes cabíveis. Conforme a organização mundial ASHOKA/EUA os empreendedores sociais são indivíduos visionários que possuem capacidade empreendedora e criatividade para promover mudanças sociais.

Após os estudos feitos sobre os citados, foi elaborado um questionário para ser aplicado na Entidade, essa foi a segunda etapa. Na terceira etapa foi aplicado o questionário à responsável pela



associação, que foi a pesquisa qualitativa através de uma visita na Entidade com a finalidade de observar e assim distinguir práticas de Empreendedorismo Social, observando os impactos causados na vida de cada P.P.D.

Após coletar os dados da pesquisa, foi elaborada como quarta etapa do projeto, uma proposta para que a associação tenha maior visibilidade e assim consiga superar as dificuldades e cresça dentro da entidade.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A entidade de Cachoeira é uma Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais, que trabalha com pessoas com alguma deficiência intelectual e atende os moradores dos municípios de Cachoeira Paulista e Silveiras. Ela funciona como uma escola de ensino fundamental, formando alunos de 1º a 4º ano, com salas especializadas em socialização, alfabetização e artesanato. Conta com o apoio das Prefeituras de Cachoeira Paulista e Silveiras. Sua doação vem através de convênios com o governo para atender a faixa etária de 6 a 29 anos e os deficientes que ficam fora desta faixa são atendidos, porém com outros recursos, provenientes também de doação. Atualmente atendem 90 alunos. O trabalho com os deficientes intelectuais atendidos na entidade tem o foco em desenvolver autonomia de suas atividades e alfabetização. Hoje o quadro de funcionários é de 28 pessoas, distribuídos como: auxiliares gerais, professores, ajudantes de professores, atendentes de telemarketing, diretora de ensino e parte administrativa. A captação de recursos, além dos convênios, é realizada também por duas formas: telemarketing e pelos carnês de associados. A entidade é aberta para o trabalho voluntário, porém por ser tratar de um público específico, muitos desistem no decorrer do tempo. A APAE está localizada no bairro um pouco distante do centro da cidade, chamado Chácara do Moinho, não tem uma fachada de destaque e o acesso a entidade é em terreno irregular e íngreme. A divulgação dos trabalhos é disponibilizada apenas pela rede social Facebook. O maior desafio hoje é conseguir arrecadar o dinheiro para as contas do mês e por essas dificuldades financeiras não conseguem realizar todos os seus projetos. Portanto, diante dos dados apresentados, do trabalho observado na entidade os Quadros 1 e 2, feitos por Thalhuber, Melo Neto e Froes, auxiliou na compreensão dos conceitos e características de cada tipo de empresa e empreendedorismo, fazendo com que fosse mais profunda a reflexão no estudo de caso da Entidade APAE de Cachoeira Paulista. Constatou-se que a APAE é uma entidade Empreendedora Social, porque possui algumas características importantes deste tipo de empreendedorismo, como: trabalho coletivo e integrado; tem o foco na busca de soluções para os problemas sociais, local e global; sua medida de desempenho são o impacto e a transformação social e visa resgatar pessoas da situação de risco social e promovê-las.

A análise dos quadros permitiu que houvesse mais detalhes sobre o tipo de empreendedorismo que a APAE pratica. Ela possui uma hierarquia bem definida, com diretor, presidente e outros, e por isso, tudo o que for decidido, primeiro precisa passar por essa hierarquia. Também se percebe que o trabalho é feito em equipe, que é orientada pela hierarquia que a APAE possui. Pensa sempre no que é melhor para o desenvolvimento da sociedade, dos portadores de deficiência intelectual que a frequentam, e para isso, depende de recursos vindos de doações e convênios para que continue funcionando e crescendo. Pôde-se notar também que, através da análise feita a partir da tabela, a APAE de Cachoeira Paulista preenche todos os requisitos de uma organização de empreendedorismo social, portanto pôde ser classificada desta maneira, como uma entidade empreendedora social.

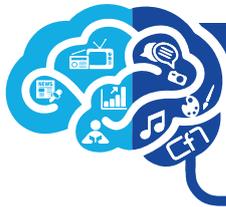
Com este cenário, propôs-se que a APAE crie um Núcleo de Comunicação e Marketing para a divulgação de suas atividades a fim de poder alcançar novos recursos para o seu crescimento e expansão dos atendimentos, uma vez que seus recursos financeiros são advindos principalmente das doações e eventos beneficentes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme análise dos dados apresentados constatou-se que a entidade APAE é Empreendedora Social, pois possui algumas características dos conceitos levantados. E diante do objetivo apresentado pretendeu-se, através da proposta, dar uma maior visibilidade a Entidade na região beneficiária, expandindo a comunicação e divulgação, e com isso atrair novos doadores.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos primeiramente a Deus, que nos criou e deu-nos a capacidade de realizarmos tudo para o bem e com amor, e nos cumula de todas as graças que nos são necessárias. E agradecemos também à Faculdade Canção Nova, em especial ao professor-orientador Jackie Sodero, que, com paciência e dedicação, nos ensinou para que chegássemos até aqui com este artigo.



SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA da Faculdade Canção Nova

E por fim a disponibilidade da Entidade APAE de Cachoeira Paulista - SP em fornecer informações para o estudo.

LITERATURA CITADA

RAMPAZZO, Lino. Metodologia científica: *Para alunos dos cursos de graduação e pós - graduação*. São Paulo: Loyola, 2005. 139 p.

APAIE DO BRASIL FEDERAÇÃO BRASILEIRA DAS APAES Disponível em:

<http://www.apaebrasil.org.br/#/> Acesso em 13/09/2015

INCLUSÃO SOCIAL PARA TODOS. Artigo Científico. Disponível em:

<http://www.artigonal.com/ciencia-artigos/inclusao-uma-sociedade-paratodos-478111.html>> Acesso em: 13/09/2015.

EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO BRASIL: ATUAL CONFIGURAÇÃO, PERSPECTIVA E DESAFIOS – NOTAS INTRODUTÓRIAS. Artigo Científico. Disponível em:

http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/revista_da_fae/fae_v7_n2/rev_fae_v7_n2_02.pdf?&sa=U&ei=feWmT6ClGojKswbskvGsbQ&ved=0CBgQFjAE0IIB&usg=AFQjCNGxhC5UAxr9_cY_XKBHbs3VwEBgw> Acesso em: 13/09/2015.



SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA
da Faculdade Canção Nova

Quadro 1 – Organizações Sociais Tradicionais e Empreendedoras

Tradicionais		Empreendedoras	
1. Hierarquia	x	1. Time/Trabalho orientado	x
2. Controle centralizado		2. Descentralização/ empowerment	
3. Foco no que é melhor pra a organização		3. Foco no que é melhor para o cliente	x
4. Ênfase nos programas		4. Ênfase no centro de competência	
5. Dependente de recurso	x	5. Financeiramente autossuficiente	
6. Tentativa de serem todas as coisas para todas as pessoas		6. Nicho orientado	x

Fonte: Adaptado de Thalhuber (2002)

Quadro 2 – Diferença entre Empreendedorismo Empresarial e Empreendedorismo Social

Empreendedorismo Empresarial		Empreendedorismo Social	
1. É Individual		1. É Coletivo	x
2. Produz bem e serviços		2. Produz bens e serviços a comunidade	x
3. Tem foco no mercado		3. Tem foco na busca de soluções para os problemas sociais	x
4. Sua medida de desempenho é o lucro		4. Sua medida de desempenho é o impacto social	x
5. Visa satisfazer a necessidade do cliente e potencialidades do negócio		5. Visa respeitar as pessoas da situação de risco social e promovê-la e a gerar capital social, inclusão e emancipação social.	x

Fonte : Adaptado de Melo Neto e Froes (2002,p.11)



**EMPREENDEDORISMO SOCIAL NA PRÁTICA:
UM ESTUDO DE CASO EM UMA ENTIDADE DE PROTEÇÃO À CRIANÇA E AO
ADOLESCENTE DA CIDADE DE CACHOEIRA PAULISTA/SP**

Atais Guedes de Siqueira(1), Douglas Mendes Barbosa(2), Jaqueline Santos Bortolaci(3), Josele Aparecida Florêncio(4), Mariana dos Santos Lima Faria(5), Jackie Cardoso Sodero Toledo(6)

¹ Aluna do curso de Graduação em Administração da FCN, Cachoeira Paulista – SP.

² Aluno do curso de Graduação em Administração da FCN, Cachoeira Paulista – SP. E-mail: mbarbosa.douglas@gmail.com.

³ Aluna do curso de Graduação em Administração da FCN, Cachoeira Paulista – SP.

⁴ Aluna do curso de Graduação em Administração da FCN, Cachoeira Paulista – SP.

⁵ Aluna do curso de Graduação em Administração da FCN, Cachoeira Paulista – SP.

⁶ Professor da FCN, Cachoeira Paulista – SP. Orientador.

RESUMO: o presente artigo trata do entendimento do fenômeno empreendedorismo social e análise de seus aspectos na prática. Seu objetivo é identificar suas características em uma entidade do terceiro setor na cidade de Cachoeira Paulista/SP, propondo ideias e práticas empreendedoras visando a melhoria de seu desempenho e a eficácia de seus resultados, a fim de buscar sua sustentabilidade no mercado. Foram realizadas duas visitas à entidade, com aplicação de questionário semiestruturado na primeira. Os resultados mostram que tanto a entidade quanto sua gestora possuem características de empreendedorismo social. Foi apresentado também um plano estratégico de atuação frente às dificuldades atualmente enfrentadas pela entidade, cuja implementação já foi iniciada. Assim, traduzindo o conhecimento teórico em boas práticas de gestão, torna-se possível conciliar a missão e os objetivos da entidade com a realidade econômica na qual está inserida.

PALAVRAS-CHAVE: gestão, sustentabilidade, terceiro setor

INTRODUÇÃO

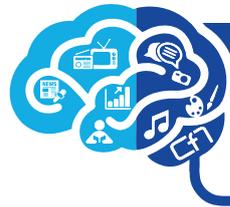
No âmbito da incapacidade do Estado, primeiro setor, em garantir de forma eficaz os direitos coletivos à população, e da busca pela lucratividade do mercado, segundo setor, surgem as entidades do terceiro setor, com o intuito de atender às necessidades da sociedade. A origem informal do terceiro setor contribuiu para a sua heterogeneidade social-econômica e cultural e sua falta de recursos não o amarra, ao contrário, motiva-o e o impulsiona (Kother, 2008). São a injustiça e a desigualdade sociais que motivam o surgimento de pessoas com o perfil de empreendedores sociais, porém empreender não significa somente a ação prática. Os empreendedores sociais são inovadores cujo protagonismo na área social produz desenvolvimento sustentável, qualidade de vida e mudança de paradigma de atuação em benefício de comunidades menos privilegiadas (Rouere & Pádua, 2001, *apud* Beiler *et al*, 2011). A entidade investigada atende diariamente e gratuitamente cerca de trinta crianças e adolescentes provenientes de baixa renda, oferecendo atividades socioeducativas, recreativas, esportivas e ocupacionais, contando com parcerias da prefeitura municipal, do comércio local e da comunidade. A escolha da entidade como caso a ser estudado se deu pelo ramo de atividade, pela localização e pela possibilidade de crescimento, pois possui o Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social (CEBAS) e tem, atualmente, sua sede como alvo de projeto social de ampliação pela MRS Logística (MRS), operadora ferroviária atuante nos estados de Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo. Com isso, a identificação de características de empreendedorismo social poderia auxiliar a entidade em seu desenvolvimento, potencializando sua atuação, permitindo uma melhora em sua gestão e garantindo o pleno atendimento das exigências estipuladas pela MRS e pelo Estado. Os autores preferiram manter sigilo em relação ao nome da entidade em estudo com o intuito de preservar sua integridade e a integridade daqueles envolvidos.

OBJETIVOS

Objetivou-se compreender o que é o fenômeno empreendedorismo social e propor ideias e práticas de gestão à entidade em questão, visando à melhoria de seu desempenho e a eficácia de seus resultados.

METODOLOGIA

Realizou-se pesquisa bibliográfica acerca dos conceitos de empreendedorismo social com o intuito de investigar sobre o assunto, sua definição, características e perspectivas futuras. A seleção do procedimento metodológico recaiu sobre o estudo de caso, entendido por Oliveira (1999) como um conjunto de processos pelos quais se torna possível conhecer uma determinada realidade, produzir



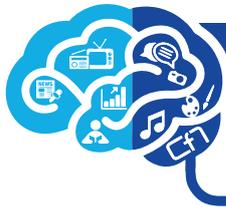
determinado objeto ou desenvolver certos procedimentos ou comportamentos. Os dados foram coletados através de entrevista presencial com a colaboração da gestora da entidade e a utilização de um questionário semiestruturado, percebido por Severino (2007) como um conjunto de questões, sistematicamente articuladas, que se destina a levantar informações escritas por parte dos sujeitos pesquisados. O questionário, constituído de 17 questões, investigou aspectos tanto qualitativos (características da entidade, políticas, formas de atendimento e funcionamento), quanto quantitativos (quantidade de crianças e jovens atendidos, número de funcionários e voluntários, faixa etária). Após a coleta de dados, a entrevista foi transcrita na íntegra e os dados foram organizados.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

No Quadro 1 são sintetizados conceitos difundidos no Brasil sobre empreendedorismo social. Com isso, foi possível identificar que todos os conceitos exaltam a importância da missão social do empreendedor, tendo como foco o desenvolvimento social e sustentável de comunidades menos privilegiadas, buscando qualidade de vida e mudanças de paradigma. No Quadro 2 são explicitadas as diferenças entre empreendedorismo empresarial e empreendedorismo social. Aquele tem como foco de atuação o mercado, produzindo bens e serviços e visando o lucro. Já este tem como foco de atuação a busca de soluções para problemas sociais, produzindo bens e serviços para a comunidade e realizando a promoção social. Já no Quadro 3 são identificadas características que compõe o perfil do empreendedor social, listadas através de quatro grupos – conhecimentos, habilidades, competências e posturas. Características essas que, em sua maioria, também compõe o perfil do empreendedor empresarial, mostrando que a grande diferença se situa na missão desses dois agentes. Dessa maneira, entende-se que a entidade estudada é uma organização social empreendedora, pois oferece atividades ocupacionais, recreativas e culturais (artesanato, informática, educação física, reforço escolar, teatro e dança) que auxiliam no desenvolvimento das crianças, oferecendo também atendimento psicossocial e sociofamiliar. Entende-se que a gestora da entidade também possui características de empreendedora social, pois possui a maioria das características identificadas no Quadro 3. Atualmente a entidade consegue atender o máximo de 30 crianças e adolescentes em sua sede provisória, tornando suas atividades públicas através de uma rede social. Suas limitações encontram-se tanto fisicamente, em número de voluntários, quanto financeiramente. Após a reforma da sede oficial, sua capacidade física quase triplicará, aumentando para 80 crianças e, assim como o Estado, a MRS também exigirá algumas obrigações, como o pleno atendimento da capacidade da nova sede e relatórios das atividades realizadas. Sendo detentora de todas as ferramentas necessárias para seu desenvolvimento sustentável, foi apresentado à entidade um planejamento estratégico de atuação com as seguintes propostas: (a) criação de um *website* próprio, (b) montagem de uma agenda de eventos, (c) criação de um portfólio e (d) busca de parcerias com o segundo setor através de agendamento de visitas. A criação de *website* próprio é a ação mais urgente a ser tomada, visto que é um requisito necessário para manter o título de CEBAS, pois observa o princípio da publicidade, garantindo fácil acesso aos demonstrativos contábeis e financeiros e o relatório de atividades da entidade, de acordo com o Art. 41, parágrafo único, da Lei Federal nº 12.101 (Brasil, 2009), alterado pela Lei Federal nº 12.868 (Brasil, 2013). A agenda de eventos tem como foco não somente a arrecadação de fundos e ampliação do cadastro de associados, mas também a presença de figuras públicas e parceiros, buscando maior visibilidade tanto para a entidade, quanto para aqueles, assegurando a cada uma dessas figuras a publicidade de sua responsabilidade social. A criação do portfólio visa a criação de uma ferramenta para, enfim, abordar empresas do segundo setor em busca de parcerias, divulgando as atividades realizadas pela entidade, os resultados e o impacto social alcançados e, como ponto principal da visita, os benefícios fiscais de se realizarem doações a entidades que possuam o título de CEBAS (possibilidade de receber doações de pessoas jurídicas, dedutíveis até o limite de 2% do lucro operacional). As sugestões e orientações foram acatadas pela presidente da entidade na segunda visita realizada e afirmou já ter tomado providências em relação à criação do *website*.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo social trata-se de um tema novo, seu entendimento ainda está em construção. Com isso, espera-se que seja despertado o interesse pelo tema não somente na entidade objeto do estudo, mas também na comunidade acadêmica. Espera-se que a entidade consiga se aprimorar com as proposições oferecidas pelos autores, assim como executá-las e beneficiar a todos os envolvidos, superando os obstáculos a ela apresentados. Espera-se também que futuros estudos consigam tomar como referência os resultados aqui encontrados, sensibilizando os pesquisadores quanto à importância do empreendedorismo social.



LITERATURA CITADA

BEILER, G.; SCHMITT JR, A.; WALKOWSKI, M. **Empreendedorismo social e responsabilidade social:** uma abordagem conceitual. In: CONGRESSO VIRTUAL BRASILEIRO DE ADMINISTRAÇÃO, 8, 2011. Disponível em: <http://www.convibra.com.br/upload/paper/adm/adm_2914.pdf>. Acesso em: 02 nov. 2015

BRASIL. **Lei nº 12.101**, de 27 de novembro de 2009. Dispõe sobre a certificação das entidades beneficentes de assistência social e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2009/Lei/L12101.htm>. Acesso em: 02 nov. 2015.

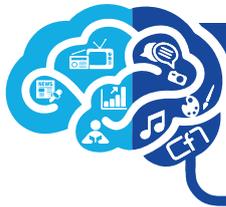
_____. **Lei nº 12.868**, de 15 de outubro de 2013. Altera a Lei 12.101, de 27 de novembro de 2009, e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Lei/L12868.htm>. Acesso em: 02 nov. 2015.

KOTHER, M. C. M. de F. **Planejamento circunstancial:** economia social: terceiro setor. 2ed, rev. e ampl. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

OLIVEIRA, E. M. Empreendedorismo Social no Brasil: atual configuração, perspectivas e desafios – notas introdutórias. **Revista FAE**, v. 7, n. 2, p. 9-18, 2004.

OLIVEIRA, S. L. de. **Tratado de metodologia científica:** projetos de pesquisa, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses. São Paulo: Pioneira, 1999.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico.** 23ed. São Paulo: Cortez, 2007.



SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA
da Faculdade Canção Nova

Quadro 1 – Conceitos sobre empreendedorismo social – Visão nacional

AUTOR	CONCEITO
Leite (2002)	“O empreendedor social é uma das espécies do gênero dos empreendedores. [...] São empreendedores com uma missão social, que é sempre central e explícita.”
Ashoka Empreendedores Sociais e Mackisey e Cia. INC (2001)	“Os empreendedores sociais possuem características distintas dos empreendedores de negócios. Eles criam valores sociais pela inovação, pela força de recursos financeiros em prol do desenvolvimento social, econômico e comunitário. Alguns dos fundamentos básicos do empreendedorismo social estão diretamente ligados ao empreendedor social, destacando-se a sinceridade, paixão pelo que faz, clareza, confiança pessoal, valores centralizados, boa vontade de planejamento, capacidade de sonhar e uma habilidade para o improviso.”
Melo Neto e Froes (2001)	“Quando falamos de empreendedorismo social, estamos buscando um novo paradigma. O objetivo não é mais o negócio do negócio [...] trata-se, sim, do negócio do social, que tem na sociedade civil o principal foco de atuação e na parceria envolvendo comunidade, governo e setor privado, a sua estratégia.”
Rao (2002)	“Empreendedores sociais, indivíduos que desejam colocar suas experiências organizacionais e empresariais mais para ajudar os outros do que para ganhar dinheiro.”
Rouere e Pádua (2001)	“Constituem a contribuição efetiva de empreendedores sociais inovadores cujo protagonismo na área social produz desenvolvimento sustentável, qualidade de vida e mudança de paradigma de atuação em benefício de comunidades menos privilegiadas.”

Fonte: Oliveira (2004, p.12)

Quadro 2 – Diferenças entre empreendedorismo empresarial e empreendedorismo social

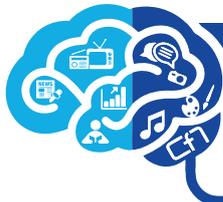
EMPREENDEDORISMO EMPRESARIAL	EMPREENDEDORISMO SOCIAL
1. É individual	1. É coletivo
2. Produz bens e serviços	2. Produz bens e serviços à comunidade
3. Tem o foco no mercado	3. Tem o foco na busca de soluções para os problemas sociais
4. Sua medida de desempenho é o lucro	4. Sua medida de desempenho é o impacto social
5. Visa a satisfazer necessidades dos clientes e a ampliar as potencialidades do negócio	5. Visa a respeitar pessoas da situação de risco social e a promove-las

Fonte: Adaptado de Melo Neto & Froes (2002, p. 11 *apud* Oliveira, 2004, p.13)

Quadro 3 – Perfil do empreendedor social

CONHECIMENTOS	HABILIDADES	COMPETÊNCIAS	POSTURAS
Saber aproveitar as oportunidades; Ter competência gerencial; Ser pragmático e responsável; Saber trabalhar de modo empresarial para resolver problemas sociais.	Ter visão clara; Ter iniciativa; Ser equilibrado; Ser participativo; Saber trabalhar em equipe; Saber negociar; Saber pensar e agir estrategicamente; Ser perceptivo e atento aos detalhes; Ser ágil; Ser criativo; Ser crítico; Ser flexível; Ser focado; Ser habilidoso; Ser inovador; Ser inteligente; Ser objetivo.	Ser visionário; Ter senso de responsabilidade; Ter senso de solidariedade; Ser sensível aos problemas sociais; Ser persistente; Ser consciente; Ser competente; Saber usar forças latentes e regenerar forças pouco usadas; Saber correr riscos calculados; Saber integrar vários atores em torno dos mesmos objetivos; Saber interagir com diversos segmentos e interesses dos diversos setores.	Ser inconformado e indignado com a injustiça e desigualdade; Ser determinado; Ser engajado; Ser comprometido e leal; Ser ético; Ser profissional; Ser transparente; Ser apaixonado pelo que faz (campo social).

Fonte: Oliveira (2004, p. 14)



O IMPACTO DA DUPLA JORNADA DOS DOCENTES DE ENSINO SUPERIOR NA GERAÇÃO DO ESTRESSE

Carolina Carvalho Duarte (1), Henrique Alcides Prudente (2)

1 Aluna do curso de Administração da Faculdade Canção Nova, Cachoeira Paulista-SP – CEP: 12630-000, e-mail: carolinaduarte@gmail.com

2 Professor do curso de Administração da Faculdade Canção Nova, Cachoeira Paulista-SP – CEP: 12630-000, e-mail: hprudente@fca.unb.br

RESUMO: o presente artigo levanta a questão referente à dupla jornada de trabalho dos docentes do Curso de Administração de uma Instituição de Ensino Superior (IES) confessional localizada no Vale do Paraíba, Estado de São Paulo. Foi feita uma análise em relação ao trabalho de docentes com a possível geração do estresse. Para contextualização do ambiente organizacional partiu-se de uma pesquisa sobre as mudanças e as tendências nas formas de trabalho ao longo dos anos, levando-se em consideração exigências próprias vividas pelos trabalhadores de modo geral. Para o levantamento de dados foi aplicada pesquisa de campo por meio de um questionário online. Tal pesquisa detém-se na autoavaliação dos profissionais docentes. Os resultados mostram-se em conformidade com os autores citados na fundamentação teórica. Ilustram, porém, de forma pessoal a questão da dupla jornada de trabalho e da escolha por essa atuação. Uma outra consideração, tão relevante quanto às perdas de desempenho do docente, são as perdas produtivas para a IES e, por conseguinte, para o aluno, cliente final do processo ensino-aprendizagem em instituições de ensino.

PALAVRAS-CHAVE: ensino superior, estresse ocupacional, dupla jornada, docência

INTRODUÇÃO

O estresse profissional tem se tornado tema com cada vez mais estudos realizados sobre o ambiente de trabalho. Estímulos externos, como a falta de condições necessárias à realização das atividades, falta de estrutura, falta de reconhecimento, excesso de trabalho dentro da organização e, muitas vezes, fora dela, bem como fatores internos, podendo ser de origem física, emocional ou vindos de problemas pessoais, influenciam fortemente na satisfação e, consequentemente, no desempenho do profissional. De acordo com Wagner e Hollenbeck (2009) o estresse se define como sendo um estado emocional desagradável que é ocasionado pela insegurança e incerteza da capacidade sentida pelas pessoas frente a um desafio de grande valor. Entre os docentes muitas são as exigências na postura e no desempenho profissional. Para SANTOS; GENÇALVES; MUSSALEM e COELHO isso se dá pelo fato de que os professores se veem expostos ao aumento de tensão nas práticas do trabalho, acelerando ainda mais as dificuldades devido à exigência de responsabilidades. Atuar em mais de uma instituição é uma característica de boa parte dos docentes de Instituições de Ensino Superior (IES), fato que pode torná-los mais suscetíveis ao estresse ocupacional. O estresse ocupacional pode ser gerado por causas ambientais, organizacionais ou até mesmo individuais. O estresse ocupacional acarreta dificuldades em docentes, alunos e, consequentemente, nas instituições de Ensino Superior. O perfil contemporâneo das IES que empregam docentes de meio período, de acordo com Reis (2014), compreende em conhecer menos estes profissionais que atuam frente aos alunos. Isto porque aqueles passam menos tempo nas instituições leva as IES ao questionamento quanto ao grau de aprendizado dos discentes, podendo também deixar de realizar outra tarefa importante e esperada pelos alunos: o desenvolvimento pessoal e acadêmico.

