

Revista

# FACULDADE PRIME

Vol. 2, No. 2 2022

ISSN 2764-7641



VEM SER  
**PRIME.**

FACULDADE  
**prime**  
O conhecimento  
do futuro, hoje.



## SUMÁRIO

EDITORIAL.....	04
PREFÁCIO.....	05
ADVOCACIA 4.0; JUDICIALIZAÇÃO; RENEGOCIAÇÃO; 3º SETOR: O NOVO “FAZER” DO DIREITO .....	09
ANTROPOLOGIA JURÍDICA .....	21
O PAPEL DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO NA MODERNIZAÇÃO DOS TRIBUNAIS NA BUSCA DA EFETIVIDADE PROCESSUAL .....	33
ÉTICA EMPRESARIAL E RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL.....	41
FUNDAMENTOS DE NEGÓCIOS IMOBILIÁRIOS .....	51
ESTRATÉGIAS DE SEGURANÇA DENTRO DA NR-20.....	62
GESTÃO ESTRATEGICA DE PESSOAS .....	73
COLÉGIO MILITAR E SUA METODOLOGIA DE ENSINO .....	84
O MERCADO IMOBILIÁRIO INFORMAL.....	98
APOIO PSICOPEDAGÓGICO NO ENSINO SUPERIOR.....	107



# EDITORIAL

A Revista Prime é o periódico oficial da Faculdade Prime, é uma publicação semestral de orientação pluralista, de caráter multidisciplinar e de acesso aberto, que poderá conter em seus números a publicação de artigos, resenhas e resumos direcionados à formação profissional que apresentem contribuições originais, teóricas ou empíricas, relacionadas às áreas de Educação e Direito.

Acesse nosso site em: <https://revistasprime.com.br/>

## PREFÁCIO

Escrever o prefácio da Revista Faculdade Prime é um dever inerente que nos dá muita satisfação pelo sabor delicioso do pertencimento à Faculdade Prime, pela promoção da ciência e sobretudo pela divulgação dos trabalhos de pesquisa produzidos na Faculdade. Com satisfação entregamos a comunidade, mais um volume da Revista Faculdade Prime, esta edição conta com artigos, de autoria da comunidade acadêmica.

Abre essa edição o artigo “Advocacia 4.0; Judicialização; Renegociação; 3º Setor: O Novo “Fazer” do Direito”, o qual, debate o quanto as áreas do título (judicialização, terceiro setor e renegociação) podem auxiliar o profissional de direito na forma de empreender em escritórios de advocacia e adquirir novos clientes, e ainda, a importância das inovações tecnológicas previstas na Advocacia 4.0.

Por sua vez, Moises Salim Sayar publica “Antropologia Jurídica”, numa importante análise sobre a antropologia como um campo de estudo amplo. O autor retrata que o acesso à justiça é essencial para uma sociedade democrática, e ainda, que a diversidade na profissão jurídica aumenta a probabilidade de acesso para pessoas de uma população cada vez mais diversificada.

Em “O Papel da Tecnologia da Informação na Modernização dos Tribunais na Busca da Efetividade Processual”, o autor Luiz Carlos Saldanha Rodrigues Junior explora um tema bastante específico retratando que o valor do processo judicial digital está em obter a vantagem produtiva, a fim de promover a velocidade de julgamentos judiciais e redução de encargos financeiros.

Wilmar Souza Fortaleza Junior e Renata Mashye Kawano em “Ética Empresarial e Responsabilidade Socioambiental”, realizam a análise da diferença entre moralidade e ética, tratam sobre a responsabilidade social nos negócios e ainda, abordam a importância da implantação de sistemas de gestão ambiental como práticas de responsabilidade social corporativa.

Em seguida, “Fundamentos de Negócios Imobiliários” explana sobre Plano de Marketing, retratando que o formato específico do Plano de Marketing difere de organização para organização, de toda forma, registra que a maioria dos planos incluem um resumo executivo, análise de situação, estratégia de marketing, seção financeira e seção de controles e também, que o planejamento de marketing envolve a decisão sobre as estratégias de marketing que ajudarão a empresa a atingir seus objetivos estratégicos gerais.

Em “Estratégias de Segurança Dentro da NR-20” o autor Lucas Rasi Cunha Leite, trata sobre os perigos do manuseio e armazenamento de líquidos inflamáveis, os riscos de incêndio e explosão e ainda, as medidas de segurança para a saúde dos trabalhadores.

Em seguida, em “Gestão Estratégica de Pessoas” Wilmar Souza Fortaleza Junior e Renata Mashye Kawano tecem comentários acerca da gestão estratégica de pessoas nas organizações e o quanto uma gestão eficaz aliada à inovação garante vantagens importantes às empresas.

Posteriormente, Higor Batistela Zunta, em “Colégio Militar e sua Metodologia de Ensino” apresenta um breve histórico dos Colégios Militares do Brasil, descreve os métodos de ensino e a metodologia aplicada no Colégio Militar conforme referenciais teóricos e regulamentos.

Lucas Rasi Cunha Leite e Moises Salim Sayar, por sua vez, em “O Mercado Imobiliário Informal”, destacam a importância de um mercado diversificado da habitação, relatando sobre mercados informais da habitação e submercados.

Fechando essa edição, o artigo “Apoio Psicopedagógico no Ensino Superior” aborda a atuação do psicopedagogo em um núcleo de apoio psicopedagógico em uma instituição de ensino superior em função das possibilidades de aprender e ensinar nesse espaço

A Revista Faculdade Prime agrade a contribuição das autoras e dos autores de seus artigos e pesquisas e aos pareceristas que enriqueceram a qualidade científica destes trabalhos.

A publicação deste número é um fortalecimento institucional, pois, apresenta um caldo científico e a pujança da pesquisa institucionalizada na Faculdade Prime. Esperamos que esta edição inspire a comunidade acadêmica para sempre agir em defesa da ciência e do fomento da produção escrita acadêmica.

Cordiais saudações!

Profa. Dra. Rosangela Vargas Cassola

Membro do Corpo Editorial

**Revista Faculdade Prime**

www. <https://revistasprime.com.br/>

Rua Brasil, 616 – Monte Castelo – Campo Grande-MS

CEP 79210-230 - (67) 9 9981-9960 - E-mail: [faprime@faculdadeprime.com.br](mailto:faprime@faculdadeprime.com.br);

Copyright 2021 by FACULDADE PRIME,

e-mail: [faprime@faculdadeprime.com.br](mailto:faprime@faculdadeprime.com.br) – Campo Grande – MS

REVISTA ELETRÔNICA

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Bibliotecária: Rosilene de Melo Oliveira CRB 9958-8

---

R454 Revista Faculdade PRIME / Faculdade PRIME. – v. 2.n.2 (2022). - Campo Grande, 2022.

Semestral

ISSN 2764-7641

1. Direito – periódico. 2. Pedagogia – periódico. I. Faculdade PRIME. II. Título. III. Série.

---

CDD (22) 340

### **Sobre a Revista Prime**

A Revista Prime é o periódico oficial da Faculdade Prime, é uma publicação semestral de orientação pluralista, de caráter multidisciplinar e de acesso aberto, que poderá conter em seus números a publicação de artigos, resenhas e resumos direcionados à formação profissional que apresentem contribuições originais, teóricas ou empíricas, relacionadas às áreas de Educação e Direito.

### **Informações para leitores**

Convidamos os leitores a se cadastrarem no serviço de notificação de publicação da revista. Clique em Cadastro no menu superior da página. O cadastro permitirá ao leitor receber o sumário via e-mail a cada nova edição.

### **Informação para Autores**

Deseja enviar contribuições à revista?

Envie seu trabalho para o e-mail: [faprime@faculdadeprime.com.br](mailto:faprime@faculdadeprime.com.br) junto com o documento “Declaração com Autorização para Publicação” atualizado, assinado e escaneado, conforme “Manual de Redação” no menu de opções do site.

### **Política de Privacidade**

Os nomes e endereços informados nesta revista serão usados exclusivamente para os serviços prestados por esta publicação, não sendo disponibilizados para outras finalidades ou a terceiros.

### **Declaração de Direito Autoral**

Declaração de Direito Autoral Autores que publicam nesta revista concordam com os seguintes termos: Autores mantém os direitos autorais e concedem à Revista Prime o direito de Publicação, com o trabalho simultaneamente licenciado sob a Licença Creative Commons Attribution que permite o compartilhamento do trabalho com reconhecimento da autoria. Autores têm permissão e são estimulados a publicar e distribuir seu trabalho online (ex.: em repositórios institucionais ou na sua página pessoal) a qualquer ponto antes ou durante o processo editorial, já que isso pode gerar alterações produtivas, bem como aumentar o impacto e a citação do trabalho publicado.

### **Submissões Online**

O cadastro no sistema e posterior acesso, por meio de login e senha, são obrigatórios para a submissão de trabalhos, bem como para acompanhar o processo editorial em curso.

[Acesse a página de cadastro](#)

### **Diretrizes para Autores**

Os artigos publicados na Revista Prime deverão seguir as normas descritas no arquivo “Prime - Manual de Redação”.

### **Licença de conteúdo**



Todo o conteúdo desta revista está licenciado com uma Creative Commons Atribuição-Compartilha Igual 4.0 Internacional.



## ARTIGO I

### ADVOCACIA 4.0; JUDICIALIZAÇÃO; RENEGOCIAÇÃO; 3º SETOR: O NOVO “FAZER” DO DIREITO

*Fernando Antônio Tavares de Barcellos Vieira*

*Graduação em Direito pela Universidade Anhanguera-Uniderp (2009) e Mestrado em Educação, com ênfase em Políticas Públicas, pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul - UFMS (2010).*

*Caio Cesar Monteiro Aguirre*

*Técnico Contábil (EESSDO, 1992). Graduando em Direito, Faculdade Prime.*

#### RESUMO

Apesar do conceito de empreendedorismo jurídico remeter a ideia principal de inovação tecnológica, atuação em startups, e marketing jurídico, é interessante voltar-se ao conceito de empreender como forma de captar e fidelizar novos clientes junto ao escritório de advocacia, utilizando o mecanismo de atuação em novas e diferentes frentes. A atuação do advogado encontra-se consolidada em determinadas áreas específicas como o direito penal, a vara de família, e o direito administrativo, contudo, existe uma atualização de mercado, movido pela dinâmica social, a qual tem sido apresentado uma necessidade de profissionais de direito para auxiliarem em casos referentes a Renegociação de Dívidas, intervenção em processos de saúde, o que chamamos de Judicialização, e apoio na legalização de empresas que atuam no terceiro setor, que tem-se mostrado como áreas de atuação em expansão e evidência na atualidade, exigindo dos profissionais capacitação, treinamento, e formação adequada para atender a demanda emergente. As inovações metodológicas ficam a cargo do conceito de advocacia 4.0, que apresenta a necessidade de atualização do profissional em relação ao conjunto de atividades desenvolvidas no direito e que hoje podem ser realizadas por meios digitais. O presente artigo traz o propósito de debater o quanto as áreas citadas (judicialização, terceiro setor e renegociação) podem auxiliar o profissional de direito na forma de empreender em escritórios de advocacia e adquirir novos clientes, bem como a importância das inovações tecnológicas previstas na Advocacia 4.0. O artigo foi construído com ênfase em uma pesquisa qualitativa baseado em um modelo de revisão bibliográfico documental.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo Jurídico; Renegociação; Judicialização; Terceiro Setor; Advocacia 4.0

#### ABSTRAT

Although the concept of legal entrepreneurship refer to the main idea of technological innovation, acting in start-ups, and legal marketing, it is interesting to turn to the concept of undertaking as a way to capture and retain new clients with the law firm, using the mechanism of action on new and different fronts. The lawyer's performance is consolidated in certain specific areas such as criminal law, family court, and administrative law, however, there is a market update, driven by social dynamics, which has been presented a need for legal professionals to assist in cases related to Debt Renegotiation, intervention in health processes, what we call Judicialization, and support in the legalization of companies operating in the third sector, which has shown itself as areas of expansion and evidence today, requiring professionals to train, train, and adequate training to meet the emerging demand. Methodological innovations are in charge of the concept of advocacy 4.0, which presents the need to update the professional in relation to the set of activities developed in law and that today can be carried out by digital means. This article aims to discuss how the areas mentioned (judicialization, third sector and renegotiation) can assist the legal professional in the way of undertaking in law firms and acquiring new clients, as well as the importance

of technological innovations provided for in Advocacy 4.0. The article was constructed with emphasis on a qualitative research based on a documental bibliographic review model.

**Keywords:** Legal Entrepreneurship; Renegotiation; Judicialization; Third Sector; Advocacy 4.0

## 1. INTRODUÇÃO

As atribuições do advogado contemporâneo têm atingido segmentos até então invisíveis aos aspectos legais, mas que diante das necessidades impostas pelas novas formas de relacionamento decorrentes da Pandemia, avanços das formas de comunicação e uso sistemático dos recursos tecnológicos tem exigido do advogado um papel de pesquisador sobre novas formas de atuação, e atualização dos processos de trabalho visando assim atender as novas formas de relacionamento e demanda social.

Dentre as diferentes formas de atualização dos processos de trabalho do advogado, podemos descrever como base a busca por novas formas de negociação e renegociação de dívidas por exemplo, decorrentes de questões como facilitação de crédito, em conjunto com as dificuldades de trabalho, nesta condição o IBGE demonstra que a taxa de desemprego do país cresceu de 11,3% em 2019 para 13,8% em 2021, o que favorece o endividamento social variando situações de origens como cartão de crédito, até financiamento de imóveis, o que abre uma condição de apoio do serviço de advocacia diante da formalização de contratos de acordos, abrindo novas vertentes de trabalho com demanda crescente aos profissionais de direito.

As atribuições da advocacia antes vistas apenas no âmbito do direito penal, civil e tributário, tem apresentado novas possíveis áreas de atuação, que de certo modo, não são tão modernas, mas que, tem demonstrado possibilidades de novas áreas de atuação do direito, promovendo o crescimento do empreendedorismo jurídico.

Reinventar-se diariamente, principalmente no aspecto comercial é uma necessidade que o advogado empreendedor possui, atualizando sua área de atuação e buscando novos nichos mercadológicos profissionais.

A modernização dos serviços jurídicos tem sido tema de debate em áreas relacionadas ao uso das tecnologias aplicadas a comunicação e a desburocratização dos serviços notariais e jurídicos. Os conceitos: reinventar, criar nichos e modernização dos métodos de trabalho, juntos demonstram que o serviço da advocacia encontra-se em ascensão.

Com o objetivo de conhecer novas e diferentes possibilidades para os profissionais do direito, e reconhecer a importância do uso das tecnologias da informação e comunicação aplicadas ao direito, o presente artigo tem o propósito de buscar, por meio de uma pesquisa bibliográfica e documental de aspecto qualitativo, identificar possíveis novas áreas de potencial

atuação do advogado contemporâneo, fazendo uso da correlação entre o serviço potencial e o aspecto legal baseada nos fundamentos jurídicos e o desenvolvimento intrapessoal do espírito empreendedor do profissional do direito.

## **2. ADVOCACIA 4.0; JUDICIALIZAÇÃO; RENEGOCIAÇÃO; 3º SETOR: O NOVO “FAZER” DO DIREITO**

### **2.1. EMPREENDEDORISMO JURÍDICO**

Apesar do exercício do Direito ser uma área ligada as ciências humanas, de linha associada a Administração, muitos profissionais do direito ainda possuem dificuldade na concretização desta visão, talvez pelo tradicionalismo existente entre o exercício da advocacia, consolidada em determinadas áreas de fácil reconhecimento social quanto sua atribuição, e pelo contraste existente no aspecto empreendedor relativo a inovação e busca de novas formas de atuação bem como investimentos em tecnologia.

Empreender consiste em ter um modelo de negócio e implementá-lo de fato, seja na forma de abrir uma empresa, indústria, ou simples comércio com sede física ou de acordo com vias contemporâneas investindo em um modelo de e-commerce. No propósito de inovação e otimização de sua atividade empresarial ocorre a visão de lucro maximizando resultados de vendas, captação de clientes e controle de despesas, o que requer um estudo sobre o aspecto administrativo.

Diante do conceito de empreendedorismo jurídico o modelo de negócio trata-se do escritório de advocacia, ou seguindo as correntes contemporâneas empreender em startups, em comum, os profissionais de direito passam a ocupar um papel de gestor, e o lucro obtido pela prestação de serviços e venda seu objetivo empresarial sendo sua atuação seu produto ligado a área de atuação.

O conceito de empreendedorismo jurídico coloca o advogado em contato com pessoas proativas, dinâmicas que precisam ter sede de conhecimento, estendendo a necessidade de estudo sobre gestão e inovação, envolvendo aspectos de análise mercadológica, neste caso demanda social, com o intuito de oferecer serviços que sejam necessários a uma demanda emergente por sua prestação de serviços.

O desenvolvimento do conceito de empreendedorismo jurídico associa-se a algumas áreas de estudo como:

- Mindset
- Produtividade
- Finanças
- Gestão Estratégica

- Marketing Jurídico
- Vendas

Apesar do número de profissionais de direito no país ser considerado excessivo, pode-se observar que ainda há a necessidade de se preparar o profissional não apenas para o exercício de fato do aspecto empreendedor – comercial, considerando uma demanda social crescente, considerada emergente em determinadas áreas, e que para atender suas necessidades, torna-se necessário a presença de profissionais devidamente capacitados para as novas necessidades estabelecidas pelo mercado.

O futuro da advocacia encontra-se emoldurado diante da quebra de paradigmas e implementação de novos hábitos, a mescla sugerida em uma forma de atuação decorrente da exigência de mercado, e de ações impostas pela Pandemia, demonstram que o serviço da advocacia na atualidade requer uma grande atuação envolvendo as tecnologias da comunicação e informação. Alguns juízes já atuam aceitando petições apresentadas por meio de recursos visuais e os processos dispostos na forma digital já se encontram presentes nos tribunais e fóruns.

Indiferente a necessidade estabelecida pela renegociação de dívidas, abertura e legalização de empresas, judicialização de recursos públicos, a presença do advogado demonstra ser uma necessidade em novos e diferentes meios de atuação da advocacia que fogem aos aspectos convencionais da atuação do profissional antes emoldurado em ações trabalhistas e o direito penal. O uso das novas tecnologias de informação e comunicação no apoio ao serviço da Advocacia fortalece necessidade reinvenção e reorganização dos escritórios de advocacia, o que segundo Limoeiro (2020) o profissional do futuro deve atentar-se ao domínio das leis, ao entendimento dos fundamentos administrativos de negócios e gestão de projetos, e as habilidades interpessoais, promovendo um entendimento de um empreendedorismo jurídico que agrega a atuação em áreas ainda pouco exploradas, e a necessidade do uso de metodologias modernas facilitando a ação do profissional e sua comunicação com o cliente.

## **2.2 JUDICIALIZAÇÃO E RENEGOCIAÇÃO, ÁREAS DE ATENDIMENTO EM EXPANSÃO**

Ao tratarmos do conjunto de serviços executados por um advogado, logo vem a mente uma atuação ligada ao direito penal, ao atendimento cartorário, questões práticas do direito civil, e situações relativas ao direito tributário, contudo o exercício da advocacia tem sido solicitado para atender diferentes fazeres aos quais requerem não a obrigatoriedade do exercício legal da advocacia, mas que tem buscado na presença do advogado, um aspecto de confiabilidade legal na construção, organização e acompanhamento de contratos.

Com a facilitação de crédito, tem crescido também o endividamento social, e o período

pandêmico tem ampliado as dificuldades de serviço, e geração de renda, agravando situações referentes ao cumprimento de obrigações financeiras, tal situação tem apresentado no serviço de renegociação a criação de espaços de trabalho da advocacia possibilitando ao profissional do direito atender uma nova demanda do mercado.

O crescimento do endividamento social no país segundo a Confederação Nacional de Comércio de Bens, Serviços e Turismo – CNC, em 2021, atingiu um índice de 76,3%, demonstrando a necessidade pessoal de buscar formas de renegociar dívidas e restabelecer crédito para famílias, sendo realizada por vezes, na forma de uma ação desenvolvendo acordos pessoais buscando parcelamento de dívidas, e renegociação de parcelas, sendo portanto a atuação do profissional de direito uma necessidade na intermediação de tais acordos.

A renegociação de dívidas, no direito bancário, é uma das necessidades mais comuns encontradas por pessoas das mais diversas camadas sociais. Não é uma novidade que os bancos são impetuosos em suas cobranças e, não raras vezes, utilizam-se de sua disparidade técnica em relação ao cliente comum para impor regras e cláusulas que o beneficiam de forma abusiva, especialmente no caso de inadimplência.

Em Campo Grande – MS, é possível observar o surgimento de empresas especializadas em renegociação de dívidas, apresentando como objeto comercial a análise de juros abusivos, multas, cobranças indevidas como foco de sua atuação, a qual apresenta ao cliente acordos formados junto as empresas credoras formas de pagamento com alguns benefícios relacionados a redução de determinados valores referentes a juros e multas, facilitando a forma de quitação de suas pendências, tornando os acordos uma forma de contrato firmado entre a empresa credora e o cidadão.

Neste atendimento de renegociação de dívidas e formação de acordos o papel do advogado encontra-se na utilização e estudo do Código de Defesa do Consumidor, Código Civil, e Direito Administrativo, as bases fundamentais dos acordos e contratos firmados, apresentando para as pessoas que se encontram como endividadas formas mais atrativas de quitação de suas dívidas.

O uso da chamada judicialização, processo pelo qual ocorre uma interpelação de direitos sociais por meio de ação judicial junto ao Estado, demonstra ter se apresentado como um fator crescente de demanda social atingindo diferentes áreas do poder público, em destaque a Saúde. Segundo Vianna et al (1999) a judicialização tem sido um método de assegurar ao cidadão seus direitos sociais, cabendo para tanto a inclusão de uma ação junto ao Estado, buscando, no caso da Saúde, assegurar atendimento, cirurgias e até mesmo medicamentos. Os serviços públicos relacionados a saúde, por vezes apresentam fragilidades no atendimento, e as gravidades de determinados casos requerem o uso de medicações específicas de difícil acesso, ou mesmo,

procedimentos clínicos de alta complexidade.

Com determinados serviços de alto custo, a população tem buscado no serviço jurídico um apoio de intervenção junto ao Poder Judiciário. Em Campo Grande durante ano de 2020 a busca no apoio do Judiciário mobilizou um orçamento da Saúde Pública de aproximadamente 16 (dezesesseis) milhões de reais. Em linha comparativa, no mesmo período tal montante corresponde ao orçamento destinado a aquisição de medicamentos para o Município de Campo Grande (CMS, 2020)

Dados do Conselho Municipal de Saúde demonstraram que no ano de 2018 foram realizadas um volume de ações que resultou na retenção orçamentaria de mais de R\$2.700.000,00 (dois milhões e setecentos mil reais), já a prestação de Contas do ano de 2020 o montante de recursos retidos e utilizados em ações judicializadas atingiram um valor superior a 6 milhões de reais somente entre os meses de setembro a dezembro de 2020 (Dados disponibilizados pelo Conselho Municipal de Saúde de Campo Grande – MS, Parecer 001/2021 – Comissão de Acompanhamento e Fiscalização da Execução Orçamentária e Financeira do Fundo Municipal de Saúde).

O crescimento do número de ações nos leva ao direcionamento das intervenções judiciais que demonstram solicitações da população diante da necessidade de ser assegurado o atendimento em saúde.

O acesso a prestações de saúde pela via judicial no Brasil evidencia que o exercício do direito à saúde pelos cidadãos, positivado em nosso ordenamento jurídico pela Carta Magna de 1988, traz à tona a dificuldade de se conjugar a atuação dos sistemas político e jurídico em prol da garantia dos direitos sociais. Ao garantir uma determinada prestação sanitária em juízo, como parte integrante do direito à saúde, o Poder Judiciário é acusado de exorbitar de suas funções de aplicar a lei ao caso concreto e interferir, reflexamente, nas políticas públicas que se destinam a garantir esse direito sob a perspectiva coletiva.

### **2.3 CRESCIMENTO DO TERCEIRO SETOR E O POTENCIAL DE DEMANDA OPERACIONAL PARA O PROFISSIONAL DE DIREITO**

Outra demanda crescente de atendimento tem sido apresentada diante do número de empresas do terceiro setor, que precisam do profissional de direito para diversas atividades, envolvendo ações que vão desde o registro da entidade em cartório, até mesmo a construção e criação de projetos e planos de trabalho envolvendo a intenção e participação em convênios com empresas públicas.

O terceiro setor, corresponde uma forma de atividade desenvolvida por empresas que at-

uam sem previsão de lucro, contudo, dados apresentados pelo Relatório do IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, em 2017 demonstra que entre os anos de 2009 e 2016, as empresas do terceiro setor movimentaram aproximadamente 60 bilhões de recursos destinados a Administração Pública por meio de convênios e contratos de apoio, apresentando um crescimento do número de empresas em aproximadamente 7% ao ano.

Os instrumentos jurídicos da atividade de fomento consistem nas subvenções, auxílios, contribuições, convênios, contratos de gestão e termos de parceria. Por meio da implementação da Lei Federal 13.019, de 31 de julho de 2014, conhecida como Marco Regulatório das Organizações da Sociedade Civil – MROSC, que estabelece parcerias entre a administração pública e as organizações da sociedade civil, em regime de mútua cooperação, inserindo três novos instrumentos de fomento consiste na colaboração, termo de fomento e acordo de cooperação.