OBJETIVOS

Objetivou-se analisar os possíveis efeitos do estresse ocupacional nos docentes do Curso de Administração de uma Instituição de Ensino Superior (IES) confessional e que possuem dupla jornada de trabalho, assim como as consequências para o desempenho da Instituição.

METODOLOGIA

Como forma de responder a esses questionamentos, o presente trabalho utiliza como ferramenta metodológica para possibilidade de investigação e coleta de informações um questionário aplicado a um grupo específico de docentes, composto por professores ativos do Curso de Administração de uma IES confessional localizada no Vale do Paraíba, Estado de São Paulo, e que atuam em mais de uma IES ou organização.



RESULTADOS E DISCUSSÃO

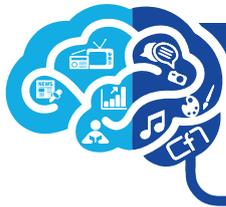
Como instrumento para a coleta de resultados foi empregado um questionário estruturado predominantemente com perguntas fechadas. A metodologia utilizada para aplicação deste instrumento foi através da plataforma Google por e-mail contendo o link <http://goo.gl/forms/muIE9kujPQ>. Os professores foram contatados através de e-mail para participação na pesquisa. Foi dado um prazo de aproximadamente 20 dias para coleta das respostas. Apenas 4 professores não retornaram, sendo que 16 efetivaram o retorno correspondendo a 80% dos professores previamente selecionados. Entre as variáveis mais relevantes, a situação profissional revelou que sobresaiu aqueles que atuam em mais de uma IES, apontando 44% em relação ao total da amostra. Em seguida apareceram os que atuam em mais de uma IES e possuem outra atividade profissional: 37%. Por fim encontram-se os que atuam somente em uma IES e possuem outra atividade profissional: 19%. Quando indagados sobre a saúde física e psicológica a maioria dos participantes, 38%, disseram não possuir nenhum problema de saúde. Para 31% do total da amostra há desgaste, fadiga e cansaço físico. Também para 31% houve identificação de desgaste, fadiga, cansaço físico e mental. Tais informações estão expressas no Gráfico 2. Como uma sugestão para melhoria de desempenho profissional, a variável representada no Gráfico 3 pode ressaltar pontos relevantes para os docentes como forma de reflexão e para propostas de decisões a serem tomadas pelos gestores de IES. A maior parcela dos docentes, 44%, disseram que atuar em apenas uma IES ou somente dar aulas poderia ajudar a melhorar seu desempenho profissional. Ter mais tempo para o preparo das aulas foi escolha de 31% do total da amostra. A possibilidade de atuar mais em sala de aula e menos em trabalhos burocráticos acadêmicos foi escolha de 25% em relação ao total da amostra.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os docentes participantes responderam à problemática proposta quanto às tendências ao estresse ocupacional para os que atuam em dupla jornada. A amostra demonstrou haver certo prejuízo no desempenho das respectivas situações. Alguns docentes pesquisados expressaram insatisfação quanto ao desejo que têm de se empenhar mais em sala de aula, de se preparar atividades para os alunos, entre outras atribuições, embora muitos relatem que conseguem desempenhar bem as atividades e cumprir o tempo de dedicação ao trabalho. Porém, sendo o estresse ocupacional um conjunto de desgastes emocionais que, muitas vezes, não é percebido pelos profissionais atingidos, especialmente pelos silenciosos fatores estressores, salienta-se que tanto o profissional docente quanto a gestão da IES devem estar atentos aos sinais indicadores com vistas à melhoria contínua do processo de ensino e aprendizagem.

LITERATURA CITADA

- REIS, F. G. et al. *Competitividade e mudanças no DNA institucional. Construindo a educação superior do futuro*. São Paulo: Editora Cultura, 2014. 158 p.
- SANTOS, V. M. G.; GONÇALVES, I. G. F.; MUSSALEM, M. M.; CORLHO, M. F. *Stress: fator influente na qualidade de vida dos professores do Ensino Fundamental*. International Stress Management Association s.l. Disponível em: <<http://www.ismabrazil.com.br/trabalho/17>>. Acesso em: 05 mar. 2015, às 21h58.
- WAGNER, J. A.; HOLLENBECK, J. R. *Compartimentos organizacional: criando vantagem competitiva*. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2009. 496 p.



EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO 3º SETOR: UM ESTUDO DE CASO DA EXPERIÊNCIA DE UMA ASSOCIAÇÃO DE CACHOEIRA PAULISTA/SP

Carolina Maria Moraes (1), Lucimara Aparecida de Araújo Costa (2), Rafaela Alves Diniz Villela (3), Regiane Gomes Teodoro Ramos (4), Sheila R. T. T. Hummel (5), Jackie Sodero (6)

¹ Aluna do curso de Administração Faculdade Canção Nova. e-mail: carol2014_s2@outlook.com

² Aluna do curso de Administração Faculdade Canção Nova

³ Aluna do curso de Administração Faculdade Canção Nova

⁴ Aluna do curso de Administração Faculdade Canção Nova

⁵ Aluna do curso de Administração Faculdade Canção Nova

⁶ Professor de Projetos da Faculdade Canção Nova . Orientador.

RESUMO: A temática, Empreendedorismo Social, tem-se mostrado em crescimento exponencial, tanto no atual cenário social brasileiro, quanto em âmbito acadêmico, visto seu impacto em diversas esferas (social, política, econômica, ambiental) e importância do papel desempenhado, a fim de suprir novas demandas coletivas, por intermédio de soluções criativas e inovadoras para causas e problemáticas sociais negligenciadas pelo Estado. Tendo como plano de fundo este cenário em desenvolvimento, o presente projeto de pesquisa almejou, por intermédio de uma revisão de literatura, seguida de um estudo de caso, abordar e analisar os aspectos do tema Empreendedorismo Social em uma Associação, pertencente ao Terceiro Setor, atuante na cidade de Cachoeira Paulista. Identificou-se sua natureza e analisaram-se as características empreendedoras na busca do bem coletivo. Buscou-se compreender a realidade desta entidade, realizando um comparativo em relação a experiências empreendedoras semelhantes de caráter social que pudessem auxiliar na maneira de gestão e atuação da entidade, promovendo uma reflexão acerca da natureza temática social dessa instituição, vista seu caráter assistencialista em detrimento de ações empreendedoras sociais.

PALAVRAS-CHAVE: assistencialismo, pesquisa documental, revisão de literatura

INTRODUÇÃO

O Empreendedorismo Social pode ser classificado como “um novo paradigma do negócio social que tem na sociedade civil o seu principal foco de atuação e na parceria, envolvendo comunidade, governo e setor privado, a sua estratégia” (Melo Neto e Froes, 2002, apud BEILER, 2011, p.05). Esse novo arquétipo empreendedor, que busca o desenvolvimento e fomento do bem coletivo, se faz cada vez mais crescente na sociedade brasileira, pois estas instituições, as quais compõem o denominado Terceiro Setor exerce atividades sociais fundamentais na busca por soluções e/ou melhorias para problemáticas sociais, preenchendo lacunas deixadas pela negligência e omissão da gestão do Poder Público (COELHO, 2000). Segundo Paes (2013), de acordo com as normas do direito brasileiro, essas organizações de interesse social, possuem autonomia de administração (iniciativas privadas) e não possuem o animo de lucro, ou seja, são entidades sem fins lucrativos, tendo como atividade fim “o atendimento de alguma necessidade social ou defesa de direitos difusos ou emergentes”. Nesse sentido, Santos (2003) afirma que “para mudar esse quadro de déficits e desigualdades sociais, serão necessárias (...) pessoas engajadas em ações sociais”. Dees (1998), completa quando discorre que “uma iniciativa de empreendedorismo social deve denominar quatro critérios bases: missão social; impacto social; inovação e escalabilidade/replicabilidade”. Portanto, tendo em vista todo espectro social emergente e sua relevância social e acadêmica, na área de Gestão, o presente projeto de pesquisa visa observar e identificar a realidade descrita acima na atuação de uma Associação do Terceiro Setor do município de Cachoeira Paulista/SP.

OBJETIVOS

Objetivou-se compreender o conceito de Empreendedorismo Social, a fim de observar e analisar sua efetiva prática, na atuação da Associação Religiosa Santa Terezinha do Menino Jesus, entidade do Terceiro Setor, atuante no município de Cachoeira Paulista/SP.

METODOLOGIA

Utilizou-se uma estratégia metodológica composta pela realização de uma minuciosa pesquisa bibliográfica e documental, além de uma revisão de literatura, a fim de adquirir embasamento e

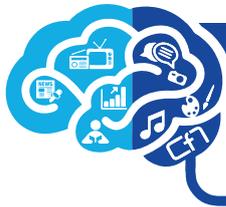


fundamentação teórica a cerca dos temas condizentes e pertinentes à proposta apresentada por este trabalho científico, seguida de um Estudo de Caso, de caráter predominante qualitativo.

Cellard (2008), afirma que análise documental favorece a observação e maturação dos conceitos e conhecimentos do pesquisador, pois “o documento escrito constitui uma fonte extremamente preciosa”, estruturando a base de dados e informações, enriquecendo, portanto, uma pesquisa no campo social. Segundo Marconi & Lakatos (2011), a pesquisa qualitativa tradicionalmente imprime-se através do estudo de caso. Essa técnica realiza um levantamento de dados, de maneira mais enraizada, de determinado grupo humano, sob todas suas perspectivas. Rampazzo (2011) completa afirmando que a pesquisa qualitativa é abrangente e multidimensional, pois abrange fenômenos de dimensões pessoais, como angústia ansiedade, medo, alegria, amor e cólera. Portanto, observou, através desta linha de ação técnica, a realidade do sujeito de estudo - Associação Religiosa Santa Terezinha do Menino Jesus de Cachoeira Paulista - analisando sua natureza empreendedora e seu caráter social. Neste estudo de caso foi utilizada a observação não participante, que se dá através da utilização dos sentidos humanos para obtenção de dados onde o observador presencia o fenômeno, mas não participa, e da entrevista não estruturada, que é quando o roteiro da entrevista não é rígido, dando maior flexibilidade ao entrevistador (DA SILVA & MENEZES, 2001). Conforme Martins (2008), esse tipo de observação parte de uma análise mais detalhada que necessita de prudência na coleta e análise de dados. Faz-se, portanto, primordial a imparcialidade do observador na coleta de dados, sem deixar os mesmos sofrer interferências de sua opinião ou interpretações. Dessa maneira, o instrumento de coleta de dados empregado será a entrevista, que segundo Yin (2014) é “uma das fontes mais importantes de informação para o estudo de caso”. A entrevista tem como objetivo básico entender e compreender o sentido que o entrevistado concede as questões e situações do objeto pesquisado (MARTINS, 2008). Após a realização do levantamento de dados, e da análise do material obtido através da observação indireta realizada em visitas à entidade, será possível formular e apresentar conclusões e considerações no que concerne a aplicabilidade do Empreendedorismo Social na entidade religiosa do Terceiro Setor, da cidade de Cachoeira Paulista.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Na tabela 1, são expostos os resultados obtidos e analisados na entrevista e observação empregadas na entidade tida como objeto de estudo. Verificou-se que a Associação Religiosa Santa Terezinha do Menino Jesus, dispõe do compromisso legal junto às crianças e famílias carentes, buscando a integração das mesmas com a sociedade. Porém, no que concerne aos aspectos do Empreendedorismo Social, constatou-se que os membros entrevistados, e que compõem os pilares da entidade, não têm conhecimento sobre esse conceito. Diante das indagações sobre essa temática, as respostas deixaram a desejar, evidenciando o caráter tradicional da instituição. A partir da observação holística dos aspectos e maneira de atuação da entidade, é possível afirmar que a essência da concepção da Associação possui indícios do empreendedorismo social, ao passo que almejou suprir ou solucionar uma demanda da sociedade, buscando o bem coletivo. Entretanto, em sua efetiva atuação, percebeu-se a falta de conhecimento sobre o tema, deixando claro o caráter assistencialista e filantrópico das ações sociais realizadas. A entidade não possui iniciativa e criatividade no processo de captação de recursos e promoção de novas parcerias e convênios, atuando de forma isolada e desvinculada de outras entidades que, possivelmente, contribuiriam para um melhor e mais efetivo desempenho. Portanto, tendo em vista todo o exposto, buscou-se identificar exemplos de entidades do Terceiro Setor, que possuem atividades ou posturas empreendedoras sociais, que poderiam ser aplicadas ou integradas à Associação estudada, sendo eles o Instituto da Criança, que se destaca na promoção de processos de transformação e desenvolvimento social e sustentável. Essa entidade poderia ser um possível parceiro de atuação para a Associação Santa Terezinha do Menino Jesus. Esse incentivo direcionado, possivelmente, auxiliaria a entidade de Cachoeira Paulista\SP, no que concerne ao apoio e consultoria nas atividades e rotinas administrativas, otimizando os processos e ações desempenhadas por ela, promovendo, possivelmente, um mais expressivo impacto social na comunidade. Além disso, a postura empreendedora do Instituto Chapada na criação de redes colaborativas voltadas para o fortalecimento da educação pública também se destacou. Essa atuação, de maneira integrada às escolas públicas, auxilia no desenvolvimento das capacidades e potencialidades das crianças e adolescentes. Essa rede integrada, e perspectiva dinâmica de atuação, possivelmente proporcionariam à Associação Religiosa Santa Terezinha do Menino Jesus, mais recursos e métodos para atingir o objetivo de contribuir com a formação intelectual e moral das crianças.



CONSIDERAÇÕES FINAIS

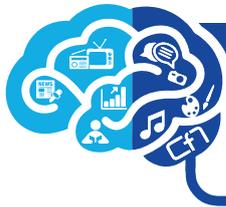
A Associação estudada não possui, em sua maneira de gestão e forma de atuação, características do empreendedorismo social. Entretanto, o exercício de ações de caráter empreendedoras sociais, uma mudança de postura na forma de gestão, de maneira mais integrada e incorporada com a comunidade, possibilitaria uma maior visibilidade da entidade, impulsionando suas ações, ampliando seu impacto social.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos imensamente ao Orientador, o qual auxiliou na construção e desenvolvimento deste trabalho, aos demais professores que participaram das etapas desta pesquisa, contribuindo com seu conhecimento, e especialmente à Associação Religiosa Santa Terezinha do Menino Jesus, pelo consentimento, receptividade, cordialidade e atenciosa participação nesta pesquisa.

LITERATURA CITADA

- BEILER, G.; JUNIOR, A.; WALKOWKI, M. **Empreendedorismo Social e Responsabilidade Social: Uma abordagem conceitual**. In: CONGRESSO VIRTUAL BRASILEIRO DE ADMINISTRAÇÃO, VIII, 2011. Anais Congresso Virtual Brasileiro, 2011.
- CELLARD, A. **A análise documental**. In: POUPART, J. et al. *A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos*. Petrópolis, Vozes, 2008.
- COELHO, S. **Terceiro Setor: um estudo comparado entre Brasil e Estados Unidos**. São Paulo: SENAC, 2000.
- DA SILVA, E.; MENEZES, E. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. UFSC, Florianópolis, 4a. edição, 2005.
- DEES, G. **O Significado de Empreendedorismo Social**. Universidade de Stanford, 1998.
- MARCONI, M., LAKATOS, E. **Fundamentos de metodologia científica: Técnicas de pesquisa**. 7ed. – São Paulo: Atlas, 2011.
- MARTINS, G. **Estudo de caso: uma estratégia de pesquisa**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- MELO NETO, F.; FROES, C.. **Empreendedorismo Social: a transição para a sociedade sustentável**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.
- OLIVEIRA, E. **Empreendedorismo social no Brasil: atual configuração, perspectivas e desafios – notas introdutórias**. *Revista FAE*, Curitiba, v.7, n.2, p.9-18, jul./dez. 2004.
- PAES, J. **Fundações, Associações e Entidades de Interesse Social: aspectos jurídicos, administrativos, contábeis, trabalhista e tributários**. : São Paulo: Forense, 2013.
- SANTOS, E. **Responsabilidade social ou filantropia?** *Revista Técnica de Sanepar*, Curitiba. v.20, n.20, p. 18-27, jul/dez 2013.
- RAMPAZZO, L. **Metodologia científica: Para alunos dos cursos de graduação e pós-graduação**. São Paulo: Loyola, 2011.
- YIN, R. **Estudo de caso: planejamento e métodos**; trad. Daniel Grassi. 5.ed.PortoAlegre: Bookman, 2014.

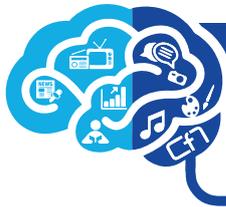


SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA
da Faculdade Canção Nova

Tabela 1 – Resultados coletados na entrevista e observação empregadas na Associação Religiosa Santa Terezinha do Menino Jesus/ SP.

	Organização Social Tradicional	Organização Social Empreendedora
X	Hierarquização	Trabalho Orientado
X	Controle Centralizado	Descentralização
X	Dependente de recursos	Financeiramente Autossuficiente
X	Não tem um nicho específico (atuação abrangente)	Nicho Orientado
X	Estatuto e regras direcionadas	Missão Direcionada

Fonte: Oliveira E. (2004).



EMPREENDEDORISMO SOCIAL EM UMA ENTIDADE DE PROTEÇÃO ÀS CRIANÇAS: UM ESTUDO DE CASO SOBRE A ATUAÇÃO DO LAR DAS CRIANÇAS PADRE JOÃO BENEVIDES EM CACHOEIRA PAULISTA/SP

Fernanda Silva Pereira(1), Heitor Lourenço Camargo(2), Milenna da Cruz Maia(3), Renan Augusto Araújo da Silva(4), Jackie Cardoso Sodero Toledo(5)

¹ Aluna do curso de Administração da Faculdade Canção Nova, Cachoeira Paulista-SP

² Aluno do curso de Administração da Faculdade Canção Nova, Cachoeira Paulista-SP

³ Aluna do curso de Administração da Faculdade Canção Nova, Cachoeira Paulista-SP

⁴ Aluno do curso de Administração da Faculdade Canção Nova, Cachoeira Paulista-SP

⁵ Professor do curso de Administração da Faculdade Canção Nova, Cachoeira Paulista-SP. Orientador.

RESUMO: objetivou-se averiguar a existência do empreendedorismo social na sua atuação da entidade lar das crianças Padre João Benevides, por meio de um estudo de caso, se utilizando de fundamentação teórica por pesquisa bibliográfica, pesquisa documental, e como instrumento de coleta de dados utilizou-se a entrevista semiestruturada para levantamento de dados e hipóteses para o estudo. Compararam-se os dados obtidos por meio de entrevista e pela pesquisa documental com os conceitos e definições do empreendedorismo social e verificou-se que o lar possui o empreendedorismo social em sua atuação, trabalhando os conceitos de inovação em suas ações a fim de descobrir as soluções para os problemas sociais, bem como se percebeu que a entidade é madura em seu trabalho e eficaz quanto ao desenvolvimento social para as crianças que eles, enquanto abrigo acolheu, e às crianças do bairro do Embaú que também participam das atividades oferecidas pelo lar. Percebeu-se também que o lar possui pouca visibilidade quanto aos seus projetos e a sua atuação, e que necessita de maior conhecimento social para que se dê continuidade em seu processo de crescimento e soluções para os problemas sociais. Dessa forma, infere-se que, embora atue com o empreendedorismo social, é pouco reconhecida por isso, e necessita de visibilidade social, que se pode auferir por meio de uma maior promoção e divulgação da mesma, se utilizando de meios tecnológicos como um site e redes sociais.

PALAVRAS-CHAVE: empreendedorismo social, terceiro setor, tecnologia social, divulgação

INTRODUÇÃO

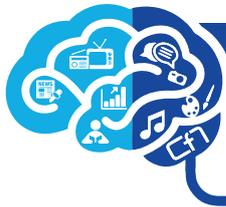
Muitas famílias que vivem em situação de risco e pobreza se desesperam sem saber como se dará o futuro dos filhos, e os levam aos abrigos de proteção às crianças com a pretensão de que tenham oportunidades e uma família que possa dar a eles o que necessitam. O motivo mais comum de abrigamento se refere às condições socioeconômicas, especialmente a pobreza, tendo como a principal dificuldade, o retorno de crianças e adolescentes abrigados para suas famílias. (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada). Outro ponto relevante que levam crianças à abrigos é a violência dentro de casa, gerada por diversas causas que entre elas está, segundo Araújo (2002), “as imensas desigualdades econômicas, sociais e culturais, a disseminação das drogas, o desemprego, ou mesmo os efeitos perversos da chamada cultura de massa.” Entra então em cena o Conselho Tutelar e Ministério Público que se julgarem necessário, encaminham essas crianças e adolescentes que sofrem dessas realidades aos abrigos. E esse tipo de abrigo é pertencente ao terceiro setor, que é composto de entidades sem fins lucrativos e não governamentais, tal como o lar das crianças Padre João Benevides. A proposta estudada foi a verificação dos propósitos, atuação, e relevância social da entidade, verificando se a mesma se encaixa no perfil de empreendedorismo social, observando como a tecnologia e a gestão auxilia no processo de apoio aos excluídos e necessitados.

OBJETIVOS

Objetivou-se compreender o empreendedorismo social através de um estudo de caso no Lar das Crianças Padre João Benevides na cidade de Cachoeira Paulista/SP. Compreendendo o conceito da gestão empreendedora social e sua efetiva realidade em uma entidade de proteção às crianças, verificando a pertença ao terceiro setor e a existência de tecnologia social em suas atividades.

METODOLOGIA

A pesquisa se deu como forma de estudo de caso. Realizou-se primeiramente a pesquisa bibliográfica com uma revisão de literatura, como finalidade de adquirir embasamento e solidificar a fundamentação teórica, posteriormente realizou-se a visita à entidade para fim de observação do local, das atividades e da atuação cotidiana. Foi realizada também a entrevista pessoal e semiestruturada na



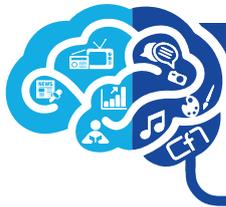
entidade, para o levantamento de dados, e realizou-se a pesquisa documental. Descreveu-se então todos os pontos importantes notados referente a entidade, para assim propor uma melhor promoção e divulgação da entidade, de modo a ajudá-la a empreender socialmente de forma mais eficaz trazendo maior reconhecimento social.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Constatou-se que o lar das crianças Padre João Benevides é um abrigo de proteção às crianças, que tem por missão o atendimento de crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social, ou que estejam em situações de vínculos rompidos, bem como, oferecer atendimento para as famílias, visando a reintegração familiar e a convivência comunitária. Os trabalhos são articulados junto à órgãos públicos através de encaminhamentos do Poder Judiciário e Conselho Tutelar, sem perder a identidade enquanto organização sem fins lucrativos e não governamental, sendo a entidade constituída juridicamente como associação privada. No lar é realizado um trabalho de acolhimento institucional para com crianças de zero a dezoito anos, levando a elas regras, rotina, e recreação de modo a parecer o mais próximo de uma casa com uma família normal e também oferece um serviço social voltado para todas as crianças que residem no bairro do Embaú, abrindo a casa para a participação, durante a semana, destas crianças. Este projeto socioeducativo é chamado de “Arte de Educar”, que oferece atividades como: aulas de canto, de violão, de artesanato com o material que a própria entidade recicla, aulas de inglês, educação física, capoeira, informática, reforço escolar, dança e teatro. São realizados na entidade, eventos beneficentes em prol da manutenção da casa e do investimento de novas tecnologias sociais e aperfeiçoamento das tecnologias já existentes. Pôde-se então com esses dados obtidos através da entrevista, levantar informações necessárias para a definição do modelo estrutural da entidade, e pôde-se discernir se a mesma atua como uma organização empreendedora tradicional ou empreendedora social. Respondeu-se por fim, o questionamento abordado na problemática sobre o tema empreendedorismo social na entidade lar das crianças Padre João Benevides através da comparação entre os dados obtidos com o Quadro 1 onde se percebeu a diferença existente entre a ação de um empreendedor de negócios, que visa o lucro e promoção da empresa, e um empreendedor social que visa ajudar o próximo e tenta resolver os problemas sociais e com o Quadro 2 onde se pôde observar como há diferenças de organização e estruturação do empreendedorismo tradicional para o empreendedorismo social. Desta forma, infere-se que, o empreendedorismo social é presente na entidade e as ações são maduras para o bom desenvolvimento da mesma, bem como para servir de modelo à outras entidades para que possam desenvolver o empreendedorismo social. Obteve-se também a resposta quanto a pertença da entidade ao terceiro setor, verificando-se, por meio da pesquisa documental, que o lar é uma associação, portanto, pertencente ao terceiro setor que, segundo Albuquerque (2006) deve ser constituído por associações, fundações, instituições religiosas ou igrejas, organizações filantrópicas, ONG’s, movimentos sociais organizados e éticos, fundações empresariais e empreendimentos sem fim lucrativos. Averiguou-se também a existência da tecnologia social no Lar das Crianças Padre João Benevides na ação social “Arte de Educar” que é uma inovação realizada para o bem comum. Por fim, foi levantada a proposta de divulgação e promoção do Lar das Crianças Padre João Benevides em um site e nas redes sociais, a fim de fazê-los exemplo de empreendedorismo social para outras entidades que precisem desses exemplos de atuação para se desenvolver, e a fim de promover o conhecimento da sociedade acerca do lar, de sua atuação, e aumentar o anseio social de ajuda e de solidariedade nas pessoas para com esse tipo de entidade, principalmente para com o lar das crianças Padre João Benevides.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme ideia central do estudo, pôde-se perceber que o empreendedorismo social é uma forma mais organizada para estruturação de uma entidade de terceiro setor, pois, se utilizando desse método é possível a criação de novas oportunidades de melhoria social. O empreendedorismo social gerencia os valores, com foco na busca de solução dos problemas sociais e pensando na coletividade, no bem comum, e não apenas pensando em atender uma pessoa ou em se atingir o lucro. Isso é considerado um benefício social, pois com entidades assim há geração de desenvolvimento social constante, que no futuro, fará a diferença para a sociedade e para o planeta. Percebeu-se que o lar das crianças Padre João Benevides é uma entidade que visa o bem-estar das crianças que lá se encontram e que anseia por inovações que solucionem os problemas sociais pelos qual eles vivem, e que é comum na sociedade. Assim, buscam pelas soluções com organização, inovações e humanidade, fazendo com que as atividades por eles promovidas sejam de desenvolvimento social e humano, podendo ser exemplo de atuação para outras entidades que tem o mesmo anseio pelas soluções sociais. E conjuntamente percebeu-se que uma maior divulgação dos trabalhos pela entidade realizados abriria portas para novos parceiros, novos



voluntários, novas tecnologias sociais e maior desenvolvimento do lar através de doações e ajudas voluntárias, advindas do reconhecimento da sociedade pela entidade, e gerando desenvolvimento social das outras entidades dessa linha do terceiro setor servindo de modelo mais acessível de empreendimento social.