A LDO – Lei de Diretrizes Orçamentárias, determina quais entidades do terceiro setor estão habilitadas ao recebimento de auxílios. Diferentemente das subvenções, as quais são destinadas apenas às áreas de assistência social, educação e saúde, os auxílios atingem um rol bastante amplo de entidades do terceiro setor, a exemplo, em âmbito federal, atualmente, entidades que atuam nas áreas de educação, promoção e preservação ambiental, saúde, ciência e tecnologia, desenvolvimento de atividades esportivas de alto rendimento e combate à pobreza e promoção de direitos humanos, entre outras, desde que preenchidos os requisitos legais

A Lei 13.019, de 31 de julho de 2014, com vigência iniciada em 23 de janeiro de 2016, denominada Marco Regulatório das Organizações da Sociedade Civil, e regulada pela Lei 8.726, de 27 de abril de 2016, cria três novos instrumentos aptos a viabilizarem a atividade administrativa de fomento às entidades sem fins lucrativos de interesse social instituídos consistem no termo de fomento, termo de colaboração e acordo de cooperação.

O crescimento do terceiro setor em diferentes áreas de atendimento (educação popular, saúde, assistência social, esporte, lazer, habitação e apoio religioso) requerem uma legalização da empresa que existe de fato em empresa formalmente constituída, sendo exigido por instituições públicas registros cartorários e normatizadores permitindo a construção de parcerias e fomento a financiamento social. A legalização das empresas do terceiro setor exigem a presença de um profissional do direito na análise e registro documental apresentando uma crescente demanda livre para atuação do direito.

Em complemento das atuações a formalização dos planos operacionais de trabalho, plano de fomento, formalização de convênios, estudo sobre contratos de prestação de serviços e parcerias, tornam-se instrumentos de trabalhos que exigem a presença do profissional de direito para sua plena execução, assim, o trabalho envolvendo empresas do terceiro setor passam a

ser uma demanda emergente bem como uma forma de opção para a atuação do profissional de direito.

Em exemplo de uma simples atuação, entre os meses de setembro de 2021 e março de 2022, a AME – Associação dos Ministros Evangélicos, associação privada do município de Campo Grande – MS, criada com o propósito de auxiliar Igrejas Evangélicas na legalização de registros junto a Receita Federal, atuou ativamente na legalização de 22 instituições religiosas, nas quais em todos os processos de elaboração de documentos, registro de Estatuto e Atas de Fundação, fizeram-se necessários a participação do profissional de Direito.

Tal dado demonstra uma área de atuação disponível para profissionais que podem atuar na legalização de empresas relacionadas ao terceiro setor como uma opção de mercado, visando também a necessidade de estudo e especialização na área de atuação com intuito de ofertar um serviço de qualidade.

Vale destacar que a atuação do profissional junto ao terceiro setor não fica somente a cargo do registro empresarial, mas também torna-se necessário a presença do advogado no acompanhamento de prestação de contas, elaboração do plano operacional de trabalho, e formação de convênios junto a órgãos públicos com apresentado pela Lei 13.019/17, citada anteriormente.

## **2.4 ADVOCACIA 4.0, NOVAS METODOLOGIAS E O DIREITO DIGITAL**

As novas tecnologias de informação e comunicação, a popularização das redes sociais e o crescimento dos serviços virtuais proporcionando a chamada desburocratização dos serviços, tem exigido do profissional do direito uma atualização da forma de atuação, sendo observado neste aspecto o crescimento da tendência dos escritórios virtuais. A Advocacia 4.0, que já se encontra em reformulação para advocacia 5.0, a qual utiliza-se dos serviços virtuais como mecanismo de ampliação e popularização dos serviços jurídicos, contudo ainda requerem a participação direta do profissional do direito.

A Pandemia de Covid-19, serviu de certo modo para dar celeridade a uma nova forma de atuação envolvendo ações cada vez mais alinhadas ao formato digital, o que demonstra o chamado exercício da Advocacia 4.0, caracterizada como uma forma de praticar a inclusão de métodos digitais dentro de todas as áreas do escritório já pode ser considerada uma realidade presente nos ambientes de trabalho do operador de direito, tal atitude favorece a redução de gastos e o desenvolvimento de ações mais humanizadas junto ao cliente com apoio da tecnologia.

O surgimento da Advocacia 4.0 tem sua base alinhada ao desenvolvimento cultural e o



fortalecimento dos hábitos relacionados ao uso das mídias sociais, e a popularização da internet pela população. O desenvolvimento de sistemas para automatizar operações manuais e diminuir erros humanos traz na digitalização e uso de dados aspectos mais confiáveis, e redução de tempo e custos para o operador do direito, ampliando assim sua eficiência em atuação, melhorando também aspectos de celeridade e direcionamento de decisão.

Aproveitando o contexto tecnológico, a advocacia 4.0 encontra-se alinhada a conceitos do direito como jurimetria, compliance, Lei Geral de Proteção de Dados, e Direito Digital. Tal fundamentação torna-se importante por meio da necessidade de legalização dos dados, confiabilidade da informação e proteção dos dados apresentados e disponibilizados em processos judiciais.

Apesar da advocacia 4.0 ser considerada inovadora, o processo de trabalho vem sendo atualizado e modernizado por meio do conceito de advocacia 5.0 a qual tem um aspecto ainda mais inovador para o profissional de direito diante da modernização dos métodos de trabalho.

A inovação trazida pela advocacia 5.0 encontra-se associada ao conceito de humanização do atendimento, visando apresentar informações do advogado para seu cliente de forma mais rápida, por meio dos recursos das mídias sociais, proporcionando assim um conceito de automatização de processos, melhor qualidade dos serviços prestados e bem-estar ao cliente.

O desenvolvimento dos métodos de informatização dos processos e digitalização dos dados, significa uma necessidade de readequação do profissional para atender as demandas sociais em novos tempos, a modernização dos processos de trabalho torna-se, portanto, uma necessidade exigida pela sociedade atual, e proporciona ao profissional mais subsídios para tomar decisões mais assertivas.

As ferramentas de análise de dados permitem que um número maior de informações seja analisado em menos tempo. Por exemplo, um profissional de advocacia pode verificar o resumo das decisões de um juiz em um determinado tribunal sobre um tema específico e compreender com isso qual é a tendência de posicionamento em um processo.

Sendo o uso das tecnologias uma mudança metodológica da forma de atuação, nichos operacionais tem se apresentado cada vez mais como destaque como possíveis áreas de atendimento e atuação do profissional do direito, dentre as quais o atendimento as demandas de judicialização em saúde, crescimento do número de empresas do chamado terceiro setor, e o volume de casos que requerem a intervenção do profissional em relação as chamadas renegociações de dívidas.

### 3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O conjunto de ações descritas envolvendo o uso das TIC's – Tecnologias aplicadas a Informação e Comunicação, atendimento as demandas judiciais de atendimento à saúde da população, serviços de apoio a regularização de empresas do terceiro setor, atendimento a questões do direito administrativo, demonstram um universo de atuação disponível ao profissional de direito que precisa buscar uma atualização de informação e métodos de trabalho sendo possível se ver e se compreender como empreendedor jurídico buscando atender demandas crescentes de clientes que precisam dos serviços do operador do direito em diferentes áreas.

A criação de um escritório jurídico bem-sucedido exige que os novos empreendedores elaborem um plano de negócio com base em um modelo eficaz, que possa atender as expectativas e necessidade tanto dos sócios do novo empreendimento quanto do mercado e do público-alvo a que se destina.

Certo é que os escritórios de sucesso e que, principalmente, conseguem perpetuar o seu crescimento são bem geridos e formados por profissionais proativos, especializados e impregnados com a missão e valores de sua sociedade advocatícia, adaptando-se continuamente às rápidas mudanças e exigências do mercado.

As demandas sociais referentes as necessidades estabelecidas pelo comportamento econômico da sociedade, criação e desenvolvimento de empresas, e relação entre a administração pública e privada, demonstram a necessidade e a importância da atualização dos profissionais de direito para atenderem as respectivas necessidades mercadológicas existentes.

As inovações tecnológicas apresentadas no conceito de Advocacia 4.0 não se apresenta de fato como meio de empreendedorismo comercial, mas de inovação de processos de trabalho, para atender as necessidades comerciais presentes nos escritórios de advocacia. As demandas ora apresentadas, são apenas algumas das áreas disponíveis para atender necessidades emergentes da população com problemas de endividamento social, criação de empresas, e formalização de convênios, não se esquecendo da necessidade do apoio do profissional em orientação e apoio na tomada de decisão e elaboração de contratos.

A importância destacada no presente estudo encontra-se na apresentação de áreas de atuação referentes as necessidades sociais em expansão as quais requerem a presença e a atuação do profissional de direito, neste quadro, vale destacar a necessidade de atualização, capacitação, treinamento, e modernização dos métodos de trabalho, tornando o profissional não apenas empreendedor, mas um profissional atento as necessidades do mercado.

#### 4. REFERÊNCIAS

ALVES, I.F.& DRUMOND, M. G.: **Advocacia 5.0**. São Paulo. Ed. Plácido. 2020.

BERTOZZI, Rodrigo & BUCCO, Renata. **Marketing Jurídico – O poder das novas mídias & inteligência artificial**. São Paulo. Juruá. 2017.

BRASIL, **Mapa das organizações da sociedade civil**. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. 2017.

BRASIL. **Lei Federal 13.019**, de 31 de julho de 2014. Brasília. 2014.

BRASIL. **Lei Federal 9.790**, de 23 de março de 1999. Brasília.1999.

CAMPILONGO, C. F.: **Política, sistema jurídico e decisão judicial**. São Paulo. Max Limonad. 2013.

CAMPO GRANDE. **Parecer 001/2021 Comissão de Orçamento e Finanças 2021 – CMS**. Campo Grande. CMS – SESAU. 2021.

CAMPO GRANDE. **Parecer 004, 009/2020, Comissão de Orçamento e Finanças 2020 – CMS**. Campo Grande. CMS – SESAU. 2020.

CHACON, Luis Fernando Rabelo. **Gestão para Advogados**. São Paulo. Saraiva. 2010.

DINIZ, Felipe Figueiredo. **A importância do Empreendedor no atual momento da advocacia**. Publicado em *Advocacia e Ética – Novos Temas*. São Paulo. Del Rey. 2015

LIMOEIRO, Danilo. **Torne-se um advogado do futuro**. Turivius 2020. Disponível em <[https://www.turivius.com/portal/advogado-do-futuro-torne-se-um-com-estas-5-dicas/?gclid=CjwKCAjw9qiTBhBbEiwAp-GE0S9loSWuJ-J2C-UQwZdzMRKilaiIKeA3i76skbRXE-Jk425ps89Pi7xoCgaoQAvD\\_BwE](https://www.turivius.com/portal/advogado-do-futuro-torne-se-um-com-estas-5-dicas/?gclid=CjwKCAjw9qiTBhBbEiwAp-GE0S9loSWuJ-J2C-UQwZdzMRKilaiIKeA3i76skbRXE-Jk425ps89Pi7xoCgaoQAvD_BwE)> acesso em 10 de março de 2022.

MALDONADO, V. N. & FEIGELSON, B. : **Advocacia 4.0**. São Paulo. Ed. Revista dos Tribunais. 2020

MARTINS, R.M.: **Natureza jurídica das organizações sociais e das organizações da sociedade civil de interesse público**. Fórum de Contratação e gestão. Belo Horizonte. Nov. 2015

OLIVEIRA, G.J. de: **Terceiro Setor e o direito Administrativo**. Enciclopédia Jurídica PUC-SP. São Paulo. Ed. Puc. São Paulo. 2017.

OLIVEIRA, Gustavo Henrique Justino de. **O Direito do terceiro setor**. Revista de direito do terceiro setor, nº 1, ano 1. Belo Horizonte, jan./jun., 2007, pp. 11-38.

VIANA, L.W. et. al.: **A Judicialização da política e das relações sociais no Brasil**. Rio de Janeiro. Revan. 2019.

## ARTIGO II

### ANTROPOLOGIA JURÍDICA

**Moises Salim Sayar**

*Graduado em Direito pela Universidade Camilo Castelo Branco (2003), pós-graduado em Direito Público e Privado pela Faculdade Damásio de Jesus e Mestre em Desenvolvimento Local pela Universidade Católica Dom Bosco (2015)*

**Lucas Rasi Cunha Leite**

*Graduado em Economia pela Universidade de Maringá (2005) e mestre em Agronegócios pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (2007). Professor de Economia no curso de Direito da Faculdade Prime.*

**Luiz Fernando Espindola Bino**

*Advogado, nas áreas do Direito Digital, empresarial, Cível/Processo Civil, Trabalhista e Eleitoral. Coordenador da pós-graduação em Proteção de Dados E Compliance Digital pela Faculdade Prime, Membro da ANPPD (Associação Nacional dos Profissionais em Proteção de Dados).*

### RESUMO

Literalmente, a antropologia é o estudo da humanidade. É o estudo de tudo e de qualquer coisa que nos torna humanos. Das culturas às línguas, aos restos materiais e à evolução humana, os antropólogos examinam todas as dimensões da humanidade. Na verdade, a antropologia é um campo de estudo amplo. É composto por quatro subcampos que incluem antropologia cultural, arqueologia, antropologia biológica (ou física) e antropologia linguística. Juntos, os subcampos fornecem uma imagem multifacetada da condição humana. A antropologia aplicada é outra área de especialização dentro ou entre os subcampos antropológicos. Tem como objetivo resolver problemas práticos específicos em colaboração com organizações governamentais, sem fins lucrativos e comunitárias, bem como empresas e corporações. É importante notar que em outras partes do mundo, a antropologia é estruturada de forma diferente. Por exemplo, no Reino Unido e em muitos países europeus, o subcampo da antropologia cultural é conhecido como antropologia social (ou sociocultural). Arqueologia, antropologia biológica e antropologia linguística são frequentemente consideradas como parte de diferentes disciplinas.

**Palavras-chave:** Humanidade. Antropologia. Estudo.

### ABSTRACT

Literally, anthropology is the study of humanity. It is the study of anything and everything that makes us human. From cultures to languages to material remains and human evolution, anthropologists examine all dimensions of humanity. In fact, anthropology is a broad field of study. It comprises four subfields that include cultural anthropology, archeology, biological (or physical) anthropology, and linguistic anthropology. Together, the subfields provide a multifaceted picture of the human condition. Applied anthropology is another area of specialization within or across anthropological subfields. It aims to solve specific practical problems in collaboration with government, non-profit and community organizations as well as businesses and corporations. It is important to note that in other parts of the world, anthropology is structured differently. For example, in the UK and many European countries, the subfield of

cultural anthropology is known as social (or sociocultural) anthropology. Archaeology, biological anthropology and linguistic anthropology are often considered to be part of different disciplines.

Keywords: Humanity. Anthropology. Study.

## INTRODUÇÃO

A antropologia jurídica e a sociologia jurídica têm muito em comum. Tradicionalmente, no entanto, essas abordagens tentam manter os limites disciplinares entre si. Mais recentes desde a década de 1990, essas fronteiras tornaram-se cada vez mais porosas e as práticas acadêmicas de delimitação parecem convencer cada vez menos os praticantes desses campos. A recente emergência de um subcampo da antropologia do estado situado na interface da antropologia jurídica, sociologia jurídica, estudos etnográficos das burocracias e sociologia organizacional atesta esse desenvolvimento.

Nesta introdução, propomos transgredir conscientemente as fronteiras tradicionais entre a antropologia jurídica, a sociologia jurídica e a antropologia do Estado no que se refere à investigação etnográfica do direito oficial. Entre eles estão: olhar para as instituições jurídicas do estado como praticando tanto a formalidade informal quanto a informalidade formal; movendo-se de metáforas socioespaciais para investigar lugares e lugares legais oficiais como objetos etnográficos; e estudar a formulação de normas dentro do direito oficial como um campo mais amplo de prática.

Entendemos a etnografia como um modo de pesquisa em que o etnógrafo mergulha em um campo, cenário ou arranjo social para compreender as relações sociais dos atores, suas práticas e suas representações de si e do mundo. Para fazer isso, o etnógrafo emprega uma variedade de técnicas: observação participante, entrevistas, realização de pesquisas, engajamento em conversas que ocorrem naturalmente e coleta de documentos, bem como materiais audiovisuais.

## 2 A ANTROPOLOGIA JURÍDICA

Da plena institucionalização das ciências sociais nas universidades no início do século XX até a década de 1960, houve uma divisão confortável de trabalho entre a sociologia jurídica e a antropologia jurídica - uma divisão de trabalho que seguia a lógica das fronteiras disciplinares entre sociologia e antropologia de forma geral. À medida que a sociologia investigava as sociedades caracterizadas pelo estado-nação “moderno”. Enquanto autores clássicos da sociologia política e jurídica, como Émile Durkheim e Max Weber estavam interessados em compreender o Estado-nação. Os clássicos da antropologia política focavam na organização da ordem social e do poder político em contextos não estatais. (SOUZA LIMA, 2012)

Desde o final dos anos 1960, a perspectiva global da antropologia e da sociologia mu-

dou significativamente, e a divisão disciplinar tradicional do trabalho tornou-se gradualmente cada vez mais obsoleta. Um desenvolvimento importante nesse contexto é a mudança paradigmática da antropologia jurídica para focar não apenas o direito não-estatal como objeto de estudo, mas também a interação do direito oficial com as formas jurídicas tradicionais, religiosas e informais.

Desde a década de 1980, o pluralismo jurídico emergiu como um paradigma orientador para o campo subdisciplina da antropologia jurídica. Em debate com estudiosos do direito, os proponentes do pluralismo jurídico criticaram explicitamente o “centralismo jurídico” concepções abertamente centradas no estado da “lei” como o que eles chamaram de “ideologia jurídica dominante”. (SHIRLEY, 1987 p. 55)

Particularmente, os sociólogos jurídicos institucionalmente inseridos nas faculdades de direito e estudando a vida social do direito oficial nos livros viram a ampla noção de direito dos antropólogos que inclui ordens normativas não sancionadas pelo estado com ceticismo. Isso se tornou aparente nos debates prolongados sobre o conceito de pluralismo jurídico e as noções divergentes de direito sustentadas por seus proponentes e críticos, que foram conduzidos ao longo das décadas de 1990 e 2000.

Entre os sociólogos jurídicos mais fortemente inseridos na disciplina de sociologia, surgiu outra linha de pesquisa baseada em um conjunto diferente de pressupostos teóricos e metodológicos. Embora divergindo em suas perspectivas epistemológicas e abordagens metodológicas, os desenhos de pesquisa dos sociólogos jurídicos permaneceram focados principalmente nos contextos jurídicos oficiais, nos atores jurídicos profissionais e nas percepções dos leigos sobre o direito oficial. Relativamente independente desses debates entre antropólogos e sociólogos jurídicos, um grande interesse pelo Estado se desenvolveu entre os antropólogos desde o fim da Guerra Fria.

Apesar de seus pontos de partida teóricos divergentes, esses estudos convergem na centralidade que atribuem à etnografia como técnica de pesquisa. Temas recorrentes na antropologia do estado têm sido como os funcionários do estado navegam entre as práticas formais e informais, bem como como as percepções do estado se relacionam com a implementação real das políticas do estado e processos de (re)configuração do aparelho do estado e seus arranjos institucionais. O foco tem sido, por exemplo, em discursos de corrupção, normas práticas e subjetividades morais. Surpreendentemente, pouca referência foi feita aos debates e percepções da antropologia jurídica e da sociologia jurídica.

## 2.1 RECONNECTANDO O ESTUDO ETNOGRÁFICO DO DIREITO

A etnografia é a porta de entrada para o estudo do direito oficial. De uma forma ou de outra, todos eles cruzam as fronteiras dos subcampos caracterizados acima, no sentido de que se movem entre pontos de partida teóricos, percepções etnográficas e quadros conceituais. En-

quanto em cada um desses artigos a etnografia assume uma forma diferente dependendo dos locais de pesquisa escolhidos e da questão inicial de pesquisa, cada artigo mostra como a etnografia, entendida como um modo particular de produção de conhecimento, traz aspectos inesperados do direito oficial para o primeiro plano e contribui para debates em curso em sociologia jurídica, antropologia jurídica e antropologia do estado.

Vemos três pontos de convergência temática que permeiam os artigos deste número: (1) observando a prática das instituições jurídicas oficiais, tanto como formalidades informais quanto como informalidades formais; (2) passar de metáforas espaciais para a investigação da materialidade dos ambientes jurídicos e as maneiras como esses ambientes jurídicos estão interligados; e (3) investigar a formulação de normas oficiais como um campo de prática mais amplo. As perguntas e percepções dos artigos empíricos são retomadas por comentários curtos. Nessas peças mais curtas, os autores delineiam sua compreensão do campo das investigações etnográficas do direito oficial e tomam as peças empíricas como um trampolim para tecer suas próprias sugestões no tecido de debates sub e transdisciplinares em andamento. (SHIRLEY, 1987)

A pesquisa etnográfica, em vez disso, observa os processos intrincados de estabelecimento de limites que sustentam a aparência de uma separação das esferas formais e informais e as formas particulares nas quais a formalidade e a informalidade são negociadas: como as práticas informais são incorporadas às formais, as regras formais são informais ou informais as práticas tornam-se padronizadas e formalizadas em ambientes oficiais e não oficiais.

## 2.2 DAS METÁFORAS E DO EFEITO DOS AMBIENTES JURÍDICOS

Inspirando-se na tradição etnometodologia da sociologia jurídica e no interesse recente em estudos de ciência e tecnologia em sociologia jurídica, bem como na antropologia do estado e das infraestruturas, defendemos que devemos dar um passo adiante e levarmos a sério a materialidade dos “lugares de lei”. Isso nos leva a perguntar não apenas por que um lugar legislativo é escolhido em vez de outro, ou como as normas originadas em diferentes ordens podem ser mobilizadas localmente, nacionalmente ou transnacionalmente e como elas entram ou são excluídas de um lugar legislativo específico.

Mas também nos estimula a analisar como a materialidade de um ambiente, o arranjo específico dos corpos em um ambiente, e os aparatos discursivos e epistêmicos, que podem ser mobilizados em ambientes particulares, afetam a substância da norma percebida por meio de um processo de tomada de decisão estruturado.

Embora as etnografias de tribunal na tradição etnometodologia tenham sido criticadas não apenas por seu viés de fala, mas também por seu localismo radical, o estudo etnográfico



de Bens de um tribunal criminal internacional demonstra como - quando combinada com as lentes conceituais do arranjo afetivo - a etnografia do tribunal pode captar precisamente aqueles momentos em que sentimentos de justiça são forjados em um ambiente judicial internacional no qual os atores (e audiências) embutidos em ordens normativas divergentes participam do processo de tomada de decisão. (LAPLANTINE, 1989 p. 65)

A frequência com que os apelos à interdisciplinaridade no estudo do direito se repetem é acompanhada pelo ceticismo sobre a possibilidade de tal diálogo interdisciplinar. Uma demarcação disciplinar impermeável entre a antropologia e as outras ciências sociais” e não consideramos a antropologia jurídica uma “subdisciplina fechada”. Os estudos jurídicos etnográficos a serem ainda mais ambiciosos e apela a um diálogo interdisciplinar ainda mais amplo com a teoria social e a teoria jurídica. Nós, também, acreditamos que o esforço etnográfico é um ponto frutífero de convergência para fazer contribuições empíricas e teoricamente ambiciosas para a investigação do direito, da cultura e da sociedade para além das fronteiras disciplinares.

É da natureza do esforço etnográfico derivar insights analíticos de uma imersão de mente aberta no campo. A pesquisa etnográfica se baseia em um certo grau de apreço, respeito e empatia pela forma como os sujeitos de pesquisa dão sentido ao mundo em que atuam. Ao mesmo tempo, os etnógrafos costumam aspirar a ser críticos, a tornar visíveis e analisáveis as relações de poder e as estruturas de desigualdade que percebem estar presentes em seu campo ou se estender para além dele.

Aplicar e testar conceitos desenvolvidos em outra tradição e reformular uma questão de pesquisa à luz de como essa questão é colocada através de uma perspectiva analítica diferente, pode enriquecer a maneira como entendemos o direito oficial e se ou como decidimos criticar seus efeitos. (CARNIERI, 2019)

### **2.3 SITUANDO A LEI**

A antropologia promove uma compreensão mais holística e situada do direito em pelo menos dois níveis: Em primeiro lugar, as investigações antropológicas podem incluir normas que não podem ser vistas como “leis” pelos advogados. Tal visão desafia o “centralismo legal”, que vê os estados como a única fonte de direito. Em vez disso, reconhece a função legislativa de fato de uma variedade de atores diferentes, como corporações, autoridades consuetudinárias locais, mídia e ONGs internacionais.

Em segundo lugar, a antropologia pode contribuir para o projeto jurídico crítico, ajudando a situar o direito. Os antropólogos, ao contrário de muitos advogados, não partem do pressuposto de que o direito é objetivo e pode ser dissociado de outras formas de prática social. Em vez disso, o direito é entendido como um espelho da sociedade com todas as suas hegemonias e lutas contra hegemônicas. Do ponto de vista antropológico, analisar o direito significa que

também seu espaço de origem, suas práticas e suas relações com outras formas de prática social devem ser consideradas.