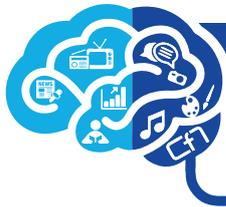
LITERATURA CITADA

ALBUQUERQUE, A. C. C. Terceiro Setor: História e Gestão de Organizações. 2 ed. São Paulo: Summus, 2006. 151 p.

DE FÁTIMA ARAÚJO, M. Violência e abuso sexual na família. *Psicologia em estudo*, Maringá, v. 7, n. 2, jul./dez. 2002. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/pe/v7n2/v7n2a02.pdf>> Acesso em: 02 nov. 2015.

IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada). O DIREITO À CONVIVÊNCIA FAMILIAR E COMUNITÁRIA: OS ABRIGOS PARA CRIANÇAS E ADOLESCENTES NO BRASIL. Brasília, 2005. Disponível em: <<http://www.mobilizadores.org.br/wp-content/uploads/2014/05/texto-5363c7294cd5c.doc>> Acesso em: 25 set. 2015.

JÚNIOR, A. S.; BEILER, G. e WALKOWSKI, M. Empreendedorismo social e responsabilidade social: uma abordagem conceitual. 2011. Disponível em: <http://www.convibra.com.br/upload/paper/adm/adm_2914.pdf> Acesso em: 13 out. 2015.



Quadro 1: Diferença entre empreendedorismo empresarial e empreendedorismo social.

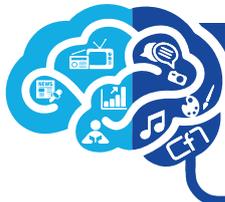
Empreendedorismo empresarial		Empreendedorismo social	
1. É individual		1. É coletivo	x
2. Produz bens e serviços		2. Produz bens e serviços à comunidade	x
3. Tem o foco no mercado		3. Tem o foco na busca de soluções para os problemas sociais	x
4. Sua medida de desempenho é o lucro		4. Sua medida de desempenho é o impacto social	x
5. Visa satisfazer necessidades dos clientes e ampliar as potencialidades do negócio		5. Visa respeitar pessoas da situação de risco social e promovê-las	x

Fonte: MELO NETO e FROES, 2002, p. 11 (apud. JÚNIOR, BEILER E WALKOWSKI, 2011)

Quadro 2. Comparação entre organizações sociais tradicionais e empreendedoras.

Organização social tradicional		Organização social empreendedora	
Estatuto e regras direcionadas		Missão direcionada	x
Hierarquia		Time/trabalho orientados	x
Especialização de responsabilidade		Integração de responsabilidade	x
Controle centralizado		Descentralização/empowerment	x
Contabilidade conforme as regras		Contabilidade conforme os resultados	x
Foco no que é melhor para a organização		Foco no que é melhor para o cliente	x
Ênfase nos programas		Ênfase no centro das competências	x
Valor uniforme		Valor flexível	x
Qualidade baseada no padrão profissional		Qualidade indo ao encontro ou excedendo as expectativas do cliente	x
Gerenciamento dos custos		Gerenciamento dos valores	x
Ordem de serviço exclusiva		Escolha e competição	x
Dependente de recursos		Financeiramente auto-suficiente	x
Tentar ser todas as coisas para todas as pessoas		Nicho-orientado	x

Fonte: OLIVEIRA, 2004 (apud. JÚNIOR, BEILER E WALKOWSKI, 2011)



UTILIZAÇÃO DE SOFTWARE DE CÓDIGO FONTE ABERTO PARA MONITORAMENTO EM TEMPO REAL DE UMA LOJA VIRTUAL

Gustavo Henrique Borges(1), Prof. Ms. André Alves Prado(2)

¹ Aluno do curso de Administração na Faculdade Canção Nova, Cachoeira Paulista – SP. CEP: 12630-000. e-mail: gustavo@ginfotec.com

² Professor na Faculdade Canção Nova, Cachoeira Paulista – SP. Orientador. E-mail: prado@usp.br

RESUMO: O presente artigo tem como finalidade demonstrar, que, independente do tipo da empresa, faz-se necessário o controle financeiro para atingir as metas e objetivos planejados. Com o crescimento das organizações e a globalização tomando cada vez mais conta do mercado, as empresas necessitam tomar decisões em um curto espaço de tempo para que consigam se manter no mercado competitivo. Por esse motivo, a utilização de uma ferramenta para o monitoramento e a demonstração de resultados em tempo real, torna-se importante para o cumprimento das metas, proporcionando ao gerente maior facilidade na tomada de decisão com as informações disponibilizadas, além de permitir a execução de ações para melhoria ou acompanhamento. Para elaboração deste trabalho foram utilizadas pesquisas em artigos científicos e livros de autores conceituados como referência bibliográfica. As informações construídas consideram-se importantes para a mensuração e controle da coesão dos dados, utilizando-se de recursos gratuitos disponibilizado através de um programa de computação de Código Fonte Aberto, que contempla um sistema para o monitoramento que não implica em recursos financeiros para aquisição de licenças ou qualquer tipo de valor de investimento, considerando inclusive o Comércio Eletrônico, escolhido como fator principal em em função da crescente evolução além de ser para algumas empresas o ramo mais importante para obtenção de clientes potenciais atrelado à lucratividade para a sobrevivência empresarial. Após análise, conclui-se que é viável e favorável para a organização o desenvolvimento de relatórios em tempo real para o auxílio nas tomadas de decisões, podendo tornar a empresa otimizada em relação as ações, uma vez que sobrarão mais tempo hábil o desenvolvimento das novas estratégias organizacionais.

PALAVRAS-CHAVE: Comércio Eletrônico, Controle Financeiro, Tempo Real, Código Fonte Aberto

INTRODUÇÃO

O bom administrador precisa ser eficaz, e para isso é necessário um monitoramento financeiro que pode vir a ser realizado em tempo real, para que as tomadas de decisões não demorem muito a acontecer. Snell e Bateman (2006, p. 17), afirmam que “a função do controle é a que garante o cumprimento da meta,” por isso o controle em tempo real favorecerá o alcance das metas.

As empresas nos dias atuais se utilizam de relatórios gerenciais para acompanhar o processo de venda, fluxo de caixa, controle de estoque, entre outras informações. Para a empresa é importante saber o que está acontecendo nas bases operacionais e financeiras para que suas metas e objetivos possam ser alcançados.

Assim sendo, propõe-se uma ferramenta de código fonte aberto para que a visualização dos relatórios de vendas de um Comércio Eletrônico sejam entregues em tempo real proporcionando uma tomada de decisão mais eficaz e precisa. Segundo Rosa (2004), softwares de código aberto são ferramentas disponibilizadas gratuitamente para que a comunidade possa utilizar dos benefícios que a ferramenta gera.

Como o avanço da Tecnologia e a Globalização influenciaram as empresas tornando-se possível a utilização dos dados armazenados, uma vez que eles são centralizados em sistemas, faz-se possível a visualização em relatórios desses dados.

OBJETIVOS

Torna-se o objetivo principal do presente trabalho, analisar a viabilidade de uma ferramenta de código fonte aberto para o controle financeiro em tempo real de relatórios de vendas de um comércio eletrônico, garantindo o monitoramento e o controle das variáveis apresentadas. Afirma-se cada vez mais que esse controle não pode ser feito de qualquer forma e é preciso agilidade para a tomada de decisão.

METODOLOGIA

Este trabalho terá como metodologia: a revisão bibliográfica com pesquisa em livros, artigos científicos e revistas acadêmicas, afim de, fundamentar e mostrar a importância do controle financeiro,



seu surgimento e suas principais características, a utilização do código aberto e as vantagens do tempo real.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para Bekara (2014) o comércio eletrônico gera nas empresas atuais a necessidade de estarem presentes digitalmente na rede, pois dessa forma conseguem se tornar competitivas na Era da Informação. Para o autor, o fato da empresa não estar nos meios digitais pode-se vir a perder muitas vendas, tornando-se assim defasada.

Conforme a empresa especializada em informações de comércio eletrônico no Brasil E-BIT (2015), o setor no ano de 2014 movimentou 38,8 bilhões de reais, com um crescimento estimado em 24% em relação ao ano anterior, chegando ao total de 51.5 milhões de consumidores únicos. Estima-se que o ano de 2015 alcance a meta 41,2 bilhões de reais em vendas no comércio eletrônico no Brasil.

Doip (2015), a diferença fundamental entre os programas de código fonte aberto e pagos é, a liberdade de direitos adquirido pelos utilizadores. Diferente dos programas pagos, os programas livres é a liberdade de executar o programa para qualquer uso, estudar as suas funcionalidades e o mais importante a liberdade de melhorar o programa e conseqüentemente, publicá-lo junto a comunidade que o fornece de forma gratuita.

A ferramenta escolhida é o Pentaho que, segundo Fernandes (2012, p. 57), “[...] é um software (um programa de computador) de código aberto para inteligência empresarial, desenvolvido em Java (uma linguagem de programação de computador).”

Junto com um conjunto de ferramentas disponíveis é possível observar os resultados de uma forma única, e tendo uma visão do todo da empresa, conforme afirma Fernandes (2012).

Pentaho: uma ferramenta de código fonte aberto, disponível para Download no site <http://community.pentaho.com>, a mesma possui também um serviço pago, em que o cliente adquire também um pacote de Suporte, porém é possível obter o mesmo resultado com a ferramenta totalmente gratuita, basta um profissional qualificado para trabalhar com a ferramenta.

Os gráficos demonstrados nas próximas figuras, são somente ilustrativos com valores e informações simbólicas.

Na Figura 1, um modelo de gráfico em barras, que faz o comparativos entre 3 anos de 7 produtos da quantidade vendida em uma loja virtual:

O gráfico em formato pizza, Figura 2, demonstra a quantidade de produtos vendidos durante o mesmo ano, ao qual pode-se observar a fatia da venda perante ao total vendido:

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com esse controle financeiro ocorrendo, será possível traçar metas e objetivos cada vez mais precisos. E é por meio dele que a empresa saberá exatamente em que patamar se encontra e como está seu aspecto financeiro e alcance de vendas.

O objetivo do tempo real é trazer mais agilidade para que a empresa tenha a tomada de decisão mais rápida, pois no mundo as coisas acontecem muito rápido, não se pode ter a morosidade para os relatórios ficarem prontos, para somente assim, se reunir com a equipe e apenas depois tomar alguma decisão.

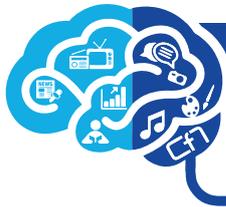
A ferramenta gratuita apresentada nesse projeto, tem objetivo diminuir os custos com licenças e demais encargos naturais de programas que são pagos para serem utilizados, sem contar que o programa de código fonte aberto tem o poder de tornar as coisas cada vez mais colaborativas entre os setores da empresa.

Com a aplicação desse projeto tornou-se possível a obtenção de um resultado esperado nos relatórios da empresa para auxílio na tomada de decisão para o cumprimento da meta estipulada.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a minha esposa, Gabriela José Machado Borges, que me ajudou e me apoiou em cada passo durante toda a graduação e aos meus professores que me ajudaram a obter conhecimento suficiente e impulsionaram cada vez mais com desafios, afim de extrair o máximo que fosse necessário para o bom entendimento do conteúdo transmitido e de forma especial, ao meu orientador que teve todo cuidado auxiliando na construção desta apresentação.

LITERATURA CITADA



SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA
da Faculdade Canção Nova

BEKARA, Dari Kheira. Proteção dos dados pessoais do utilizador dentro do e-commerce. 2014. 229f. Tese (Doutorado). - Telecom Sudparis & Universidade Pierre e Marie Curie. Paris, França, 2014. Disponível em: <https://tel.archives-ouvertes.fr/file/index/docid/923175/filename/ThA_se_BEKARAKheira_01_2013_Final.pdf>. Acesso em: 14 out. 2015.

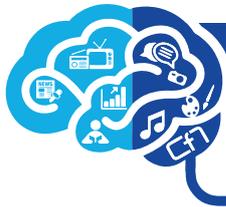
DOIP, Balla. O efeito da estratégia de programas (ERP Open Source vs ERP Comercial) sobre o desenvolvimento do capital humano das PME. 2015. 429f. Tese (Doutorado) – Universidade Laval. Quebec, Canadá. 2015. Disponível em: <<http://www.theses.ulaval.ca/2015/31337/31337.pdf>>. Acesso em: 15 de out. 2015.

EBIT. Disponível em: <<https://ebit.com.br/>>. Acesso em: 13 out. 2015.

FERNANDES, Ararigleno Almeida. Proposta de aplicação de ontologia através de mapas conceituais e uso de algoritmos de preditividade para uma solução de Business Intelligence. 2012. xii, 212 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia Elétrica) - Universidade de Brasília, Brasília, 2012. Disponível em: <<http://repositorio.unb.br/handle/10482/12033>>. Acesso em: 23 abr. 2015.

ROSA, António Machado. A filosofia do código-fonte aberto: de Richard Stallman a LINUX. Revista Científica FLUP – Faculdade de Letras da Universidade de Porto. Porto. Fev 2004. Disponível em: <<http://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/74557/2/63638.pdf>>. Acesso em: 02 de out. 2015.

SNELL, Scott A.; BATEMAN, Thomas S. Administração novo cenário competitivo. 2º ed. São Paulo: Atlas, 2006. 696p.



SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA da Faculdade Canção Nova

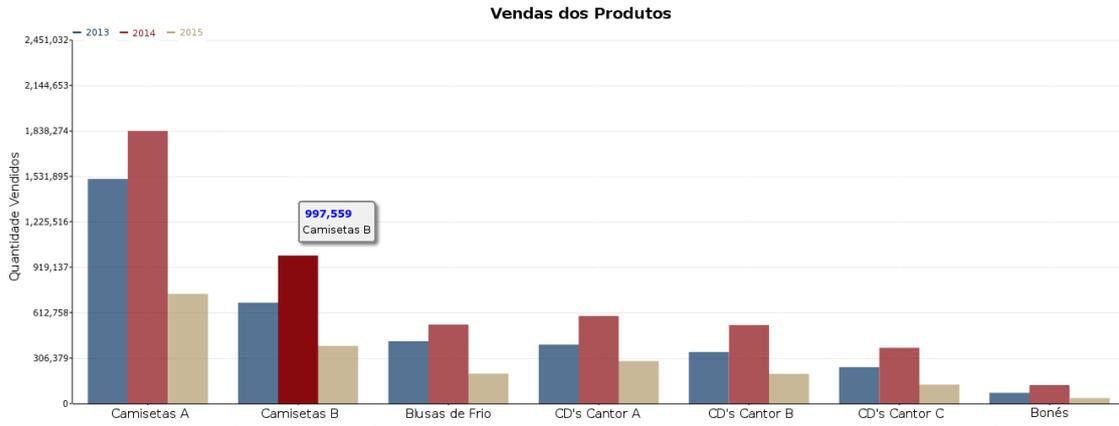


Figura 1: Modelo apresentado para demonstração de como seria os gráficos utilizando-se de barras.

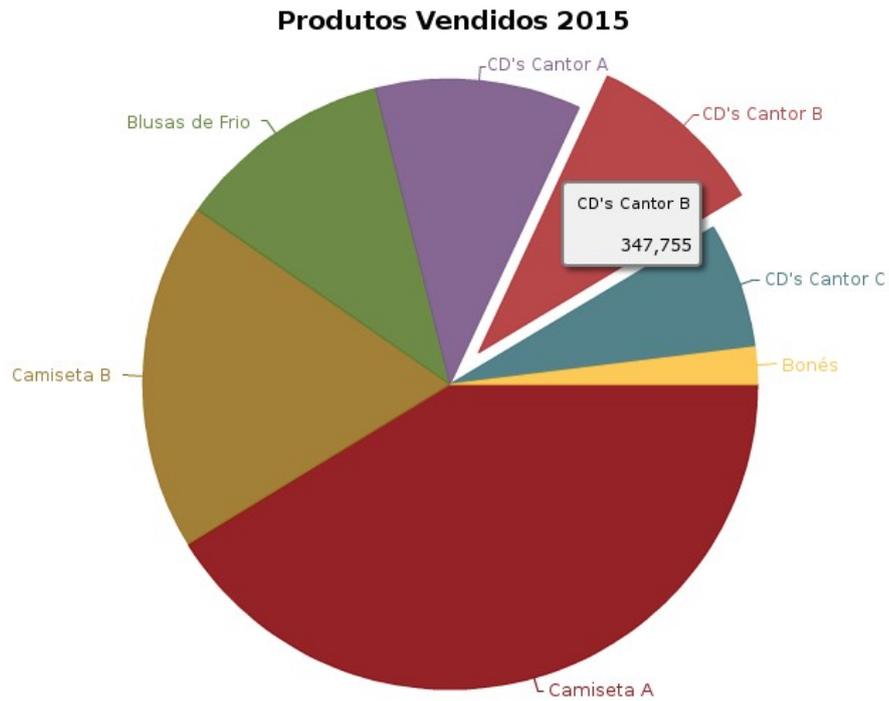


Figura 2: Modelo apresentado para demonstração de como seria os gráficos utilizando-se de pizzas.



A IMPORTÂNCIA DA GESTÃO AMBIENTAL EM UMA INSTITUIÇÃO PÚBLICA DE ENSINO SUPERIOR PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Joel Quintanilha de Siqueira (1), André Alves Prado (2).

¹ Aluno do curso de Administração da FCN, Cachoeira Paulista-SP. CEP: 12630-000. e-mail: jqinsiqueira@yahoo.com.br

² Professor da FCN - Cachoeira Paulista-SP. Orientador. e-mail: pradousp@gmail.com

RESUMO: A Gestão Ambiental é tema de grandes discussões mundiais envolvendo muitos países. Esse fato e as tecnologias atuais disponíveis, a globalização, as normas regulamentadoras e técnicas administrativas, contribuem com o desenvolvimento sustentável. Acredita-se que tudo isso tornou-se praticamente uma cartilha com a finalidade de conscientizar a sociedade e direcionar as estratégias e planejamentos das organizações para a sustentabilidade. Com o crescimento econômico impactando diretamente no meio ambiente, principalmente no uso de recursos naturais para a produção, e com a sociedade mais consciente e exigente, entende-se que as organizações chegaram a conclusão que não basta somente a qualidade do produto, mas também precisavam melhorar os processos de produção com menos impacto possível. O presente artigo é fruto de pesquisas bibliográficas, consultas em revistas especializadas, em sites confiáveis da internet e um estudo de caso em uma Instituição de Ensino Superior no Vale do Paraíba, Estado de São Paulo, destacando palestras e cursos destinados aos servidores, produção de bens duráveis, recolhimento de reciclados, praticas corretas de descarte, destinação e tratamento correto de resíduos. Desta forma conclui-se que a Instituição de Ensino Superior contribui com o meio ambiente que está cada vez mais sendo destruído, podendo ser exemplo a ser seguido por outras organizações.

PALAVRAS-CHAVE: gestão ambiental, desenvolvimento sustentável, conscientização.

INTRODUÇÃO

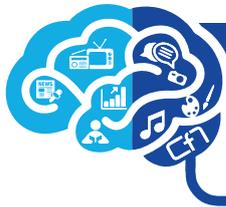
Durante muito tempo a sociedade e principalmente as organizações culturalmente viam os danos ambientais como processos naturais e necessários para o desenvolvimento da economia e da sociedade. Mas a partir do século XX essa consciência veio se desfazendo pelo fato do tema Gestão Ambiental fazer parte das discussões mundiais em conferências, envolvendo muitos países desenvolvidos e outros em desenvolvimento. De forma geral, os países e organizações começaram a entender que as medidas de proteção ambiental não foram inventadas para impedir o desenvolvimento, mas sim para orientá-los, e que em seus estudos de desenvolvimento tecnológico criaram modelos de avaliação do impacto de custos e benefícios ambientais, e com isso tendo como ação novas diretrizes estratégicas, baseando-se nas normas regulamentadoras e leis de política ambiental, mantendo ou repondo os recursos naturais, buscando um modelo que atenda o desenvolvimento sustentável para se manter-se competitivo no atual mercado globalizado. Acredita-se que muitas organizações atuais sabem da importância da gestão ambiental e do desenvolvimento sustentável, porque são temas que estão cada vez mais sendo discutidos mundialmente, por esse fato se voltam a ter mais controle e ênfase nas suas ações, isso condiz com a citação de Prado (2014, p. 53), “Cabe enfatizar que existe como manter o ciclo do crescimento humano e econômico, mas deve haver sustentabilidade ambiental neste processo”. Entende-se que o resultado desse trabalho possa contribuir com a conscientização da sociedade, que hoje está cada vez mais exigente, e a preocupação ecológica tem ganhado um destaque importante e significativo pela sua relevância na qualidade de vida da população mundial atual e para as gerações futuras.

OBJETIVOS

Objetivou-se entender se a Gestão Ambiental nas organizações, além de estar regular perante as normas e contribuindo com o desenvolvimento sustentável, se faz parte do planejamento estratégico como um investimento rentável com retorno á longo prazo.

METODOLOGIA

Realizou-se um estudo de caso em uma Instituição pública de Ensino Superior, destacando a aplicação da gestão ambiental visando-a minimizar os impactos ambientais dentro da instituição e na sociedade em sua volta, tendo como principal objetivo a participação e construção de novas políticas ambientais da unidade, além de gerar sentimento de reflexão para possíveis mudanças de atitudes com relação a sustentabilidade.



RESULTADOS E DISCUSSÃO

Acredita-se que o objetivo dessa pesquisa foi alcançado, pois os dados apresentados no Estudo de Caso comprovam que a IES, além estar regular perante as leis ambientais contribuindo com o desenvolvimento sustentável, deixa claro que a gestão ambiental faz parte do seu planejamento estratégico, tendo ciência que o investimento é rentável com resultado em longo prazo, citando como exemplo, o desenvolvimento e uso das canecas duráveis, que com essa ação, a instituição tem um custo inicial, mas posteriormente não tem mais o custo adicional com as aquisições de milhares de copos descartáveis. Entende-se que os resultados da pesquisa foram alcançados, pois fica nítido que a gestão ambiental, além de contribuir com o meio ambiente, torna-se um negócio rentável, e a responsabilidade ambiental é sim um diferencial competitivo perante aos concorrentes, pois os resultados beneficiam a sociedade e proporciona destacar ainda mais a IES na sociedade, tudo isso vem ser confirmado com a citação de DIAS (2011), a empresa que adota em seu planejamento essas estratégias, buscando a excelência ambiental, pode se tornar líder em termos ambientais, e garantir um melhor posicionamento no mercado em relação aos concorrentes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com os resultados alcançados, considera-se que é muito importante a sociedade e principalmente as organizações terem a consciência ecológica, as boas e as novas atitudes para manter a sustentabilidade devem ser constantes, preservando os recursos naturais, reciclando e reutilizando tudo que for possível extraído do meio ambiente. As organizações entende-se que têm uma responsabilidade maior, pois são elas que degradam a maior parte do meio ambiente e o resultado impacta diretamente na sociedade. Gestos para manter o meio ambiente sustentável são favoráveis à vida para essa e futuras gerações.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus, a minha família, a instituição FCN e ao Prof. Ms. André Alves Prado pela oportunidade, incentivo e ajuda na realização desse Trabalho.

LITERATURA CITADA

DIAS, R. **Gestão Ambiental: Responsabilidade Social e Sustentabilidade**. 2º ed. São Paulo: Atlas, 2011.