Isso obviamente contraria a intuição de muitos advogados internacionais. Os direitos humanos, em particular, derivam de sua reivindicação de universalidade. Tal compreensão acrítica dos direitos humanos tende a definir os direitos humanos e os Estados ocidentais como a norma, ao mesmo tempo que reduz o Terceiro Mundo ao seu descumprimento. É considerada problemática por vários motivos: ignora a história colonial do direito internacional e contribui para discursos que confirmam a superioridade ocidental e mantêm o Terceiro Mundo na periferia do espaço jurídico transnacional. Além disso, homogeneiza o Terceiro Mundo e rejeita sua agência: não leva em consideração a miríade de processos em curso nos estados do Terceiro Mundo, particularmente os processos contra hegemônicos. (ASSIS, 2011)

Além disso, o discurso do direito internacional frequentemente sugere uma hierarquia jurídica com o direito internacional no topo da pirâmide, seguido pelo direito nacional e, às vezes, subnacional. Isso desvaloriza não apenas as leis nacionais e locais, mas também não apreende a realidade do pluralismo jurídico de maneira precisa. O pluralismo jurídico, que é o foco de muitas pesquisas de antropólogos jurídicos, descreve como diferentes sistemas jurídicos se sobrepõem e interagem.

O reconhecimento da complexidade de tais fluxos e de suas várias direções permite examinar a heterogeneidade, a particularidade e as contradições emergentes em diferentes espaços. Permite questionar narrativas simplificadoras da globalização e da homogeneidade e pode tornar visíveis particularismos e processos não hegemônicos.

Mas a análise jurídica não deve estar ciente apenas de tais fluxos, mas também das consequências de tais fluxos em espaços específicos. A antropologia jurídica parte do pressuposto de que a compreensão e a implementação das normas dependem fortemente do contexto espaço-temporal e de suas práticas sociais. Tentar obter uma imagem mais completa do direito vivo, sua inserção histórica, espacial e social, pode contribuir muito para a análise jurídica, ao tornar visíveis as hegemonias e os processos contra hegemônicos. Conceitos teóricos como pluralismo jurídico nos convidam a olhar além da lei dos livros e a considerar outras práticas sociais ao contemplar a lei.

Limitar a análise jurídica à lei “formal” e, assim, privilegiar a percepção de homens brancos, não trabalhadores, não migrantes e heterossexuais, leva não apenas a deixar de ver um quadro completo do direito como prática social, mas também reforça as relações de poder. Embora seja um primeiro passo na direção certa reconhecer que a consciência jurídica da população é importante, é fundamental não parar por aí e criar mais dicotomias e desequilíbrios

de poder entre o profissional jurídico aparentemente objetivo e bem-informado e as “ideias engraçadas” das pessoas comuns sobre o direito.

## 2.4 FAZENDO USO DE MÉTODOS ANTROPOLÓGICOS

Olhar para a lei dos livros não é suficiente para obter uma imagem completa da lei e dos processos legais. Nesse sentido, os métodos antropológicos podem ser boas ferramentas para desmontar hierarquias dentro da lei, bem como a relação da lei com outras práticas sociais. Apesar da história problemática da antropologia, muitos antropólogos se comprometem com uma abordagem humanista ou transformadora, enfatizando a subjetividade do pesquisador e sua \* pesquisa. O trabalho dos antropólogos contribui muito para abordagens críticas de pesquisa e métodos de pesquisa crítica.

Muitos antropólogos e estudiosos jurídicos críticos têm uma visão de mundo semelhante e buscam objetivos semelhantes. Portanto, não importa se alguém defende uma abordagem pós, trans ou interdisciplinar, o direito certamente pode aprender com a antropologia. Reconhecer a situação do direito pode ajudar a superar as práticas sociais homogêneas e hegemônicas. (CARNIERI, 2019)

O direito e a ciência jurídica poderiam ser muito diversificados, dando mais espaço para “outras” perspectivas marginalizadas. Isso poderia acontecer, por exemplo, usando métodos como observação participante, entrevistas ou pesquisa-ação participativa para captar as opiniões de outras pessoas que não profissionais do direito. Mas estudos e pesquisas jurídicas, assim como a prática jurídica também precisam se tornar mais acessíveis a grupos não privilegiados. A antropologia jurídica poderia, portanto, tornar-se uma indicação para um direito transnacional mais pluralista.

## 2.5 LEI E RACIONALIDADE

A história inicial da antropologia jurídica foi amplamente esquecida. A razão para isso é que a antropologia jurídica inicial operava principalmente sob o paradigma do primitivismo jurídico, onde todas as sociedades pré-modernas eram agrupadas usando teorias do evolucionismo social. Com a rejeição das teorias evolucionistas nas ciências sociais, esse estudo inicial foi desacreditado no processo.

Os estudos modernos sobre antropologia jurídica estão muito focados no presente e nos métodos etnográficos de observação participante. Em contraste, a antropologia jurídica inicial era quase exclusivamente um campo de advogados e historiadores que buscavam compreender a alteridade jurídica.

Os pioneiros do século XIX como Henry Sumner Maine (1822-1888) ou Albert Herman Post (1839-1895) foram, inicialmente, juristas que encontraram as realidades da diferença jurídica no mundo colonial e buscaram dar sentido à alteridade. Seu método principal era a categorização e a diferenciação entre instituições jurídicas. Essas ferramentas se baseavam na crença de que certas instituições jurídicas eram universais e podiam ser encontradas em civilizações de todo o mundo que compartilhavam as mesmas características.

Assim, coisas como vingança de sangue, propriedade comunal ou formas de casamento não eram fatos puramente jurídicos, mas também formas de determinar a natureza da cultura e da sociedade. A estrutura metodológica era seguramente eurocêntrica. Os padrões de desenvolvimento da história jurídica ocidental ou europeia, começando de forma não intuitiva a partir da Bíblia, passando para os gregos e romanos arcaicos e de lá para as tribos dos mundos antigo e medieval, formou o padrão universal no qual o curso da civilização progrediu. Este processo civilizador foi igualmente um processo legal, onde o desenvolvimento do direito espelhou o desenvolvimento da cultura e da sociedade. (AZEVEDO, 2016)

A maneira como a ciência jurídica se adaptou a isso variou das ideias iluministas ao romantismo. O principal aporte teórico foi a chamada Escola Histórica liderada por Friedrich Carl von Savigny (1779-1861), que delineou o processo histórico de desenvolvimento jurídico. Resistiu às ideias de reforma jurídica, sustentando que o direito se desenvolveu de forma orgânica e correspondeu às mudanças da sociedade. A partir desse pano de fundo, foram criadas as primeiras antropologias jurídicas e, apesar de grande parte dela ter sido rejeitada, o legado da Escola Histórica ainda continua nas formas como a alteridade do direito é compreendida.

Do positivismo jurídico do século XIX em diante, a maioria dos estudiosos do direito sabia que o direito excluía muitas, muitas coisas de suas considerações. Era simplesmente assim que funcionava, por meio da separação de questões legalmente relevantes e irrelevantes. O que os juristas radicais chamados de realistas jurídicos fizeram foi questionar essas separações e a insularidade do sistema e expô-lo a críticas de fora. Isso levou à análise do funcionamento do direito e da sociedade - na sociologia do direito, na antropologia do direito e na história do direito - onde a experiência antropológica teria um uso prático considerável. (SARLET, 2010 p. 41)

Os exemplos de Weber destacam a divisão clássica entre o direito em ação e o direito nos livros e, portanto, as abordagens jurídica e científica social do direito. No tratamento das culturas jurídicas indígenas, a situação é complicada pelo fato de que muitas vezes não existem regras escritas ou apenas regras escritas pelos poderes coloniais. Além disso, existem outras convenções de longa data sobre a cultura jurídica indígena que marcam a forma como os advogados refletem sobre o direito indígena.

Para pessoas como o realista jurídico Karl Llewellyn (1893-1962), a lei primitiva era um exemplo de como a lei encontrada e examinada dependia em grande parte do que se buscava. A erudição do primitivismo jurídico deu continuidade a um grande desenvolvimento da

história do direito, a justaposição do direito erudito e do direito popular. Havia uma semelhança distinta nas tentativas alemãs do século XIX de reconciliar e combinar o direito romano com o direito popular, e o contexto africano em que era feita uma distinção entre as reformas legais baseadas no direito ocidental e a conservação do direito nativo em sua suposta forma pré-contrato.

O sucesso dos modos do primitivismo legal e do evolucionismo sobreviveu até mesmo à mudança das teorias da cultura para as teorias da sociedade no final do século XIX. À medida que os argumentos culturais eram apresentados cada vez menos, as racionalizações sociais e econômicas eram apresentadas para cobrir o desenvolvimento humano, os modos de produção estão vinculados aos avanços percebidos na organização social e política da sociedade. Em muitos casos, todo o contexto social foi simplesmente evitado.

## **2.6 O CONTEXTO SOCIAL E A ORDEM JURÍDICA**

O estudo da lei e da sociedade se baseia na crença de que as regras e decisões jurídicas devem ser entendidas no contexto. A lei não é autônoma, estando fora do mundo social, mas está profundamente enraizada na sociedade. Embora os cientistas políticos reconheçam a natureza fundamentalmente política do direito, a perspectiva do direito e da sociedade leva essa suposição várias etapas adiante, apontando para as maneiras pelas quais o direito é social e historicamente construído, como o direito reflete e impacta a cultura e como as desigualdades são reforçadas por meio de diferenças acesso a, e competência com, procedimentos legais e instituições.

O estudo da lei e da sociedade se baseia na crença de que as regras e decisões jurídicas devem ser entendidas no contexto. A lei não é autônoma, estando fora do mundo social, mas está profundamente enraizada na sociedade. Em suma, o campo do direito e da sociedade continua a se desenvolver em resposta a novas questões da restauração e a novos estudiosos. Cientistas políticos contribuem e aprendem com essa abordagem interdisciplinar do direito e da política.

O direito é de caráter essencialmente social. O conjunto de normas legais promulgadas pelo legislador para a regulação ordenada das relações sociais entre os vários membros da comunidade, serve para coordenar a atividade humana. Portanto, o direito não deve, de forma alguma, ser considerado um conjunto estático de regras jurídicas, mas um processo sociojurídico contínuo. O estudo do direito neste sentido: como uma evolução contínua, conforme encontrado, interpretado, aplicado, criado e evoluído até o ponto em que adquire validade juridicamente vinculativa, deve ser incentivado. Tal estudo pode talvez nos levar a um conhecimento sistemático do impacto do direito na conduta social e possivelmente nos mostrar como a sociedade, por meio de suas diversas manifestações, ajuda a moldar as normas jurídicas que, por sua vez,

passam a ser aplicadas pela sociedade organizada. (AZEVEDO, 2016)

O movimento jurídico e social cresceu muito nos últimos anos. O contexto está no cerne dos estudos de direito e sociedade. Contexto - isto é, o mundo real. O mundo onde os sistemas jurídicos realmente se comportam; e onde as pessoas na sociedade vivenciam os sistemas jurídicos e as instituições jurídicas como parte de suas vidas. Contexto significa explorar o que esses sistemas e instituições significam na sociedade; e como as sociedades respondem ao resultado do trabalho dos sistemas jurídicos. (AZEVEDO, 2016 p. 14)

Os estudiosos do direito e da sociedade também tendem a zombar do próprio conceito de “ciência jurídica”, a ideia de que estudos jurídicos convencionais e doutrinários podem ser descritos de alguma forma como “científicos”. Os estudiosos do direito e da sociedade reivindicam para si mesmos o manto da ciência, e têm o direito de fazer essa afirmação - precisamente porque rejeitam a ideia de “ciência jurídica” e, em vez disso, voltam-se para as ciências sociais estabelecidas e fazem pleno uso das ferramentas de sociologia, psicologia, ciência política, antropologia e (sim) economia. (TOLFO, 2013)

Assim como existe uma sociologia da religião - o estudo externo dos fenômenos religiosos - existe também o estudo externo da lei e dos sistemas jurídicos. A sociologia da religião não pergunta, qual é a verdadeira religião. Não tenta resolver quebra-cabeças de dogmas ou doutrinas dentro de nenhuma religião em particular. Não dá respostas “certas” às questões teológicas. Em suma, estuda a teologia como fenômeno social, mas não é teologia em si. Da mesma forma, o estudo social do direito faz perguntas sobre o sistema jurídico, mas não dá respostas a perguntas jurídicas.

Em suma, não é uma teologia jurídica. A bolsa de estudos jurídica convencional muitas vezes é exatamente isso. Para alguns filósofos e juristas jurídicos, existem respostas “corretas” para questões jurídicas; e os advogados, discutindo perante um tribunal, tentarão persuadir os juízes de que o ponto de vista do cliente é (legalmente) “correto”.

Claro, temos que ser realistas: os estudiosos do direito e da sociedade têm opiniões, ideologias, pontos de vista éticos, sim, e até preconceitos. Isso certamente faz a diferença. Um estudioso é atraído por uma determinada questão porque pensa que é socialmente importante; ou simplesmente porque a questão intriga e fascina o estudioso; ou porque a pergunta tem um significado pessoal profundo para o acadêmico ou para a família do acadêmico. No entanto, o trabalho deve ser rigoroso e objetivo; em teoria, as opiniões e ideologias não deveriam ter nenhum efeito sobre os estudos e as descobertas. Mas sabemos que isso é, infelizmente, um tanto ingênuo. A personalidade e os preconceitos do estudioso quase inevitavelmente fazem a diferença. (SARLET, 2010)

### 3 CONCLUSÃO

A herança de culturas étnicas é um assunto importante no campo da antropologia educacional. Como o canal mais importante para a transmissão de culturas étnicas, a educação tem um forte impacto sobre essa herança. Hoje, porém, a taxa de globalização está aumentando rapidamente. Seja na educação nacional ou estrangeira, ou seja, para a educação primária ou superior, os desafios cada vez mais graves na educação estão produzindo mudanças profundas. Um dos desenvolvimentos mais importantes na educação na atualidade é o cultivo da diversidade.

O acesso à justiça é essencial para uma sociedade democrática, e a diversidade na profissão jurídica aumenta a probabilidade de acesso para pessoas de uma população cada vez mais diversificada. A diversidade das faculdades de direito permite que indivíduos de uma ampla variedade de experiências agreguem suas perspectivas à comunidade jurídica mais ampla.

A diversidade de perspectiva e pensamento é essencial para compreender e interpretar a lei. Para alcançar a diversidade intelectual que procuram, as faculdades de direito acolhem candidatos de grupos anteriormente excluídos ou atualmente pouco representados. “Cultura” é um termo com uma longa história e muitas camadas de significado, tanto na fala comum quanto na linguagem especializada dos estudiosos. O que todos esses diferentes significados e usos de “cultura” tendem a compartilhar é uma ênfase comum em explicar o que pode parecer aspectos “bizarros”, “desconcertantes” ou “misteriosos” do que as pessoas pensam, dizem e fazem, situando-os em o contexto de um modo de vida local que tem sua própria lógica e integridade como um todo sistemático.

Essa compreensão processual de conflito e disputa tornou-se aparente e subsequentemente fortemente teorizada pela disciplina antropológica na segunda metade do século XIX como uma porta de entrada para a lei e a ordem de uma sociedade. Disputas passaram a ser reconhecidas como necessárias e construtivas em vez de patológicas, enquanto as regras legais declaradas apenas explicam alguns aspectos de controle e conformidade. O contexto e as interações de uma disputa são mais informativos sobre uma cultura do que as regras.

### REFERÊNCIAS

ASSIS, Olney Queiroz. **Manual de antropologia jurídica** / Olney Queiroz Assis, Vitor Frederico Kümpel. — São Paulo: Saraiva, 2011.

AZEVEDO, Plauto Faraco de. **APLICAÇÃO DO DIREITO: DOGMÁTICA JURÍDICA E**

CONTEXTO SOCIAL. 2016. Disponível em: <[https://www.emerj.tjrj.jus.br/revistaemerj\\_online/edicoes/revista16/revista16\\_165.pdf](https://www.emerj.tjrj.jus.br/revistaemerj_online/edicoes/revista16/revista16_165.pdf)>. Acesso em: 19/07/2022.

CARNIERI, C. A. **ANTROPOLOGIA JURÍDICA: ARTESANATO DE CONVENÇÕES**. 2019. Disponível em: <<http://files.revista-academica-online.webnode.com/200000507-6b6476b64b/Antropologia%20jur%C3%ADica%20-%20artesanato%20de%20conven%C3%A7%C3%B5es.pdf>>. Acesso em: 19/07/2022.

LAPLANTINE, François. **Aprender antropologia**. São Paulo: Brasiliense, 1989.

SHIRLEY, Robert Weaver. **Antropologia Jurídica**. São Paulo: Saraiva, 1987.

SOUZA LIMA, A. C. (Org.). **Antropologia e Direito: temas antropológicos para estudos jurídicos**. Brasília/Rio de Janeiro/Blumenau: Nova Letra, 2012.

SARLET, Ingo Wolfgang. **A eficácia dos direitos fundamentais**. Livraria do Advogado Editora, 2010.

TOLFO, A. C. **DIREITOS HUMANOS E A CONSTRUÇÃO DA CIDADANIA**. 2013. Disponível em: <[http://www2.reitoria.uri.br/~vivencias/Numero\\_017/artigos/pdf/Artigo\\_03.pdf](http://www2.reitoria.uri.br/~vivencias/Numero_017/artigos/pdf/Artigo_03.pdf)>. Acesso em: 19/07/2022.



## ARTIGO III

### O PAPEL DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO NA MODERNIZAÇÃO DOS TRIBUNAIS NA BUSCA DA EFETIVIDADE PROCESSUAL

**Luiz Carlos Saldanha Rodrigues Junior**

*Advogado (1993). Graduado em Direito (FUCMT, 1992). Especialização em Direito Constitucional (UNISUL - 2008). Mestrado em Desenvolvimento Local (UCDB - 2012). Professor desde 2004) e na FAPRIME (2021). Conselheiro na OAB-MS (2013-2015).*

**Cristina Klose Parise de Souza**

*Graduada em Direito pela Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões (2000), mestrado em Direitos Sociais e Políticas Públicas pela Universidade de Santa Cruz do Sul (2003) e doutorado em Doutorado - Ciências Jurídico-Sociais - Universidad del Museo Social Argentino (2015).*

**Lucas Rasi Cunha Leite**

*Graduado em Economia pela Universidade de Maringá (2005) e mestre em Agronegócios pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (2007). Professor de Economia no curso de Direito da Faculdade Prime.*

## RESUMO

O valor do processo judicial digital está em obter a vantagem produtiva, com a eliminação de tarefas atribuídas aos operadores da lei (juízes, promotores, advogados e funcionários judiciais da justiça). A maior parte do julgamento do serviço deve ser substituído por automatizado informatizado, a fim de promover a velocidade de julgamentos judiciais. Os arquivos de escaneamento, leis e jurisprudência, em conjunto com ferramentas de busca e facilidade de acessar a internet, tornar o processo de busca mais ágil e fácil. A pesquisa é uma das principais etapas do trabalho jurídico. A facilidade de armazenamento e recuperação de resultados de documentos e poupar tempo na preparação de pareceres, decisões e teses, permitindo aos operadores de direito e dedicar tempo e atenção a atividades de maior valor agregado (como as fases de análise e produção de teorias jurídicas) e aumenta consideravelmente a produtividade desses profissionais, bem como grande redução nos custos de todo o processo.

**Palavras-chave:** Processo. Judiciais. Produtividade.

## ABSTRACT

The value of the digital judicial process lies in obtaining the productive advantage, with the elimination of tasks assigned to law enforcement officers (judges, prosecutors, lawyers and court clerks). Most of the judgment service should be replaced by automated computerized in order to promote the speed of court judgments. Scanning files, laws and jurisprudence, together with search tools and easy access to the internet, make the search process faster and easier. Research is one of the main stages of legal work. The ease of storing and retrieving document results and saving time in preparing opinions, decisions and theses, allowing legal practitioners to dedicate time and attention to activities of greater added value (such as the phases of analysis and pro-

duction of legal theories) and considerably increases the productivity of these professionals, as well as a great reduction in the costs of the entire process.

**Keywords:** Process. Judicial Productivity.

## 1 INTRODUÇÃO

Os tribunais estão sendo chamados a prestar serviços em um contexto de um número crescente de casos em uma base de recursos em declínio. Estamos a meio da primeira década do século XXI. Nós entramos bem e verdadeiramente no novo milênio. Ao mesmo tempo, a Revolução Industrial, que começou há três séculos, deu lugar, para o mundo industrializado, à era da informação. O nascimento da era da informação é tão agitado quanto a Revolução Industrial em termos de como trabalhamos, transmitimos, armazenamos e recuperamos informações.

Em todo o mundo, as tecnologias de informação e comunicação estão gerando uma nova revolução industrial já tão significativa e abrangente quanto as do passado. É uma revolução, em si a expressão do conhecimento humano. O progresso tecnológico agora nos permite processar, armazenar, recuperar e comunicar informações de qualquer forma, sem restrições de distância, tempo e volume. Essa revolução acrescenta novas e enormes capacidades à inteligência humana e constitui um recurso que muda a forma como trabalhamos juntos e a maneira como vivemos juntos.

A era da informação está girando em torno dos avanços feitos até agora em Telecomunicações e Tecnologia da Informação. Eles consistem em hardware, software e mídia para coleta, armazenamento, processamento, transmissão e apresentação de informações. Estamos falando de equipamentos e programas de comunicação e computação, que incluem satélites, switches (centrais telefônicas), linhas de transmissão, computadores, modems, sistemas operacionais e aplicativos.

O Judiciário deve aproveitar os novos desenvolvimentos que podem melhorar a prestação de seus próprios serviços. As mudanças que vêm com o uso de informações para todos, ou melhor, a disponibilidade potencial de informações para todos, dentro da era da informação, sem dúvida afetará como parte de nossa população se relaciona com os tribunais. Ao mesmo tempo, como a tecnologia da informação atende às pessoas, questões que surgem devido à nova maneira de trabalhar, viver e brincar se tornarão questões para os envolvidos na administração da justiça, à medida que o crime e as disputas civis tomam novas formas e ações.

## 2 A EVOLUÇÃO DO SISTEMA JUDICIÁRIO

Mas, enquanto a internet aumenta a liberdade de expressão, permitindo a comunicação

livre e eficaz não regulamentada, também facilitou uma grande quantidade de crime. A disseminação da pornografia infantil, para não mencionar fraude, jogos de azar, estão todos até mesmo o incitamento ao assassinato está ocorrendo na internet.

É dever de qualquer sistema judicial preparar e enfrentar esses desafios. E, ao mesmo tempo, é dever do Judiciário aproveitar as novas oportunidades oferecidas pela tecnologia da informação para oferecer um serviço profissionalmente excelente à comunidade. Nada menos se espera de nós.

Há, no entanto, uma palavra de cautela desde o início para as sociedades que se situam no lado mais desfavorecido da exclusão digital: “as informações não têm sociedades”, em que a grande maioria de suas comunidades vive fora dessa revolução da informação. semelhante a viver nas margens da sociedade industrial. (CARVALHO, 2016 p. 9)

Para as sociedades em que a penetração da eletricidade e do telefone é inferior a dez por cento da população, é claro que existem desafios em relação à maioria da população que não tem acesso a essas comodidades à possibilidade de acesso à evolução da era da informação. Pois assim como há a divisão da informação entre as nações, também existe uma divisão nas sociedades desfavorecidas da informação, entre uma classe muito pequena daqueles que têm acesso e a maioria que tem pouca esperança de acesso aos desenvolvimentos da era da informação.

## 2.1 MODERNIZANDO O JUDICIÁRIO

O principal negócio do judiciário é ouvir e determinar os casos de maneira justa e oportuna a um custo razoável. Ao fazê-lo, existem processos que levam à conclusão dos casos perante os tribunais. Esses processos devem ser eficientes, eficazes e justos. Os processos devem ser eficientes no sentido de que eles fornecem valor para o dinheiro. Os recursos assim empregados devem ser utilizados de maneira não-desperdício, levando à melhor alocação e utilização do mesmo.

O sistema não pode se engajar em uma busca abstrata da verdade, alheio a todos os outros fatores, como custo, eficácia e equidade. A abordagem moderna exige o equilíbrio de vários objetivos dos sistemas de justiça, dada a escassez de recursos e as demandas conflitantes pelo envelope de recursos limitados disponível, particularmente nas sociedades sem recursos, como em nossa região. Em segundo lugar, os processos devem ser eficazes no sentido de que são capazes de alcançar aquilo que é procurado.

O processo deve ser equitativo, pois todos aqueles que deveriam ter acesso ao siste-

ma de justiça e buscar acesso a ele têm acesso a ele. O processo não deve bloquear seções da comunidade. Tampouco deve ser discriminatório ou mostrar parcialidade para uma classe de litigantes ou algumas áreas de assunto.

Além da função de audiência, os juízes devem produzir julgamentos escritos, decisões e razões para as decisões que eles tomam continuamente. Após o advento da máquina de escrever, o juiz muitas vezes escrevia decisões em mão longa, e os secretários ou datilógrafos digitavam o mesmo em texto datilografado. Agora é possível que o juiz digite a decisão diretamente no computador. (SOUZA, 2011 p. 10)

E há muitas razões agora porque o juiz deve estar familiarizado com as habilidades de processamento de texto. Um juiz é capaz de produzir uma decisão muito mais rápida dessa maneira. E por causa da capacidade de manipular documentos diferentes por meio de copiar, recortar e colar, ou trabalhar a partir de modelos, ou usando micros, agora é muito mais fácil produzir um documento com as informações que você deseja incluir.

No mesmo computador ou outro meio de armazenamento, é possível armazenar o documento, recuperá-lo rapidamente, acessar outros documentos, sem ter que sair de sua estação de trabalho. Nos julgamentos dos resultados, decisões e decisões podem ser produzidas muito mais rapidamente na forma final para serem liberadas às partes. Simultaneamente, as referidas decisões, decisões ou sentenças podem entrar em um banco de dados do sistema judiciário para o qual os juízes e outras pessoas podem ter acesso, caso precisem usar o mesmo para qualquer propósito.

Isso significa que cópias do mesmo estão disponíveis eletronicamente, pois são produzidas digitalmente. E mesmo que tenham sido produzidos manualmente e apenas cópias impressas estejam disponíveis, é possível digitalizá-las e convertê-las em formato digital. Isso cria uma oportunidade de criar e manter uma cópia eletrônica do arquivo de caso que eliminaria problemas de perda do arquivo físico que atormentou nossos tribunais por bastante tempo no passado.

Os tribunais têm a capacidade de adquirir o hardware necessário para esse fim. Se fosse mantida uma versão eletrônica do processo judicial, isso aceleraria o custo de preparar um registro para fins de recurso, eliminando assim um dos gargalos à entrega rápida da justiça.

## **2.2 MELHOR ACESSO À LEI**

Em muitas jurisdições, a lei aplicável é frequentemente encontrada em diferentes fontes. O meio para o armazenamento da legislação e jurisprudência era, antes do advento da atual tecnologia da informação, disponível apenas por meio de cópia impressa em forma de livro ou

impresso ou datilografado. A abordagem tradicional em algumas jurisdições era produzir regularmente uma versão atualizada na forma de uma edição das leis em vigor em um determinado momento.

Agora é possível manter tanto a legislação quanto os relatórios jurídicos, não apenas em formato impresso e de livro, mas também em formato digital, em CDs e outras mídias de armazenamento, online (Internet / Intranet) ou em máquinas autônomas, facilitando muito para um juiz ou membro do público pesquisar e obter as provisões da lei ou decisão judicial anterior que se deseja. Com o uso da Internet, é possível buscar e obter jurisprudência comparativa e persuasiva de outras jurisdições enquanto estiver sentado em sua estação de trabalho. (SILVA, 2006 p. 11)

O que torna a situação ainda mais promissora é que a produção de documentos agora é digital, facilitando a cópia e a distribuição de informações a um custo muito pequeno. Agora é possível, portanto, que a lei esteja disponível em um formato mais fácil, mais conveniente e mais acessível.

Torna mais simples pesquisar e incorporar os resultados da pesquisa em novos documentos sendo produzidos. A Tecnologia de Informação tem o potencial de melhorar tremendamente o acesso à lei, melhorando a produtividade dos consumidores da mesma e, possivelmente, tanto a qualidade quanto a quantidade do que produzem, aumentando assim tanto a eficiência quanto a eficácia do produto.

Pode-se notar que os juízes do Supremo Tribunal, do Tribunal de Recurso e do Supremo Tribunal, ou pelo menos a maioria deles, têm computadores e estão ligados à Internet. Um número é conhecido por fazer uso da internet para pesquisa jurídica eletrônica. Um número significativo também é conhecido por nunca ligar esses computadores também!

Em outras jurisdições, a gravação era feita por gravadores gravando voz e o registro posteriormente sendo transcrito em um registro digitado. Houve novos desenvolvimentos. As tecnologias de reconhecimento de voz estão sendo testadas, mas ainda precisam ser aperfeiçoadas. Agora é possível ter gravações de áudio digital de voz no computador, permitindo que a capacidade do juiz anote esse registro e ouça qualquer parte que ele queira ouvir mais tarde. (NETO, 2017)

O registro assim gravado teria que ser transcrito em um formato de cópia impressa (enquanto um arquivo de cópia impressa for mantido), do qual as versões eletrônicas também estariam disponíveis. Também é possível ter registro instantâneo de procedimentos por um repórter da corte que pode ser visto pelo juiz e pelo advogado em suas respectivas mesas enquanto o processo continua. A vantagem do formato digital é que é fácil manobrar se é texto, voz (som) ou imagens. (CARDOZO, 2015)

Com o uso da Tecnologia da Informação, o ritmo dos procedimentos pode ser consideravelmente acelerado. A qualidade do registro é aprimorada imensamente, pois é muito mais precisa. Os casos devem ser resolvidos mais rapidamente, tanto no julgamento quanto no recurso. Este seria o resultado da fácil disponibilidade do registro do julgamento. Com os Juízes liberados da tarefa de registrar os procedimentos, eles podem prestar mais atenção à função para a qual são contratados. E isso é julgar.

### 2.3 GESTÃO DE CASO

A computação melhorou muito nossa capacidade de capturar estudos e manipular dados produzindo relatórios e outros registros nos quais poderíamos estar interessados. É possível usar programas que podem ser desenvolvidos para rastrear eventos e casos, com o intuito de aproveitar as informações dos tomadores de decisão em tempo hábil. maneira.

Equipado com esta informação, é possível que o tomador de decisão tome as medidas apropriadas, avance ou assine um caso, liste-o para julgamento ou tome qualquer ação apropriada. Um é capaz de seguir tanto a grande figura em termos do agregado de casos quanto o pequeno quadro, em termos de um único caso. É tanto no interesse do Poder Judiciário quanto no interesse público que o público conheça e entenda o que se passa no Judiciário em relação ao seu mandato. O público deve saber quais problemas o Judiciário está tendo e o que está fazendo para enfrentá-los. (MACHADO, 2015)

O público deve saber o que o Judiciário está fazendo com os recursos a eles confiados no cumprimento de seu mandato. O Judiciário não costuma ter as mesmas plataformas que outros órgãos do governo. Ele não controla os limites do governo ou a máquina coercitiva do governo da maneira que o legislador e o executivo fazem.

A autoridade do judiciário, em última análise, repousa sobre a confiança que o público tem nos serviços que oferece ao público. Portanto, é importante que o judiciário seja capaz de se comunicar com o público. Um dos meios mais fáceis de fazê-lo é entrar on-line com as informações necessárias sobre atividades, problemas e soluções tomadas para lidar com as mesmas na forma de relatórios e atualizações oportunos. Devido ao acesso limitado do nosso pessoal a recursos online, o público pode ser limitado. No entanto, devido à possibilidade de reutilização dessa informação pelas casas de mídia e outras pessoas, é possível que ela ainda alcance um público mais amplo do que o inicialmente previsto. (PESSOA; BATISTA, 2016 p. 7)

A Tecnologia da Informação oferece aos tribunais não apenas uma oportunidade de se comunicar com o público por meio da Internet, mas também oferece uma oportunidade de permitir a comunicação interna dentro da organização por meio de intranets e correio eletrônico.

Pode haver informações às quais o público também não tenha acesso, que poderiam ser mantidas em intranets acessíveis somente a categorias relevantes de funcionários nas organizações. Ao mesmo tempo, a comunicação sem papel usando programas de e-mail é possível entre juízes e outros funcionários judiciais dentro e fora do judiciário, é possível a um custo muito pequeno e quase instantaneamente. Em todo o mundo existem listas de e-mail para juízes e outros profissionais, nas quais os juízes podem compartilhar informações de natureza profissional ou apenas recreativas. (CORDEIRO, 2014)

### 3 CONCLUSÃO

Das inovações tecnológicas estão se transformando e avançando continuamente, o órgão judicial, em gestão pública, poder legal e legislativo. Isso está mudando a rotina de benefícios legais e geradores para os tribunais e para a população em geral. Este cenário de mudança rápida promove economia de custos para o bolso público. Os avanços nos domínios jurídico e legislativo, e a adoção de sistemas informatizados para os processos de virtualização resultam na redução gradual da necessidade de espaço físico, móveis e artigos de papelaria para o escritório de registros do tribunal.

Os tribunais estão investindo na justiça da virtualização, na mudança de cultura e rotinas de trabalho. Apesar dos benefícios que podem ser alcançados com a adoção do gerenciamento de processos legais digitais, ainda há muitas questões a serem abordadas no futuro, alguns relacionados ao modelo de gestão e métodos de trabalho, outros são causados pela tarefa de romper as barreiras culturais impostas nas rotinas de trabalho secular, e assinado por décadas de prática.

A incapacidade de alcançar o aumento de eficiência do Judiciário brasileiro apenas por uma simples expansão de pessoal (magistrados e servidores) ou estruturas de trabalho (com manutenção das rotinas de trabalho existentes e cultura do papel, com uso de arquivo de caso, camadas de papelão ou plástico, fitas coloridas, livros e cartões de registro, selos, carrinhos para procedimentos legais de transporte, armários para pastas) era conhecido.

Para alcançar o aumento da eficiência do judiciário, as habilidades e conhecimentos atuais de juízes e servidores, padrões operacionais, políticas, regras e critérios adotados para as atividades de operação e estruturação de tribunais de serviço, entre outros componentes, progresso em direção à adoção de ações digitais irrestritas, combinadas com as melhores práticas de governo eletrônico, de forma ampla e incondicional, para aumentar e modernizar a Justiça.

A implantação de ações digitais exige clara definição de seu propósito e resultados a serem alcançados para justificar as mudanças de estrutura e o paradigma atual, já que é necessário reestruturar os principais serviços, criando a necessidade de treinamento e adaptação dos investimentos em tecnologia da informação, gestão de mudanças e métodos de estratégias de pessoas

e procedimentos, entre outros. Este propósito deve ser identificado com o melhor serviço ao cliente no interesse público, a fim de aumentar o acesso da população à justiça, melhorando a adjudicação através da implantação e uso de processo digital.

## REFERÊNCIAS

CARDOZO, José. **O futuro da prestação jurisdicional**. 2015. Disponível em: <<http://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/242898/000923125.pdf>>. Acesso em: 19/07/2022.

CARVALHO, Ricardo. **O IMPACTO DO PROCESSO JUDICIAL ELETRÔNICO NO DIREITO CONTEMPORÂNEO**. 2016. Disponível em: <<http://www.publicadireito.com.br/conpedi/manaus/arquivos/anais/fortaleza/4128.pdf>>. Acesso em: 19/07/2022.

CORDEIRO, Rosa. **JUSTIÇA TECNOLÓGICA: um estudo sobre a relação entre as novas tecnologias de comunicação e de informação e o Direito**. 2014. Disponível em: <<http://enancib.ibict.br/index.php/enancib/xenancib/paper/viewFile/3362/2488>>. Acesso em: 19/07/2022.

MACHADO, Helena. **JUSTIÇA TECNOLÓGICA PROMESSAS E DESAFIOS**. 2015. Disponível em: <[https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/8429/1/JUSTIFICATEC-NOLOGICA\\_032\\_vers%C3%A3o%20final.pdf](https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/8429/1/JUSTIFICATEC-NOLOGICA_032_vers%C3%A3o%20final.pdf)>. Acesso em: 19/07/2022.

NETO, Paulo Rocha. **O Processo Judicial Eletrônico Brasileiro**. 2017. Disponível em: <<https://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/4724/3/PAULO%20ROCHA%20NETO%20-%20Dissertacao%20de%20Mestrado%20-%20O%20Processo%20Judicial%20Eletronico%20Brasileiro.pdf>>. Acesso em: 19/07/2022.

PESSOA, Flávia M. G.; BATISTA, Dilson C. **O Direito à razoável duração do processo enquanto direito fundamental processual**. 2016. Disponível em: <[http://www.evocati.com.br/evocati/artigos.wsp?tmp\\_codartigo=299](http://www.evocati.com.br/evocati/artigos.wsp?tmp_codartigo=299)>. Acesso em: 19/07/2022.

SILVA, Dejamir. **APLICAÇÃO DA TECNOLOGIA ELETRÔNICA NA PRESTAÇÃO JURISDICIONAL: A CELERIDADE E A SEGURANÇA JURÍDICA NA BUSCA DA EFETIVIDADE PROCESSUAL**. 2006. Disponível em: <<https://www.unimep.br/phpg/bibdig/pdfs/2006/GHWKWEXFWLSJ.pdf>>. Acesso em: 19/07/2022.

SOUZA, Wilson Alves. **O Acesso à Justiça e o princípio do processo devido em direito**. 2011. Disponível em: <[http://www.evocati.com.br/evocati/artigos.wsp?tmp\\_codartigo=209](http://www.evocati.com.br/evocati/artigos.wsp?tmp_codartigo=209)>. Acesso em: 19/07/2022.



## ARTIGO IV

# ÉTICA EMPRESARIAL E RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL

**Wilmar Souza Fortaleza Junior**

*Graduação em Direito pela Universidade do Oeste Paulista (1996), especialista em Direito Processual Civil pela Universidade Católica Dom Bosco (2001) e mestre em Meio Ambiente e Desenvolvimento Regional pela Universidade Católica Dom Bosco (2001).*

**Renata Mashye Kawano**

*Graduada em Medicina pela universidade Uniderp-Anhanguera, Pós Graduação em Neurologia pela Universidade Federal Fluminense-UFF, Mestrado em Neurologia pela Universidade Federal FluminenseUFF, MBA em Gestão de Pessoas pela Fundação Getúlio Vargas-FGV, Doutoranda em Educação Superior pela Universidade de Palermo-Argentina*

## RESUMO

O tema da ética empresarial é a aplicação de princípios éticos ao campo da atividade econômica. Os valores centrais são a humanidade, a solidariedade e a responsabilidade. A justificação dos padrões éticos deriva das consequências da ação econômica sobre outras pessoas e o meio ambiente. Os padrões para isso são justiça social e sustentabilidade. Não é tarefa da ética empresarial elaborar instruções. Pelo contrário, sua função é orientar os debates atuais por meio de reflexões, metodologias e análises críticas. É importante destacar que a ética pode ser dividida em diferentes subcategorias. Como disciplina científica, a ética é dividida em ética descritiva e normativa. Enquanto a ética descritiva descreve como as pessoas realmente se comportam, a ética normativa procura responder à questão de como agir. A ética normativa, como o campo mais importante da filosofia prática, pode ser subdividida em ética material e formal.

**Palavras-chave:** Ética. Responsabilidade. Prática.

## ABSTRACT

The subject of business ethics is the application of ethical principles to the field of economic activity. The core values are humanity, solidarity and responsibility. The justification of ethical standards derives from the consequences of economic action on other people and the environment. The standards for this are social justice and sustainability. It is not the job of business ethics to draft instructions. On the contrary, its function is to guide current debates through reflections, methodologies and critical analysis. It is important to note that ethics can be divided into different subcategories. As a scientific discipline, ethics is divided into descriptive and normative ethics. While descriptive ethics describes how people actually behave, normative ethics seeks to answer the question of how to act. Normative ethics, as the most important field of practical philosophy, can be subdivided into material and formal ethics.

**Keywords:** Ethics. Responsibility. Practice.

## 1 INTRODUÇÃO

A ética material pressupõe que normas e valores concretos derivam de crenças religiosas

ou se prestam à prática social em que as pessoas devem direcionar suas ações. A ética formal, por outro lado, prescinde da especificação de normas materiais concretas em favor da derivação de princípios formal-procedimentais do diálogo, que apenas mostram como os processos de reflexão ética devem ser realizados.

Nesse caso, assume-se que a ética só pode alcançar validade intersubjetiva se não se basear em normas influenciadas por tradições e religião, mas os indivíduos podem determinar o bem moral por meio de normas processuais em diálogos ou discursos. A Ética nos Negócios fornece orientação quanto aos princípios normativos pelos quais os tomadores de decisão devem direcionar suas ações para lidar construtivamente com diferentes normas e valores relacionados à situação.

Ao mesmo tempo, a ética empresarial sensibiliza para a necessidade de criar condições culturais estruturais e organizacionais para a reflexão ética nas empresas. A Ética nos Negócios fornece orientação quanto aos princípios normativos pelos quais os tomadores de decisão devem direcionar suas ações para lidar construtivamente com diferentes normas e valores relacionados à situação. Ao mesmo tempo, a ética empresarial sensibiliza para a necessidade de criar condições culturais estruturais e organizacionais para a reflexão ética nas empresas.

A Ética nos Negócios fornece orientação quanto aos princípios normativos pelos quais os tomadores de decisão devem direcionar suas ações para lidar construtivamente com diferentes normas e valores relacionados à situação. Ao mesmo tempo, a ética empresarial sensibiliza para a necessidade de criar condições culturais estruturais e organizacionais para a reflexão ética nas empresas.

Com base nesse entendimento básico, uma discussão acirrada sobre ética corporativa se desenvolveu nos países anglo-americanos e europeus de orientação ocidental nos últimos 20 anos. Há uma variedade de abordagens diferentes que respondem à relação entre ética e economia de maneira diferente.

De acordo com o entendimento neoclássico, a máxima de maximizar os lucros acaba por desonerar as empresas da responsabilidade ética. Depois de entender uma ética empresarial moderna, o lucro como objetivo da atividade empreendedora ainda é um pré-requisito necessário para garantir a continuidade da existência da empresa.

No entanto, o imaginário das sociedades de uma empresa segue o modelo do empresário honrado. Além da legalidade e da legitimidade, exige-se o cumprimento das disposições legais e a devida consideração das normas morais. Mesmo os desenvolvimentos de crescimento bem-sucedidos com lucros elevados são criticados por exagerarem os parceiros sociais, a menos que lhes seja dada consideração especial. Particularmente nas críticas são as empresas de

investimento, as empresas adquirem, no curto prazo, para impulsionar resultados e obter lucros acima da média através da distribuição de ativos, mas também empresas de investimento cuja relação com a economia real quase não existe.

## 2 A DIFERENÇA ENTRE MORALIDADE E ÉTICA

Geralmente, os termos ética e moralidade são usados de forma intercambiável, embora algumas comunidades diferentes (acadêmicas, jurídicas ou religiosas, por exemplo) ocasionalmente façam uma distinção. Tanto a moral quanto a ética têm a ver vagamente com a distinção entre “bom e mau” ou “certo e errado”. Muitas pessoas pensam na moralidade como algo pessoal e normativo, enquanto a ética são os padrões de “bom e mau” distinguidos por uma determinada comunidade ou ambiente social. (ARRUDA; WHITAKER; RAMOS, 2003)

No entanto, a distinção pode ser útil se sua comunidade local não tiver fortes sentimentos sobre o adultério, mas você considerar o adultério imoral em um nível pessoal. Por essas definições dos termos, sua moralidade contradiz a ética de sua comunidade. No discurso popular, no entanto, muitas vezes usaremos os termos moral e imoral ao falar sobre questões como adultério, independentemente de estar sendo discutido em uma situação pessoal ou comunitária.

É importante considerar como os dois termos têm sido usados no discurso em diferentes campos para que possamos considerar as conotações de ambos os termos. Da mesma forma, *ética* é o termo usado em conjunto com negócios, medicina ou direito. Nesses casos, a ética serve como um código de conduta pessoal para as pessoas que trabalham nesses campos, e a própria ética costuma ser altamente debatida e controversa. Essas conotações ajudaram a orientar as distinções entre moralidade e ética. (RIZZI, 2002)

Por definição, a ética nos negócios refere-se aos padrões de conduta moralmente certa e errada nos negócios. A lei define parcialmente a conduta, mas “legal” e “ético” não são necessariamente a mesma coisa. A ética nos negócios aprimora a lei ao delinear comportamentos aceitáveis além do controle do governo. As corporações estabelecem a ética nos negócios para promover a integridade entre seus funcionários e ganhar a confiança das principais partes interessadas, como investidores e consumidores. Embora os programas de ética corporativa tenham se tornado comuns, a qualidade varia.

### 2.1 A RESPONSABILIDADE SOCIAL NOS NEGÓCIOS

Até recentemente, na prática empresarial, acreditava-se que as empresas operavam ex-

clusivamente para o lucro de seus proprietários. Poucas empresas reconheceram a necessidade de conciliar suas atividades com a ética e, em particular, com suas obrigações para com a sociedade ou o meio ambiente. No entanto, a percepção das questões éticas mudou radicalmente nos negócios nos últimos 20 anos. Se uma empresa quer ser percebida como um parceiro de negócios confiável e um membro respeitado do setor de negócios, deve demonstrar um alto nível de institucionalização dos princípios e práticas de ética nos negócios e deve praticar um comportamento ético excepcional. Isso é excepcionalmente verdadeiro em algumas indústrias controversas. (FERREIRA; GUERRA, 2012)

Até recentemente, na prática empresarial, acreditava-se que as empresas operavam exclusivamente para o lucro de seus proprietários. Poucas empresas reconheceram a necessidade de conciliar suas atividades com a ética e, em particular, com suas obrigações para com a sociedade ou o meio ambiente. É também uma razão pela qual a essência da responsabilidade social e o conflito entre o altruísmo real e o simulado tem sido discutido de forma turbulenta.

Ao longo do tempo, no entanto, as visões sobre o papel das empresas na realidade socioeconômica, derivadas da economia clássica, tornaram-se cada vez menos relevantes para a realidade socioeconômica atual. Além disso, houve inúmeras mudanças na esfera das operações empresariais modernas. A globalização, acompanhada por rápidas mudanças tecnológicas, deu origem a um ambiente de negócios completamente novo. Nestas novas circunstâncias, o desenvolvimento de uma empresa moderna é determinado não só pelo uso eficaz de recursos e aplicação de estratégias adequadas, mas também pela consideração do conceito de Responsabilidade Social Corporativa e ética empresarial nos processos de gestão. (PASSOS, 2004 p. 29)

Portanto, pode-se afirmar que, se uma empresa deseja ser percebida como um parceiro confiável nos negócios, deve implementar elementos desse conceito e, de fato, desse próprio conceito. Em outras palavras, as empresas são obrigadas a manter a lucratividade e ao mesmo tempo se comportar de forma responsável. Isso se refere não apenas a corporações globais, mas também a pequenas e médias empresas, operando em países desenvolvidos, bem como em desenvolvimento, e uma variedade de setores que operam dentro deles.

Embora as empresas utilizem diferentes conjuntos de instrumentos para serem consideradas organizações éticas (por exemplo, códigos de ética, valores éticos e normas), a prática de negócios mostra, no entanto, que essas empresas geralmente operam de maneira completamente diferente. Além disso, deve-se lembrar também que a responsabilidade social só pode ser devidamente realizada e implementada na organização sob a condição de uma abordagem favorável da gestão entendendo a necessidade de seu desenvolvimento. (SILVA, 2003)

A ética empresarial (também conhecida como ética corporativa) é uma forma de ética aplicada ou ética profissional que examina os princípios éticos e os problemas morais ou éticos que surgem em um ambiente de negócios. Aplica-se a todos os aspectos da conduta empresarial

e é relevante para a conduta de indivíduos e organizações inteiras. Comportamento ético pode trazer benefícios significativos para um negócio. Por exemplo, eles podem:

- atrair clientes para os produtos da empresa, aumentando as vendas e os lucros;
- garantir que os funcionários queiram permanecer no negócio, reduzindo a rotatividade de mão de obra e, portanto, aumentando a produtividade;
- atrair mais funcionários que desejam trabalhar para o negócio, permitindo que a empresa contrate os funcionários mais talentosos;
- atrair investidores e manter o preço das ações da empresa alto, protegendo assim o negócio de aquisições. (LOPES, 2009)

Por outro lado, o comportamento antiético ou a falta de responsabilidade social corporativa podem prejudicar a reputação de uma empresa e torná-la menos atraente para os acionistas, levando a uma queda nos lucros. O papel e a importância da ética empresarial são especialmente evidentes em setores controversos da economia. Espera-se que empresas em setores controversos exibam seu comportamento ético e se envolvam em práticas de responsabilidade corporativa de forma muito intensa, uma vez que buscam legitimidade organizacional. Não existe uma definição universal de um setor controverso (que também é chamado de problemático ou sensível), pois as categorias às vezes se sobrepõem e parece que um continuum de sensibilidade pode ser criado.

## **2.2 UM CONCEITO EM CONSTRUÇÃO E SISTEMAS DE GESTÃO AMBIENTAL**

Um Sistema de Gestão Ambiental (SGA) é um mecanismo para gerenciar os impactos ambientais das atividades de uma organização. A implementação de um SGA é essencialmente uma iniciativa voluntária. Um SGA fornece uma abordagem estruturada para o planejamento e implementação de procedimentos de proteção ambiental.

Um SGA pode ser uma ferramenta poderosa para as organizações melhorarem seu desempenho ambiental e aumentarem a eficiência de seus negócios. Um SGA não é prescritivo, mas exige que as organizações assumam um papel ativo na análise de suas práticas e, em seguida, determinem como seus impactos devem ser mais bem gerenciados. Essa abordagem incentiva soluções criativas e relevantes de dentro da própria organização. (RUSS, 1999)

Da mesma forma, as organizações podem usar um programa para garantir que seus desempenhos estejam dentro dos requisitos regulamentares. Além disso, mantém as organizações preparadas para regulamentações mais rigorosas que podem ser introduzidas no futuro.

Um sistema de gestão ambiental (SGA) é uma estrutura formal para melhorar o desempenho ambiental e executar uma operação mais enxuta em geral. Quando você é proativo em

relação ao gerenciamento, a coisa certa para o ambiente não precisa ser a coisa errada para o seu negócio. Um sistema de gestão ambiental é uma ferramenta poderosa para reduzir o desperdício e melhorar a eficiência, sem sacrificar os lucros.

### **2.3 SISTEMAS DE GESTÃO AMBIENTAL DE ACORDO COM A ISO 14001**

A certificação do seu sistema de gestão ambiental demonstra uma maior consciência do desenvolvimento sustentável e dá às empresas com credibilidade ambiental uma vantagem competitiva nos mercados nacional e internacional. A ISO 14001 fornece uma estrutura de gerenciamento clara para reduzir seus impactos ambientais e garantir que você atenda aos requisitos legais e construa a confiança das partes interessadas. A norma fornece à sua organização uma abordagem sistemática para planejar, implementar e gerenciar um sistema de gestão ambiental.

A ISO 14001 é a norma internacional mais reconhecida para sistemas de gestão ambiental. É usado em todo o mundo. A natureza da ISO 14001 permite que ela seja aplicada a uma gama completa de setores de negócios, escopos e atividades. Ele fornece uma estrutura por meio da qual uma organização pode fornecer melhoria de desempenho ambiental de acordo com seus compromissos de política ambiental.