PRADO, A. **Educação Ambiental**. 1º ed. Rio de Janeiro: Quártica Premium, 2014.



Figura 1 – Caneca Durável
Fonte: O Autor (2015)

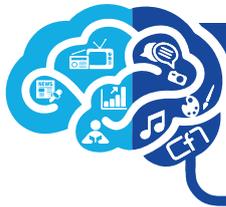


Figura 2 – Papa Pilhas e Baterias
Fonte: O Autor (2015)



Figura 3 – Estação de Tratamento de Efluentes
Fonte: O Autor (2015)



EMPREENDEDORISMO SOCIAL E INOVAÇÃO SOCIAL: UM ESTUDO DE CASO DAS EXPERIÊNCIAS DO PROJETO CASA DO BOM SAMARITANO EM CACHOEIRA PAULISTA(1)

Luiz Fernando da Silva Gusmão(2), Maria de Fátima Soares de Oliveira(3), Micheline Maria Pereira da Silva(4), Milena Aparecida Nunes do Prado Campos(5), Monique Barbosa do Prado(6), Ronaldo Batista Soares(7), Jackie Soder(8)

¹ Apoio: Fundação João Paulo II (FJPII)

² Aluno do 6º período de Administração da Faculdade Canção Nova

³ Aluna do 6º período de Administração da Faculdade Canção Nova

⁴ Aluna do 6º período de Administração da Faculdade Canção Nova

⁵ Aluna do 6º período de Administração da Faculdade Canção Nova

⁶ Aluna do 6º período de Administração da Faculdade Canção Nova

⁷ Aluno do 6º período de Administração da Faculdade Canção Nova

⁸ Professor do curso de Administração da Faculdade Canção Nova - Orientador

RESUMO: Objetivou-se compreender o empreendedorismo e a inovação social dentro do Projeto Casa do Bom Samaritano na cidade de Cachoeira Paulista. É apresentado o conceito de empreendedorismo e inovação social, bem como feita uma análise do perfil do projeto Casa do Bom Samaritano, que trabalha no acolhimento de andarilhos. Pretende-se, após o estudo, comparar as experiências vividas pela entidade com as características de empreendedorismo e inovação social a fim de poder dizer se a entidade é uma empreendedora social ou não e se as atividades desenvolvidas por ela têm características de inovação social ou não. E por fim, propor possíveis soluções para melhoria de problemas que por ventura venham a ser encontrados. Através da análise dos relatórios disponibilizados pela instituição dos anos 2010 a 2014 e da visita realizada acompanhada de um relatório de pergunta pré-elaborados conclui-se que a entidade é uma organização social embora com traços de uma organização tradicional seu tipo de empreendedorismo é totalmente social e que as experiências desenvolvidas tem características de inovação social. Nota-se que a entidade é pouco vista internamente e externamente. Conclui-se que, para que a Instituição tenha uma maior visibilidade são necessárias ações publicitárias no que diz respeito às atividades da entidade para gerar mais conhecimento deste Projeto

PALAVRAS CHAVE: terceiro setor, empreendedorismo social, inovação social.

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo social é novo em sua atual configuração, mas na sua essência já existe há muito tempo (OLIVEIRA 2004). Segundo Rouere e Padua, (2001) constituem a contribuição efetiva de empreendedores sociais inovadores cujo protagonismo na área social produz desenvolvimento sustentável, qualidade de vida e mudança de paradigma. O projeto Casa do Bom Samaritano, em Cachoeira Paulista, faz parte da Rede de Desenvolvimento Social Canção Nova, trabalhando no acolhimento de andarilhos advindos de vários lugares e cidades, são indivíduos que percorrem longas distâncias a pé pelas rodovias do país com um saco às costas, onde carregam todos os seus pertences, sem destino certo, praticamente esquecidos pelas instituições públicas e filantrópicas. A Instituição desenvolve várias atividades de cunho social envolvendo os andarilhos acolhidos por ela e também famílias vulneráveis da cidade de Cachoeira Paulista/SP.

Este projeto de pesquisa visa, através de um estudo de caso, compreender o empreendedorismo social dentro do projeto Casa do Bom Samaritano procurando características que a identifiquem como uma empreendedora social. Por outro lado também irá analisar as experiências desenvolvidas a fim de encontrar características de inovação social. A entidade pode ser considerada uma entidade de empreendedorismo social? Os projetos desenvolvidos pela entidade podem ser caracterizados como inovação social?

Pretende-se, após o estudo, comparar as experiências vividas pela entidade com as características de empreendedorismo e inovação social a fim de poder dizer se a entidade é uma empreendedora social



SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA da Faculdade Canção Nova

ou não e se as atividades desenvolvidas por ela têm características de inovação social ou não. Pretende-se também identificar características de empreendedorismo social e inovação social dentro do projeto. Após análise, identificar possíveis problemas e propor soluções para os mesmos ou até disseminar para outros projetos da região experiências de sucesso vivenciadas no projeto Casa do Bom Samaritano, a fim de aumentar o efeito transformador na vida dos andarilhos e mais necessitados. O estudo se faz relevante devido ao alto índice de andarilhos presentes nas estradas que cortam os estados do Rio de Janeiro, São Paulo e Minas Gerais. Por estar localizada no Vale do Paraíba no estado de São Paulo, próximo à divisa dos estados, deu-se importância do projeto Casa do Bom Samaritano, na vida de pessoas vulneráveis e incapazes de sozinhos saírem dessa condição indigna.

OBJETIVOS

Compreender o empreendedorismo e a inovação social dentro do Projeto Casa do Bom Samaritano na cidade de Cachoeira Paulista através de um estudo de caso.

Objetivo Específico

- Conceituar o empreendedorismo Social e suas características;
- Conceituar a inovação social e suas características;
- Conhecer e entender o projeto Casa do Bom Samaritano e suas experiências;
- Comparar suas características com as características de empreendedorismo social e inovação social.

METODOLOGIA

Para embasar este estudo, compreendendo assim o que acontece na Casa do Bom Samaritano, foi elaborado um roteiro de perguntas para uma visita técnica ao local tendo o acompanhamento do coordenador orientador do Projeto. Para a realização desta visita foi feito um contato prévio com a responsável e agendado um encontro para dia 28 de Setembro. Pretende-se com esta visita e após, analisar os dados coletados na entrevista identificar possíveis problemas ou dificuldades que impeçam a entidade de desenvolver suas atividades de forma que alcance seus objetivos. O método utilizado para a realização desta pesquisa é um estudo de caso. Método é um conjunto de processos pelos quais se torna possível conhecer uma determinada realidade, produzir determinado objeto ou desenvolver certos procedimentos ou comportamentos (OLIVEIRA,1999). A pesquisa vai mostrar quais aspectos serão abordados e qual o perfil da pesquisa realizada que por sua vez pode ser um estudo de caso, uma pesquisa documental, uma pesquisa qualitativa ou quantitativa. Segundo Rampazzo (2010) o estudo de caso é a pesquisa sobre um determinado indivíduo família, grupo ou comunidade para examinar aspectos variados de sua vida. Trata-se de uma abordagem metodológica de investigação quando se busca compreender ou explorar fatos e contextos complexos, nos quais estão envolvidos vários fatores. No presente trabalho realizaremos também a pesquisa documental, pois será através dela que se levantarão dados para iniciar e comprovar a importância do objeto em estudo. Na presente pesquisa foi utilizado como base para elaboração de questionário e levantamento de dados o relatório de atividades dos últimos quatro anos da instituição pesquisada. Além da pesquisa documental será utilizada a pesquisa qualitativa e quantitativa.

RESULTADOS

Ao analisar o tipo de empreendedorismo praticado pela Casa do Bom Samaritano percebe-se que 100% das respostas indicaram que é uma entidade de empreendedorismo social conforme mostra a Tabela 2 abaixo:

Quadro 2 - Diferenças entre Empreendedorismo Empresarial e Empreendedorismo Social

EMPRESARIAL	SOCIAL
() 1.É individual (Cancelada)	(X) 1. É coletiva
() 2. Produz bens e serviços	(X) 2. Produz bens e serviços à comunidade
() 3. Tem o foco no mercado	(X) 3. Tem o foco na busca de soluções para os problemas sociais



SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

da Faculdade Canção Nova

<input type="checkbox"/> 4. Sua medida de desempenho é o lucro	<input checked="" type="checkbox"/> 4. Sua medida de desempenho é o impacto social
<input type="checkbox"/> 5. Visa a satisfazer necessidades dos clientes e a ampliar as potencialidades do negócio	<input checked="" type="checkbox"/> 5. Visa a respeitar pessoas da situação de risco social e a promovê-las

Fonte: Melo Neto e Froes (2002 p. 11).

Outro tipo de análise realizada no roteiro de perguntas pré-elaborado foi para saber se a entidade é uma Organização Social Tradicional ou Empreendedora. Nota-se a partir das respostas do questionário que a entidade é uma organização social empreendedora com traços tradicionais. 67% das respostas indicam que ela é uma organização social empreendedora, os outros 33% indicam que ela ainda é tradicional conforme mostra a Tabela 3, abaixo:

Quadro 3 - Organizações Sociais Tradicionais e Empreendedoras

TRADICIONAIS	EMPREENDEADORAS
<input type="checkbox"/> 1. Hierarquia	<input checked="" type="checkbox"/> 1. Time/trabalho orientado
<input type="checkbox"/> 2. Controle centralizado	<input checked="" type="checkbox"/> 2. Descentralização
<input type="checkbox"/> 3. Foco no que é melhor para a organização	<input checked="" type="checkbox"/> 3. Foco no que é melhor para o cliente
<input type="checkbox"/> 4. Ênfase nos programas	<input checked="" type="checkbox"/> 4. Ênfase no centro de competências
<input checked="" type="checkbox"/> 5. Dependente de recursos	<input type="checkbox"/> 5. Financeiramente auto-suficiente
<input checked="" type="checkbox"/> 6. Tentativa de ser todas as coisas para todas as pessoas	<input checked="" type="checkbox"/> 6. Nicho orientado

Fonte: Melo Neto e Froes (2002 p. 11).

Propõe-se ao departamento de Recursos Humanos que promova e incentive a todos que fazem parte desta Obra a dedicarem um momento no seu horário de trabalho para fazer a experiência de estar na Casa do Bom Samaritano tendo a oportunidade de viver diretamente a essência do projeto, favorecendo para que os colaboradores cresçam com visões humanitárias, quebrem um paradigma de ir ao trabalho, realizar somente o seu serviço que lhe compete e voltar para casa. Sugerimos para isso um *slogan* a ser colocado no Portal Corporativo, no site cancaonova.com que divulgue uma página cancaonova.com/bomsamaritano, a fim de ser acessível a todos e que seja atualizado todo o trabalho realizado na Casa, e também a criação de um adesivo com o *slogan* “Eu sou um Samaritano” para ser colocado em carros de passeio, em vidros de lojas, nas casas, entre outros. Um marketing social trazendo a todos o que há de mais puro no ser humano, o amor e a caridade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

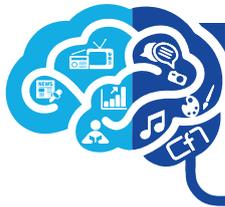
Pode-se constatar após a visita e aplicação de questionário à Casa do Bom Samaritano, que é sim uma empreendedora social. Nota-se que a entidade é uma organização social empreendedora, embora ainda tenha características de uma organização tradicional. Identificou-se também que a experiência desenvolvida pela Instituição tem traços de inovação social. Constatou-se que a Casa do Bom Samaritano, tendo personalidade jurídica com CNPJ próprio, depende totalmente de sua mantenedora, a Fundação João Paulo II (FJPII). Nota-se que a entidade é pouco vista internamente e externamente. Conclui-se que, para que a Instituição tenha uma maior visibilidade são necessárias ações publicitárias no que diz respeito às atividades da entidade para gerar mais conhecimento deste Projeto.

LITERATURA CITADA

OLIVEIRA, E. M. **Empreendedorismo social no Brasil: fundamentos e estratégias**. 2004. Tese (Doutorado). Universidade Estadual Paulista - Unesp, Franca, 2004.

ROUERE, M.; PÁDUA, S. M. **Empreendedores sociais em ação**. São Paulo: Cultura Associados, 2001.

RAMPAZZO, L. **Metodologia Científica**. 5ª edição, abril, ed. Loyola, São Paulo, (2010).



**O COMPROMISSO SOCIAL NA BASE INDUSTRIAL DE DEFESA: VISÃO DA
SOCIEDADE VERSUS REALIDADE**

Plínio Rogel Lemos (1), Denis Duarte (2)

¹ Graduado em Administração pela FCN, Cachoeira Paulista-SP. CEP: 12630-000. e-mail:pliniolegor@gmail.com

² Professor da Faculdade Canção Nova – Cachoeira Paulista-SP. Orientador.

RESUMO: O presente trabalho traz a discussão por parte da problemática avaliação da sociedade em relação ao setor bélico no Brasil. Muitas das vezes esta avaliação é negativa. Pretende-se analisar o compromisso social de uma unidade específica – a Fábrica Presidente Vargas, localizada na cidade de Piquete, no Estado de São Paulo. Como forma metodológica para elaboração da hipótese, além da vasta pesquisa bibliográfica, partiu-se da avaliação da sociedade em relação a alguns aspectos do setor bélico, e, em contrapartida, uma também avaliação por parte da empresa. O modelo dessas avaliações escolhidas foi: o envio de dois questionários. O primeiro a uma amostra de 50 pessoas com perguntas objetivas. E o outro, enviado a própria empresa analisada, com questões discursivas. Os resultados obtidos pelos questionários foram satisfatórios para analisar o comprometimento ou não da fábrica em questão, e assim, das demais fábricas dessa indústria no país, em relação ao necessário compromisso social.

PALAVRAS-CHAVE: Compromisso social, Base Industrial de Defesa, Fábrica Presidente Vargas

INTRODUÇÃO

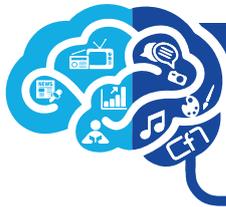
Visto a necessidade de proteger o território de possíveis invasores e controlá-lo, uma vez que a abundância territorial fizeram do Brasil um lugar promissor em produção agrícola, somado a isso a mudança da capital do Brasil situada em Salvador para a cidade do Rio de Janeiro em 1763 e inúmeros projetos direcionados a proteção das fronteiras a possíveis ataques, era necessária a constituição de uma indústria de defesa nacional sem a dependência estrangeira e mais arrojada no Brasil. Partindo desse contexto, segundo Amarante (2004) o ano de 1762 marcou o início das atividades industriais no âmbito das Forças Armadas no território brasileiro, impulsionada pela primeira revolução industrial. Conforme Franco, (2013) a fabricação de material bélico no Brasil começou a dar frutos a partir de 1808, com o desembarque Dom João VI. Neste mesmo período foi inaugurada a Fábrica de Pólvora Negra, da Lagoa Rodrigo de Freitas, na própria cidade do Rio de Janeiro. Em 1824 a mesma foi deslocada para o Distrito de Estrela, na Serra de Petrópolis, onde passou a operar denominando-se de Fábrica da Estrela. Hoje, esta fábrica opera junto às quatro unidades da Indústria de Material Bélico do Brasil: Fábrica de Itajubá, Fábrica Presidente Vargas, Fábrica de Juiz de Fora, Fábrica de Material de Comunicação e Eletrônica. No ano de 1909 foi fundada a Fábrica de Piquete, sendo pioneira na produção de pólvora da base simples, hoje, atualmente conhecida como Fábrica Presidente Vargas. A Fábrica Presidente Vargas então uma unidade da Indústria de Material Bélico do Brasil situada na cidade de Piquete, no Estado de São Paulo. É reconhecida pela fabricação dos seguintes produtos a nitrocelulose, (colódio de baixa e alta nitração), trinitrotuleno, nitroglicerina, gelatina explosiva, pólvora de base simples e pólvora de base dupla, éter sulfúrico, plastex, dinamite gelatinosa, grãos propelentes base dupla, e abrigos temporário de alto desempenho (IMBEL, 2014). Cujos produtos a demanda nacional e internacional necessita para apoiar suas defesas territoriais.

OBJETIVO

Analisar o compromisso social na Base Industrial de Defesa, a partir da unidade Fábrica Presidente Vargas.

METODOLOGIA

Como forma metodológica para este trabalho, iniciou-se uma pesquisa bibliográfica, ou seja, uma análise de textos que versam sobre o assunto pesquisado e o levantamento das questões relevantes. Após, está etapa aplica-se uma pesquisa de campo de caráter quantitativo-descritivo, obtendo-se, assim, a coleta de dados, e sua e a tabulação. Por fim, a análise do material coletado e escrita dos resultados. A pesquisa de campo apoiou-se em uma estrutura de questionário com 11 perguntas objetivas de múltipla escolha. As alternativas variam entre 4 a 6 alternativas aplicadas em uma amostra de 50 pessoas. Para identificar a existência do compromisso social por parte da Indústria de Material Bélico do Brasil na unidade fabril Fábrica Presidente Vargas enviou-se um questionário a Assessoria de Comunicação Institucional da própria indústria. O questionário foi estruturado com 11 questões abertas, levando em consideração os valores referentes ao aspecto social e aspecto humano.



RESULTADOS E DISCUSSÃO

Infere-se nos resultados recolhidos pela pesquisa que no gráfico 1 do qual refere-se à existência do incentivo a violência e atos criminosos por parte da empresa analisada e seus produtos. É de se considerar que 65% atribuem sempre ou quase sempre a suas respostas e assim ligam indiretamente atos de violência à indústria de material bélico. Enquanto, que no gráfico 2 ilustra em parte do atributo de segurança sentida pela sociedade na instalação de uma empresa de material bélico na região do Vale do Paraíba, vale ressaltar que nenhum dos entrevistados (0%) se sente sempre seguro, ou seja, a grande maioria dos pesquisados entendem que ter uma fábrica deste tipo por perto é algo perigoso. É de considerar ainda que o gráfico 3 detalha a contribuição do desenvolvimento de infraestrutura da região fornecido ou subsidiado pela empresa, dos 45% disseram raramente e 14% disseram nunca há está contribuição, neste ponto percebe-se a visão fechada por parte das pessoas a respeito da presença de uma indústria bélica na região onde moram. Para entender estes dados: caso a empresa não fosse de material bélico as pessoas questionadas veriam benefícios de uma fábrica em sua região por causa da geração de empregos, de renda e assim melhoria da captação de impostos e daí possibilidade de melhora na infraestrutura do lugar.

CONSIDERAÇÕES

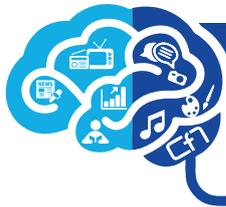
Em relação à hipótese da problemática visão da sociedade aos produtos da Base Industrial de Defesa e, propriamente, suas empresas e indústrias da qual se apoiou a pergunta para a elaboração desse trabalho, parcialmente, foi entendido que há sim uma falta de informação demonstrada pelo resultado do questionário aplicado, não só na Fábrica Presidente Vargas, mas na indústria bélica em geral, porém, o que foi percebido, além da negligência de informação, um pré-julgamento equivocado da sociedade.

LITERATURA CITADA

AMARANTE, José Carlos Albano do. A base industrial de defesa brasileira. 43 f. 2012. (Texto para Discussão) - **Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA)**, Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: <http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/1091/1/TD_1758.pdf>. Acesso em: 14 abr. 2015.

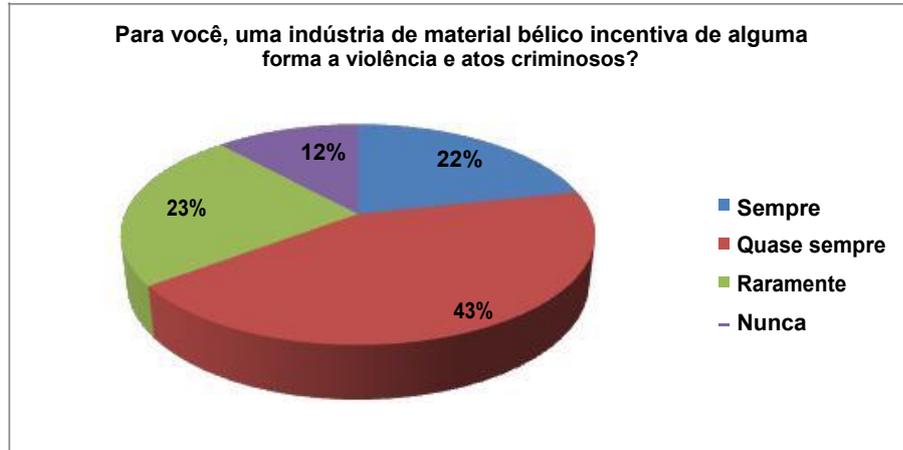
BRASIL. Ministério da Defesa. **Indústria de Material Bélico do Brasil**. Disponível em: <<http://www.imbel.gov.br>>. Acesso em: 11 mai. 2015.

FRANCO, Adalberto de Oliveira. **Indústria de material de defesa, inovação e dualidade**. 2013. 44 f. (Trabalho de conclusão de curso). Departamento de Estudos da Escola Superior de Guerra, Escola Superior de Guerra, Rio de Janeiro, 2013.



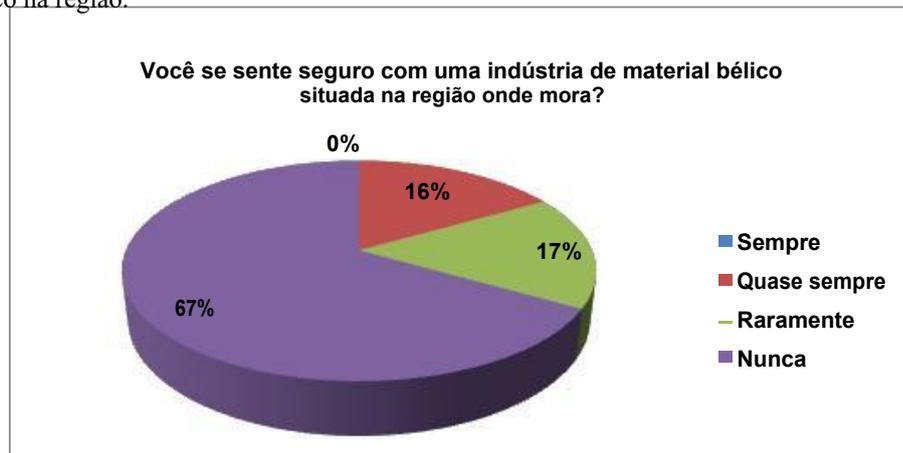
SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA da Faculdade Canção Nova

Gráfico 1 – Análise da relação do setor bélico a atos criminosos e violentos



Fonte: Próprios autores

Gráfico 2 – Estado de insegurança demonstrado pela população a instalação de uma unidade do setor bélico na região.

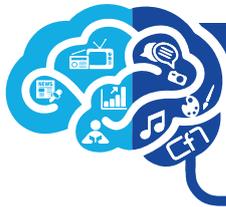


Fonte: Próprios autores

Gráfico 3 – Entendimento da população quando se menciona a contribuição de infraestrutura por parte do setor bélico



Fonte: Próprios autores



**INOVAÇÃO SOCIAL NA REGIÃO DO VALE DO PARAÍBA:
UM ESTUDO DE CASO EM UMA INSTITUIÇÃO DE ABRIGO PARA MENORES NA CIDADE
DE CACHOEIRA PAULISTA, SP**

**Edson Augusto de Gusmão (1), Nátalia Garcia Quintas (2), Pedro Paulo da Silva Leandro (3),
Thamires Barboza da Fonseca (4), Jackie Cardoso Sodero Toledo(5)**

- 1 Aluno do curso de Administração da Faculdade Canção Nova, Cachoeira Paulista-SP
2 Aluna do curso de Administração da Faculdade Canção Nova, Cachoeira Paulista-SP
3 Aluna do curso de Administração da Faculdade Canção Nova, Cachoeira Paulista-SP
4 Aluna do curso de Administração da Faculdade Canção Nova, Cachoeira Paulista-SP
5 Professor do curso de Administração da Faculdade Canção Nova, Cachoeira Paulista-SP. Orientador.

Resumo: O projeto de pesquisa científica, desenvolvida e organizada sob a forma qualitativa, com finalidade descritiva, foi executada por meio de um estudo de caso cujo objeto é uma Instituição de Abrigo para Menores, denominada Lar das Crianças, situada na cidade de Cachoeira Paulista, São Paulo. O escopo principal é organizar uma pesquisa sob a ótica dos conceitos de inovação social confrontando com o pragmatismo operacional da entidade investigada. A coleta de dados se deu através de questionário semi-estruturado, entrevistas, pesquisa documental e observação direta. A principal conclusão foi que a instituição denominada Lar das Crianças, além de comportar os conceitos de Inovação Social, pode ser caracterizada como um modelo de instituição para as demais entidades cujas atividades estão ligadas ao Abrigo para Menores e ou desenvolvimento de projetos sociais.

Palavras chaves: inovação social estudo de caso abrigo para menores

Introdução

A intenção fundamental desta pesquisa científica é agregar diversos conceitos de um tema considerado atual e necessário para as realidades sociais presentes no mundo hodierno. A chamada Inovação Social. Coligar este conceito ao pragmatismo de uma instituição para abrigo de menores da cidade de Cachoeira Paulista, SP.

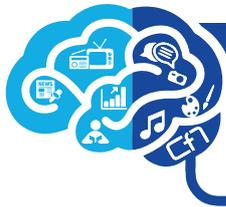
Comportam este trabalho de pesquisa qualitativa, as seguintes ferramentas metodológicas: estudos bibliográficos e estudo de caso em uma entidade de abrigo para menores, analisando seus documentos e observando sua forma de gestão.

Conforme Rodrigues (2004) “as organizações sem fins lucrativos vêm apresentando importância crescente, a ponto de se poder reconhecer que assumiram papéis de alocação de recursos, regulação econômica e redistribuição de renda”. Continua Rodrigues (2004) afirmando que estas instituições viabilizam serviços de forma gratuita ou quase gratuita a população socialmente desfavorecidas.

Quirino (2014) apontando Gates (2008) afirma que as condições de vida, em geral, melhoraram nos últimos 100 anos.

Evidentemente todos estes mecanismos deram pujança à qualidade social, no entanto não foram capazes de esgotar todas as esferas sociais. Tais problemas sociais atingem também os que a legislação civil considera como menores. Estão alienados desta evolução.

“Toda criança ou adolescente tem direito a ser criado e educado no seio da família e, excepcionalmente, em família substituta, assegurada a convivência familiar e comunitária... (ESTATUTO DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE)”. Quando desprovidos deste direito constitucional os “menores” devem ser recolhidos em instituições capazes de suprir necessidades específicas e repassarem a eles os direitos assegurados por lei. Este trabalho dispõe organizar conceitos sobre o tema Inovação Social comparando-os com o pragmatismo vivido pela entidade estuda.



Objetivos

A intenção fundamental desta pesquisa científica é agregar diversos conceitos de um tema considerado atual e necessário para as realidades sociais presentes no mundo hodierno. A chamada Inovação Social. Coligar este conceito ao pragmatismo de uma instituição para abrigo de menores da cidade de Cachoeira Paulista, SP.

Conceito de Inovação Social

Para Tondolo (2013) citando Ferrarini (2011), Inovação Social surge como uma forma de solucionar problemas sociais, através de novas estratégias, conceitos, ou ainda processos desenvolvidos para atendimento das necessidades sociais, de um grupo, comunidade, ou da sociedade em geral. E ainda, Tondolo afirma, que o princípio básico, o qual norteia a inovação social, é o atendimento das mais variadas necessidades sociais, que perpassam as questões ligadas a saúde, educação, moradia, lazer turismo, emprego e renda. No entendimento de Drucker (1998) inovação é o “esforço para criar mudanças propositais num potencial ambiente econômico ou social”. (DRUCKER, 1998)

Para Rodrigues inovação social é uma “mudança de comportamento”.

Lallemand, por exemplo, afirma que o conceito de inovação social consiste em práticas cuja ação favoreça o grupo de pessoas ou população excluídas. E esse pragmatismo é realizado por indivíduos que possuem recursos necessários a fim de transformarem esferas sociais.

O Objeto de Estudo

O “Lar das Crianças”, é uma associação filiada à Sociedade Joseleitos de Cristo, fundado em 12/10/1976, é uma entidade civil de direitos privados, beneficente, filantrópica, caritativa e de assistência social, sem fins econômicos, com duração por tempo indeterminado, CNPJ 48.276.828/0001-01, declarada de Utilidade Pública Municipal pela Lei 251/77, com sede à Av. Pe. João Benevides, n.º 340, bairro Embaú, município de Cachoeira Paulista, Estado de São Paulo, e foro e comarca de Cachoeira Paulista, Estado de São Paulo.

Metodologia

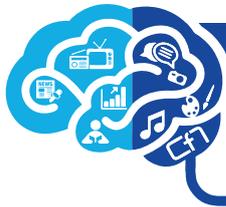
Uma das ferramentas utilizadas nesta pesquisa qualitativa é o estudo bibliográfico, sobretudo os citados em sala de aula, pelo orientador da pesquisa, professor Dr. Jackie Soderó e também estudo de caso em uma instituição considerada abrigo para menores, na cidade de Cachoeira Paulista.

Estudo de caso

O estudo de caso foi realizado em (04) quatro etapas, visitamos a Instituição Lar das Crianças, em quatro datas, (07) sete de setembro, (07) sete de outubro, (13) treze de outubro e (16) dezesseis de outubro, todas as visitas no ano de 2015. Realizamos as visitas no período matutino, exceto 16 de outubro. Nesta data visitamos o Lar no período vespertino, com a intenção de conhecer o projeto Sócio Educativo “Arte de Educar”. Permanecemos em cada visita cerca de (03) três horas. Com o propósito de realizarmos o estudo de caso, utilizamos as seguintes ferramentas metodológicas: pesquisa documental, questionário semiestruturado, entrevistas individuais e investigação e observação.

Resultados e Discussão

A instituição Lar das Crianças é uma entidade inovadora nas suas “atividades pedagógicas, recreativas e de reforço escolar, com vista ao desenvolvimento cognitivo, afetivo e social”. Ela proporciona, em conjunto com os órgãos municipais e estaduais competentes, a profissionalização de adolescentes a partir



dos 14 anos de idade, com vista à sua formação e qualificação profissional e preparo para conquista de sua autonomia. A dinâmica ofertada possibilita aprendizagem, seguindo um plano sistemático e educativo. Formando os internos e frequentadores da instituição para um harmônico convívio social, promovendo o amadurecimento individual. Respondeu-se por fim, o questionamento abordado na problemática conforme Quadro 1. No curso desta pesquisa, uma veracidade mereceu proeminência: a entidade Lar das Crianças é uma instituição suficientemente capaz para servir de modelo a tantas outras entidades que derivam e comungam do mesmo serviço oferecido.

Considerações Finais

O estudo de caso foi orientado com a finalidade de, por meio da comparação da metodologia empírica adotada pela Instituição Lar das Crianças com os referenciais da literatura contemporânea de inovação social e abrigo para menores, clarificar a problemática estabelecida por esta pesquisa. Tal investigação possibilitou-se caracterizar a grandiosa entidade e por isso propô-la para ser uma agente articuladora com a finalidade de robustecer outras instituições através da disseminação do seu capital intelectual. Entre as percepções captadas pelos organizadores, a mais fascinante foi tocar as realidades de uma instituição tão próspera com qualidades tangíveis, entre elas a maturidade dos projetos educativos. Finalizamos o estudo de caso, consciente de que a ideia mental de inovação social está presente na Instituição Lar das Crianças.

Referências

- BRASIL. Lei nº8.069, de 13 de julho de 1990 e legislação correlata. Estatuto da criança e do adolescente. Brasília, 2012 . 9. ed.
- DRUCKER, P. F. Administração em organizações sem fins lucrativos: princípios e práticas. São Paulo, Pioneira, 1997.
- IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada). O DIREITO À CONVIVÊNCIA FAMILIAR E COMUNITÁRIA: OS ABRIGOS PARA CRIANÇAS E ADOLESCENTES NO BRASIL. Brasília, 2005.
- RODRIGUES, Andréa Leite. **Modelos de gestão e inovação social em organizações sem fins lucrativos**: Divergências e convergência entre nonprofit sector e economia social. v. 14 – n.43 – Outubros \ Dezembro – 2007.
- TONDOLO, R. R. P.; BITENCOURT, C. C. Mensuração do Capital Social em Projetos Desenvolvidos no Terceiro Setor: uma proposta a partir do projeto Transparência e Prestação de contas em OSCs no Rio Grande do Sul. In: Encontro da ANPAD - EnANPAD, XXXVI, 2013, Rio de Janeiro. **Anais**.

Quadro: Amostra Conclusiva; citações de autores presentes no artigo científico.

Inovação Social no Lar das Crianças	Conceitos de autores
<ul style="list-style-type: none">O Lar atende de forma integral crianças e adolescentes dos municípios de Cachoeira Paulista, Cruzeiro e Silveira. Na faixa etária de 0 a 18 anos, que fazem da rua seu espaço de sobrevivência, órfãos, abandonados ou afastados da família por determinação judicial.	“esforço para criar mudanças propositais num potencial ambiente econômico ou social”. (DRUCKER, 1998)

Fonte: organizadores da pesquisa



QUALIDADE DE VIDA COMO FERRAMENTA DE PROMOÇÃO DA DIGNIDADE HUMANA: UM ESTUDO COM ALUNOS DE UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR DO VALE DO PARAÍBA.

Helba Aleixo Barbosa (1), Indiniara Manso do Prado (2), Denis Duarte (3)

¹ Aluna do curso de Administração da Faculdade Canção Nova, Cachoeira Paulista - SP CEP: 12630000. e-mail: helba.aleixo@hotmail.com

² Aluna do curso de Administração da Faculdade Canção Nova, Cachoeira Paulista - SP CEP: 12630000. e-mail: indiniara@yahoo.com.br

³ Professor do Curso de Administração da Faculdade Canção Nova, Cachoeira Paulista - SP. Orientador.

RESUMO: O presente trabalho objetiva a mensuração dos dados referente a qualidade de vida como fator de promoção da dignidade humana especificamente de alunos em uma instituição de ensino superior localizada no Vale do Paraíba. Realizou-se assim, uma pesquisa bibliográfica e será efetuada a aplicação de uma pesquisa quantitativa com questões objetivas direcionadas aos alunos desta instituição. Verificou-se diante dos dados e informações bibliográficas, a evolução do conceito de Qualidade de Vida e do conceito de valorização da dignidade humana, bem como sua crescente relevância frente a evolução do mercado, cada vez mais acirrado e competitivo, tornando se um diferencial competitivo. Após a coleta dos dados obtidos através dos questionários, e posterior análise e confronto com o conteúdo bibliográfico, espera-se obter o perfil da qualidade de vida, especificamente, com relação a valorização da dignidade humana do cenário escolhido, bem como poder oferecer sugestões de futuros direcionamentos de estudo no campo abordado.

PALAVRAS-CHAVE: Dignidade da Pessoa Humana, Ensino Superior e Qualidade de vida.

INTRODUÇÃO

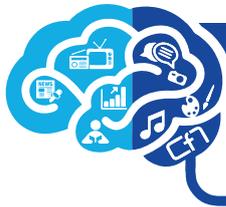
É cada vez mais nítida a competitividade entre as empresas. Assim sendo, visualiza-se as empresas investindo cada vez mais em tecnologia, para o aumento dos lucros e a busca desenfreada pela vantagem competitiva, não somente para o crescimento, mas também para a solidificação dos negócios. Diante do cenário apresentado, o trabalho objetiva a mensuração dos dados referentes a qualidade de vida como fator de promoção da Dignidade Humana, especificamente, de alunos em uma instituição de ensino superior localizada no Vale do Paraíba/SP. Como metodologia, utiliza-se de pesquisas bibliográficas através de livros e artigos periódicos e será aplicada uma pesquisa quantitativa com questões objetivas direcionadas aos alunos desta instituição. Após a coleta dos dados obtidos através dos questionários, e posterior análise e confronto com o conteúdo bibliográfico, espera-se obter o perfil da qualidade de vida, especificamente, com relação a valorização da dignidade humana do cenário escolhido, bem como poder oferecer sugestões de futuros direcionamentos de estudo no campo abordado.

OBJETIVOS

Mensurar dados e informações sobre a qualidade de vida como fator de promoção da dignidade humana, especificamente, de alunos em uma instituição de ensino superior, localizada no Vale do Paraíba/SP.

METODOLOGIA

A metodologia utilizada para o desenvolvimento deste trabalho baseou-se em pesquisa bibliográfica, através da utilização de livros, e artigos periódicos, e terá também como ferramenta a aplicação de um questionário. Questionário este, que será aplicado em uma instituição de ensino superior, localizada no Vale do Paraíba/SP, contendo questões objetivas. Após a análise e tabulação do questionário aplicado aos alunos, realizar-se-á um confronto dos dados encontrados com os dados bibliográficos, a fim de obter o perfil da qualidade de vida, especificamente, com relação à valorização da dignidade humana do cenário escolhido, bem como poder oferecer sugestões de futuros direcionamentos de estudo no campo abordado, alcançando assim a proposta do trabalho.

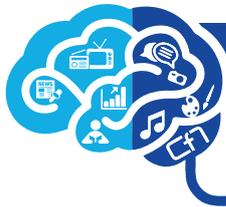


RESULTADOS PRELIMINARES

Com globalização, não somente o capital físico tem sido levado em consideração, assim como o capital humano. Conforme Wagner e Hollenbeck (2009) cabe ressaltar um alerta aos gerentes, que tem seus interesses voltados apenas para os lucros financeiros e valorização de equipamentos e capital físico, ao invés do capital humano, que poderão, com isso, sofrer conseqüências graves perante a alta competitividade do mercado. Para Kanaane (2009), o capital humano na atualidade, é uma das ferramentas estratégicas utilizadas pelas empresas, independentemente de sua localização e do seu ramo de atuação. Já segundo o Pontifício Conselho de Justiça e Paz (2008) o ser humano é o ator principal da vida social e homens e mulheres tem igual dignidade por serem filhos de Deus. “Toda a vida social é expressão do seu inconfundível protagonista: a pessoa Humana” (PONTIFÍCIO CONSELHO JUSTIÇA E PAZ, 2008. parágr. 106). Cita ainda a igualdade de condições do homem e da mulher diferentes na sua diversidade e iguais em dignidade, pois ambos são imagem e semelhança de Deus. “O homem e a mulher têm a mesma dignidade e são de igual nível e valor, não só porque ambos, na sua diversidade, são imagem de Deus, mas ainda mais profundamente porque é imagem de Deus o dinamismo de reciprocidade que anima o nós do casal humano” (PONTIFÍCIO CONSELHO JUSTIÇA E PAZ, 2008. parágr. 111). Assim sendo, o capital humano deve e está sendo considerado, dentro dos modelos de negócio, visto sua dignidade e relevância dentro da sociedade.

LITERATURA CITADA

- KANAANE, Roberto. **Comportamento humano nas Organizações**: o homem rumo ao século XXI. 2ª. ed., São Paulo: Atlas, 2009.
- PONTIFÍCIO CONSELHO JUSTIÇA E PAZ. **Compêndio da Doutrina Social da Igreja**. 4ª. ed. São Paulo: Paulinas, 2008.
- WAGNER, John; HOLLENBECK, John. **Comportamento Organizacional**: criando vantagem competitiva. 2ª. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.



GERENCIAMENTO DE TALENTOS EM UMA INSTITUIÇÃO DE TERCEIRO SETOR¹

Juliana da Silva Freitas(2), Élcio Henrique dos Santos(3)

¹ Apoio: Faculdade Canção Nova

² Aluna do curso de Graduação em Administração da FCN, Cachoeira Paulista-SP. CEP: 12630-000. e-mail: julianaafreitas@geracaoophn.com

³ Professor do curso de Administração/FCN – Cachoeira Paulista-SP.

RESUMO: o crescimento do terceiro setor é cada vez mais evidente em meio à sociedade. Devido a este fenômeno, as instituições deste grupo têm buscado profissionais competentes para atuar junto a elas e garantir assim, sua sobrevivência no mercado. Porém, tais profissionais normalmente são contratados com salários altos, que para a realidade do terceiro setor, acabam tornando-se impagáveis. No entanto, existem muitos empregados dentro destas instituições que são verdadeiros talentos e que estão escondidos, seja em departamentos errados, mal encaixados dentro das instituições e até mesmo desmotivados. Devido a esse fato, o objetivo deste artigo é ajudar àqueles que pertencem ao terceiro setor, a encontrar meio eficazes de reconhecimento e retenção de talentos aproveitando-se de benefícios, da missão e dos valores da empresa, pois como o próprio Peter Drucker (2003) disse, que os que trabalham na instituição de terceiro setor permanecem nela por seu ideal, sua missão. A metodologia utilizada para comprovar tais afirmações, foi por meio de um estudo de caso, aonde com a elaboração de um questionário foram feitas dez perguntas, dessas, nove fechadas e uma aberta, com o intuito de identificar se estas instituições procuram reter e identificar seus talentos, e assim, ajudá-las a perceber que os métodos que a literatura aborda podem ser facilmente aplicadas sem precisar tornar dispendiosa à sua folha de pagamento.

PALAVRAS-CHAVE: Terceiro setor, Talentos, Peter Drucker, Retenção de talentos.

INTRODUÇÃO

O crescimento do terceiro setor é cada vez mais evidente em meio à sociedade. Devido a este fenômeno, estas empresas têm procurado profissionais que sejam gabaritados e capazes de acompanhar o mercado competitivo e garantir a permanência deste setor no meio global. No presente artigo, aborda-se a importância de retenção de talentos em instituições de terceiro setor, onde não há muitos recursos disponíveis, nem planos de carreiras sólidos que garantam a estes profissionais crescimentos e até mesmo estabilidade em seus empregos. Para os autores Lotz & Gramms (2012) e Pontes & Serrano (2005), ambos acreditam que pessoas talentosas são aquelas extremamente comprometidas e dispostas a trabalhar. Normalmente são pessoas que tem um conjunto de qualidades que as diferenciam das outras. São aquelas que se destacam pela forma que trabalham. Ainda conforme Pontes e Serrano (2005, p. 13), “Os talentos não são muitos e devem abranger de 10% a 20% das pessoas em uma empresa. Como são poucos, a dificuldade em atraí-los e mantê-los é maior.” Por este motivo, que as empresas não devem perder este capital humano, e deve esforçar-se para mantê-los utilizando-se de algum artifício gerencial.

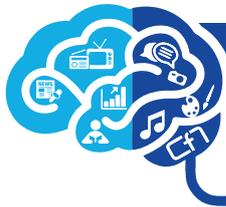
OBJETIVOS

O objetivo deste trabalho é, por meio de um estudo de caso, revelar que as instituições de terceiro setor, podem, por meio de trabalhos a serem desenvolvidos, identificar e reter seus talentos.

METODOLOGIA

A pesquisa foi realizada em uma Fundação, localizada no Vale do Paraíba, que têm em torno de 1500 empregados e o seu ramo de atuação é o de comunicação. O sistema é formado por TV, rádio e internet. Para a validação deste artigo, realizou-se uma pesquisa na estimada instituição, que contou com uma amostra de 47 participantes. O intuito do questionário era de mensurar o grau de satisfação do empregado com esta instituição, de acordo com os benefícios nela oferecidos e entender se a mesma possuía algum tipo de trabalho de identificação e retenção de talentos.

A metodologia adotada foi um estudo de caso, por meio de aplicação de questionários a cada dois integrantes de cada superintendência da instituição. Participaram da pesquisa 22 superintendências, sendo que duas enviaram membros missionários para participar. Foram distribuídos 47 questionários, desses, sete foram desconsiderados, pois foram aplicados aos membros missionários da instituição, o qual para esta amostra não tinha o perfil, devido ao fato dos mesmos não receberem remuneração pelo trabalho prestado. Logo, dos 40 distribuídos, 100% voltaram respondidos, possibilitando assim a mensuração dos dados.



O questionário contou com dez perguntas, sendo nove perguntas fechadas e uma aberta.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

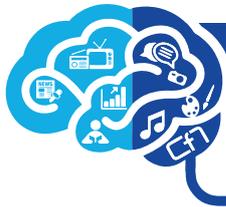
No gráfico um, a questão levantada é que se há, por parte da instituição, a preocupação em identificar seus talentos. Neste estudo, pôde-se observar que há uma grande diferença entre a resposta “Sim” e a questão que diz, “Não tenho conhecimento de que a empresa tenha políticas de identificação dos talentos”. Ao conhecer melhor a realidade da instituição, fica claro que, os que responderam “sim”, afirmando que a empresa tem se preocupado com a identificação dos seus talentos, o grande esforço é do próprio gestor da área, que identifica o talento, e dada à oportunidade, busca o reconhecimento junto ao departamento de RH com algum tipo de promoção. Não é um trabalho desenvolvido pela instituição, e sim, individualmente, de cada gestor de área. Quanto aos que responderam que não tem conhecimento a respeito de tais políticas, e isso representa 50%, pode-se afirmar que essa é a visão mais real da instituição, pois de fato, ela ainda não possui um programa oficial, criado pelo departamento de RH de identificação de talentos. Este resultado confirma o que Drucker (2003, p. 138) afirma em seus escritos quando revela que, as organizações sem fins lucrativos diziam que não exigem mais de seus voluntários pois não os remunerava, hoje, complementa o autor, “os voluntários precisam obter mais satisfação de suas realizações e fazer uma contribuição maior, exatamente porque não recebem dinheiro”. No gráfico dois, contemplou-se uma pergunta aberta com a proposta de que os pesquisados colocassem ali aquilo que eles acreditam como benefícios que a instituição oferece, sem que ficassem “presos” às alternativas. O interessante a ser observado, é que mesmo sem opções, os colaboradores da instituição elegeram a Espiritualidade com 22% e o plano de saúde com 17%, como motivos para permanecer na instituição. Este resultado revela que de fato que, os colaboradores ficam mais pelos benefícios encontrados, do que somente pelo salário. Desta forma afirma Drucker (2003, p. 139), “se as organizações sem fins lucrativos quiserem atraí-los e mantê-los, terão que colocar sua competência e seus conhecimentos a trabalhar. Elas terão que oferecer realizações com um propósito”. Com base nesses resultados, pode-se relacionar a satisfação do talento dentro da instituição também com os benefícios oferecidos. Deixa-se claro que, a instituição pesquisada tem todos os atributos para colocar em prática uma política de reconhecimento de talentos, no entanto, pondera-se que a missão da mesma, a coloca em vantagem em relação às outras devido aos benefícios oferecidos, motivos os quais que fazer com que 39% dos pesquisados permanecerem na organização.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No presente artigo, pôde-se observar por meio das literaturas estudadas, que o terceiro setor é uma das economias que mais crescem, afirma Drucker (2003, p. 133), “elas estão se transformando em líderes gerenciais na América”, pois, conclui Drucker (2003), tem trabalhado conforme a maioria das empresas americanas tem trabalhado. Tachizawa (2007, p. 33), aborda um fato relevante, “quando se fala em terceiro setor como possibilidade de emprego, é preciso entender que ele é a oitava economia do mundo, movimentado mais de US\$ 1 trilhão por ano, cerca de 8% do PIB do planeta”. A pesquisa foi realizada em uma instituição de terceiro setor, localizada no Vale do Paraíba, que têm em torno de 1500 empregados, e seu ramo profissional é o de sistema de comunicação. Nela há rádio, internet e TV. A análise dos resultados ponderou questões já esperadas, tais como: não haver políticas claras de gerenciamento de talentos e a sobre a relação dos benefícios como uma forma de retenção de talentos. Pode afirmar que, o objetivo do artigo foi alcançado, visto que, os resultados apurados já haviam sido previstos pelo principal autor Peter Drucker (2003), principalmente quando ele explica o fato de não se cobrar mais trabalho dos voluntários por não haver uma remuneração. Devido a isso, ao verificar os estudos, percebeu-se que a instituição não tem um gerenciamento claro direcionado aos talentos, mas sim, possui políticas de benefícios que muitas vezes substituem esse tipo de trabalho. Com base também nos dados, verificou-se ainda que, os empregados que disseram que a instituição tem algum tipo de reconhecimento de talentos, são aqueles que o gestor da área busca junto ao RH da instituição, um reconhecimento com promoções para manter o funcionário. Analisou-se ainda, que existem outras áreas que não se preocupam com meios para retenção de talentos.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus pela oportunidade de alargar os meus conhecimentos, à minha comunidade Canção Nova, que acreditou e acredita em mim, aos meus pais que me geraram, à minha família e ao meu amor, Fábio, por toda a sua paciência e dedicação que dispensou a mim nestes momentos de trabalhos acadêmicos



LITERATURA CITADA

DRUCKER, Peter F. **Administrando para o futuro: os anos 90 e a virada do século**. São Paulo: Pioneira, 2003, 242 p.

LOTZ & GRAMMS, Erika G, Lorena C. **Gestão de Talentos**. 1ªed. Curitiba: Ibpex, 2012, 277 p.

PONTES & SERRANO, Benedito R, Claudia A. **A arte de selecionar talentos: planejamento, recrutamento e seleção por competência**. 1º Ed. São Paulo: DVS Editora, 2005, 109 p.

TACHIZAWA, Takeshy. **Organizações não governamentais e terceiro setor: criação de ONGs e estratégias de atuação**. 3º Ed. São Paulo, Atlas, 2007, 339 p.