A ISO 14001 especifica os requisitos para uma organização identificar e compreender proativamente os aspectos ambientais de suas atividades, produtos e serviços e os impactos ambientais associados.

- Ele ajuda as organizações a estabelecer políticas e objetivos ambientais e entender como os aspectos significativos podem ser gerenciados, implementar os controles necessários e definir objetivos claros para melhorar o desempenho ambiental.

- Ele permite que uma organização gerencie sua obrigação de cumprir os requisitos legais e aplicáveis e outras obrigações das partes interessadas e verifique regularmente o status de conformidade. Isso permite uma melhoria contínua do sistema de gestão para melhorar seu desempenho ambiental. (PASSOS, 2004)

A ISO 14001 foi projetada para ser compatível e harmonizada com outros padrões de sistemas de gestão reconhecidos, incluindo a ISO 9001. Portanto, é ideal para integração em sistemas e processos de gestão existentes.

Esses sistemas também podem ser usados para relatar informações de desempenho ambiental para as partes interessadas internas e externas da empresa. As empresas podem usar uma variedade de EMS para apoiar suas políticas de aquisição e desenvolvimento sustentável. As

empresas devem garantir que eles e seus fornecedores tenham processos de EMS para gerenciar os impactos ambientais de seus negócios, como produção de resíduos e taxas de reciclagem, uso de energia e água, viagens, emissões de efeito estufa, e impactos no ambiente natural e na biodiversidade.

## 2.4 GESTÃO SOCIOAMBIENTAL CORPORATIVA

A responsabilidade social é um movimento para construir uma sociedade e economia mais inclusiva e sustentável, e para preservar o planeta por meio de esforços dedicados à conservação. Além disso, também beneficia as empresas em seus esforços de recrutamento e marketing de consumo.

Hoje, muitas empresas estão priorizando seu impacto ambiental, social e econômico de uma forma que nunca foi feita antes. Com o objetivo de servir como uma força global positiva, as empresas estão investindo cada vez mais em iniciativas de responsabilidade social para melhor servir a nossa sociedade em geral.

A definição de sucesso empresarial vai além da rentabilidade, taxa de crescimento e reconhecimento da marca. No mundo de hoje, clientes, funcionários e outras partes interessadas julgam uma empresa pela forma como sua atividade impacta a comunidade, a economia, o meio ambiente e a sociedade em geral. Em outras palavras, pelo fato de se preocupar com o bem maior e não apenas com o lucro maior. As práticas de responsabilidade social corporativa são uma forma de demonstrar a posição de sua empresa sobre o assunto.

A responsabilidade social corporativa é um tipo de autorregulação empresarial com o objetivo de responsabilidade social e causar um impacto positivo na sociedade. Algumas maneiras pelas quais uma empresa pode adotar a RSE incluem ser ecologicamente correta e ecologicamente correta; promoção da igualdade, diversidade e inclusão no local de trabalho; tratar os funcionários com respeito; devolver à comunidade; e garantir que as decisões de negócios sejam éticas. (VARELLA, 2010 p. 52)

Não há como uma empresa adotar a SER (Responsabilidade Social Empresarial) mas uma coisa é certa – para ser percebida como genuína, as práticas da empresa precisam ser integradas à sua cultura e operações de negócios. No ambiente socialmente consciente de hoje, funcionários e clientes valorizam trabalhar e gastar seu dinheiro em empresas que priorizam a RSC (Responsabilidade Social Corporativa). Eles podem detectar a hipocrisia corporativa.

Para garantir a autenticidade da RSC, uma empresa deve examinar seus valores, missão empresarial e questões centrais e determinar quais iniciativas melhor se alinham com os objetivos e a cultura da empresa. A empresa pode fazer isso internamente ou contratar um terceiro para realizar uma avaliação.

### 3 CONCLUSÃO

A sustentabilidade empresarial é a prática de operar um negócio sem impactar negativamente o meio ambiente. Um negócio verde funciona no melhor interesse do ambiente local e global, o que significa que apoia a comunidade e a economia dependentes de um planeta saudável. Uma empresa com consciência ambiental considera mais do que apenas lucros – considera seu impacto na sociedade e no meio ambiente. Tal negócio é sustentável porque contribui para a saúde da estrutura dentro da qual opera, ajudando assim a construir um ambiente no qual o negócio possa prosperar.

Cabe destacar que a Responsabilidade Social Empresarial vem sendo discutida de forma fragmentada no campo do marketing, que algumas grandes correntes da disciplina têm incentivado a geração de teorias sobre o tema e que muitas contribuições têm se limitado a determinadas dimensões da construção na literatura. Em contraste, numerosos estudos teóricos e esforços de categorização relativos à RSC são encontrados na literatura de gestão, limitando o marketing a poucas, mas valiosas categorizações de perspectivas teóricas.

Como este artigo tem como objetivo analisar em que medida e como a literatura de marketing, é importante definir os construtos separadamente para entender claramente os conceitos relacionados e depois proceder a interrelacioná-los. Tentativas têm sido feitas para inter-relacionar esses campos de estudo porque o marketing é uma disciplina empresarial chave que talvez seja uma das mais fortemente preocupadas com a ligação entre as empresas e os ambientes em que estão inseridas. Além disso, dado o atual clima de desconfiança em relação às empresas devido a escândalos envolvendo principalmente firmas de contabilidade de destaque, as empresas em geral se declararam “socialmente responsáveis” e, por sua vez, aplicaram iniciativas estratégicas nesse sentido.

A disciplina centrou-se inicialmente na distribuição, depois nas tarefas dos gestores relacionadas com o desenho e fornecimento de um composto de marketing e, finalmente, no envolvimento pleno das organizações (através das suas relações com os diferentes stakeholders) nas sociedades em que exercem atividades empresariais. Essa evolução da conceituação da disciplina tem focado nas “abordagens de marketing” que as empresas devem adotar e, portanto, é necessário refletir sobre o verdadeiro alcance de tais abordagens que atualmente envolvem um conjunto muito mais amplo de stakeholders além dos consumidores.

Estudos muito interessantes têm focado na evolução de diferentes noções de RSC como conceito (principalmente do campo da gestão), demonstrando que o conceito tem uma longa e variada história na literatura, incluindo referências valiosas que datam de antes da década de 1950 do século XX. É essencial analisar esse conceito, pois ele aborda e leva em conta as



preocupações mais centrais dos diferentes públicos em relação às relações entre empresas e sociedade.

Em relação à integração dos dois conceitos, verificou-se que um número crescente de organizações em todo o mundo está adotando a RSE e sente a necessidade de entender melhor seu significado e alcance, bem como sua relação com o marketing. As ações de RSC estão gradualmente se tornando questões corporativas de alta prioridade, e as empresas estão implementando várias iniciativas nesse sentido, todas buscando dar sentido ao conceito e sua real magnitude. Esse crescente interesse por esse tópico está em parte relacionado aos seus efeitos no comportamento do consumidor quando os consumidores solicitam mais do que produtos de alta qualidade, mas baratos das organizações.

Fazer negócios no Brasil exige uma compreensão profunda do que significa cultura ética empresarial no país e como essa cultura está relacionada às ameaças e oportunidades inerentes ao ambiente de negócios brasileiro, enfatizando a conexão privada e pública, pois muitas crises econômicas tiveram suas origens em escândalos de corrupção e desvios éticos. Fatores históricos e culturais como o *jeitinho* (uma abordagem específica brasileira para contornar barreiras burocráticas e resolver problemas usando redes informais de relacionamentos e favores) ainda permeiam o comportamento social e empresarial, dificultando o desenvolvimento de uma cultura empresarial mais profissional e ética para empresas privadas e públicas e prejudicando uma política nacional mais consistente.

No entanto, fatores históricos e culturais como o “*jeitinho*” (significando a característica comportamental de usar – muitas vezes ilegais – truques para burlar as regras, discutido com mais detalhes mais adiante neste capítulo) ainda permeiam o comportamento social e empresarial, dificultando o desenvolvimento de uma cultura empresarial mais profissional e ética para empresas privadas e públicas. Explorar o contexto por trás do modelo brasileiro de cultura empresarial ética permitirá aos investidores não apenas entrar no mercado com cautela, mas também apreciar como os empresários locais aplicam os processos empresariais locais para lidar com as mudanças nas atitudes sociais em relação à corrupção.

Mudar uma cultura empresarial tradicionalmente paternalista, personalista e baseada na impunidade ao injetar valores éticos não é fácil nem automático. A mera adoção de códigos de conduta tem se mostrado insuficiente para subjugar a cultura empresarial brasileira, tipicamente caracterizada pelo paternalismo, concentração de poder, passividade, flexibilidade, personalismo, formalismo, impunidade, lealdade pessoal e evitação de conflitos.

## REFERÊNCIAS

ARRUDA, Maria Cecília Coutinho; WHITAKER, Maria do Carmo e RAMOS, Jose Maria Ramos. **Fundamentos da Ética Empreendedora e Econômica**. 2 ed. São Paulo: Atlas S/A, 2003.

FERREIRA, Bruna Souza; GUERRA, José Alfredo de Pádua Guerra. **Responsabilidade socioambiental: um olhar sistêmico em uma organização estatal**. 8º Congresso brasileiro de sistemas. *Revista Gestão & Conhecimento*. Poços de Caldas, MG, PUC, p. 159-180, 2012.

LOPES, Antônio de Sá. **ÉTICA E VALORES HUMANOS**. 2 ed. Editora Juruá, Belo Horizonte, 2009.

PASSOS, Elizete. **Ética nas organizações**. São Paulo: Atlas, 2004.

RIZZI, Fernanda Basaglia. **‘Balanço Social e ação de responsabilidade social nas empresas’ in: INSTITUTO ETHOS: Prêmio Ethos Valor. Vários autores. Responsabilidade social das empresas: a contribuição das Universidades**. São Paulo: Editora Fundação Petrópolis, 2002.

RUSS, Jacqueline. **Pensamento ético contemporâneo**. Tradução de Constança Marcondes Cesar. São Paulo: Paulus, 1999.

SILVA, José Luiz Rosa da. **Ética – algumas considerações sobre o tema**. Porto Alegre 2003.

VARELLA, Irani. **Sustentabilidade e educação corporativa**. 2010, Disponível em <<http://www.portaldovoluntario.org.br/site/pagina.phpartigo>>. Acesso em: 20/07/2022.

## ARTIGO V

### FUNDAMENTOS DE NEGÓCIOS IMOBILIÁRIOS

**Luiz Carlos Saldanha Rodrigues Junior**

*Advogado (1993). Graduado em Direito (FUCMT, 1992). Especialização em Direito Constitucional (UNISUL - 2008). Mestrado em Desenvolvimento Local (UCDB - 2012). Professor desde 2004) e na FAPRIME (2021). Conselheiro na OAB-MS (2013-2015).*

**Wilmar Souza Fortaleza Junior**

*Graduação em Direito pela Universidade do Oeste Paulista (1996), especialista em Direito Processual Civil pela Universidade Católica Dom Bosco (2001) e mestre em Meio Ambiente e Desenvolvimento Regional pela Universidade Católica Dom Bosco (2001).*

**Renata Mashye Kawano**

*Graduada em Medicina pela universidade Uniderp-Anhanguera, Pós Graduação em Neurologia pela Universidade Federal Fluminense-UFF, Mestrado em Neurologia pela Universidade Federal FluminenseUFF, MBA em Gestão de Pessoas pela Fundação Getúlio Vargas-FGV, Doutoranda em Educação Superior pela Universidade de Palermo-Argentina.*

## RESUMO

Toda prática imobiliária precisa de um plano de negócios. O plano define seus valores e pontos fortes, suas metas de negócios e esclarece onde você se destaca como e que tipo de prática você pretende operar tanto no curto quanto no longo prazo. Um plano de marketing faz parte do plano estratégico geral de uma organização, que normalmente abrange outras áreas estratégicas, como recursos humanos, operações, estrutura de capital e uma série de outros itens não relacionados ao marketing. O plano de marketing é um documento ou manual orientado à ação que orienta a análise, implementação e controle da estratégia de marketing da empresa. A criação de um plano de marketing requer a entrada, orientação e revisão dos funcionários em todos os vários departamentos de uma empresa, não apenas no departamento de marketing, por isso é importante que todos os futuros profissionais de negócios compreendam os componentes do plano. O formato específico do plano de marketing difere de organização para organização, mas a maioria dos planos incluem um resumo executivo, análise de situação, estratégia de marketing, seção financeira e seção de controles. Esses cinco componentes comunicam o que a organização deseja realizar e como planeja atingir suas metas.

**Palavras-chave:** Marketing. Metas. Plano.

## RESUMO

Every real estate practice needs a business plan. The plan defines your values and strengths, your business goals and clarifies where you excel and what kind of practice you intend to operate both in the short and long term. A marketing plan is part of an organization's overall strategic plan, which typically encompasses other strategic areas such as human resources, operations, capital structure, and a host of other items unrelated to marketing. The marketing plan is an action-oriented document or manual that guides the analysis, implementation and control of the company's marketing strategy. Creating a marketing plan requires input, guidance and review from employees in all the various departments of a company, not just the marketing department, so it is important that all future business professionals understand the components of the plan. The specific format of the marketing plan differs from organization

to organization, but most plans include an executive summary, situation analysis, marketing strategy, financial section, and controls section. These five components communicate what the organization wants to accomplish and how it plans to achieve its goals.

**Keywords:** Marketing. goals. Plan.

## 1 INTRODUÇÃO

Todo mundo sabe que uma estratégia de marketing digital completa é essencial se você leva a sério o cumprimento de suas metas de negócios. Mas o marketing como disciplina é mais complicado do que a maioria dos iniciantes imagina. Uma sólida compreensão dos fundamentos fornece a base sólida de que você precisa para alcançar o sucesso inicial e continuar crescendo no futuro.

O termo “marketing” descreve a ampla disciplina de impulsionar, encorajar e nutrir ações lucrativas do consumidor. Abrange muito terreno e inclui todas as estratégias que uma empresa pode usar para posicionar seus serviços e produtos no mercado. Também abrange todas as táticas que a empresa pode usar para motivar a demografia-alvo a concluir uma compra.

Embora existam tantas abordagens diferentes de marketing quantas empresas e tipos de produtos à venda, a sequência básica começa com uma ideia para um produto ou serviço. Essa ideia e seu público-alvo são então pesquisados minuciosamente. Os profissionais de marketing começam a descobrir quando, onde e como alcançar melhor um público-alvo e convencê-los a comprar.

Embora o marketing deixe muito espaço para criatividade e inovação, *toda* abordagem de sucesso é baseada nos 4 Ps – produto, preço, promoção e local. Desenvolva uma compreensão prática dos papéis que eles desempenham e você terá uma excelente compreensão básica de como o marketing funciona.

Muitos profissionais de marketing cometem o erro de concentrar todos os seus esforços nos níveis inferiores de seus funis de vendas, onde as taxas de conversão são mais altas e mais fáceis de medir. Mas para que um funil de vendas seja realmente eficaz, todas as suas partes precisam trabalhar juntas de forma eficiente. Antes de fechar vendas e converter leads, você precisa criar reconhecimento de marca, iniciar um buzz e fazer com que as pessoas se interessem pelo que você tem a oferecer. E quanto melhor você fizer isso, maior a probabilidade de esses leads converterem mais tarde.

## 2 MANTER-SE ATUALIZADO COM AS ÚLTIMAS TENDÊNCIAS DE MARKETING

Um bom profissional de marketing nunca para de aprender. Embora os fundamentos do marketing possam permanecer estáveis ao longo do tempo, as estratégias específicas que as empresas implantam são afetadas por vários fatores, como:

- **Mudando a demografia do consumidor:** gerações mais jovens de pessoas podem responder a apelos diferentes, em comparação com as gerações mais velhas. As opiniões dos clientes podem influenciar muito sua estratégia de conteúdo.

- **Tecnologia emergente:** dispositivos móveis, pesquisa por voz e outros desenvolvimentos oferecem novas maneiras para os profissionais de marketing alcançarem seus clientes.

- **Condições de mercado flutuantes:** A economia global está em constante fluxo; o que era acessível aos consumidores ontem pode estar fora de alcance amanhã.

- **Mudanças culturais: movimentos** políticos e sociais moldam a forma como os consumidores veem as empresas e suas ofertas. (ANDRADE, 2010)

Como você prevê essas mudanças? Eles podem mudar gradualmente ao longo de longos períodos, especialmente no caso de adoção de tecnologia. Você não pode simplesmente apontar o dedo ao vento e determinar qual será a próxima tendência. É quando você recorre a conselhos de especialistas. Os blogs são um ótimo lugar para começar. Aqueles de nós inseridos no mundo do marketing todos os dias compartilham nossas experiências, analisam relatórios e fazem previsões educadas sobre o futuro do marketing.

Parte inferior do formulário

### 2.1 QUAIS SÃO OS PRINCÍPIOS DA GESTÃO DE MARKETING?

O gerenciamento de marketing para pequenas empresas é baseado em um conjunto de princípios que incluem tarefas desde o planejamento até a criação de anúncios e manutenção de longo prazo. Isso pode variar dependendo do setor em que você está e do seu público-alvo. Muito do gerenciamento de marketing de pequenas empresas depende de criar o interesse do consumidor; envolve também a criação de anúncios e a operação diária da estratégia de marketing.

- **Conhecimento** – É importante entender o que os consumidores desejam e qual a melhor forma de alcançá-los. Deve haver uma compreensão de qual deve ser sua mensagem e por quê, e quais são os objetivos de curto e longo prazo da publicidade para a empresa.

- **Organização** – O desenvolvimento de planos de marketing é uma parte fundamental da gestão de marketing de pequenas empresas. Os planos devem delinear as iniciativas de cada campanha proposta, delineando o custo para o cliente e o retorno. O desenvolvimento de relacionamentos com parceiros de marketing pode levar ao financiamento parcial ou total de anúncios.

- **Criatividade** – A criatividade na publicidade é importante para as pequenas empresas, pois muitas vezes elas não têm o financiamento ou os recursos que as grandes corporações teriam.

- **Eficiência** – Cada iniciativa de campanha deve ser distribuída, o que envolve a contratação de pessoas para distribuir folhetos, provas para revistas, entrega de gravações para emissoras de TV e rádio e veiculação de anúncios em publicações.

- **Adaptabilidade** – É importante ter uma supervisão contínua do progresso de cada campanha. Isso pode envolver a alteração de promoções e redistribuição quando necessário. A manutenção e adaptação constantes é um princípio de gestão de marketing que ajudará o sucesso contínuo de qualquer pequena empresa. (MATTAR, 2005)

Ter uma boa estratégia de marketing é vital para qualquer negócio – grande ou pequeno, não importa. Existem diferentes maneiras de criar uma ótima estratégia de marketing para seus negócios e produtos. A base de todos eles é encontrar o mix de marketing certo.

## 2.2 ESTRATÉGIA DE MARKETING X CAMPANHA DE MARKETING

Quando se trata de marketing, pode haver alguma confusão sobre a diferença entre uma estratégia de marketing e uma campanha de marketing. Ambos são a mesma coisa, certo?

Em suma, não. Sua estrutura de estratégia de marketing é mais um plano estratégico geral de alto nível que está conectado a toda a marca e seus objetivos organizacionais. Enquanto as campanhas de marketing são muito mais focadas, as iniciativas de curto prazo visam atingir um objetivo muito específico. Sua estratégia de marketing deve ser usada para ajudar a informar suas campanhas de marketing. Uma estratégia de marketing abrange o quadro maior. Uma campanha de marketing, por outro lado, descreve os detalhes logísticos para cada projeto específico. (MELLO, 2017)

Embora sua estratégia de marketing possa exigir ajustes ou ajustes regulares, ela fornece um modelo de por onde começar e facilita a visualização de resultados semelhantes ou aprimorados de cada campanha sem ter que reinventar completamente a roda. Também cria

estabilidade e uma sensação de previsibilidade dentro do departamento de marketing.

Quanto mais definido for seu público-alvo, melhor será sua estratégia de marketing, pois você poderá criar todo o conteúdo de marketing da marca, mensagens e anúncios com eles em mente. À medida que o tempo passa e você obtém mais informações, continuará a obter uma compreensão mais profunda de quem exatamente se enquadra em seu público-alvo. Portanto, não tenha medo de aprender à medida que avança e seja adaptável às mudanças, pois pode achar que precisa ir atrás de um grupo de clientes diferente daqueles que você originalmente pretendia alcançar.

Ser capaz de se relacionar com o tom e o conteúdo de uma mensagem é necessário para que as pessoas ‘comprem’ sua marca. Essa capacidade de atingir seu cliente permite que você faça uma conexão pessoal e estabeleça confiança. Ao segmentar consumidores com alta probabilidade de ter interesse em sua marca, produto ou serviço, é mais provável que você veja um maior retorno sobre o investimento, em comparação com o envio de uma mala direta para todas as famílias possíveis.

A ideia é que os profissionais de marketing ‘lancem suas redes’ e atraiam o maior número possível de leads para o funil. Em seguida, eles nutrirão lentamente cada um desses leads através dos diferentes estágios e, finalmente, acabarão convertendo alguns deles em clientes. Em um mundo ideal, o funil seria mais um cilindro, resultando na conversão de cada lead em um cliente. Mas é claro que, no mundo cruel do marketing e das vendas, esse nunca é o caso - daí o estreitamento do funil. (CHURCHILL; PETER, 2012 p. 33)

Ter um funil de vendas bem pensado deve ser uma alta prioridade para os profissionais de marketing. Ele fornece uma ótima visão sobre o processo de pensamento, desafios e decisões que estão sendo tomadas por seus clientes em potencial. Além disso, sua comunicação com cada consumidor deve ser *bem diferente* de acordo com o estágio do seu funil de vendas. Portanto, também tem um enorme impacto no seu conteúdo de marketing.

Ter uma compreensão do seu funil de vendas também destacará os pontos em que seu público-alvo está desistindo e não conseguindo converter. Essas informações valiosas permitirão que você implemente um plano que ajude a evitar possíveis perdas. Cada estágio da jornada do cliente requer uma abordagem diferente do profissional de marketing se eles quiserem mover os clientes suavemente pelo funil. A última coisa que você quer fazer é enviar a alguém a mensagem errada na hora errada. (KOTLER; KELLER, 2012)

É importante observar que o funil de vendas ou a jornada do comprador não é um modelo único. Varia muito de marca para marca e não há uma única versão acordada do funil. Alguns têm mais estágios do que outros e dão a cada estágio um nome diferente, mas a ideia geral permanece a mesma. E essa ideia abrangente é fornecer ao seu público conteúdo de marketing oportuno, direcionado e relevante. Então, com isso em mente, vamos dar uma olhada em uma

experiência típica de cinco estágios que seu cliente pode ter com sua marca.

A mídia social amadureceu nos últimos anos a ponto de não ser mais apenas um lugar onde as pessoas hospedam imagens ou espalham pensamentos aleatórios. Essas plataformas agora contêm dados reais e utilizáveis; informações valiosas que as marcas podem utilizar para fornecer ao seu público conteúdo, mensagens, conhecimento e insights significativos e altamente personalizados.

As marcas podem usar a análise de mídia social para se concentrar em áreas que lhes interessam especificamente e nos segmentos de mercado que visam atingir, ou seja, usar escuta social para menções relevantes, rastrear tendências comportamentais, como taxas de engajamento, cliques, alcance e, geralmente, reunir pepitas específicas de informações que são usadas para tomar decisões informadas e comunicações sob medida.

## 2.3 ANÁLISE DO AMBIENTE DE MARKETING

É uma ferramenta de análise estratégica. Este processo ajuda a identificar os fatores internos e externos do ambiente que afetam as habilidades da organização para trabalhar adequadamente. Um líder empresarial desenvolve a estrutura, a cultura e as políticas da empresa para dar diretrizes claras aos funcionários. Mas o sucesso do negócio depende de como ele lida com os efeitos ambientais externos, se houver.

A análise ambiental avalia o ambiente externo do negócio para descobrir ameaças e oportunidades. Após a avaliação, os tomadores de decisão desenvolvem estratégias que respondem ao ambiente.

O mercado empresarial é muito dinâmico; todos tentam desenvolver ideias e produtos que competem no mercado, mas de repente todo o cenário muda. Você não pode controlar cada fator, mas desenvolver estratégias de marketing que minimizem o risco associado. Esta ferramenta de análise é crucial para o sucesso do negócio. Não é uma atividade pontual. Como eu disse anteriormente, o mercado é dinâmico e muda rapidamente, por isso a análise deve ser repetida continuamente para obter vantagem competitiva e responder positivamente a ela. (MCDANIEL; GATES, 2006)

Ao preparar a análise ambiental de marketing, é importante entender os fatores do ambiente externo que afetam a tomada de decisões e o desempenho da sua pequena empresa. Esses fatores são incontrolláveis em um ambiente de negócios, mas uma vez identificados você pode aproveitar as oportunidades e minimizar as ameaças ao seu negócio.

Os fatores PESTLE consistem em fatores Políticos, Econômicos, Sociais, Tecnológicos, Jurídicos e Ambientais. Todos esses fatores podem criar oportunidades e ameaças que po-



dem afetar todos os setores de negócios até certo ponto. Principalmente as pequenas empresas aplicam apenas quatro fatores Político, Econômico, Social e Tecnológico, que são a variante mais geral entre todas as variantes do PEST. Existem muitas outras variações de PEST como PESTLE, STEEP, STEEPLD, LONGPEST. Todos os componentes adicionais são a extensão de fatores éticos, demográficos e industriais. (SILVA, 2018 p. 11)

A análise do ambiente de marketing é uma ferramenta muito útil para identificar influências internas e externas nos processos de negócios bem-sucedidos de uma empresa. Toda empresa precisa estar ciente dos múltiplos fatores que atuam sobre ela, tanto de dentro quanto de fora. As decisões precisam ser tomadas na vida cotidiana, sem falar nas organizações empresariais. Sem uma avaliação das ameaças e oportunidades ambientais, é muito difícil imaginar e desenvolver estratégias adequadas para se envolver com o ambiente de marketing para uma empresa lucrativa.