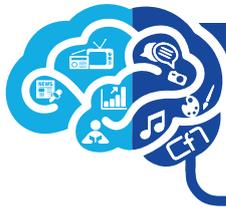
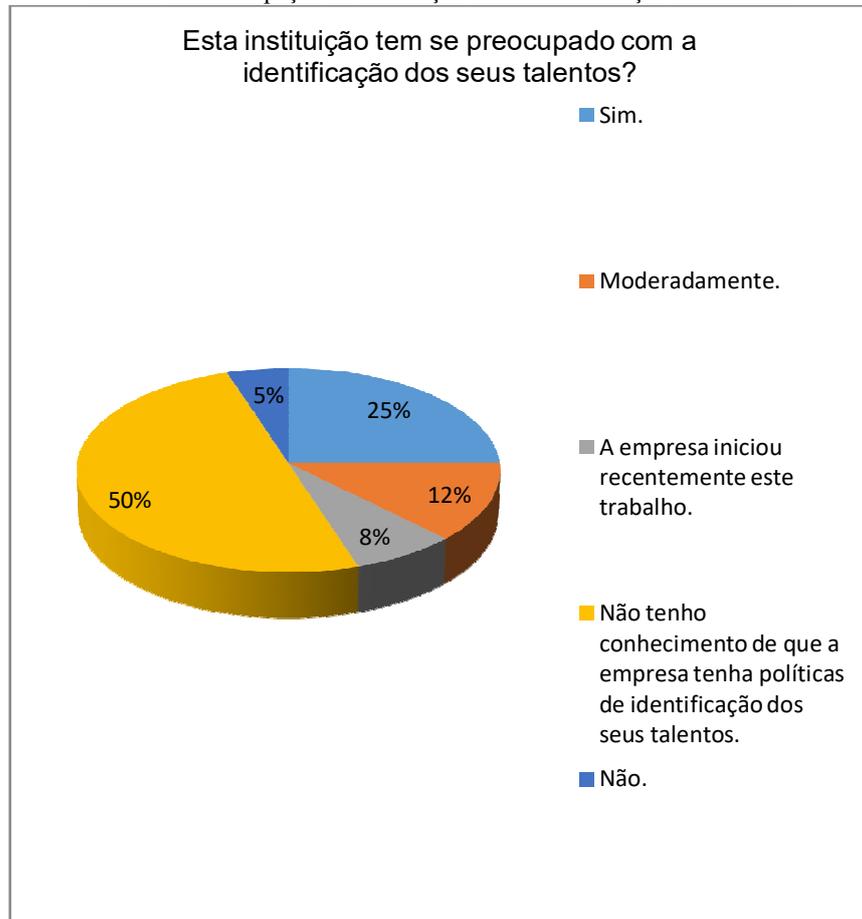


Gráfico 1: Preocupação da instituição com a identificação dos talentos



Fonte: elaborado pela própria autora (2015).

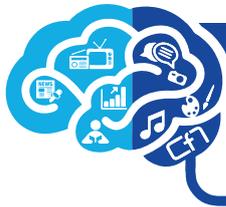
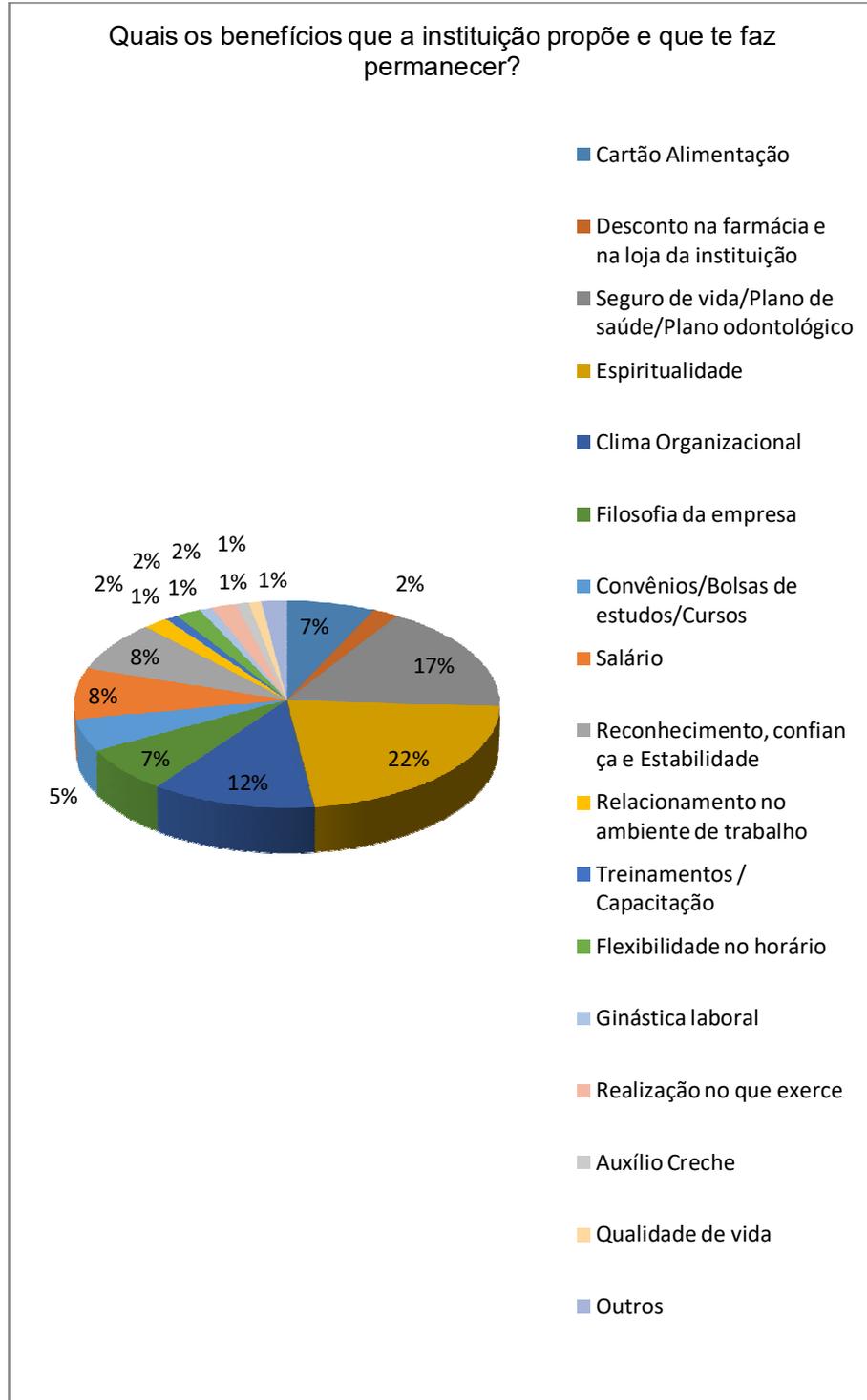
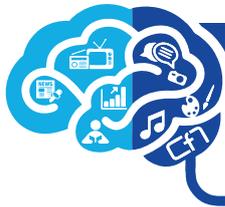


Gráfico 02: Benefícios da instituição



Fonte: elaborado pela própria autora (2015).



Tecnologia social assistiva: um estudo da contribuição das universidades para a inclusão social do deficiente auditivo

Juliana Maria dos Santos (1)
Prof^a: Dra Benedita Hirene de França Hering (2)

¹ Aluno do curso de Administração da FCN, Cachoeira Paulista - SP. CEP 12630-000. E-mail: julianads@hotmail.com.br

² Professora da Faculdade Canção Nova, Cachoeira Paulista - SP. Orientadora.

RESUMO: O presente artigo contempla estudos voltados à área da Tecnologia Social Assistiva (TSA), especificamente, sobre como as universidades contribuem, em seus estudos, para inclusão do portador de necessidades especiais auditivas à sociedade. Assim, a TSA surge como um apoio à preparação de métodos sustentáveis que podem possibilitar a essas pessoas um futuro melhor, com participação ativa na sociedade e, sobretudo, na própria família. A metodologia utilizada no presente artigo foi à pesquisa exploratória no levantamento de dados conceituais de autores que tratam dessa temática e apresenta dois estudos de casos de desenvolvimento de tecnologia para contribuir na inserção dos deficientes auditivos. Os resultados apontam para uma preocupação de desenvolvimento de tecnologia que atendam as necessidades de pessoas que possuem a deficiência auditiva. Pode-se concluir com a exposição dos cases que as universidades estão utilizando a ciência como uma ferramenta importante de inclusão social.

PALAVRAS-CHAVE: Tecnologia Social Assistiva; Deficiência física auditiva; Inclusão social.

INTRODUÇÃO

Tendo em vista a crescente realidade dos indivíduos portadores de necessidades especiais na Universidade em busca por formação e capacitação, a Tecnologia Social Assistiva vem como um apoio na preparação de método sustentável que garante a essas pessoas um futuro melhor e sua inserção na sociedade e, sobretudo, na própria família. A TSA (Tecnologia Social Assistiva), embasada nos projetos de inclusão, chega para aprimorar esse paradigma de inclusão, no entanto, encontram-se barreiras por não ser conhecida e fica restrita de ações que, de fato, sejam inovadoras para avançarem no campo do conhecimento, ou seja, possam demonstrar a importância dessa ação de inclusão que leva a garantia dos direitos humanos desses cidadãos, constituindo um pilar de sustentação e inclusão na sociedade e no meio universitário. A TSA serve como base de apoio, até mesmo na formação e capacitação de profissionais, nesta área acadêmica, como um leque de ferramentas e metodologias apropriadas para adequar essa inovação e desafio. Para um portador de necessidades especiais que almeja se formar e buscar o seu espaço, desenvolver suas habilidades, existem algumas restrições na sua didática de acompanhamento, para isso faz-se necessário que ele obtenha o apoio das ferramentas auxiliares ao seu processo de ensino aprendizagem, ultrapassando obstáculos até mesmo com relação a sua aceitação no convívio universitário. A TSA, como método e ferramenta, auxilia e apóia no suporte da ampliação dessas variáveis, planejando a visão do incluir e ser incluído, também aceito, como política social no seu desenvolvimento humano e social.

OBJETIVOS

Contemplar estudos voltados à área da Tecnologia Social Assistiva (TSA), especificamente, sobre como as universidades contribuem, em seus estudos, para inclusão do portador de necessidades especiais auditivas à sociedade.

METODOLOGIA

O método para o desenvolvimento deste artigo tem caráter bibliográfico e exploratório. Para Santos (2007), a meta de uma pesquisa exploratória converge em dar ênfase a um assunto de pouco conhecimento; levantamento de dados que ao finalizar a pesquisa pode-se exercer com propriedade os casos explorados. Segundo Rampazzo (2013), nesse tipo de pesquisa avalia-se o estado de uma relação aderindo à exploração de causa e efeito, pois por meio de criação das situações e controle faz-se a observação dos fatores ou influências determinado a cada tipo de situação. Outro método utilizado foram dois estudos de caso de instituições de ensino superior diferente que contemplam estudos voltados à área da Tecnologia Social Assistiva (TSA), especificamente, sobre como as universidades organizam a inclusão do portador de necessidades especiais auditivas. Para GIL (2008), o estudo de caso submete-se um estudo aprofundado exaustivo de pouco objeto, que permite um amplo e detalhado conhecimento.



RESULTADOS E DISCUSSÃO

Diante do exposto, muitas são as situações do cotidiano em que o portador de necessidades especiais auditivas apresenta dificuldades e, a partir deste contexto, torna-se ainda mais certo de que dificuldades também serão encontradas no âmbito educacional do portador. Embora haja a ciência de que vivencia-se um mundo tecnológico onde as inovações ocorrem aceleradamente e a preocupação com os portadores de necessidades especiais tem tomado destaque diante da população, ainda observam-se obstáculos que impedem o crescimento do deficiente, causando desajuste e desigualdade dele diante dos demais. Sem dúvidas, o primeiro grande obstáculo ainda envolve a temática do preconceito. A sociedade, ainda que desenvolvida num ritmo acelerado com o crescimento do mundo, apresenta impregnada em suas raízes um preconceito resistente e difícil de ser quebrado. Sobre esta questão do preconceito Soler (2012), descreve que desde a antiguidade existe o preconceito contra aqueles que divergem do padrão estabelecido pela sociedade, no Brasil percebe-se que está diminuindo esse preconceito, mas ele ainda está atrelado ao dia a dia das pessoas. O preconceito contra a pessoa surda existe e precisa de muitos esclarecimentos para poder reduzi-los. Frente a esta temática, a TSA (Tecnologia Social Assistiva), além de demonstrar ferramentas que pode auxiliar o portador de necessidades especiais, leva ao conhecimento da sociedade a informação importante de como e quanto é possível utilizar a tecnologia para as mais diversas áreas de conhecimento, esclarecendo as necessidades, neste caso, nos projetos elaborados para os surdos e envolvendo o acadêmico e a comunidade, por exemplo, em suas pesquisas de campo. Outro obstáculo enfrentado pelos portadores de necessidades especiais, no caso, auditivas, refere-se ao contexto educacional. As escolas, atualmente, preocupam-se mais por considerarem as diferenças de conhecimento que cada um possui. Certos de que cada ser humano possui um ritmo de aprendizagem, mais do nunca, os portadores de necessidades especiais, necessitam de cuidados e metodologias que atendam às suas necessidades.

CONSIDERAÇÕES

Em suma, pode-se dizer que a evolução tecnológica nos setores que oferecem suporte ao portador de necessidades especiais tem crescido significativamente e oferecido um leque de possibilidades jamais imaginadas pelo deficiente. Mas, vale ressaltar, que não são somente as ferramentas tecnológicas que, de uma forma geral, auxiliam os deficientes, mas, principalmente, o condutor destas ferramentas, no caso, o educador. Num contexto educacional, o professor precisa estar preparado para saber lidar com estas situações para que o processo de ensino aprendizagem ocorra por meio de uma metodologia adequada ao educando, independente de sua necessidade especial. Ao que tudo indica, o Brasil tem caminhado positivamente no desenvolvimento de tecnologias e a TSA apresenta-se como uma possibilidade, principalmente no contexto educacional e para o portador de necessidades especiais, a formação acadêmica do mesmo, com todo o direito de cidadão que lhe pertence. O conhecimento pode tornar-se limitado para muitos, em especial para os deficientes, mas superar as dificuldades e encontrar na educação um caminho de superação desses obstáculos é, sem dúvidas, a maior conquista, pois define a superação dos seus próprios limites.

AGRADECIMENTOS

Agradeço toda equipe de docente da Faculdade Canção Nova, pelo trabalho realizado. Principalmente a Professora Hirene Heringer, pelo seu companheirismo, dedicação e profissionalismo e acima de tudo a sua humildade, que com sua sabedoria me ajudou dar passos acertados para chegar ao objetivo final. Muito obrigada e um forte abraço.

Agradeço também ao Plínio Rogel Lemos, pela sua capacidade e humildade de saber passar para o outro o pouco do conhecimento adquirido. Muito obrigado e um grande abraço.

Agradeço a minha querida Família, que apesar da distância se fez presença nas palavras de incentivo e encorajamento, que na graça de Deus deu tudo certo. Obrigado; Deus abençoe a todos.

LITERATURA CITADA

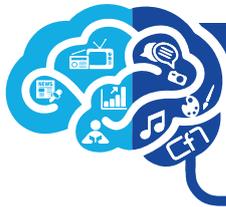
GIL, Robledo Lima, **Tipos de Pesquisa**.

Disponível em <<http://wp.ufpel.edu.br/ecb/files/2009/09/tipos-de-pesquisa.pdf>> Acesso em 9 abril 2015.

RAMPAZZO, Lino. **Metodologia Científica para alunos dos cursos de graduação e pós-graduação**, 7. Ed. São Paulo: Loyola, 2013. Acesso em 18 fev. 2015.

SOLER, Jessica. **Aceitando as diferenças: O surdo e a libras**.

Disponível em <<http://jpress.jornalismojunior.com.br/2012/09/aceitando-diferencas-surdo-libras/>>. Acesso em 10 maio. 2015



FILOSOFIA



JUVENTUDE E SUAS RELAÇÕES AFETIVAS

Bruno Antônio de Oliveira(1), José Ricardo Rezende(2), Sidney Dias de Oliveira(3), Willian Silva Guimarães(4), Denis Duarte(5)

¹ Aluno do 4º período do curso de Filosofia da Faculdade Canção Nova – Cachoeira Paulista-SP e-mail: brunoantonio@geracaophn.com

² Aluno do 4º período do curso de Filosofia da Faculdade Canção Nova – Cachoeira Paulista-SP e-mail: ricardo-rezende@hotmail.com

³ Aluno do 4º período do curso de Filosofia da Faculdade Canção Nova – Cachoeira Paulista-SP e-mail: sidney.oliveira@geracaophn.com

⁴ Aluno do 4º período do curso de Filosofia da Faculdade Canção Nova – Cachoeira Paulista-SP e-mail: willian@geracaophn.com

⁵ Professor da Faculdade Canção Nova – Cachoeira Paulista-SP. Orientador.

RESUMO: A partir de um trabalho de observação do cenário público escolar, o presente projeto intencionou apresentar à classe docente da rede pública um elemento complementar para a formação integral de estudantes do Nível Médio. O trabalho teve como enfoque motriz os principais tipos de relações humanas vivenciadas pelo público juvenil, devido principalmente, à vulnerabilidade e riscos a que estão expostas tais relações no panorama da contemporaneidade. Assim, partindo da observação e de sólidas bases bibliográficas a respeito do tema da juventude e suas relações afetivas foi possível a elaboração de subsídios para que os professores sejam capazes de complementar suas aulas e oferecer a seus alunos a possibilidade de uma reflexão a respeito de suas relações. O desenvolvimento reflexivo desses jovens lhes permitirá o desenvolvimento de valores atitudinais para a conquista de vínculos maduros, verdadeiros e duradouros.

PALAVRAS-CHAVE: juventude, relações afetivas, educação.

INTRODUÇÃO

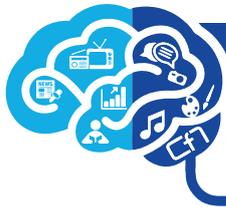
A juventude é um estágio da vida singular e premente, marcado por características peculiares e por fatos determinantes, que traçam as linhas mestras pelas quais a pessoa caminhará nas fases subseqüentes de seu desenvolvimento. Tudo que o jovem vivencia, experimenta e sente leva-o a escolhas significativas e decisivas para a formação da sua personalidade e identidade. A temática das relações afetivas entre os jovens revela-se, atualmente, uma realidade alarmante e carente de atenção, sobretudo, por parte dos educadores. Uma vez que, entre a juventude observa-se grande vulnerabilidade nas relações interpessoais associada a sérios conflitos de identidade, percebe-se a pertinência de um trabalho de conscientização a respeito desse tema. Assim, o presente projeto tem a intenção de oferecer, para a classe docente, subsídios complementares que tratem do tema das relações juvenis de forma clara, prática e participativa. A partir de realidades concretas como dramas e ausências familiares, lacunas em relações afetivas e amizades vulneráveis, o trabalho possui o escopo de se tornar uma contribuição para a superação de tais realidades e para a formação madura dessa geração. Portanto, a introdução desse tema no espaço escolar possibilitará aos jovens uma reflexão a respeito de suas escolhas, para a garantia de um futuro íntegro, alicerçado na autenticidade de relações salutares e profundas.

OBJETIVOS

Elaborar aulas sobre os impactos das relações afetivas na formação integral da pessoa, voltadas para professores de Filosofia do ensino médio da rede pública de Cachoeira Paulista - SP.

METODOLOGIA

A metodologia utilizada para a identificação do problema se deu por meio da observação do cenário escolar a partir de um primeiro contato com professores e alunos. Essa observação realizada no ambiente escolar possibilitou a clareza e a solidez para a realização do pré-projeto que visou trabalhar os aspectos básicos das relações afetivas entre os jovens. Através deste trabalho inicial foram detectadas as frágeis realidades existentes como tráfico de drogas, degradação da cultura e da família, baixa-estima da juventude e a vulnerabilidade social. Em vista destes primeiros dados coletados foi elaborado um levantamento bibliográfico para estruturar as bases referenciais do projeto, com autores que tratam dos aspectos ontológicos, antropológicos e personalistas que por fim, unido aos dados levantados através da observação auxiliará na elaboração de aulas de apoio para professores do ensino médio.



RESULTADOS PRELIMINARES

Educar para formar homens de relações afetivas maduras e equilibradas, à luz da tradição aristotélica-tomista de analogia, de atribuição e de proporcionalidade, bem como da noção personalista de Karol Wojtyła, leva-nos a pensar: o que significa relações de família, relações de namoro e relações de amizade? Ensinar sobre esta linha filosófica envolve dois passos, conhecer e refletir.

O primeiro ponto acerca das relações afetivas está na identidade humana, na concepção correta, do conceito de pessoa. Segundo Karol Wojtyła, só com a noção de pessoa possibilita ao ser humano entender o seu lugar no mundo para sua autoconstrução a partir do processo de personalização. Portanto, ser pessoa é a mais alta realização da sua existência. O seu crescimento não se reduz à consciência, mas a integralidade (seu todo) do homem. Para essa integralidade do ser humano é preciso ter a noção da realidade interior e exterior; a consciência e a liberdade; a transcendência e a natureza; a ação e a moral; a participação social (SILVA, 2001).

A primeira proposta está embasada na tomada de consciência a respeito das relações de família como premissas para novas relações.

A segunda proposta, sobre as relações de namoro, assegura que quando a pessoa reconhece o seu valor transcendental, ela se reconcilia com ela mesma e é capaz de dar resposta maduras frente à ditadura do relativismo e hedonismo, sendo ideologias que permeiam a nossa sociedade. Para se proteger é necessário possuir-se: quem não se possui é possuído por outrem. O namoro não pode ser reduzido às emoções e aos sentimentos, tampouco ser reduzida para fins sexual. Uma sociedade que não sabe o que é namoro tende cada vez mais a relativizar e banalizar a experiência do amor e da sexualidade, exaltando os aspectos efêmeros da vida e obscurecendo valores fundamentais. (PONTIFÍCIO CONSELHO JUSTIÇA E PAZ, 2005)

A terceira proposta busca pensar sobre relações de amizade. Quando se constrói relações de amizades maduras e profundas chega-se à possibilidade de contribuir na formação da identidade humana.

São como “faca de dois gumes”: pode levar o homem a descobrir o seu valor transcendental ou fazer dele objeto de uso e prazer, para fins pessoais, gerando sérios prejuízos psíquico, físico e social.

O homem é um ser de relação e é na relação que ele se realiza: dada a sua natureza, não se presta a instrumentalização. Ele não pode, por sua intrínseca dignidade, ser reduzido a meio de toda e qualquer ação. Quem ama abre-se a experiência do amor transcendental, vai em direção ao seu fim último por atração e vontade. Ao descobrir-se amado, o homem compreende a própria dignidade transcendente, aprende a não se contentar de si e a encontrar o outro, em uma rede de relações cada vez mais autênticas e humanas. Os homens são capacitados a transformar as regras e a qualidade das relações, inclusive as estruturas sociais, são pessoas capazes de levar a paz onde há conflitos, de construir relações fraternas onde há ódio, de buscar a justiça onde prevalece a exploração do homem pelo homem. Só o amor é capaz de transformar de modo radical as relações humanas (PONTIFÍCIO CONSELHO JUSTIÇA E PAZ, 2005).

Assim, após toda reflexão, percebemos que o ambiente educacional é um terreno fértil, um bom lugar para aqueles que buscam construir uma formação integral do ser humano. Expor e discutir o assunto; torná-lo conhecido para refletir e agir é o passo fundamental, e o educador é eixo principal para conjugar toda a realidade do homem com as outras esferas do conhecimento.

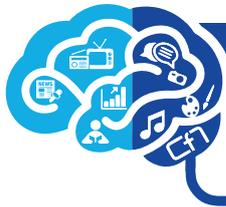
Imbernòn (2000) diz que o papel da educação é ser projeto que configure as forças para uma projeção futura. A educação encontra seu sentido mais amplo na sua capacidade de projetar homens e mulheres melhores. Assim, a ação educativa se justifica pela superação do passado e pela transcendência do presente em vista de um futuro promissor.

LITERATURA CITADA

BRAGHIROLI, Elaine Maria et al. **Psicologia Geral**. 26ª. ed. Petrópolis: Vozes, 2004.

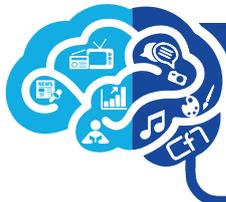
PONTIFÍCIO CONSELHO JUSTIÇA E PAZ. **Compêndio da Doutrina Social da Igreja**. São Paulo: Paulinas, 2005.

DAVIDOFF, Linda. **Introdução à Psicologia**. 3ª. ed. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 2000.



SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA
da Faculdade Canção Nova

SILVA, Paulo Cesar da. **A ética personalista de Karol Wojtyła**. Aparecida: Santuário; Unisal, 2001.
IMBERNÓN, F. (Org.). **A Educação no séc. XXI**. Porto Alegre: Artes Médicas, 2000.



ARQUIVO 1 – Elaboração das dinâmicas aplicadas no projeto



Fonte: Próprios autores

ARQUIVO 2 – Aplicação do método da sexualidade



Fonte: Próprios autores.



AUTOCONHECIMENTO E IDENTIDADE NA PERSPECTIVA VOCACIONAL

David Vinícius Fagundes Parissenti (1), Ezequiel Fabio da Silva (2), Fellipe Leal Pereira (3), Lucas Henrique Pinto (4), Maria Aparecida Santos Fonseca (5) Denis Duarte (6)

¹ Aluno do curso de licenciatura em Filosofia, Cachoeira Paulista-SP. CEP: 12630-000. E-mail: davidcnovos@hotmail.com

² Aluno do curso de licenciatura em Filosofia, Cachoeira Paulista-SP. CEP: 12630-000. E-mail: efs_contato@hotmail.com

³ Aluno do curso de licenciatura em Filosofia, Cachoeira Paulista-SP. CEP: 12630-000.

⁴ Aluno do curso de licenciatura em Filosofia, Cachoeira Paulista-SP. CEP: 12630-000.

⁵ Aluna do curso de licenciatura em Filosofia, Cachoeira Paulista-SP. CEP: 12630-000.

⁶ Professor Faculdade Canção Nova, Cachoeira Paulista. CEP:12630-000. Orientador.

RESUMO: A temática neste trabalho retrata o autoconhecimento e identidade. Os autores abordados são Batista Mondin, Buzzy, Gardner e Ferreira. O objetivo neste texto, é elaboração de um material de reflexão, acessível e prático, tendo como finalidade assim um material auxílio ao professor de filosofia.

PALAVRAS-CHAVE: Autoconhecimento, Identidade, Filosofia, Reflexão.

INTRODUÇÃO

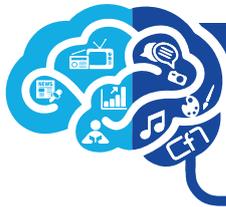
A presente pesquisa surgiu a partir do interesse de oferecer um subsídio aos professores das escolas públicas de Cachoeira Paulista/SP, sobre o processo de autoconhecimento e identidade na vida dos alunos no Ensino Médio e como estes aspectos influenciam as suas escolhas profissionais. A Filosofia desta forma apresenta-se como uma matéria muito propícia para a reflexão de tais temas e com base em pesquisa é possível contemplar a validade deste estudo para favorecer aos professores e estudantes. Serão propostas atividades didáticas para que os professores de Filosofia possam levar os alunos a uma reflexão, utilizando dos meios que cada escola dispõe, especialmente de meios multimídias, como filmes, sites, músicas e dinâmicas. Além de textos fundamentais e clássicos da Filosofia, como também aspectos relevantes da Psicologia. Vislumbra-se, portanto, ser de grande valia para as instituições públicas de ensino, auxiliando os professores em suas aulas, e os alunos formandos do Ensino Médio a terem uma visão mais ampla acerca de si, em seu autoconhecimento e identidade, mas também aos acadêmicos da instituição concedente do material, será proporcionado um aprendizado significativo com o contato com a realidade educacional da cidade.

OBJETIVOS

Elaborar material didático para as aulas de Filosofia com o tema identidade e autoconhecimento na perspectiva vocacional, como auxílio aos professores do Ensino Médio da rede pública de Cachoeira Paulista - SP.

METODOLOGIA

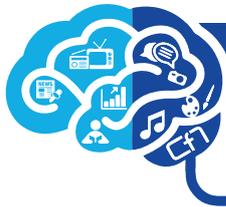
O trabalho realizado no ambiente escolar se deu por meio da visita e conhecimento do mesmo. Houve a interação com os alunos durante uma manhã em que foram debatidos temas relacionados ao autoconhecimento e a perspectiva de escolhas presente no cotidiano dos jovens. Foram utilizadas dinâmicas, palestras, filmes e um teste específico. O que resultou em uma boa aceitação dos alunos e professores. Diante da avaliação positiva do projeto inicial, identificou-se a necessidade de elaborar um material didático como auxílio para os professores de filosofia do Ensino Médio como continuidade. Sobre isso, elencam-se os seguintes temas sob a perspectiva filosófica como o autoconhecimento, escolhas profissionais e a influência das redes sociais nessas realidades, assim, configura-se um foco determinado para o desenvolvimento do trabalho. Para tanto, utilizar-se-á pesquisa bibliográfica que segundo Lino Rampazzo “procura explicar um problema a partir de referências teóricas publicadas (em livros, revistas etc.)” [...] serve também “para fundamentação teórica, ou ainda para justificar os limites e contribuições da própria pesquisa”. (RAMPAZZO, p. 52, 2002). Os textos utilizados neste projeto servem como base para a apresentação e método de resolução ao problema proposto, a partir de grandes clássicos da Filosofia a textos de Psicologia. Neste sentido, a pesquisa bibliográfica reforça os aspectos filosóficos deste projeto e seu embasamento para a aplicação em ambiente educacional. Como fora abordado anteriormente, os pressupostos utilizados para esse trabalho configuram um itinerário para o desenvolvimento do material didático que será fornecido aos professores, de maneira detalhada e prática, aula por aula, sendo facilitada sua utilização em sala. Nessa composição abarca-se a utilização de vários recursos como, por exemplo, vídeos, músicas, dinâmicas, redes sociais direcionados para reflexão acerca do tema proposto.



RESULTADOS PRELIMINARES

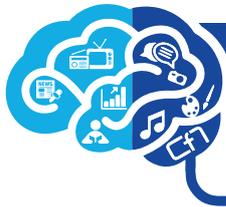
Nem sempre a filosofia é vista com bons olhos, já que se vive em uma época que o imediatismo, a prática se tornam mais interessante. Esse pré-conceito em que a Filosofia é sempre relacionada ao teórico faz com que a matem antes mesmo de colocar vida a ela. O propósito de todo filósofo é ser, buscar, é controlar um insaciável amor a sabedoria, ele tem que manter mesmo com as esperanças quase nulas a capacidade de se espantar, de surpreender, de levantar alguns questionamentos em que nada escape, nem mesmo ele próprio, nem mesmo a sua filosofia pode passar despercebida e muito menos sem críticas ou elogios (MONDIN, 2001). Sendo assim, percebe-se que nessa ciência há muitos caminhos a serem seguidos, há muitos aspectos que podem contribuir para a sociedade e os indivíduos que a compõem. Não menosprezando nem a natureza que o norteia, nem a cultura que o caracteriza, nem os fenômenos que compõem tudo isso e que os sincronizam, assim entra a seguinte questão, afinal porque se deve pensar? Uma tal antropologia ou analítica da existência é, de fato a filosofia, porque procura investigar e expor o sentido do ser nos fenômenos humanos que descrevem e analisam. O homem está no pensamento, na vontade de poder e na liberdade, estas se mostram na experiência. A experiência é abertura de possibilidade porque dá a conhecer que todos têm a capacidade de procurar e de se encontrar o possível. A vontade é, assim, alma do pensamento. Todas as ações estão presentes na vontade, nas emoções, nos sentimentos e nas paixões; O desejar, o crer e o esperar, todos os níveis da consciência são exercícios da vontade. (BUZZI, 2007). Procura-se incansavelmente a liberdade, suprir desejos, amenizar as angústias e encontrar respostas. Metaforicamente é dizer que esta (vontade) começa e termina todos os caminhos, é a beleza do querer. Sua natureza é estender-se como um rio que vai em direção ao mar, como um cientista que encontrou uma cura. Muitos filósofos dizem que todos estão cada vez mais conscientes do que chamam de “eu” self, existência e permanência.

As sensações, segundo eles, afastam desse ponto de partida, e faz considerar sua influência no “eu” tanto pelo prazer ou pela dor. Se alguma impressão der origem à idéia de eu, esta impressão deve permanecer invariável, durante toda vida, supondo que o eu exista dessa maneira. Não é possível apreender a nós mesmos de maneira total, por exemplo, durante o sono profundo as percepções são limitadas. (MARCONDES, 1999). O homem também em sua complexidade entra a sua inteligência que tem como busca a capacidade de resolver problemas ou elaborar produtos que sejam valorizados em um ou mais ambientes culturais ou comunitários. A visão alternativa oferecida pelo Gardner pretende apresentar de maneira pluralista a mente humana, reconhecendo facetas diferentes e separadas para cognição, reconhecendo que as pessoas têm forças cognitivas diferenciadas e estilos cognitivos contrastantes. (GARDNER, 1995). Nesse sentido, entra em questão se o homem se conhece ele se torna sociável? Filosofia e a sociologia têm a peculiaridade de sempre questionar-se, discutindo seu objeto e método. Isso se deve a realidade social que é viva, complexa, intrincada, contraditória, em contínuo devir. No horizonte do século XXI, o seu objeto está revelando transformações notáveis, em todas as direções, em todos os sentidos. Um emblema desse tempo está simbolizado nos contrapontos modernidade e pós modernidade, realidade e virtualidade, globalização e diversidade. Disso decorre a elaboração de novos conceitos, interpretações e metáforas em torno de temas tais como: aldeia global, fábrica global, sistema mundial, economia-mundo, internacionalização do capital, ecossistema, planeta Terra, nave espacial, modernidade-mundo, mundo virtual. O peso do mundo, da sociedade e da história sobre os indivíduos é tão óbvio e tão grave que alguns filósofos e sociólogos estão hoje mais propensos a denunciar o estado de profunda escravidão em que se encontra a humanidade presente, também constituída pelos determinismos sociais. É preciso reconhecer que a influência da parte afetiva sobre o resto do homem é real e profunda, tanto para o bem quanto para o mal. Sociedade e politicidade são então, dois aspectos correlativos de único fenômeno: o homem é sociável e por isso, tende a entrar em contato com seus semelhantes e a formar com eles certas associações estáveis. O homem é essencialmente sociável. E por finalidade a busca pela felicidade. (MONDIN, 2003).



LITERATURA CITADA

- BUZZY, A. **Introdução ao pensar**. Petrópolis: Vozes, 2007.
- FERREIRA, L. C. **A Sociologia no Horizonte do Século XXI**. São Paulo: Boitempo Editorial, 1999.
- GARDNER, Howard. **Inteligências Múltiplas: A Teoria na Prática**. Tradução: Maria Adriana Veríssimo Veronese. Porto Alegre: Artmed, 1995.
- MONDIN, B. **Curso de Filosofia**. São Paulo: Paulinas, 2001.
- MONDIN, B. **O homem quem é Ele? Elementos de antropologia filosófica**. Tradução de Leal Ferreira; M. A. S. Ferrari. 11. ed. São Paulo: Paulinas, 2003.



ARQUIVO 1:

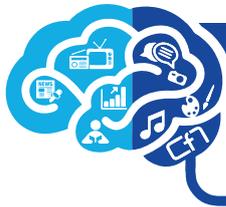


Foto dos componentes do grupo na Escola Estadual Severino Moreira Barbosa (foto tirada pelo autor)

ARQUIVO 2:



Foto com os alunos da E.E. Severino Moreira Barbosa (foto tirada pelo autor)



RELAÇÃO: FUNDAMENTO PARA CONHECIMENTO DE MIM MESMO E DO OUTRO NA PERSPECTIVA BUBERIANA

Francisco Fábio Nunes(1), Gleidson de Souza Carvalho(2), Thiago Junior Luiz Pereira(3), Denis Duarte(4)

¹ Aluno do curso de Filosofia da FCN, Cachoeira Paulista-SP. CEP: 12630-000. e-mail: ffnunes0807@gmail.com

² Aluno do curso de Filosofia da FCN.

³ Aluno do curso de Filosofia da FCN.

⁴ Professor de Filosofia FCN - Cachoeira Paulista-SP. Orientador.

RESUMO: Relacionar-se é uma atividade própria do ser humano. Percebendo a relevância que o tema “relação” adquiriu, e adquire cada vez mais nesta sociedade pluralista e em constantes transformações foi elaborada uma pesquisa anterior cujo tema era: “Relação: fundamento para conhecimento de mim mesmo e do outro”. Os resultados dessa pesquisa foram aplicados em sala de aula para os alunos do ensino médio de uma escola pública de Cachoeira Paulista/SP. Devido à boa receptividade e participação dos alunos, percebeu-se a necessidade de um maior aprofundamento no tema, mas desta vez, tendo como alvo, não mais os alunos, mas os professores. Com isso, a segunda fase desta pesquisa objetivou produzir, ainda mais, um amplo estudo acerca da antropologia humana pelo viés da alteridade, tendo como base o pensamento do filósofo Martin Buber e da filosofia personalista. O resultado desta pesquisa será apurado e transformado em uma linguagem mais simplificada. Espera-se, portanto, que todo o conteúdo, até então selecionado e trabalhado, possa ser usado na elaboração de aulas prontas a serem entregues aos professores das escolas públicas de Cachoeira Paulista/SP em formato de livro.

PALAVRAS-CHAVE: Eu-Tu, Eu-Isso, Eu-Tu Eterno, relação, personalismo

INTRODUÇÃO

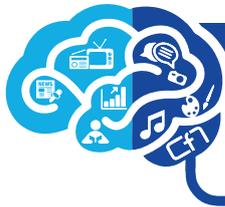
Relacionar-se é uma atividade própria do ser humano. Percebendo a relevância que o tema “relação” adquiriu, e adquire cada vez mais nesta sociedade pluralista e em constantes transformações o presente trabalho é uma continuidade de uma pesquisa sobre o tema “Relação: Fundamento para o conhecimento de mim mesmo e do outro” aplicada aos alunos do terceiro ano do ensino médio, do período da tarde, da escola estadual Severino Moreira Barbosa da cidade de Cachoeira Paulista – SP. A referida escola funciona em todos os períodos com aulas para o ensino médio e EJA (Educação de jovens e Adultos). O prosseguimento desta pesquisa será agora estendido para a participação de todos os docentes de filosofia no ensino médio. Dentro da variedade de temas que compõe o cabedal de assuntos em torno da temática “Relação na perspectiva buberiana”, verificou-se a necessidade de se aprofundar na questão das relações entre pessoa-pessoa, pessoa-objeto e pessoa-transcendente, a fim de produzir aos professores um conteúdo reflexivo sobre o assunto, destacando a sua relevância na construção dos relacionamentos humanos. Portanto, centrado na reflexão sobre as relações humanas e destacando a sua importância na própria vida, esta pesquisa será realizada como continuidade ao trabalho anterior, contemplando todos os docentes do ensino médio da instituição de ensino supracitada.

OBJETIVOS

Preparar material didático sobre as relações enquanto fundamento para o conhecimento de mim mesmo e do outro na perspectiva buberiana para professores de filosofia do ensino médio das escolas públicas de Cachoeira Paulista.

METODOLOGIA

Elaborou-se uma pesquisa que objetivou propor aos alunos do ensino médio uma reflexão acerca das relações interpessoais e os seus benefícios. A pesquisa foi aplicado em encontros expositivos fundamentados na Filosofia de Martin Buber. A partir dos resultados percebeu-se a necessidade da elaboração dessa pesquisa propondo aulas expositivas aos docentes de filosofia no ensino médio. Iniciou-se do pré-projeto com a definição do objetivo e justificativa. Em seguida ocorreu a elaboração da metodologia e um cronograma de execução, simultaneamente foram incluídas no pré-projeto as referências que apoiariam o desenvolvimento da pesquisa. O pré-projeto foi enviado a uma banca examinadora para avaliação e aprovação. Após as considerações e correções necessárias desenvolveu-se a pesquisa acrescentando a introdução, a hipótese e os resumos da obras utilizadas para o referencial teórico em relação ao pré-projeto. Vale a pena evidenciar, que a base teórica oferecida pelas disciplinas do curso de filosofia da Faculdade Canção Nova (FCN) e o auxílio dos professores foram importantes. Segundo



Lino Rampazzo a pesquisa deste trabalho é classificada como “descritiva” e “bibliográfica” (RAMPAZZO, 2005, p. 53). A etapa de execução da pesquisa também consistirá na produção de um material de apoio aos professores contendo uma reflexão sobre a “relação: fundamento para conhecimento de mim mesmo e do outro na perspectiva buberiana”. A produção deste material é acompanhada pelo professor responsável da disciplina de projetos. Atualmente, a etapa em desenvolvimento na pesquisa é a escrita do referencial teórico da aula numa linguagem objetiva que facilite a compreensão dos destinatários. Posteriormente, serão efetuadas revisão e correções necessárias do conteúdo. Após a conclusão, o mesmo será encaminhado para a produção de um livro. Finalizada a manufatura, o material será distribuído para os professores de filosofia do ensino médio das escolas da cidade de Cachoeira Paulista – SP.

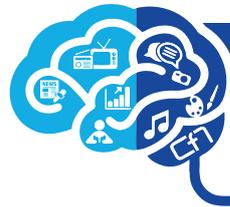
RESULTADOS PRELIMINARES

Uma importante reflexão que se pode fazer nos tempos atuais é: existe a possibilidade, nos dias de hoje, de se estabelecer e cultivar relações autênticas e duradouras, em meio a tantos desencontros, individualizações e objetivações do sujeito? A força desta provocação tem como ponto nevrálgico a palavra “relação” e autenticidade, mais ainda, autenticidade nas relações. Neste campo, o filósofo Martin Buber deu uma formidável contribuição trabalhando o tema na profundidade e amplitude de seu significado. Segundo ele, o homem foi criado para relacionar-se. (BUBER, 2013). A dimensão que permite o homem relacionar-se é a dimensão do corpo. O Compêndio da Doutrina Social da Igreja afirma que é através de sua corporeidade que o homem “unifica em si os elementos do mundo material”, e nele “atinge sua plenitude e apresenta livremente” ao seu Criador. (PONTIFÍCIO CONSELHO JUSTIÇA E PAZ, 2005, p. 80). Esta dimensão permite ao homem inserir-se no mundo material. Pode-se afirmar, portanto, que o corpo humano, exerce uma primeira função principal que é a de “mundanizar” o homem, isto é, a de fazer dele um ser-no-mundo”. (RAMPAZZO, 2004, p. 34). Neste processo, o ambiente externo deve ser fortemente considerado. A escola é o principal deles. Une-se ao ambiente escolar, o ambiente familiar, vai inculcar na criança os primeiros e essenciais valores que serão assimilados e transformados em atitudes durante as fases subseqüentes à infância. Não se pode, atualmente, fechar os olhos para a questão da tecnologia. As tecnologias atuais não influenciam apenas o comportamento por ele mesmo, mas acabam alterando aquelas funções importantes esturradas pela neurociência (memória, atenção, percepção, raciocínio, juízo, imaginação, pensamento, linguagem, funções executivas etc.), que por sua vez alteram o comportamento. As tecnologias também são responsáveis pela ampliação do conhecimento. Neste aspecto, o problema gnosiológico é um tema discutido por toda história da Filosofia, desde os pré-socráticos até a sociedade contemporânea. Este problema gera um questionamento: qual a origem do conhecimento? (MONDIN, 2014, p. 22). Após a revolução industrial e científica, o homem vive em uma sociedade organizada em que o seu conhecimento é voltado à técnica do fazer, baseando-se no conhecimento sensível, na qual os meios educacionais proporcionam. Neste contexto não se desenvolve uma educação crítica e reflexiva.

No entanto Martin Buber, filósofo contemporâneo, em sua filosofia no aspecto da “relação” objetivante do Eu-Isso, acena para essa realidade de um homem que é instrumentalizado como uma máquina tornando-o um objeto. A “relação” objetivante (Eu-Isso), denuncia uma ação entre duas pessoas humanas que é caracterizada pelo homem que torna o outro não um “Tu”, mas um Isso. Essa perda de sentido afeta até mesmo o relacionamento do homem com o mundo que inverte os valores das relações transformando um objeto em pessoa e a pessoa em objeto. (MONDIN, 2014; BUBER, 2013). A própria antropologia humana traz em si a abertura para o transcendente, uma abertura para o infinito, ou seja, para algo que é maior do que o próprio ser humano. “O homem na sua natureza é *animal religiosissimum*: é um ser imensamente religioso. Isto é intrínseco e não extrínseco a ele e não acidental. Então, quem não é religioso não se torna plenamente homem, mas menos homem se torna”. (MONDIN, 1997, p. 398). Partindo daí, foi desenvolvida a pesquisa com base nesta realidade antropológica, como fala o próprio filósofo,

... é um achado sem que se tivesse procurado; uma descoberta daquilo que é primordial, originário. O sentido do Tu que não pode ser saciado, até que lhe tenha encontrado o Tu infinito, que lhe estava presente desde o começo; bastou somente que esta presença se lhe tornasse totalmente atual, de uma atualidade da vida santificada do mundo. (BUBER, 2013, p. 103)

É somente o homem que investiga o seu próprio interior e numa buscar algo de mais ele mesmo se supera. Esta relação com o Eterno não tem acontecido por alguns motivos, um deles é a não realização de uma relação Eu-Tu genuína, que tal relação sendo ela prolongada leva ao Tu-Eterno. Frente a tudo isso se percebe que o ser humano deve ser considerado na sua totalidade, quer dizer, integralidade das suas relações, Eu-Tu, Eu-Isso e EU-Tu Eterno.



LITERATURA CITADA

- BUBER, M. **Eu e tu**. Tradução Newton Aquiles Von Zuben. São Paulo, SP: Centauro, 2013.
- MONDIN, B. **Elementos de Filosofia I - Introdução à filosofia**: problemas, sistemas, autores, obras. Tradução de J. Renard. 14^a. ed. São Paulo: Paulus, 2014.
- _____. **Quem é Deus?**: elementos de teologia filosófica. Tradução de José Maria de Almeida. São Paulo: Paulus, 1997.
- PONTIFÍCIO CONSELHO JUSTIÇA E PAZ. **Compêndio da Doutrina Social da Igreja**. São Paulo: Paulinas, 2005.
- RAMPAZZO, L. **Antropologia, religiões e valores cristãos**. 3^a. ed. São Paulo: Loyola, 2004.
- _____. **Metodologia científica**: Para alunos dos cursos de graduação e pós graduação. São Paulo: Loyola, 2005.

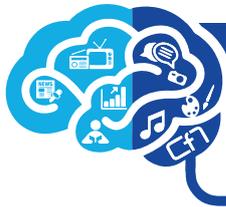


Figura 1 – Apresentação da pesquisa de campo



Fonte: Thiago Junior Luiz Pereira

Figura 2 – Apresentação da pesquisa de campo

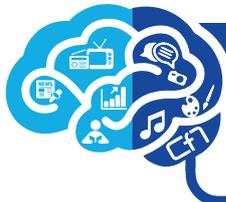


Fonte: Thiago Junior Luiz Pereira

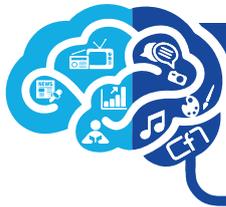
Figura 3 - Apresentação da pesquisa de campo



Fonte: Gleidson Carvalho



JORNALISMO



PROJETO EM RADIOJORNALISMO: ESTAÇÃO DA NOTÍCIA¹

Ana Flávia Maruco dos Anjos(2), Cícero Francisco Lemes(3), Grasiela Peixoto da Costa Lourenço(4), Mauricélia Luzinete da Silva(5), Monique Coutinho Silva(6), Tatiane Eulália M. de Carvalho(7)

¹ Apoio: FCN

² Aluna do curso de Jornalismo da FCN, Cachoeira Paulista-SP.

³ Aluno do curso de Jornalismo da FCN, Cachoeira Paulista-SP.

⁴ Aluna do curso de Jornalismo da FCN, Cachoeira Paulista-SP.

⁵ Aluna do curso de Jornalismo da FCN, Cachoeira Paulista-SP.

⁶ Aluna do curso de Jornalismo da FCN, Cachoeira Paulista-SP.

⁷ Professora e Mestra da FCN – Cachoeira Paulista-SP. Orientadora.

RESUMO: O Projeto Pedagógico Radiojornal teve com objetivo preparar os alunos para a prática do mercado radiofônico, ampliando as possibilidades no processo ensino-aprendizagem. Durante cinco meses, os alunos do 5º período de Jornalismo, do ano de 2015, produziram dois programas jornalísticos para a Rádio Estação da Notícia. O método aplicado possibilitou que os alunos passassem todos os âmbitos da criação de um radiojornal – produção, edição, reportagem e locução. O resultado final foram dez matérias produzidas no formato AM e dez no formato FM.

PALAVRAS-CHAVE: Rádio. Jornalismo. Radiojornalismo. Projeto pedagógico.

INTRODUÇÃO

Este artigo analisa a aplicação do projeto de Radiojornalismo, executado pelos alunos do 5º período do curso de jornalismo, da Faculdade Canção Nova, entre os meses de fevereiro e junho de 2015. O projeto de pesquisa em questão partiu por iniciativa da própria Faculdade, tendo compreensão da necessidade do aprendizado prático dos alunos no que se refere ao radiojornalismo.

Para a condução do projeto, foram escolhidos os veículos de rádio AM e FM e dentro dessas produções deveriam produzir matérias e entrevistas com temas de narrativas jornalísticas a partir de assuntos cujo público-alvo seria o universitário, nas diversas áreas, como saúde, educação, entretenimento e esportes.

A pesquisa analisou o espaço radiofônico da perspectiva jornalística, sendo o comunicador o principal responsável por tornar o relato mais “vivo”, mais próximo do ouvinte e com maior valor informativo. A rapidez, o imediatismo e a proximidade com o público são características do rádio. Por esse motivo, torna-se possível a realização do processo de informar de forma com que o ouvinte sintasse presente na narração.

Além disso, a partir da enumeração e detalhamento dos elementos que constituem o fio narrativo, tornou-se possível entender os processos de produção de uma matéria jornalística para veiculação em rádio, desde o processo de pauta, entrevistas, construção do texto, até o processo de narração e edição.

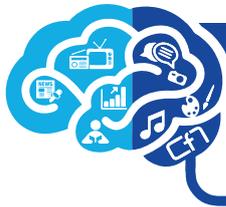
Neste artigo, expõe-se um detalhamento do método aplicado à pesquisa em questão, além da apresentação das constatações obtidas com tal estudo. Esse objetivo de se apresentar a delimitação é importante na medida em que a reflexão sobre o caminho percorrido no desenvolvimento da pesquisa representa uma forma de se compreender e exercitar as propostas exigidas. Além disso, a pesquisa é entendida como ferramenta de aprendizagem em Jornalismo, em termos práticos e teóricos.

OBJETIVOS

Elaborar e executar dois radiojornais, sendo um com linguagem característica para AM e outro para FM como trabalho em equipe e interdisciplinaridade.

METODOLOGIA

O Radiojornal “Estação da Notícia” foi produzido em conjunto pela turma do 5º Período de Jornalismo, da Faculdade Canção Nova. A produção do Radiojornal integra as matérias de “Projeto em Radiojornalismo” e “Técnicas de Redação em Rádio”, além de aplicar conceitos concebidos na disciplina “Comunicação em Rádio I”.



SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA da Faculdade Canção Nova

O Radiojornal foi o produto da teoria das disciplinas aplicada. Foram trabalhados dois formatos de Radiojornal, um para AM e um para FM.