Muitos fatores são externos e não podem ser controlados, mas uma organização empresarial pode criar contramedidas correspondentes, bem como melhorar suas operações internas para se tornar adaptável e alinhada adequadamente. A análise do ambiente de marketing é um processo contínuo, pois mantém a competitividade e as capacidades das empresas.

## 2.4 O MICROAMBIENTE

A parte do ambiente de marketing que consiste em circunstâncias que impactam o relacionamento de uma empresa com seus clientes é chamada de microambiente. Os componentes de um microambiente podem ser analisados para entregar o melhor valor ao cliente, cada um de acordo com seu próprio papel a desempenhar.

O microambiente é composto pelos vários elementos da cadeia de entrega de valor. Assim, a própria empresa está inserida em seus diversos departamentos, como gestão, pesquisa e desenvolvimento, contabilidade e finanças, recursos humanos etc., podendo ser avaliados para atingir níveis ótimos para enfrentar os desafios. Ficar de olho na concorrência sempre foi uma fonte de informações cruciais que influenciam as estratégias de negócios. As ofertas devem ser posicionadas e promovidas em relação às de empresas concorrentes.

O macroambiente é moldado por diversos atores que obrigam as empresas a se adaptarem e agirem de forma efetiva de acordo com a análise de oportunidades e ameaças. Esses fatores são demográficos, econômicos, naturais, políticos e culturais. Outras partes do macroambiente incluem grupos variados com interesse ou efeito potencial para os objetivos de uma empresa. Esses públicos podem ser financeiros (investidores, bancos etc.), mídia (relevantes para relações públicas), governo (regulamentos de produtos ou serviços e publicidade etc.) e públicos de ação social (aqueles que defendem a responsabilidade social corporativa e o desenvolvimento sustentável). (REZ, 2016 p. 9).

A análise demográfica precisa investigar as várias faixas etárias, educação, renda, localização, estado civil etc. de seus clientes-alvo. Cada característica demográfica afeta várias decisões de marketing, como modos de envolvimento do cliente ou locais de compra. O exame

do ambiente econômico dá às empresas uma visão das várias habilidades de gastos dos clientes, bem como do comportamento de gastos. Diferentes mercados têm diferenças de distribuição de renda, juntamente com custos de vida, que afetam as estratégias de preços e posicionamento.

O estudo do ambiente natural permite julgar a disponibilidade de diversos recursos naturais necessários para a cadeia produtiva ou mesmo a aplicabilidade de um serviço ou produto. A regulamentação das ações de desenvolvimento sustentável também pode instituir limitações, mas também abrir oportunidades para as empresas. As empresas podem ser reativas ou proativas a vários fatores do ambiente de marketing. Qualquer que seja a decisão, ela deve ser informada e nenhuma despesa deve ser poupada em pesquisa. Alguns ambientes de mercado são passíveis de interrupções e convidam a mudanças, enquanto outros podem não ser tão propícios a mudanças.

## 2.5 ESTRUTURA DE MERCADO

A estrutura de mercado, em economia, refere-se a como diferentes indústrias são classificadas e diferenciadas com base em seu grau e natureza de competição por bens e serviços. Baseia-se nas características que influenciam o comportamento e os resultados das empresas que atuam em um mercado específico.

Alguns dos fatores que determinam uma estrutura de mercado incluem o número de compradores e vendedores, capacidade de negociação, grau de concentração, grau de diferenciação dos produtos e a facilidade ou dificuldade de entrar e sair do mercado.

A concorrência perfeita ocorre quando há muitas pequenas empresas competindo entre si. Eles vendem produtos similares (homogêneos), não têm influência de preço sobre as commodities e são livres para entrar ou sair do mercado.

Os consumidores neste tipo de mercado têm pleno conhecimento dos bens que estão sendo vendidos. Eles estão cientes dos preços cobrados sobre eles e da marca do produto. No mundo real, a forma pura desse tipo de estrutura de mercado raramente existe. No entanto, é útil ao comparar empresas com características semelhantes.

A estrutura de mercado refere-se às características das organizações de mercado que determinam o comportamento das empresas em um setor. Determina a natureza da concorrência e do preço e tem implicações na participação de mercado e nos lucros que as empresas obtêm. A estrutura de mercado é importante, pois afeta os resultados do mercado, especialmente em termos de lucros. Afeta as oportunidades, motivações e decisões estratégicas dos atores econômicos que participam do mercado. A empresa analisa para explicar e prever resultados de mercado, principalmente lucros. Para o governo, diz-lhes como regular o mercado, garantir a concorrência leal e reduzir os efeitos adversos da concorrência desleal para a economia, como os cartéis. (VALLE, 2007 p. 13)

Para uma classificação mais estreita, os quatro são combinados para se tornarem competições perfeitas e imperfeitas. A concorrência imperfeita constitui a concorrência monopolista, oligopolista e monopolista. Os quatro mercados apresentam características diferentes em vários quesitos, como o número de vendedores, tipos de produtos, barreiras de entrada e saída e preços.

O mercado de concorrência perfeita consiste em muitos compradores e vendedores. O tamanho dos vendedores é relativamente pequeno e igual, de modo que eles não têm influência no mercado. Oferecem um produto homogêneo e se substituem perfeitamente. Eles também são fáceis de entrar e sair da indústria em resposta aos lucros da indústria.

Os vendedores em mercados perfeitamente competitivos não têm poder de precificação, portanto, não há concorrência fora do preço no mercado. Eles aceitam o preço de mercado como o preço de venda de seus produtos (tomadores de preço). Um exemplo próximo de concorrência perfeita é o mercado de câmbio. Os mercados de concorrência monopolista são semelhantes à concorrência perfeita. O mercado compreende muitos vendedores e compradores.

Barreiras de entrada e saída existem, mas são baixas. O que diferencia a concorrência perfeita da concorrência monopolista é o tipo de produto oferecido. Na competição monopolista, cada vendedor fornece um produto que é semelhante, mas não idêntico. As empresas tentam diferenciar seus produtos dos concorrentes por meio de estratégias não relacionadas a preços, como publicidade. Portanto, os produtos neste mercado funcionam como substitutos próximos uns dos outros, mas não como substitutos perfeitos como na concorrência perfeita. Por essas razões, as empresas têm algum grau de poder de preço e não são tomadoras de preços.

## **2.6 MARKETING MIX (PRODUTO, PREÇO, DISTRIBUIÇÃO E PROMOÇÃO)**

Uma vez que uma empresa tenha definido seu mercado-alvo e identificado sua vantagem competitiva, ela pode criar o mix de marketing., que se baseia nos 5Ps discutidos anteriormente, que traz a um grupo específico de consumidores um produto com valor superior. Cada mercado-alvo requer um mix de marketing exclusivo para satisfazer as necessidades dos clientes-alvo e atingir os objetivos da empresa. Uma estratégia deve ser construída para cada um dos 5Ps, e todas as estratégias devem ser combinadas com as estratégias dos outros elementos.

Assim, o mix de marketing é tão bom quanto sua parte mais fraca. Por exemplo, um produto excelente com um sistema de distribuição ruim pode estar fadado ao fracasso. Um excelente produto com um excelente sistema de distribuição, mas um preço inadequado também está fadado ao fracasso. Um mix de marketing bem-sucedido requer uma adaptação cuidadosa. (XAVIER, 2009)

Os profissionais de marketing veem os produtos em um contexto muito maior do que

geralmente se pensa. Eles incluem não apenas o item em si, mas também o nome da marca e a imagem da empresa. Ou seja, produtos com esses nomes são vendidos a preços mais altos do que produtos idênticos sem os nomes. Os consumidores compram coisas não apenas pelo que fazem, mas também pelo que significam.

Com seus recursos computadorizados de correspondência de perfis, os serviços de namoro online são uma maneira de alta tecnologia de fazer uma conexão amorosa. Os solteiros em busca de encontros de hoje querem mais do que relacionamentos automatizados, no entanto. Eles querem conselhos de especialistas.

### 3 CONCLUSÃO

O planejamento de marketing envolve a decisão sobre as estratégias de marketing que ajudarão a empresa a atingir seus objetivos estratégicos gerais. É necessário um plano de marketing detalhado para cada negócio, produto ou marca. A difícil tarefa de selecionar uma estratégia global da empresa para sobrevivência e crescimento a longo prazo é chamada de planejamento de estratégico. O processo de planejamento pode ser tão importante quanto os planos que surgem. O planejamento encoraja a administração a pensar sistematicamente sobre o que aconteceu, o que está acontecendo e o que pode acontecer.

Definimos planejamento estratégico como o processo de desenvolver e manter um ajuste estratégico entre os objetivos e capacidades da organização e suas oportunidades de marketing em constante mudança. Envolve definir uma missão clara da empresa, definir objetivos de apoio, projetar um portfólio de negócios sólido e coordenar estratégias funcionais.

No nível corporativo, a empresa primeiro define seu propósito geral e sua missão. Esta missão transforma-se então em objetivos de suporte detidos que orientam toda a empresa. Em seguida, a matriz decide qual portfólio de negócios e produtos é melhor para a empresa e quanto suporte dar a cada um.

Por sua vez, cada unidade de negócio e produto deve desenvolver planos detalhados de marketing e outros planos departamentais que apoiem o plano de toda a empresa. Assim, o planejamento de marketing ocorre nos níveis de unidade de negócios, produto e mercado. Apoia a empresa estrategicamente, planejando com um planejamento mais detalhado para oportunidades específicas de marketing.

A matriz corporativa é responsável por colocar em movimento o processo de planejamento estratégico. A estratégia corporativa estabelece a estrutura dentro da qual as divisões e unidades de negócios elaboram seus planos estratégicos. Definir uma estratégia corporativa envolve quatro atividades.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, Carlos Frederico. **Marketing: o que é? quem faz? quais as tendências?** Curitiba: Ibplex, 2010.

CHURCHILL, Gilbert A.; PETER, J. Paul. **Marketing: criando valor para os clientes.** São Paulo: Saraiva, 2012.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing.** São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de Marketing: metodologia e planejamento.** 6ª. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

MELLO, Alexandre L. **Marketing de serviços.** São Paulo: SENAC São Paulo, 2017. Disponível em: [https://books.google.com.br/books?id=iMkDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=ptBR&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.br/books?id=iMkDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=ptBR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false). Acesso em: 20/07/2022.

MCDANIEL, Carl D.; GATES, Roger. **Pesquisa de marketing.** São Paulo: Thomson Learning, 2006.

REZ, Rafael. **Marketing de conteúdo: a moeda do século XXI.** São Paulo: DVS Editora, 2016.

SILVA, Helton Haddad. **Planejamento estratégico de marketing.** 2018. Disponível em: [https://books.google.com.br/books?id=9zSEDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=ptBR&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.br/books?id=9zSEDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=ptBR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false). Acesso em: 20/07/2022.

VALLE, José Angelo. **40 técnicas de gerenciamento.** 2007. Disponível em: [https://books.google.com.br/books?id=jQ\\_JOBtvgBAC&printsec=frontcover&hl=ptBR&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.br/books?id=jQ_JOBtvgBAC&printsec=frontcover&hl=ptBR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false). Acesso em: 20/07/2022.

XAVIER, Juarez Tadeu de Paula. **Marketing: fundamentos e processos.** Curitiba: IESDE Brasil, 2009. Disponível em: [https://books.google.com.br/books?id=mrh0xtZcAE8C&printsec=frontcover&hl=ptBR&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.br/books?id=mrh0xtZcAE8C&printsec=frontcover&hl=ptBR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false). Acesso em: 20/07/2022.

**ARTIGO VI****ESTRATÉGIAS DE SEGURANÇA DENTRO DA NR-20****Lucas Rasi Cunha Leite**

*Com graduação em Economia pela Universidade Estadual de Maringá (2005) e mestrado em Agronegócios pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (2007). Atual professor de Economia no curso de Direito da Faculdade Prime e professor de Finanças Corporativas da pós-graduação em Gestão Empresarial FGV/CEEM.*

**Luiz Fernando Espindola Bino**

*Advogado, nas áreas do Direito Digital, empresarial, Cível/Processo Civil, Trabalhista e Eleitoral. Coordenador da pós-graduação em Proteção de Dados E Compliance Digital pela Faculdade Prime, Membro da ANPPD (Associação Nacional dos Profissionais em Proteção de Dados).*

**Cristina Klose Parise de Souza**

*Graduada em Direito pela Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões (2000), mestrado em Direitos Sociais e Políticas Públicas pela Universidade de Santa Cruz do Sul (2003) e doutorado em Doutorado - Ciências Jurídico-Sociais - Universidad del Museo Social Argentino (2015).*

**RESUMO**

Os líquidos inflamáveis são amplamente utilizados em processos de trabalho, como impressão, acabamento de superfícies, fabricação de tintas, fabricação de móveis e decoração de interiores. Eles são comumente encontrados como componentes principais em tintas, tintas de impressão, diluentes etc. O manuseio e armazenamento de líquidos inflamáveis podem criar perigos se a segurança e as medidas não são tomadas. Incêndio e explosão são os principais riscos associados ao manuseio e armazenamento de líquidos inflamáveis. Além de perigos físicos, inflamável de líquidos também podem representar riscos para a saúde dos trabalhadores.

**Palavras-Chave:** Inflamáveis. Armazenamento. Trabalhadores.

**ABSTRACT**

Flammable liquids are widely used in work processes such as printing, surface finishing, paint making, furniture making and interior decoration. They are commonly found as major components in inks, printing inks, thinners, etc. Handling and storing flammable liquids can create hazards if safety and measures are not taken. Fire and explosion are major hazards associated with handling and storing flammable liquids. In addition to physical hazards, flammable liquids can also pose health risks to workers.

**Keywords:** Flammable. Storage. Workers.

**1 INTRODUÇÃO**

A segurança do trabalho pode ser definida como um conjunto de ações técnicas, admi-

nistrativas, de saúdes e, sobretudo, educacionais e comportamentais, cuja finalidade é prevenir acidentes, reduzindo as condições e procedimentos inseguros no ambiente de trabalho. A Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), em 1º de maio de 1943, foi um marco para proteger a integridade e a capacidade laboral do trabalhador, tornando-se a principal norma legislativa brasileira, referente ao Direito do Trabalho e ao Direito Processual do Trabalho, que rege as relações de trabalho, individuais ou coletivas.

Seu objetivo era unificar todas as leis trabalhistas praticadas no país aos trabalhadores regidos por este sistema, isto é, com carteira de trabalho assinada ou “registrados em carteira” deu-se o nome “celetistas”. Além desses trabalhadores, há também os que trabalham como pessoa jurídica, os autônomos e os servidores públicos estatutários. De acordo com o artigo 157, da CLT, cabe às empresas cumprir as normas que estão contidas nas NR – Normas Regulamentadoras, nas Constituições Estaduais e Códigos Sanitários Estaduais, além de instruções normativas do corpo de bombeiros.

Estas NR foram aprovadas em 8 de junho de 1978, através da Portaria nº 3.214, a qual determinou vinte e oito NR, inicialmente. No momento existem 36 NR, cujo objetivo é assegurar aos trabalhadores proteção contra todo o risco relacionado à atividade laboral por ele executada e que possa vir a prejudicar sua saúde física e mental.

## 2 OPÇÕES DE ARMAZENAMENTO

Ao inspecionar seu local de trabalho, você nota recipientes de materiais inflamáveis ou combustíveis em prateleiras, em bancadas ou em cima de armários de material inflamável e combustível. Embora essas situações apareçam com bastante frequência no local de trabalho, essas práticas perigosas devem ser descontinuadas imediatamente para impedir que os funcionários sejam expostos a maiores riscos.

Os líquidos inflamáveis e combustíveis devem ser armazenados em recipientes aprovados. Além disso, os contêineres de armazenamento inflamáveis e combustíveis devem ser construídos de acordo com as especificações descritas. Todos os recipientes, armários e salas de armazenamento devem ter etiquetas de aviso identificando o risco de inflamabilidade e devem identificar a área como uma área “NÃO FUMAR”. Atividades de trabalho que potencialmente poderiam criar faíscas também devem ser proibidas nessas áreas de armazenamento.

As opções de armazenamento de material inflamável e combustível incluem:

- Frigoríficos: Não utilize frigoríficos/congeladores domésticos para armazenamento de líquidos inflamáveis ou combustíveis. Os componentes internos podem causar uma faísca e inflamar o conteúdo. Certifique-se de que a unidade é à prova de explosão ou de laboratório e indique

que ela deve ser usada somente para materiais inflamáveis.

- Armários de Armazenamento de Líquidos Inflamáveis e Combustíveis: Devem ser equipados com duas aberturas em lados opostos do gabinete (geralmente superior direito e esquerdo inferior) para proteger o conteúdo de incêndios externos. Todo o conteúdo deve estar em recipientes fechados. Se o gabinete começar a deteriorar, substitua-o. Não repintar ou fazer reparos no gabinete. Uma vez que a integridade estrutural é alterada, não há garantia de que a unidade será capaz de proteger o conteúdo de criar danos maiores em caso de incêndio ou explosão.
- Salas de armazenamento: Verifique se o quarto está equipado com dispositivos elétricos à prova de explosão. A sala também deve ser bem ventilada. Fornecer equipamento de limpeza de derramamento de emergência e treinamento de limpeza adequado para funcionários específicos. (SILVA, 2014)

Antes de armazenar qualquer material inflamável ou combustível, certifique-se de que os produtos químicos armazenados juntos sejam compatíveis. Informações sobre compatibilidade química podem ser encontradas na folha de dados de segurança do material para cada produto químico.

Os produtos químicos incompatíveis devem ser separados por uma parede / partição de incêndio devidamente classificada. Certifique-se de que existem suficientes extintores de tamanho adequado e apropriados na área e que os funcionários sejam treinados e entendam como e quando usá-los.

Em caso de emergência, os procedimentos e ferramentas de emergência variam para cada classe e tipo de substância inflamável ou combustível. Os extintores de incêndio da classe B devem ser usados para líquidos inflamáveis ou combustíveis. Extintores de classe D são a melhor defesa para incêndios envolvendo materiais sólidos inflamáveis. A areia também pode ser usada para abafar esse tipo de fogo. (FERREIRA, 2018 p. 8)

Certifique-se de que todos os planos de evacuação e derrame de emergência estejam atualizados e que os funcionários tenham sido treinados. Certifique-se de que os sprinklers não estão instalados em edifícios de armazenamento de produtos químicos usados para armazenar materiais reativos à água.

## 2.1 LÍQUIDOS INFLAMÁVEIS

A inflamabilidade de um líquido indica sua relativa facilidade para iniciar um incêndio. Isto é uma das principais propriedades usadas para determinar o fogo e os perigos de explosão. Um indicador importante dessa propriedade é o ponto de fulgor. Os pontos de fulgor de alguns líquidos inflamáveis usados nos locais de trabalho são fornecidos na embalagem dos produtos.



### • **Uso de Líquidos Inflamáveis:**

- **Solventes:** Muitos solventes usados nos locais de trabalho são líquidos inflamáveis. Além disso sendo usados sozinhos como solventes de limpeza, diluentes etc., solventes são os principais componentes das tintas de impressão, vernizes, tintas, lacas, adesivos e produtos de asfalto. Os solventes comumente usados incluem produtos químicos como tolueno, hexano, álcoois, glicol éter etc. Solventes inflamáveis frequentemente representam risco de incêndio ou explosão nas medidas para seu uso e armazenamento não são observadas.

- **Combustíveis:** Combustíveis líquidos são substâncias inflamáveis. A maioria dos combustíveis são produtos hidrocarbonetos obtidos por destilação fracionada de petróleo bruto. Os hidrocarbonetos podem ser gases, óleos leves e óleos pesados, dependendo no comprimento da cadeia de carbono. A gasolina e o gasóleo são utilizados principalmente para propulsionar motores a jato de avião que exigem produtos especiais. Diesel também é usado em caldeiras de combustão e querosene é usado como combustível na culinária. O álcool metílico é frequentemente usado como combustível para diversos como aquecimento de alimentos em estabelecimentos de restauração.

### • **Perigos**

O fogo e explosão são os principais riscos associados ao uso, de transporte e armazenamento de líquidos inflamáveis. Para um fogo começar, as seguintes condições são requeridas simultaneamente:

- combustível (gás, vapor ou pó combustível) de concentração dentro da faixa inflamável;
- oxigênio (oferta suficiente);
- fonte de ignição. (OLIVEIRA, 2018)

Os requisitos de queima fornecem uma base conceitual para estabelecer as medidas de segurança na manipulação de líquidos inflamáveis. Eliminação de qualquer um ou combinações dos requisitos normalmente impediria o fogo. O conceito acima deve ser aplicado com cautela. Nenhuma fonte de ignição é necessária se um líquido inflamável for aquecido acima da sua autoignição, e nenhum oxigênio adicional é necessário se um oxidante agente está presente ou em alguns casos, quando o oxigênio está dentro da molécula de combustível (por exemplo, óxido de etileno).

O líquido inflamável queima quando o vapor é liberado do líquido inflama e a chama se propaga. A quantidade de vapor inflamável desmobilização tem efeito significativo sobre a extensão do risco de incêndio ou explosão. Dados de propriedades físicas do líquido, como ponto de fulgor, viscosidade, pressão de vapor, faixa inflamável etc. fornecem informações de referência ao identificar e avaliar possíveis riscos de incêndio.

#### • Fontes de ignição

Nos locais de trabalho, várias fontes de energia ou ignição podem inflamar a mistura de vapor / inflamável, mas algumas delas podem parecer insidiosas e obscuras para os trabalhadores desavisados.

#### • Outros perigos de líquidos inflamáveis

Além do calor liberado, a queima de líquidos inflamáveis também pode produzir substâncias tóxicas, por exemplo, monóxido de carbono e fumaça perigosa. Como o oxigênio é consumido durante a queima, a deficiência perigosa de oxigênio no ambiente se desenvolverá em uma área confinada. Os líquidos inflamáveis, por exemplo, hexano, tolueno etc. podem representar perigo para a saúde se eles entram no corpo humano por inalação, ingestão ou contato com a pele. A exposição a líquidos inflamáveis pode causar irritação na pele, sensibilização ou dermatite, ou danos no sistema nervoso central e órgãos como fígado etc. Alguns líquidos inflamáveis também são conhecidos ser cancerígeno.

#### • Incidentes envolvendo líquidos inflamáveis

O manuseio inadequado dos líquidos geralmente leva ao fogo e explosão de incidentes. Em geral, os incidentes podem ocorrer durante as seguintes operações:

- transportar líquidos inflamáveis;
- decantar ou dispensar líquidos inflamáveis;
- usando líquidos inflamáveis em processos como misturar e pulverização;
- lidar com derramamentos de líquidos inflamáveis;
- eliminação de líquidos inflamáveis; (ALMEIDA, 2012)

Esvaziar tanques contendo resíduos líquidos inflamáveis; corte / soldagem de contêineres / tanques que contenham líquido inflamável, resíduo / vapor. Existem muitas causas de incidentes nos processos de trabalho. Não é incomum que a ocorrência de incidentes é um resultado de aleatória combinação das várias causas.

## 2.2 PROGRAMA DE SEGURANÇA

Assegurar a segurança e a saúde dos funcionários envolvidos no uso e armazenamento de líquidos inflamáveis, uma segurança química cuidadosamente planejada no programa é essencial. No programa, os perigos químicos de líquidos inflamáveis devem ser identificados em primeiro lugar.

Os riscos decorrentes destes riscos são avaliados tendo em conta as situações de trabalho e pessoal envolvido. Medidas preventivas e / ou de controle apropriadas são então configuradas para eliminar ou mitigar os riscos, com sua eficácia sendo regularmente monitorada e revisada. O programa de segurança química deve também incluir outros elementos como o planejamento de respostas de emergência e treinamento de funcionários.

O programa de segurança deve ser organizado e integrado no sistema geral de gestão de segurança do local de trabalho para facilitar sua implementação efetiva. Os empregadores devem implantar mão de obra e recursos adequados para o desenvolvimento, implementação e manutenção do programa. As vantagens de estabelecer um programa de segurança química no trabalho são como segue:

- (a) para evitar possíveis problemas ou falhas devido à supervisão de perigos que pode ser causado quando qualquer um dos processos inter-relacionados as etapas são alteradas;
- (b) fornecer à administração uma visão geral sistemática sobre todo o trabalho de processamento, permitindo a fácil detecção de sinais de alerta de possíveis incidentes; e
- (c) para tornar uma operação mais segura consistente com o aumento da eficiência e produtividade. (ECKHARDT, 2018)

Um programa de segurança química deve incluir os seguintes elementos:

- (a) avaliação de risco - para identificar os perigos potenciais decorrentes aos materiais e processos que envolvem o uso de produtos inflamáveis e avaliar os seus riscos associados, tendo em conta a adequação e eficácia das medidas de controle existentes;

- b) Medidas de segurança - adotar e manter preventivas e/ou medidas de controle para eliminar os riscos ou minimizá-los os níveis aceitáveis;
- (c) preparação para emergências - para estabelecer planos e procedimentos para a resposta de emergência;
- (d) comunicação de perigos - para estabelecer estratégias apropriadas e eficazes nos meios para divulgar a informação sobre segurança e saúde nos materiais e processos aos funcionários por meio de instrução adequada e formação; e
- (e) monitoramento e revisão - para monitorar a eficácia das medidas de segurança com revisão e revisão regulares que também pode ser necessária para quaisquer novos requisitos ou mudanças nos materiais ou processos. (FENIX, 2018)

Dependendo da situação individual do local de trabalho, os empregadores podem achar benéfico incluir outros elementos, como inspeção, acidente e investigação e vigilância sanitária.