Para sua execução, a professora e orientadora Tatiane E. M. de Carvalho dividiu a classe em grupos de três alunos. Definida a duração de 30'' para cada um dos formatos, foram definidos como Editores Chefes os alunos Mauricélia Luzinete e Paulo Carvalho.

Um *brainstorm* foi realizado para que surgissem as sugestões de reportagens para os dois rádio jornais. Dentre os temas sugeridos foram definidas quais seriam as pautas executadas por cada um dos grupos. Tendo conhecimento de quais seriam seus temas, cada grupo dividiu entre si as funções de produtor, repórter e editor.

As pautas foram entregues e corrigidas pelos editores e professora, para que então partíssemos para a sua execução. Realizadas as entrevistas, os textos foram produzidos e corrigidos pela professora Vaniele Barreiros, da disciplina “Técnicas de Redação em Rádio”. Após a correção foi gravado o off de cada reportagem no estúdio da Rádio Canção Nova, sob supervisão e orientação da professora Tatiane E. M. de Carvalho.

Cada radiojornal contou com dois âncoras que produziram a chamada e as cabeças do jornal. Para AM foram âncoras Natália Souza e Luciana Sinieghi. Já para FM foram âncoras os alunos Cícero Lemes e Rebeca Teles.

As matérias foram devidamente editadas pelos grupos e entregues aos editores chefes, Mauricélia e Paulo, que realizaram a edição final, unindo as reportagens com suas cabeças, aplicando efeitos sonoros como BG, vinhetas e cortinas e concluindo o jornal em sua estrutura final.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O 5º semestre do curso de Jornalismo da Faculdade Canção Nova destina-se ao estudo teórico e prático das técnicas utilizadas para o formato rádio. Nesse projeto, a sala teve a oportunidade de integrar todas as disciplinas estudadas durante o semestre, desenvolver o trabalho em equipe e acima de tudo, compreender na prática o modo de fazer rádio.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante a realização deste projeto pedagógico de Radiojornal adquirimos o conhecimento sobre o rádio, através dos métodos e técnicas apresentados em sala e também no desempenho de cada grupo na busca das fontes para que este projeto fosse realizado.

O mesmo teve como função principal proporcionar em toda a sala a interdisciplinaridade e vencer os desafios de aprender a utilizar a escrita e a linguagem radiofônica de forma ética para assim colocá-la em prática na sociedade.

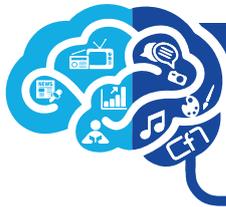
AGRADECIMENTOS

Agradecimento a Faculdade Canção Nova por nos proporcionar o aprendizado da prática no âmbito do radiojornalismo e a professora Tatiane Eulália M. de Carvalho por todo apoio e incentivo que sempre demonstra em nossos projetos.

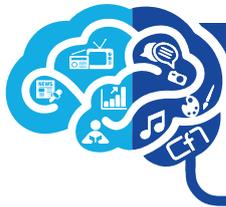
LITERATURA CITADA

BARBEIRO, Heródoto. LIMA, Paulo Rodolfo de. *Manual do Radiojornalismo: produção, ética e internet*, 2º ed. Rio de Janeiro, Elsevier, 2003.

FERRARETTO, Luiz Artur. *Rádio - o veículo, a história e a técnica*. Porto Alegre: Sagra-Luzzatto, 2000.



RÁDIO E TELEVISÃO



TROPEIRISMO EM SILVEIRAS: HISTÓRIA E TRADIÇÃO

Jakeline de Oliveira Cordeiro (1), Maria Aparecida Martins Barboza (2), Iona Marina Piva Rangel(3)

¹ Aluna do 8º período de Rádio e TV da FCN, Cachoeira Paulista-SP. CEP: 12630-000. E-mail: jakelineocordeiro@gmail.com.

² Aluna do 8º período de Rádio e TV da FCN, Cachoeira Paulista-SP. CEP: 12630-000. E-mail: cidinhambarboza@gmail.com.

³ Professora da Faculdade Canção Nova. Orientadora.

RESUMO: O relatório técnico de produto midiático visa apresentar o resultado da pesquisa e das técnicas utilizadas para a elaboração do documentário audiovisual: “Tropeirismo em Silveiras: História e Tradição”. O objetivo é destacar a história e as tradições do tropeirismo como uma forma de manter viva a cultura tropeira, entre a comunidade silveirense. Apresenta uma breve contextualização do surgimento da Estrada Real, do município de Silveiras e a importância da pessoa do Tropeiro no século XVIII e XIX, suas contribuições culturais, sociais e econômicas. Conceitua o que é o gênero documentário audiovisual, bem como sua característica testemunhal. Os principais autores estudados foram Fernão Pessoa Ramos, Manuela Penafria, Cristina Melo, Bill Nichols, Francisco Elinaldo Teixeira, José de Miranda Alves, Henrique Alckmin Prudente, Francisco Soderro Toledo e Olga Sá.

PALAVRAS-CHAVE: Documentário. Tropeiro. Vale do Paraíba. Silveiras.

INTRODUÇÃO

A região do Vale do Paraíba é composta por grandes riquezas culturais e históricas, além de suas belezas naturais, a Estrada Real (ER) corta parte do Vale do Paraíba Paulista. A ER surgiu quando a Coroa Portuguesa oficializou os caminhos de ouro e diamantes de Minas Gerais até o Rio de Janeiro. Com o advento do Tropeiro (viajante) que fazia as travessias de mulas e mercadorias, no final do século XVIII, a família Silveiras se instala em um trecho do Caminho Novo da Piedade. O tropeiro desenvolveu um grande papel na abertura de estradas, povoamento e na movimentação da economia do Brasil, é pela sua contribuição que se faz necessário manter viva a sua história, tradição e cultura.

Este trabalho possui uma relevância social, pois irá tratar da questão da história e cultura de uma comunidade, de um povo, pois falar da cultura é falar do homem, do produto que o homem criou ao longo dos anos ou mesmo produziu a partir de suas faculdades. Da relevância acadêmica, é a oportunidade dos discentes colocar a teoria em prática, transformar histórias em vídeos, palavras em imagem e tornar conhecida a história, cultura e tradição escondidas no Vale do Paraíba Paulista.

OBJETIVOS

Apresentar a história e as tradições do tropeirismo por meio de um documentário audiovisual.

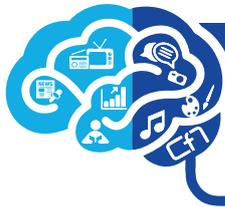
METODOLOGIA

Para a realização deste trabalho utilizou-se da pesquisa bibliográfica e documental. A primeira etapa de pesquisa foi a listagem de referências teóricas existentes e relacionadas ao tema escolhido, de acordo com a definição de Cervo e Bervian (1983, p.55) a pesquisa bibliográfica é aquela que:

(...) explica um problema a partir de referências teóricas publicadas em documentos. Pode ser realizada independentemente ou como parte da pesquisa descritiva ou experimental. Em ambos os casos buscam conhecer e analisar as contribuições culturais ou críticas do passado existente sobre um determinado assunto, tema ou problema. (CERVO e BERVIAN, 1983, p.55).

Para compor o referencial teórico do relatório final, foram consultados 12 livros, 1 dissertação de mestrado, 3 artigos científicos além de anotações pessoais de aulas e palestras. Os principais autores pesquisados foram Fernão Pessoa Ramos, Sérgio Puccini, Manuela Pena Fria, José de Miranda Alves, Luana Manzione Ribeiro.

Na segunda etapa, a realização de pré-entrevistas, que conforme Puccini (2008) marca o primeiro contato entre o documentarista e sua equipe o os possíveis personagens que aparecerão no documentário, e são muito úteis para fornecer informações e aprofundar aquelas já coletadas. Foram realizados 2 pré-entrevistas com possíveis entrevistados.



Para a terceira etapa a parte prática, a produção para o documentário levou em conta o resultado das etapas anteriores bem como a aplicação dos processos de pré-produção, produção e pós-produção, conforme aprendizado teórico e prático das disciplinas lecionadas ao longo do curso de Comunicação Social - Rádio e TV.

Ao todo foram elaboradas 8 pautas de entrevistas que foram aplicadas com 13 pessoas, por meio da “entrevista humanizada” (MEDINA, 2008). Quanto à edição do produto audiovisual utilizou-se o programa Adobe Premiere Pro CC e seguiu a metodologia proposta pelo diretor de som Carlos Abbate (2015): primeiro a edição dos diálogos e das vozes, em seguida, a integração e os efeitos sonoros e finalmente a trilha sonora. O áudio e o tratamento das imagens foram as últimas etapas da edição. Parte da edição do áudio foi feita pelo programa Audacity 2.1.0 e outra parte pelo Adobe Premiere Pro CC 2015.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A cidade de Silveiras, região montanhosa, está localizada no Médio Paraíba Paulista, entre as cidades de Lorena e a divisa do Rio de Janeiro. (TOLEDO, 1988). De acordo com Ribeiro (2005, p.15) a região "começou a surgir a partir da abertura do Caminho Novo, em 1725 devido à necessidade de outras alternativas às estradas da Serra do Mar". A família dos Silveiras construiu o "Rancho dos Silveiras" que devido a sua localização privilegiada tornou-se um dos mais prósperos, escolhido por um grande número de tropeiros que passava pela região. (RIBEIRO, 2005). Ao longo dos anos a cidade foi marcada por grandes acontecimentos como a Revolução Liberal e a Constitucionalista, e começou a ser esquecida com a construção da estrada de ferro e a Rodovia Presidente Dutra que passaria ser o elo entre São Paulo e Rio de Janeiro, do escoamento da atividade econômica.

Até os dias atuais o tropeirismo é lembrado como herança cultural local, todo ano no último final de semana de agosto a cidade realiza a Festa do Tropeiro em que os moradores da cidade, da região e de outros Estados, se reúnem para fazer memória do "sucessor dos bandeirantes". (CARTA DE DEFESA, (1985, p.28). A festa possui uma programação que se repete todo ano, a corrida de mulas "Formula", o "Desfile das Tropas", a Missa, como forma de gratidão a Deus e o famoso almoço tropeiro que é servido no Rancho do Tropeiro na Praça do Tropeiro, hoje toda a administração da festa está sob a responsabilidade da Secretaria de Cultura e Turismo da cidade.

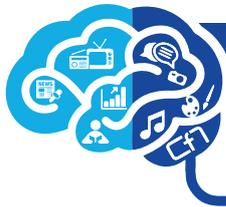
O documentário audiovisual de 25 minutos, no formato testemunhal, possui 2 especialistas e 6 personagens que intercalam entre si e formam a “polifonia de vozes” (MELO, 2002). Para compor a trilha sonora, uma composição de viola feita pelo cantor e compositor Elias Torquete Júnior e também a música “O que tem Silveiras?” de autoria de Jerônimo Nunes da Costa, um dos personagens do documentário. O produto está dividido em três partes: passado, presente e futuro. No passado é abordado o "ser tropeiro", quem foi o Tropeiro, seus costumes, crenças e tradições. No presente, a cultura tropeira na atualidade através das tradições familiares, da gastronomia e da Festa do Tropeiro. E por fim, o futuro, do que será da cultura tropeira ela irá acabar? E aponta os meios tecnológicos de comunicação como forma de registro e garantia da propagação do conhecimento para as futuras gerações.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização do documentário “Tropeirismo em Silveiras: História e Tradição” permitiu ao grupo a oportunidade de se aprofundar na cultura e na história de uma cidade que faz parte do Vale do Paraíba Paulista e que possui riquezas incalculáveis. Aliado à pesquisa, o grupo pôde colocar em prática as disciplinas aplicadas em sala de aula no curso de Rádio e TV da Faculdade Canção Nova como: Edição em TV; Computação Gráfica; Técnicas de Rádio e TV; Iluminação; Criatividade em Comunicação; Comunicação em Audiovisual; Fotografia; Roteiro e Produção de TV; Comunicação em Vídeo; Linguagem Musical; Projeto em TV e Metodologia da Pesquisa em Comunicação.

Com o resultado da pesquisa escrita e do registro das imagens, compreende-se a importância e a necessidade de valorizar e difundir a cultura e a história, como um legado para as próximas gerações. Um olhar para o passado permite compreender as mudanças no presente e, através de um meio de comunicação, divulgar as ações para lembrar e incentivar a comunidade a conhecer melhor e valorizar as suas tradições.

Os desafios para a produção de um documentário audiovisual são iminentes. Exige dos realizadores uma boa organização para administrar reservas de equipamentos, agendamento com entrevistados, elaboração de pautas, locações, capacidade de lidar com imprevistos entre muitas outras situações, inclusive a divisão do tempo com o emprego e vida familiar. O grupo se dedicou em todas as etapas do trabalho, praticamente não houve execução de funções desenvolvidas por terceiros.



SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA da Faculdade Canção Nova

Espera-se que esse trabalho venha a ser o início de muitos outros, pois ao término deste, percebe-se que há uma infinidade de possibilidades como: realizar uma série de documentários, vídeos educativos, formativos, concursos, seguindo esta temática de história e tradição na área da gastronomia, do artesanato, dos contos relatados pelo caipira, a música, os utensílios tropeiros ainda em uso, ou ainda se aprofundar nos costumes familiares.

LITERATURA CITADA

ABATTE, Carlos. **Introdução ao Som no Audiovisual**: Série de TV, Longa, Curta, e Documentário. São Paulo. 15 de maio 2015. Informação verbal. Mesa de debate realizada com Carlos Abbate e Tide Borges, na Semana ABC 2015. Programação disponível em: <http://www.abcine.org.br/semana-abc/?id=1602&/semana-abc-2015>

CARTA de defesa do patrimônio cultural e ambiental de Silveiras. Companhia de Tecnologia de Saneamento Ambiental. Conselho Estadual do Meio Ambiente. Fundação Nacional em Defesa do Tropeirismo. Silveiras: [s.n.], 1985.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. **Metodologia Científica**. 3ª Ed. São Paulo: Prentice Hall, 1983.

MEDINA, Cremilda. **Entrevista**: O diálogo possível. 5.ed. São Paulo: Ática, 2008.

MELO, Cristina Teixeira Vieira de. **O documentário como gênero audiovisual**. *Comum. Inf.* v/5, n.1/2, p.25-40, jan/dez. 2002. Disponível em: www.revistas.ufg.br/index.php/ci/article/download/24168/14059. Acesso em 10 junho de 2015.

PUCCINI, Sérgio. **Roteiro do documentário**: da pré-produção à pós-produção. 3ª ed. Campinas: Papirus, 2012.

RIBEIRO, Luana Manzione. **A festa e o movimento tropeirista em Silveiras**: a cidade esquecida, a cidade lembrada. Dissertação de mestrado em história. São Paulo: PUC, 2005. Disponível em: http://www.sapientia.pucsp.br/tde_arquivos/17/TDE-2005-04-27T15:09:39Z-670/Publico/Luana%20Manzione%20Ribeiro.pdf Acesso em 20 março de 2015.

TOLEDO, Francisco Sodero. **Em busca de raízes**: identidade cultural do Vale do Paraíba: ação e reflexão. Aparecida: Santuário, 1988.



UM ESTUDO SOBRE A SUSTENTABILIDADE DA TECNOLOGIA EM EMPRESAS CORPORATIVAS

Mário Cypriano Sampaio Pinto Júnior¹, Ricardo Ávila Nunes de Araújo², Daniella de Carvalho Cruz³, Thamires Aparecida Silva⁴, Camila Martins de Jesus⁵, Augusto Ferreira Norberto Carrupt⁶, Rauane Maria Ferreira⁷, Rodrigo Souza Sardinha⁸

¹Aluno do curso de Rádio e Tv da FCN, Cachoeira Paulista-SP. e-mail: mario.cypriano.jr@outlook.com

²Aluno do curso de Rádio e Tv da FCN, Cachoeira Paulista-SP.

³Aluna do curso de Rádio e Tv da FCN, Cachoeira Paulista-SP.

⁴Aluna do curso de Rádio e Tv da FCN, Cachoeira Paulista-SP.

⁵Aluna do curso de Rádio e Tv da FCN, Cachoeira Paulista-SP.

⁶Aluno do curso de Rádio e Tv da FCN, Cachoeira Paulista-SP.

⁷Aluna do curso de Rádio e Tv da FCN, Cachoeira Paulista-SP.

⁸Professor de Marketing Social da FNC, Cachoeira Paulista-SP. Orientador.

RESUMO: objetivou-se a mudança de comportamento de uma empresa acerca da responsabilidade ambiental a partir de dados obtidos na literatura nacional e estudos de casos sobre tecnologias sustentáveis onde as mesmas são aplicadas. Realizou-se a compilação de duas tecnologias primordiais para que uma empresa gere sua energia de forma limpa sem danos ao ambiente ou prejuízo em seu sistema de abastecimento e finanças. Coletaram-se dados em diversas fontes especializadas no desenvolvimento dessas tecnologias e estudos de casos em artigos científicos, assim como foram estudados métodos básicos da mudança de comportamento acerca de determinada ideia por meio da bibliografia básica da disciplina de Marketing Social. Verificou-se grande eficácia e viabilidade na energia gerada por um sistema de placas fotovoltaicas, assim como na energia gerada por movimento em um sistema de pressão de um produto denominado *ecopiso*. Desta forma, infere-se que, uma vez que as consequências das ações por nós tomadas ou ignoradas se tornam o reflexo do ambiente em que vivemos, a adaptação à tecnologia sustentável é uma estratégia eficaz que reúne os anseios e capacidades da instituição e sociedade para criar uma visão de futuro, trabalhando estratégica e progressivamente seus objetivos. Embora a tecnologia sustentável inicialmente seja um pouco mais dispendiosa que a energia pública, o mesmo investimento é pago em uma média de dois anos, tornando-se viável em longo prazo.

PALAVRAS-CHAVE: marketing social, responsabilidade ambiental, tecnologia sustentável.

INTRODUÇÃO

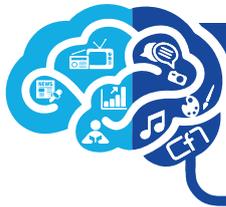
A tecnologia sempre esteve em constante evolução. Cada vez mais usamos meios eletrônicos para solucionar e facilitar questões cotidianas. Isso gera um problema: o abastecimento dessa tecnologia. Atualmente, as edificações e aparelhos eletrônicos são abastecidos pela energia elétrica pública ou por baterias químicas. Ambas as formas são danosas ao meio ambiente. Tanto as baterias químicas descartadas incorretamente quanto a energia gerada por hidrelétricas. Uma empresa, como grande consumidora de energia através de seus equipamentos e instalações contribui para os danos ao meio ambiente. Uma solução para tal é a tecnologia sustentável. A missão primária da tecnologia sustentável é adaptar as tecnologias existentes, assim como as futuras tecnologias, dando-lhes cada vez mais eficiência, de modo que os impactos ambientais sejam cada vez menores.

OBJETIVOS

Objetivou-se conscientizar uma empresa acerca da tendência em adaptar o consumo de energia a uma forma sustentável, promovendo a mesma eficiência e diminuindo o impacto negativo ao meio ambiente. Tal estudo deve-se a constantes pesquisas a partir de dados obtidos na literatura brasileira sobre desenvolvimento sustentável, assim como a necessidade da mudança de comportamento de grandes empresas acerca de sua sustentabilidade. Com isso a empresa criará a consciência da preservação do meio ambiente e da diminuição dos riscos com acidentes elétricos envolvendo seus funcionários, devido à enorme quantidade de fios e postes localizados na área interna e externa. Além de suprir seu próprio consumo de energia, terá a possibilidade de vender a energia que sobrar para o Estado.

METODOLOGIA

Realizou-se uma compilação de dados em pesquisas e artigos na literatura nacional a respeito do desenvolvimento e tecnologia sustentáveis. A necessidade dessa adaptação a meios sustentáveis de abastecimento de energia tornou-se mais evidente a cada pesquisa. Como proposta de utilização, baseou-



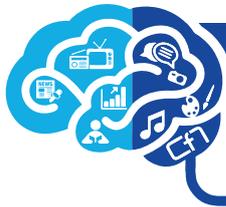
se em duas tecnologias essenciais, obtidas em sites especializados acerca da adaptação do abastecimento de energia em uma forma tecnologicamente sustentável, assim como um artigo científico sobre a viabilidade do uso parcial ou total de energia gerada por um sistema fotovoltaico mediante o alto consumo de energia em uma unidade retransmissora de TV da cidade de Barra Mansa-RJ.

RESULTADOS PRELIMINARES

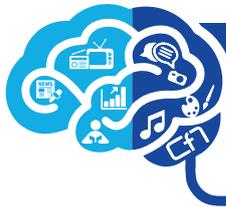
No atual cenário corporativo muito se fala sobre responsabilidade ambiental das organizações, uma forma de gestão que respeita as relações com seu público e com o meio ambiente, estabelecendo metas compatíveis com o desenvolvimento sustentável de forma a preservar os recursos naturais para futuras gerações. A responsabilidade ambiental tornou-se fator óbvio para a mudança de comportamento de uma empresa mediante a tendência da sustentabilidade tecnológica. Espera-se que a lógica da responsabilidade contida na relação do grande consumo de energia em uma empresa altere o comportamento da mesma mediante o conceito de tecnologia sustentável. Das tecnologias pesquisadas, nota-se a energia gerada por um sistema fotovoltaico e por sistema de movimento e pressão. Consideraram-se essas duas tecnologias como mudanças primordiais no comportamento da empresa relacionado à sua sustentabilidade. Com base na energia gerada por placas fotovoltaicas, observou-se a eficiência e redução de custos por um meio limpo que utiliza de um recurso natural e abundante. Através da energia gerada pelo movimento e pressão vemos que se torna uma fonte útil e facilmente renovável em ambientes de grande circulação. Nesse conceito, em uma análise do produto ecopiso, nota-se que a energia é gerada sempre que ocorre uma interação para com o equipamento. A energia gerada pode ser utilizada instantaneamente, tornando-se fonte de energia para equipamentos como cancelas de estacionamento e também pode ser armazenada em uma bateria para o uso posterior. Com a instalação de pisos sensíveis ao movimento e pressão e placas fotovoltaicas, ambos geradores de energia limpa, a longo prazo o investimento torna-se viável e vantajoso para a empresa.

REFERÊNCIAS

- DANIEL, Abel de Lima. Um estudo da viabilidade do uso parcial ou total de energia gerada por um sistema fotovoltaico. 2015. 16 f. Artigo Científico (Graduado em Administração da Faculdade Canção Nova).
- ECOGREENS. Soluções sustentáveis. Disponível em: <http://www.ecogreens.com.br/home/index_site>. Acesso em 17 novembro 2015.
- KOTLER, Philip; LEE, Nancy R.. Marketing Social: Influenciando comportamentos para o bem. 3. Ed. Porto Alegre:Bookman, 2011.
- TVSUPRENBRASILIA. Morador do DF produz energia em casa e vende parte á rede pública. Disponível em:< <https://www.youtube.com/watch?v=ug197QownqM>>. Acesso em 17 novembro 2015.
- ECOGREENS SS. EcoPista - a 1ª pista de dança sustentável. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=WhO6j-H0UGE>>. Acesso em 17 novembro 2015.
- ECOGREENS SS. Onde há movimento, pode haver uma ecopista. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=2CIS7n5XQ7M>>. Acesso em 17 novembro 2015.
- GREENPRO. Energia Fotovoltaica- Manual de Tecnologias, Projecto e Instalação. Disponível em: < <http://www.portal-energia.com/downloads/guia-tecnico-manual-energia-fotovoltaica.pdf>> Acesso em 17 novembro 2015.
- VILLALVA, Marcelo Gradella; GAZOLI, Jonas Rafael. Energia Solar Fotovoltaica: Conceitos e Aplicações: Sistemas Isolados e Conectados à Rede. 1. Ed. São Paulo: Érica, 2012.



TRABALHOS PREMIADOS



Curso de Administração

**O IMPACTO DA DUPLA JORNADA DOS DOCENTES DE ENSINO SUPERIOR NA
GERAÇÃO DO ESTRESSE**

Camila Carvalho Duarte

Orientador: Henrique Alckmin Prudente

Curso de Filosofia

**RELAÇÃO: FUNDAMENTO PARA CONHECIMENTO DE MIM MESMO E DO
OUTRO NA PERSPECTIVA BUBERIANA**

Francisco Fábio Nunes, Gleidson de Souza Carvalho, Thiago Junior Luiz Pereira

Orientador: Denis Duarte

Curso de Jornalismo

PROJETO EM RADIOJORNALISMO: ESTAÇÃO DA NOTÍCIA

Ana Flávia Maruco dos Anjos, Cícero Francisco Lemes, Grasiela Peixoto da Costa Lourenço, Mauricélia Luzinete da Silva, Monique Coutinho Silva

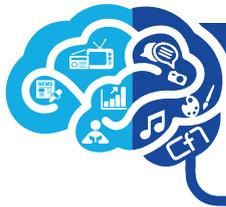
Orientadora: Tatiane Eulália M. de Carvalho

Curso de Rádio e Televisão

TROPEIRISMO EM SILVEIRAS: HISTÓRIA E TRADIÇÃO

Jakeline de Oliveira Cordeiro, Maria Aparecida Martins Barboza

Orientadora: Ioná Marina Piva Rangel



SIC

SIMPÓSIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

I e II Simpósio de Iniciação Científica

FACULDADE CANÇÃO NOVA
2016