### **2.3 AVALIAÇÃO DE RISCO**

A avaliação de riscos é um processo para estimar o nível de risco e decidir se o risco é tolerável ou aceitável. Antes que os riscos possam ser avaliados, os riscos relacionados ao processo e os produtos químicos devem ser identificados. Os riscos são então estimados em termos das pessoas que podem estar envolvidas e sua exposição, a probabilidade e potenciais consequências dos perigos identificados.

Segurança adequada e medidas serão então desenvolvidas e implementadas com periodicamente monitoramento e revisão. Deve-se notar que muitos dos materiais utilizados nas indústrias são formulações proprietárias preparadas e seus componentes químicos podem não será mostrado em detalhe nos seus recipientes originais. Em todos os casos, os empregadores que usam produtos químicos devem perguntar ao fornecedor as informações detalhadas sobre perigos e precauções de segurança dos produtos.

Deve ser feita referência à legislação pertinente, códigos de conduta, nas diretrizes e melhores práticas comerciais, a fim de decidir sobre a necessidade e adequação das medidas de segurança. Os empregadores devem manter um inventário de todas as substâncias no local de trabalho, identificar se são perigosas e garantir que eles sejam manuseados e armazenados com segurança.

Se ocorrerem alterações químicas no processo envolvendo o uso de líquidos inflamáveis,

as reações químicas e os produtos devem ser estudados e os riscos associados devem ser identificados. Incompatibilidade de líquidos inflamáveis com outros produtos químicos, como oxidantes, devem ser avaliados para evitar contato acidental, o que aumentaria ainda mais o risco de incêndio / explosão. (FERNANDES, 2011)

Muitos locais de trabalho são controlados por temperatura e umidade para garantir a qualidade dos produtos, por exemplo, oficinas de impressão. O ambiente de trabalho pode causar acúmulo de substâncias perigosas na atmosfera se a ventilação for inadequada.

## 2.4 MEDIDAS DE SEGURANÇA

Medidas de segurança podem ser realizadas por engenharia e controle na administração. Controle de engenharia mede como instalação de tipos adequados de ventilação pode eliminar ou diminuir o nível de vapores inflamáveis na fonte. Medidas de controle administrativo, tais como pela implementação de práticas seguras de trabalho e agendamento de pausas ou turnos rotativos podem limitar o tempo do trabalhador gasto perto do perigo reduzindo assim a sua exposição.

É desejável considerar aspectos de segurança e saúde dos materiais, processos e equipamentos no estágio de projeto ou compra. Isso vai poupar despesas adicionais e muitas vezes reduzir a dificuldade prática de ajustes subsequentes para acomodar os recursos de segurança. A gerência também deve manter-se a par da segurança e alternativas ou dispositivos que estão disponíveis no mercado.

### • Equipamento de Proteção Individual (EPI)

O principal objetivo do uso de EPI é suplementar medidas de controle minimizando os riscos do trabalhador de exposição a líquidos inflamáveis e inalação ou contato com a pele. O EPI não deve substituir medidas preventivas e, em geral, deve ser considerado como último recurso no que diz respeito às medidas de segurança.

O EPI adequado deve ser escolhido em relação aos riscos e natureza física dos produtos químicos e suas rotas de entrada no corpo humano. Antes e depois do uso, o EPI deve ser inspecionado por quaisquer sinais de danos. Deve ser limpo regularmente e armazenado em bom estado. EPI contaminado deve ser apropriadamente tratado ou eliminado, conforme apropriado, e os conjuntos de substituição prontamente disponíveis. (LOPES, 2018)

Além disso, como nenhum EPI dará proteção de longo prazo, um programa deve estar em vigor para a sua substituição regular. O EPI selecionado incorretamente, usado incorreta-

mente ou mantido pode fazer mais mal do que bem, pois o usuário pode ter uma falsa sensação de segurança.

### • **Roupa de proteção**

O vestuário de proteção protege a pele ou a roupa pessoal do contato com líquidos inflamáveis e evita a propagação de contaminação. Quando manuseamento de líquidos inflamáveis, tais como dispensação e armazenamento, ou condução de processos de trabalho envolvendo líquidos inflamáveis, deve sempre usar roupas de proteção adequadas. Os empregadores devem também fornecer seus funcionários com roupas especiais para uso em emergências.

Roupas de proteção incluem luvas, aventais, vestidos e macacões. Isto é importante escolher roupa de proteção feita de materiais que resistem penetração ou dano pelos produtos químicos utilizados. Como os trabalhadores freqüentemente têm que lidar com muitos líquidos inflamáveis pelas mãos, luvas resistentes a produtos químicos devem ser usadas.

### • **Proteção facial e ocular**

Quando houver um risco razoavelmente previsível de lesão ocular, olhos protetores ou viseiras devem ser usados. Óculos de segurança podem ser equipados com lentes de prescrição, se necessário, enquanto a segurança de óculos que envolvem completamente os olhos fornece olhos superiores. Se a proteção para todo o rosto, incluindo boca, nariz e olhos são necessários ou há risco de respingos, o protetor facial deve ser usada.

### • **Equipamento de Proteção Respiratória**

O equipamento de proteção respiratória protege os trabalhadores contra a exposição a poeiras, gases, fumos e vapores, mas a duração da exposição deve ser mantida curta. Ele deve proteger os trabalhadores onde o controle de engenharia não é razoavelmente praticável, como durante o trabalho de manutenção, limpeza ou emergências em que o vapor perigoso é gerado a partir de derrames químicos ou mistura inadvertida de produtos químicos incompatíveis.

A escolha do EPR depende da concentração de vapor, duração da exposição e natureza física e química dos líquidos inflamáveis. Para incêndios e outras emergências importantes onde asfixia ou inalação de gases tóxicos em níveis imediatamente perigosos para a saúde ou a vida é possível usar um aparelho respiratório autônomo.

O monitoramento fornece um meio para garantir a eficácia da segurança nas medidas tomadas. O monitoramento do ar geralmente envolve a medição da concentração de vapor químico.

mico em locais estratégicos na área de trabalho ou na zona de respiração do trabalhador.

### 3 CONCLUSÃO

A gasolina e outros combustíveis, assim como muitos produtos comuns como solventes, diluentes, produtos de limpeza, adesivos, tintas, ceras e polimentos, são altamente inflamáveis e há um alto risco de incêndio e / ou explosão se houver uma fonte de ignição nas proximidades.

Muitos locais de trabalho recebem líquidos inflamáveis em grandes tambores de metal ou barris e, em seguida, enchem contêineres menores. A movimentação de tambores cheios com centenas de quilos à mão pode ser difícil e perigosa. Berços de tambor especialmente projetados estão disponíveis para mover tambores ao redor e podem ser usados como racks individuais de armazenamento de tambor.

A combustão espontânea ocorre quando um material em contato com o ar pode aquecer o suficiente (sem uma fonte de calor externa) para queimar. Os óleos em alguns resíduos e lixo podem reagir lentamente com o oxigênio no ar. Essa reação gera calor que pode se acumular com o tempo, se os resíduos não forem perturbados. Quando o nível de calor em um “material de auto aquecimento” é alto o suficiente (ou seja, quando a temperatura atinge a temperatura de autoignição), um incêndio pode começar.

### 4 REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Fernanda Cândida. **Gestão de segurança do trabalho. 2012.** Disponível em: <<http://dspace.bc.uepb.edu.br/jspui/bitstream/123456789/3856/1/PDF%20-%20Fernanda%20Candido%20de%20Almeida.pdf>>. Acesso em: 20/07/2022.

ECKHARDT, Moacir. **Segurança do trabalho. 2018.** Disponível em: <[http://estudio01.proj.ufsm.br/cadernos\\_seguranca/setima\\_etapa/seguranca\\_trabalho\\_4.pdf](http://estudio01.proj.ufsm.br/cadernos_seguranca/setima_etapa/seguranca_trabalho_4.pdf)>. Acesso em: 20/07/2022.

FENIS, S. **Transporte legal de produtos perigosos. 2018.** Disponível em: <[http://www.fetransportes.org.br/index.php?option=com\\_phocadownload&view=category&id=4&Itemid=65](http://www.fetransportes.org.br/index.php?option=com_phocadownload&view=category&id=4&Itemid=65)>. Acesso em: 20/07/2022.

FERNANDES, Fernando Antônio. **Engenharia em Segurança do Trabalho. 2011.** Disponível em: <[http://www.itop.edu.br/Administracao/App\\_File/file/p%C3%B3s/Introdu%C3%A7%C3%A](http://www.itop.edu.br/Administracao/App_File/file/p%C3%B3s/Introdu%C3%A7%C3%A)>. Acesso em: 20/07/2022.

FERREIRA, Nivaldo. **Entendendo a nova versão da NR 20 Segurança e saúde no trabalho**

**com inflamáveis e combustíveis. 2018.** Disponível em: <[https://www.crq4.org.br/sms/files/file/minicurso\\_santos\\_site\\_2015.pdf](https://www.crq4.org.br/sms/files/file/minicurso_santos_site_2015.pdf)>. Acesso em: 20/07/2022.

LOPES, Carla. **NR 20 EM POSTOS DE COMBUSTÍVEIS. 2018.** Disponível em: <[http://repositorio.roca.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/5206/1/LD\\_COEAM\\_2015\\_1\\_03.pdf](http://repositorio.roca.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/5206/1/LD_COEAM_2015_1_03.pdf)>. Acesso em: 20/07/2022.

**NR 20 - SEGURANÇA E SAÚDE NO TRABALHO COM INFLAMÁVEIS E COMBUSTÍVEIS.** Disponível em: <<http://www.welding.com.br/site/images/pdf/NR-20.pdf>>. Acesso em: 20/07/2022.

OLIVEIRA, Aline. **Gestão em segurança do trabalho. 2018.** Disponível em: <[http://www.repositorio.jesuita.org.br/bitstream/handle/UNISINOS/5435/Paula+Lages+Gr%E9\\_.pdf;jsessionid=5DE9A56BC27576333DE0CDE8FEC60890?sequence=1](http://www.repositorio.jesuita.org.br/bitstream/handle/UNISINOS/5435/Paula+Lages+Gr%E9_.pdf;jsessionid=5DE9A56BC27576333DE0CDE8FEC60890?sequence=1)>. Acesso em: 20/07/2022.

SILVA, Jessica. **Risco Zero: Projeto de uma ferramenta didática para o estudo de engenharia de segurança. 2014.** Disponível em: <<https://fga.unb.br/articles/0000/7661/TCC1.FINAL.Jessica.pdf>>. Acesso em: 20/07/2022.



## ARTIGO VII

### GESTÃO ESTRATEGICA DE PESSOAS

**Wilmar Souza Fortaleza Junior**

*Graduação em Direito pela Universidade do Oeste Paulista (1996), especialista em Direito Processual Civil pela Universidade Católica Dom Bosco (2001) e mestre em Meio Ambiente e Desenvolvimento Regional pela Universidade Católica Dom Bosco (2001).*

**Renata Mashye Kawano**

*Graduada em Medicina pela universidade Uniderp-Anhanguera, Pós Graduação em Neurologia pela Universidade Federal Fluminense-UFF, Mestrado em Neurologia pela Universidade Federal FluminenseUFF, MBA em Gestão de Pessoas pela Fundação Getúlio Vargas-FGV, Doutoranda em Educação Superior pela Universidade de Palermo-Argentina*

### RESUMO

Os avanços conquistados nas últimas décadas têm levado as empresas a buscarem novas formas de gestão que visem melhorar o desempenho e alcançar resultados incríveis. Isso trouxe uma nova “filosofia de gestão estratégica de pessoas”. A real vantagem competitiva no mercado não está representada apenas no desempenho financeiro ou nos altos investimentos e tecnologias, mas em encarar e entender as pessoas que compõem a organização, que lidam com tudo isso diariamente. O sucesso das empresas passou a depender do investimento nos funcionários, identificando, utilizando e desenvolvendo seu capital intelectual. Assim, a gestão estratégica de pessoas nas organizações tornou-se algo essencial, pois reflete positivamente no resultado de uma empresa. Uma gestão eficaz aliada à inovação garante vantagens importantes e quase impossíveis de ser copiado pelos concorrentes.

**Palavras-chave:** Gestão. Avanços. Inovação.

### ABSTRACT

The advances made in recent decades have led companies to seek new forms of management that aim to improve performance and achieve incredible results. This brought a new “philosophy of strategic people management”. The real competitive advantage in the market is not only represented in financial performance or in high investments and technologies, but in facing and understanding the people who make up the organization, who deal with all this daily. The success of companies came to depend on investing in employees, identifying, using and developing their intellectual capital. Thus, the strategic management of people in organizations has become essential, as it reflects positively on the results of a company. Effective management combined with innovation guarantees important advantages that are almost impossible to be copied by competitors.

**Keywords:** Management. advances. Innovation.

## 1 INTRODUÇÃO

A gestão de pessoas é uma característica crítica da gestão de recursos humanos, envolvendo a retificação de problemas entre gerentes de linha e subordinados, recrutamento e triagem etc. Os principais princípios orientadores são o reconhecimento de que as pessoas são essenciais para uma empresa e que o investimento nas pessoas certas pode alcançar o maior retorno financeiro é imperativo para melhorar os resultados de todas as partes interessadas.

Qualquer estratégia básica envolve uma estrutura de RH do seguinte padrão: recrutamento, seleção, integração, treinamento, ambiente de trabalho, desempenho, desenvolvimento e recompensa. Os avanços na tecnologia, as mudanças nas condições econômicas e a demografia da força de trabalho exigem que os profissionais de RH reinventem suas funções. Diante de tecnologias como as mídias sociais, as empresas agora precisam revisitar suas estratégias e estruturas ultrapassadas para lidar com seus funcionários.

Os administradores de pessoal precisam considerar o uso de tecnologia e mídia social, bem como a dependência de dados e análises. É importante otimizar todos os pontos de contato na jornada dos funcionários na empresa e focar nas necessidades dos funcionários tanto no processo de recrutamento, durante o emprego e até mesmo na saída.

## 2 CONCEITO DE GESTÃO DE PESSOAS

A gestão estratégica de recursos humanos é a base de um negócio forte porque, quando bem aplicada, garante que a empresa como um todo trabalhe em conjunto para atingir seus objetivos. Isso dá ao negócio uma chance maior de sucesso. Pense no seu negócio como um carro de corrida e nos componentes desse carro como os departamentos dentro do seu negócio. O objetivo do carro de corrida é ser o primeiro a cruzar a linha de chegada. Se todos os componentes estiverem funcionando a 100%, a corrida é muito mais fácil. Mas se os pneus estiverem com pouco ar, os freios estiverem desgastados em alguns pontos e o tempo do motor não estiver ajustado, o carro de corrida pode ficar para trás.

A gestão de pessoas, é como o mecânico e a equipe de pit que trabalham duro para garantir que o carro de corrida esteja na melhor forma possível para alcançar a bandeira quadriculada antes dos outros carros. Um departamento de recursos humanos analisa o desempenho de cada departamento e como eles estão trabalhando em conjunto com as outras partes do negócio.

Eles então identificam maneiras pelas quais os departamentos podem mudar para melhorar e contratar funcionários com a combinação certa de habilidades e habilidades para tornar isso possível. Dito tudo isso, sua empresa pode funcionar sem um plano formal de gerencia-

mento estratégico de recursos humanos – muitas empresas o fazem e o fazem há muito tempo. (GILSON, 2010)

Em sua forma mais básica, o objetivo do processo é combinar os funcionários certos com os cargos certos em sua organização. Seu departamento de RH pode fazer isso ao entrevistar possíveis funcionários ou até mesmo durante a avaliação de desempenho de um membro da equipe de longa data que está buscando mais responsabilidades.

Antes de passarmos aos detalhes do processo de gerenciamento estratégico e recursos humanos, é importante entender onde se enquadra no grande esquema do seu negócio. O RH é um componente fundamental do seu negócio que lida com o que é, talvez, o ativo mais importante de todos: as pessoas. Recursos humanos também inclui atividades como planejamento de recursos humanos e, em um nível mais alto, até mesmo se encaixa na estratégia organizacional. Como tudo isso se encaixa para tornar sua empresa bem-sucedida? Ajuda a visualizar várias atividades em uma escala de “simples” a “complexa” (ou, talvez, prática a teórica). Vamos começar de baixo e ir subindo.

O Planejamento de Recursos Humanos é o processo contínuo de planejamento sistemático com antecedência para otimizar e maximizar a contratação e retenção de funcionários de alta qualidade. Essencialmente, então, se trata de olhar para o processo de contratação como um todo e melhorar a maneira como sua empresa combina funcionários com cargos. A gestão estratégica de recursos humanos, por outro lado, dá um passo atrás e analisa a própria máquina. (LACOMBE, 2005)

## **2.1 PROCESO DE GESTÃO DE PESSOAS**

O conhecimento e a aprendizagem fazem parte do cotidiano profissional, tornando-se ferramentas de vantagem competitiva, uma vez que a aquisição e a transmissão de dados, informações e experiências trazem um ambiente propício à criatividade, iniciativas e integração, onde a organização tende a participar de um contexto mais dinâmico e favorável a mudanças.

A gestão do conhecimento, surge com a necessidade de estruturar, construir conhecimentos, inovar e agregar valor ao negócio através da disseminação e retenção de informações e experiências. Trata-se de um instrumento estratégico aplicado para obtenção de resultados de longo prazo. O processo pelo qual uma organização consciente e sistematicamente coleta, cria, organiza, compartilha e quantifica seu acervo de conhecimentos para atingir seus objetivos estratégicos.

A gestão do conhecimento pode ser considerada como o esforço para melhorar o de-

sempenho humano e organizacional por meio da facilitação de conexões significativas”. Este esforço citado pelo autor refere-se à disseminação do conhecimento pelos indivíduos quando e onde for necessário, pois o compartilhamento não segue um esquema ou um mapa puramente sistêmico, mas um alinhamento entre diversos profissionais, cultura e experiências.

A gestão do conhecimento é uma necessidade atualmente e sua importância vem crescendo no mundo empresarial, pois ela é excelente ferramenta para trazer mais eficiência às atividades de trabalho. Sendo assim entendemos que a gestão do conhecimento tem um papel forte nas empresas onde ela faz parte de todos os processos visando melhorias.

Empresas menores contam com um número reduzido de colaboradores, que normalmente costumam desempenhar várias atividades, por exemplo, uma pessoa que cuida de operações administrativas também irá tratar de assuntos financeiros e de recursos humanos. Conforme crescem, há necessidade de contratar mais pessoas e o conhecimento deve ser repassado de forma a garantir o prosseguimento das atividades e a cultura organizacional compartilhada.

A gestão do conhecimento significa disponibilizar o conhecimento útil da forma mais econômica, utilizando com eficácia os ativos disponíveis, principalmente os intangíveis.” Grandes resultados podem ser adquiridos através de técnicas de gestão, onde a disponibilização do conhecimento seja uma forma eficaz de transferência de experiências e tarefas. Podemos citar que um ponto importante do gerenciamento é promovido pela área de Recursos Humanos - RH a partir da seleção de pessoas que venham a se identificar com a cultura da empresa, o reconhecimento de talentos, sua contratação, e auxílio para mantê-los engajados promovendo o aprendizado. (CERTO; PETER, 2005 p. 43)

Saber lidar com seres humanos tornou-se um fator mais determinante do sucesso das empresas e o fator mais importante do êxito da gestão do conhecimento. Em empresas de pequeno porte a área de RH nem sempre é bem definida e com profissionais cuja formação seja voltada para gestão de pessoas. Muitas vezes esse papel é assumido pelo (a/s) proprietário (a/s) ou alguém encarregado pela administração geral do negócio.

Esta é uma questão de adequação às necessidades da empresa, onde ao assumir a função de gestão de pessoas, deve-se entender melhor as demandas e garantir que as atividades sejam repassadas de forma a identificar e aperfeiçoar competências. A gestão do aprendizado e o estímulo de valores pessoais e organizacionais são muito importantes no contexto atual, devido a um ambiente de intensas mudanças.

## 2.2 MUDANÇAS E TRANSFORMAÇÕES RECURSOS HUMANOS

Por mais benéfica e poderosa que seja a gestão estratégica de recursos humanos, ela tem seus desafios. Em primeiro lugar, RH depende de previsão. E, não importa quantos dados você tenha em mãos ou quanta experiência você tenha no negócio, a previsão é sempre uma arte imperfeita e nunca é 100% precisa. Da mesma forma, você nunca pode explicar os altos e baixos

do mercado e a rápida mudança que pode acontecer a qualquer momento sem aviso prévio.

Como tal, sempre haverá algum erro embutido em sua gestão estratégica de recursos humanos. Esse erro afetará as outras etapas desta lista para o bem ou para o mal (dependendo da precisão da sua previsão). O truque é garantir que o bem sempre supere o mal. Realisticamente, porém, erros na previsão não podem ser evitados. Tudo o que você pode fazer é dar o seu melhor. Se você descobrir erros em sua previsão, sempre poderá retornar à etapa um e iniciar o processo novamente com as novas informações. (COSTA, 2007)

O RH deve se concentrar no desenvolvimento da força de trabalho mais superior para permitir que a empresa e os funcionários individuais atinjam suas metas de trabalho em serviço aos clientes. Uma gestão estratégica eficaz precisa de uma gestão de RH ativa. O recurso humano estratégico mostra o quão importante a gestão de Recursos Humanos é crucial para o sucesso de sua organização. Portanto, como diretor ou proprietário de uma empresa, você deve planejar cuidadosamente as estratégias relacionadas aos recursos humanos para uma utilização eficaz na obtenção de um desempenho mais excepcional para sua organização.

### **2.3 A ERA DOS RECURSOS HUMANOS**

A gestão de pessoas aliados ao conhecimento e a aprendizagem é o grande diferencial que todo profissional adquire para se adaptar com a competitividade. O crescimento organizacional só se torna evidente quando os funcionários se comprometem a seguir as diretrizes de sucesso da empresa, dando mais ênfase ao sistema organizacional mais produtivo. Atualmente a transmissão de conhecimento é um grande desafio dentro das organizações devido à evolução tecnológica tão presentes em nosso meio.

A transferência de conhecimentos tem se tornando um grande desafio nas organizações, pois o dinamismo e a inovação tecnológica trazidos pela globalização fizeram com que este componente - o conhecimento - se tornasse um diferencial capaz de gerar grande vantagem competitiva. Como agentes principais deste processo, temos os indivíduos e o capital intelectual.

As empresas estão passando por mudanças e a adequação dos processos organizacionais, abandonando a roupagem puramente industrial, tem se tornado uma constante necessidade. Para isso, é preciso compreender estas mudanças e gerenciar o conhecimento de forma a permitir a sua criação e recriação, armazenamento e disseminação. Isso possibilitará um ambiente de crescimento e a sua continuidade construirá uma cultura organizacional mais produtiva, motivando e ajudando seus funcionários a desenvolverem diretrizes para o sucesso.

O conhecimento e a aprendizagem fazem parte do cotidiano profissional, tornando-se ferramentas de vantagem competitiva, uma vez que a aquisição e a transmissão de dados, informações e experiências trazem um ambiente propício à criatividade, iniciativas e integração, onde a organização tende a participar de um contexto mais dinâmico e favorável a mudanças. (ALBUQUERQUE, 2002 p. 55)

A gestão do conhecimento surge com a necessidade de estruturar, construir conhecimentos, inovar e agregar valor ao negócio através da disseminação e retenção de informações e experiências. Trata-se de um instrumento estratégico aplicado para obtenção de resultados de longo prazo. A gestão do conhecimento é crucial para nos relacionarmos com as transformações que ocorrem de forma cada vez mais complexa e acelerada.

Ao passo que as empresas vão crescendo, elas necessitam de um número maior de pessoas que possam contribuir com o bom funcionamento, tornando o serviço prestado cada vez mais ágil e satisfatório. Neste contexto de crescimento, um problema frequente nas empresas de qualquer ramo de atuação é a transferência/passagem de atividades e conhecimento para os demais. A disseminação do conhecimento necessita investimento em tecnologia e educação, porém vai muito além, pois é necessário entendimento das necessidades individuais e principalmente as coletivas. (ANDRADE; ROSSETTI, 2009)

Nas últimas décadas, presenciamos um constante processo de mudanças em todos os ambientes. No meio organizacional, as novas necessidades, tecnologias e pesquisas fizeram com que a competição pela continuidade e expansão das empresas se tornasse cada vez mais agressiva. O contexto atual, de crescente competitividade, exige das organizações o desenvolvimento de um conjunto de competências para enfrentar a concorrência e permanecer no mercado como uma gestão de pessoas eficaz.

Ao passo que as empresas vão crescendo, elas necessitam de um número maior de pessoas que possam contribuir com o bom funcionamento, tornando o serviço prestado cada vez mais ágil e satisfatório. Neste contexto de crescimento, um problema frequente nas empresas de qualquer ramo de atuação é a transferência/passagem de atividades e conhecimento para os demais.

## **2.4 NOVOS PAPÉIS DE GESTÃO DE PESSOAS**

Com relação aos tipos de conhecimento, a troca de informações pode ser formal ou informal, ou como alguns autores conceituam tácitos e explícitos. O conhecimento em si é formado por dois componentes dicotômicos e aparentemente opostos – o conhecimento explícito e o conhecimento tácito.

O conhecimento mais explícito pode ser mais bem codificado e conseqüentemente transferido e disseminado com maior eficácia. Já o conhecimento tácito exige maior contato

humano, interação social. O conhecimento tácito é formado pelo conjunto de experiências, vivências e compreensões que um indivíduo reúne ao longo dos anos e por isso é mais difícil de ser transferido para uma linguagem formal. Quanto maior a dimensão tácita do conhecimento, mais difícil será a sua transmissão e compartilhamento. (BARRETO; COSTA, 2010)

Existe um termo muitas vezes utilizado como sinônimo do conhecimento tácito que é bastante empregado no meio organizacional para descrever o conhecimento de normas e procedimentos profissionais desenvolvidos através das experiências adquiridas que é o *know-how*<sup>1</sup>. Porém, vale ressaltar que o termo *know-how* se refere aos conhecimentos e habilidades técnicas. O conhecimento tácito é mais abrangente, pois engloba além da parte técnica, a parte cognitiva, a percepção e as crenças.

A comunicação é o processo chave para a disseminação deste conhecimento, que muitas vezes é repassado em conversas informais. Podemos ter um processo de perda por não ter sido dada devida importância ao seu armazenamento, criando uma memória organizacional para os próximos a ocupar posições dentro da empresa.

O componente tácito traz uma grande vantagem competitiva, pois reúne interpretações sobre experiências de sucesso e de fracasso, análise de ações e resultados e informações sobre as rotinas que auxiliam na tomada de decisões e intervenções estratégicas.

O material humano é a ferramenta mais relevante dentro de qualquer organização. Por isso, temos que levar em consideração a motivação, a capacidade para ensinar e o domínio de conhecimento do colaborador e por outro lado, a vontade de aprender e a integração com a proposta da escola do contratado. Por isso, devemos focar na disseminação do conhecimento, visando o compartilhamento das informações pelos colaboradores, a fim de que nenhuma atividade deixe de ser realizada na ausência daquele que normalmente a faz. (BUENO, 2013 p. 76)

O compartilhamento do conhecimento mantém a empresa competitiva e a fortalece, pois, o funcionário sai do papel de cumpridor de tarefas, guardando para si o saber adquirido e se torna um colaborador, participando ativamente na disseminação da cultura organizacional, troca e uso de informações. As ferramentas utilizadas para disseminar o conhecimento trazem sustentabilidade para sua gestão e contribuições extremamente significativas para a evolução dos colaboradores e conseqüentemente da organização possibilitando avanços contínuos.

Temos que compreender a organização como uma unidade composta por processos e principalmente por indivíduos que interagem em diversas situações, afinal as pessoas são responsáveis pela comunicação e articulação de informações, construindo o conhecimento. A gestão de conhecimento também ficou evidente que a falta de funcionários pode acarretar defasagem na educação, sem transmissores a precariedade se torna evidente e a aprendizagem não se torna foco como facilitador de transmissão de conhecimentos.

1 Know-how é um termo em inglês que traduzido para o português significa “saber como”.

## 2.5 GESTÃO DE TALENTOS E CAPITAL INTELECTUAL

Com o advento da globalização e o avanço da tecnologia e da comunicação, os negócios estão cada vez mais sofisticados, concentrados e estratégicos. Há uma necessidade crescente de conhecimento e experiência. Embora a tecnologia seja uma chave para todos os negócios à medida que a automação está ocorrendo, os funcionários são da maior importância. A cultura corporativa de uma organização é construída por meio de sua força de trabalho e afeta a qualidade do trabalho e as decisões da organização. A crescente concorrência no mercado mundial levou a um aumento da necessidade de pessoal mais qualificado, treinado e qualificado.

A importância das pessoas em uma organização é diretamente proporcional à importância da gestão das pessoas. A forma como a gestão lida com o seu pessoal reflete-se na qualidade do seu trabalho, na sua moral e motivação. Este é um documento informativo que daria um esboço do ensaio detalhado sobre os desafios e escolhas enfrentados pela gestão das organizações em relação aos seus funcionários e membros da equipe, pois é responsabilidade da gestão garantir que a força de trabalho não esteja apenas satisfeita, mas também motivado. (CHIAVENATO, 2002)

A administração de uma organização é uma parte vital de sua estrutura, sem a qual a organização não teria um senso de propósito ou direção. Não é fácil definir com precisão o papel da gestão. É mais fácil reconhecer um negócio mal administrado do que identificar as características específicas de uma boa administração em um negócio bem-sucedido. As empresas mal geridas serão mal organizadas, muitas vezes terão uma fraca motivação do pessoal e os recursos serão desperdiçados ou utilizados de forma ineficiente. (GILSON, 2010)

Com a crescente concorrência em todos os setores, as organizações tendem a manter uma vantagem competitiva sobre os rivais. A única vantagem competitiva que muitas organizações têm é a capacidade de melhorar o desempenho de seu pessoal em todos os níveis. Portanto, é de fundamental importância que a gestão de RH seja capaz de liderar e motivar a força de trabalho para que ela seja mais produtiva e leal à organização e leve a empresa a obter vantagem competitiva com o uso do conhecimento e da expertise das pessoas. Entre os muitos papéis da gestão inclui satisfazer as necessidades dos funcionários e motivá-los. (LACOMBE, 2005)

A motivação é um conceito geral que é proporcional à produtividade dos funcionários em relação ao seu nível de satisfação. Um dos conceitos que é bastante novo nas organizações de hoje, é a noção de design de trabalho. O design de cargos é basicamente o processo de organização das tarefas e responsabilidades e a estruturação do cargo de forma que o titular do cargo fique mais satisfeito com ele e, portanto, trabalhe de forma mais eficaz. O design ou estrutura de trabalho de um funcionário tem um impacto direto sobre a qualidade do trabalho. O desenho



do trabalho é simplesmente o processo pelo qual os gerentes decidem e estabelecem a descrição individual do trabalho, tarefas e autoridade.

No entanto, as formas mais comuns de projetar a faixa de trabalho incluem rotação de trabalho e ampliação de trabalho. Rotação de trabalho é a rotação de um trabalhador de um trabalho para outro trazendo uma variedade no conteúdo do trabalho. A rotação pode aliviar o tédio de fazer uma tarefa e pode dar ao trabalhador múltiplas habilidades, o que torna a força de trabalho mais flexível, mas por si só não aumenta o poder ou a responsabilidade do trabalho que está sendo executado. Por outro lado, a ampliação do trabalho é o termo usado para a tentativa de aumentar o escopo de um trabalho, ampliando ou aprofundando as tarefas realizadas. (DUTRA, 2014)

A ampliação do trabalho adiciona mais trabalhos do mesmo nível em vez de tarefas de nível superior. A profundidade do trabalho, que é a descrição ou julgamento que o titular do cargo pode ter sobre as atividades e os resultados do trabalho, está preocupado com a noção de enriquecimento do trabalho. O enriquecimento do trabalho pode ser descrito como a extensão vertical dos trabalhos que envolve o princípio da organização do trabalho para que os funcionários sejam incentivados e autorizados a usar todas as suas habilidades e não apenas o esforço físico. O enriquecimento do trabalho permite que os trabalhadores sejam responsáveis por suas próprias ações e tenham um nível de autonomia para tomar suas próprias decisões sobre seu trabalho.

### 3 CONCLUSÃO

Em sua infância, há quase um século, os recursos humanos eram uma função administrativa que geralmente se limitava a tarefas como contratação de funcionários, gerenciamento de benefícios e garantia de conformidade regulatória. O objetivo do RH era cuidar das necessidades atuais de pessoal de uma organização. Hoje, no entanto, o RH é cada vez mais estratégico, pois envolve o alinhamento da força de

Os gerentes de recursos humanos que atuam estrategicamente desenvolvem e lideram programas de longo prazo que ajudam a garantir o crescimento contínuo de uma organização. Quando bem-sucedidos, esses esforços podem gerar lucros. Um exemplo é o Google, conhecido por seus programas inovadores para funcionários que promovem uma cultura de inovação.

Embora a gestão estratégica de recursos humanos atenda às necessidades imediatas de uma empresa e de seus funcionários – liderando processos de contratação, treinamento e pagamento de funcionários, por exemplo – ela também olha para o futuro, desenvolvendo planos para atender às necessidades futuras de uma empresa como um todo.

A gestão de recursos humanos envolve várias áreas de foco que trabalham em conjunto e ajudam a definir o rumo de uma organização. A seguir estão algumas maneiras pelas quais os gerentes de RH estratégicos trabalham nas áreas de negócios e em conjunto com os líderes corporativos.

A gestão estratégica de recursos humanos está mudando a forma como os empresários veem a função de RH. Não faz muito tempo que o departamento de RH era visto como um centro de custos composto por administradores e solucionadores de problemas eficientes. Mas os tempos estão mudando e a gestão estratégica de recursos humanos é cada vez mais reconhecida como uma forma crucial de trabalhar.

O conceito de gestão estratégica de recursos humanos foi desenvolvido no início da década de 1990 e depois popularizado no início do século XXI.

A gestão de RH e pessoas cotidiana ou ‘tradicional’ é uma abordagem administrativa e reativa para gerenciar pessoas. Na sua forma mais simples, o RH tradicional trata de manter o negócio funcionando sem problemas, garantindo que haja pessoas suficientes para fazer o trabalho e que todos estejam felizes e operando legalmente. Nesse caso, o departamento de RH lida com reclamações, atualiza as políticas de acordo com os requisitos legais e garante que todos sejam pagos em dia. As necessidades de recrutamento e treinamento seriam planejadas de acordo com as solicitações de toda a empresa, e a saúde e o bem-estar dos funcionários seriam tratados caso a caso, conforme e quando necessário.

## REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Lindolfo G. de. **A Gestão Estratégica de Pessoas**. In: Fleury, M. T. L. **As pessoas nas organizações**. São Paulo: Gente, 2002.

ANDRADE, Adriana ROSSETTI, José Paschoal. **Governança Corporativa: Fundamentos, Desenvolvimento e Tendências**. São Paulo: Atlas, 2009.

BARRETO, L. M. T. da S.; COSTA, B. K. Estratégias de Gestão de Pessoas. In: **Gestão Estratégica de Pessoas: Conceitos e Tendências**. S.P., Ed. Saraiva, 2010.

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação Empresarial: Políticas e Estratégias**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

CERTO, S. C.; PETER, J. P. **Administração estratégica**. 2. ed. São Paulo: Pearson, 2005.

CHIAVENATO I. **Recursos Humanos**. 7. Ed. compacta São Paulo: Atlas, 2002.

COSTA, E. A. **Gestão estratégica: da empresa que temos para a empresa que queremos**. São Paulo: Saraiva, 2007.

DUTRA, Ademar. **Gestão estratégica de pessoas**. 2014. Disponível em: <[https://www.uaberta.unisul.br/repositorio/recurso/14690/pdf/gestao\\_estrategica\\_de\\_pessoas.pdf](https://www.uaberta.unisul.br/repositorio/recurso/14690/pdf/gestao_estrategica_de_pessoas.pdf)>. Acesso em: 19/07/2022.

GILSON. A. **A importância das pessoas para as empresas**. 2010. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/a-importancia-das-pessoas-paraas-empresas/13964/>>. Acesso em: 19/07/2022.

LACOMBE, Francisco José Masset. **Recursos Humanos: princípios e tendências**. São Paulo: Saraiva, 2005.

**ARTIGO VIII****COLÉGIO MILITAR E SUA METODOLOGIA DE ENSINO****Higor Batistela Zunta***Graduado em História pela Universidade Católica Dom Bosco (2016). Especialista em Gestão Escolar e Coordenação Pedagógica (2020) pela Faculdade Novoeste, NOVOESTE.***Cristina Klose Parise de Souza***Graduada em Direito pela Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões (2000), mestrado em Direitos Sociais e Políticas Públicas pela Universidade de Santa Cruz do Sul (2003) e doutorado em Doutorado - Ciências Jurídico-Sociais - Universidad del Museo Social Argentino (2015).***RESUMO**

A presente pesquisa mostra uma inserção da historicidade dos Colégios Militares do Brasil e como funciona a educação e a metodologia de ensino nesses colégios, visando o conjunto de costumes, valores e tradições que a escola militar oferece na formação de seus alunos. O mesmo tem a intenção de investigar a problematização deste tema, que foi construído através de análises documentais já existentes do Exército Brasileiro que consiste no Regimento Interno dos Colégios Militares, Manual Do Aluno do Colégio Militar de Campo Grande-MS do qual foi retirados conceitos significativos de alguns teóricos para a realização deste estudo como: MOURA (2010), ROMANELLI (1990), ALVES (2006) e ROGRIGUÊS (2008). A metodologia proporcionou a abordagem de resultados válidos através de análises textuais trazendo quais métodos de ensino é aplicado nos Colégios Militares. A estrutura hierárquica traz um rígido sistema disciplinar, cujo fica bem específico as tradições militares trazendo técnicas eminentes militares. Tomei como base critérios de seleção de temas que se aproximasse mais com o objetivo de estudo, na qual me limitei em averiguar os pontos mais importantes para que tivesse olhar amplo sobre os estudos que foram realizados nos últimos anos, buscando o foco geral que é A metodologia de ensino aplicada no colégio Militar.

**Palavras-chave:** Metodologia de Ensino. Educação Militar. Colégio Militar

**ABSTRACT**

The present research shows an insertion of the historicity of the Military Colleges of Brazil and how education and teaching methodology work in these schools, aiming at the set of customs, values and traditions that the military school offers in the training of its students. The same intends to investigate the problematization of this theme, which was built through existing documentary analyzes of the Brazilian Army that consists of the Internal Regiment of Military Colleges, Manual Do Aluno do Colégio Militar de Campo Grande-MS from which significant concepts were taken. of some theorists to carry out this study such as: MOURA (2010), ROMANELLI (1990), ALVES (2006) and ROGRIGUÊS (2008). The methodology provided the approach of valid results through textual analysis bringing which teaching methods are applied in Military Colleges. The hierarchical structure brings a rigid disciplinary system, whose military traditions are very specific, bringing eminent military techniques. to have a broad look at the studies that have been carried out in recent years, seeking the general focus that is the teaching methodology applied at the Military College.

**Keywords:** Teaching Methodology. Military Education. Militar School

## 1 INTRODUÇÃO

Para entendermos o contexto deste artigo, começaremos com um breve histórico dos colégios militares, para aí sim, prosseguirmos com o tema deste trabalho que visa ser “Colégio Militar e Sua Metodologia de Ensino”. Para compreender o contexto histórico foi necessário investigar como a herança da prática da educação chegou ao Brasil. Pois as ações de ensino pedagógica foram aplicadas pelos jesuítas. A Academia Militar iniciou-se no século XIX com a chegada da Família Real ao Brasil.

A metodologia proporcionou a abordagem de resultados válidos através de análises textuais trazendo quais métodos de ensino é aplicado nos Colégios Militares. Através dos materiais obtidos já existentes do Exército Brasileiro que consiste no Regimento Interno dos Colégios Militares, Manual Do Aluno do Colégio Militar de Campo Grande-MS e da Separata do Boletim do Exército (2013). Foram averiguados dados importantes para a construção desse estudos através de autores como: ALVES (2006) MOURA (2010), ROMANELLI (1990) e ROGRI-GUÊS (2008) dentre outros, para chegar em nosso objetivo teórico metodológico consiste em diferentes estudos e trajetórias que são planejadas e traçadas pelos educadores e pela instituição de ensino.

O presente trabalho foi dividido em três capítulos e sub-capítulos nas quais são: o 1º capítulo trata-se do Breve Histórico dos colégios Militares do Brasil que traz um apanhado de como tudo iniciou. O 2º capítulos traz o conceitos de metodologia e método e metodologia de ensino que consiste de como funciona os estudos e os caminhos a percorrer para que se alcance a meta, o objetivo e sua finalidade de educação. Já o 3º capítulo consiste na Metodologia de Ensino Aplicada no colégio Militar refere-se ao funcionamento da aplicação do ensino que se originou por meio da Diretoria de Ensino Preparatório e Assistencial – DEPA, por fim a metodologia de ensino aplicada nos colégios militares são de responsabilidade da coordenação pedagógica e da supervisão escolar. Concluindo que a prática de ensino pedagógico reflete na conduta dos alunos dentro e fora da Instituição de ensino.

## 2 UM BREVE HISTÓRICO DOS COLÉGIOS MILITARES DO BRASIL

Segundo Moura (2010) as estruturas dos colégios militares no Brasil herdaram suas características formativas a partir da Academia Militar, criada em 04 de dezembro de 1810 e culmina transformando-se em Escola Militar, em 1839. Conforme a pesquisadora para melhor compreender o contexto histórico é necessário que se entenda a herança da prática da educação que os jesuítas iniciaram no Brasil. No início do século XIX com a vinda da família Real para o Brasil houve a criação da Academia Militar. Com o fim das missões jesuítas inicio um novo sistema educacional.

Segundo Romanelli (1990) a ação pedagógica teve substituições por várias disciplina isolada, aconteceram implantações de aulas-régias, de modo que a educação continuou a disposição do clero que eram desenvolvida em seminários da época da missão jesuíticas. No Brasil aconteceu somente uma enorme transformação que foi com a vinda da Coroa Lusitana, com a transferência da coroa para a colônia, houveram necessidades de preparar a vinda da família Real. Assim vieram a Academia Militar, a Escola de Medicina e a Biblioteca Real.

Segundo Alves (2006), tinha uma diferença enorme em relação á instituição da Real Academia Militar e da Escola Militar, uma delas possuía formação de um método voltado para a elite da coroa de forma tradicionalista, por outro lado a Escola Militar era frequentada pelos filhos de militares e de comerciantes, seguindo um panorama republicano.

Com a Guerra do Paraguai que durou de 1864 a 1870, foi um marco de ascensão para as Forças Armadas, com o termino do conflito, acabou deixando muitos mutilados e crianças órfãs. Neste contexto Somente no final do Império, o Conselheiro Tomás Coelho, que era ex Ministro da Agricultura, Comércio e Indústria, adquiriu a criação do Imperial Colégio Militar (Decreto nº 10.202, de 9 de março de 1889) juntamente com a provação do Imperador D. Pedro II institui o Imperial Colégio Militar Da Corte (MOURA, 2010).

No ano de 1840 o Marquês de Olinda Araújo Lima, buscou estabelecer através de um decreto um colégio para os filhos que tinham alguma necessidade, devido algum incidente ocorrido durante a Guerra da Corte, como filhos de capitães ou de oficiais. O “Colégio Militar do Imperador”, a Idéia foi até nobre, mas não tornou-se realidade. (Boletim do Exército nº22; 2016).

O objetivo da criação do Decreto do Imperial Colégio Militar:

Art. 1º Fica criado nesta Corte, sob a denominação de Imperial Colégio Militar, um instituto de instrução e educação militar destinado a receber, gratuitamente, os filhos dos oficiais efetivos, reformados e honorários do Exército e da Armada; e, mediante contribuição pecuniária, alunos procedentes de outras classes sociais. (BRASIL, 1889, p. 247).

As normas dos colégios militares naquela época era seguidas através dos preceitos do Exército, conforme a idade do aluno, o regime era de internato, de modo que ainda admitiam alunos externos para o seguimento das finalidades do ensino.

[...] iniciar os alunos, desde a juventude, na nobre profissão das armas, dirigirá sua educação e instrução de modo que, ao terminarem o curso, os alunos estejam aptos a prosseguir em estudos superiores das Escolas Militares do Império. (BRASIL, 1889, p. 247).

Segundo Rodriguês,

As reformas no sistema de ensino militar em nenhum momento acompa-

nharam qualquer reforma de ensino feita no país, principalmente a reforma de 1931, de Francisco Campos e a de 1942, de Gustavo Capanema, que não fizeram qualquer ingerência no ensino militar do Brasil. Ao contrário, causaram um isolamento com relação ao sistema de ensino civil e problemas de equiparação nas estruturas do ensino militar e civil brasileiro, que até hoje permanecem. (RODRIGUES, 2008, p. 14)

Conforme LEAL (2009) Entre os anos de 1915 e 1916, houveram o fechamento de três Colégios Militares, até então existentes. Felizmente, não houve resultados nessas tentativas. O Senador do Piauí, Ábdias Neves, surgiu de uma forma destemida em defesa daquelas instituições. Com o parecer do General Bento Manoel Carneiro Monteiro Chefe de Estado - Maior do Exército, forá aprovado integralmente pelo então Ministro da Guerra, General José Caetano de Faria, na qual o assunto foi arquivado. Desde modo o Governo Federal animou-se a criar o Colégio Militar do Ceará.

Algum tempo depois, o General Henrique Teixeira Lott, que era Ministro da Guerra iniciou uma nova fase de progresso para o ensino no Exército, criando o Colégio Militar de Belo Horizonte em 1955, um ano depois teve a abertura do Colégio Militar de Salvador no 1957, que foi idealizado pelo Ministro Ciro do Espírito Santo Cardoso. No ano de 1958 foi criado o Colégio Militar de Curitiba e para completar esse ciclo surgiu o Colégio Militar de Recife em 1959. (Boletim do Exército nº 22, 2016).

Ao passar dos anos ocorreram inovações no Sistema Colégio Militar do Brasil. Durante a década de 70, foram criados os Colégios Militares de Manaus no ano 1971 e também de Brasília em 1978, esse foi o último deliberado em despacho pelo então Presidente Juscelino Kubitschek em 1959.

Após o fechamento dos colégios militares de Belo Horizonte, Salvador, Curitiba e Recife todos fechados em 1988, eles já prestavam um excelente serviço em educação. Houve um processo de retomada para o processo de crescimento dos Colégios Militares, isso acontece quando o General do Exército Zenildo de Lucena assume o reativamento dos Colégios Militares de Curitiba, de Salvador, do Recife e de Belo Horizonte em 1993. Nesse mesmo ano foram criados os Colégios Militares de Juiz de Fora, de Campo Grande - MS e, no ano de 1994 o de Santa Maria.

O Comandante do Exército, General do Exército Eduardo Dias da Costa Villas Boas em 9 de outubro de 2018, teve o objetivo de ampliar o Sistema Colégio Militar do Brasil, assinou a aprovação da criação do Colégio Militar de São Paulo, Atualmente existem quatorze Colégios Militares no Brasil que são: Colégio Militar do Rio de Janeiro, Colégio Militar de Porto Alegre, Colégio Militar de Fortaleza, Colégio Militar de Manaus, Colégio Militar de Brasília, Colégio Militar de Recife, Colégio Militar de Salvador, Colégio Militar de Belo Horizonte, Colégio Militar de Curitiba, Colégio Militar de Juiz de Fora, Colégio Militar de Campo Grande, Colégio

Militar de Santa Maria, Colégio Militar de Belém e Colégio Militar de São Paulo.

## 2 CONCEITO DE METODOLOGIA

A metodologia de ensino parte de uma formulação teórico metodológico que consiste em diferentes estudos e trajetórias que são planejadas e traçadas pelos educadores, na qual são usadas para direcionar o andamento da aprendizagem em certos objetivos para fins educativos.

A palavra metodologia etimologicamente vêm da origem grega *methodos*, na qual *ME-TAS* significa (finalidade, objetivo) e *HODOS* (intermediação, caminho), ou seja, é um caminho para atingir um objetivo, já para *LOGIA* significa conhecimento, estudo. Sendo assim, a metodologia de ensino significaria um estudo dos métodos e dos caminhos a percorrer para que se alcance a meta, o objetivo e sua finalidade.

Segundo BARROS (2007) metodologia são métodos que aplica processos e técnicas utilizadas para o conhecimento da forma de agir e intervir na realidade. Já para MINAYO (1999) a metodologia visa ser o caminho do pensamento e a prática exercida através da abordagem da realidade.

Para SCHEFLER (1974) a metodologia de ensino baseia-se nas atividades que consiste nos esforços dos exercícios realizados pelos alunos, na qual busca desenvolver uma eficiência mediante ao tempo determinado, deguindo sempre uma orientação para atingir uma meta. No entanto essa atividades são constituídas por lições programadas, ou seja, são exercícios que podem ser unitários, contínuos ou não, conforme as metas realizadas.

Conforme WACHOWICZ (1989) o método de ensino é gerido através do conhecimento que deve ser apreendido pelas novas gerações isso nas visões de cientistas e professores. Sendo assim, a lógica visa ser fundamental na visão do ensinar, na qual é uma lógica formal. Entretanto os princípios de identidade são conceitos vistos através dos conteúdos mentais a serem discernidos pelos alunos por meio de elaboração de experiências. Todo aluno é capaz de distinguir os conceitos e objeto de estudo.

### 2.1 METODOLOGIA E MÉTODO DE ENSINO

Segundo ANASTASIOU (2001) evolução da metodologia de ensino traz um resgate da história de algumas abordagens dos elementos rumo as trajetórias metodológicas, através dos processos de ensino, ao longo da existência da educação do Brasil. Analisando o contexto histórico a educação veio da influência dos modelos jesuíticas.

Conforme ANASTASIOU (2001) o modelo de método de ensino dos jesuítas foi de-



envolvida por meio de dois momentos fundamentais, o primeiro passo é a leitura de um texto e logo em seguida a interpretação do professor após isso, faz - se a comparação e a análise do texto segundo outros textos, com isso, havia debates entre alunos e professores. Já para os alunos cabiam fazer anotações e resolver exercícios para firmar o conteúdo. Na perspectiva do modelo jesuíta compreende -se o método parisiense e o escolástico. Para ANASTASIOU (2001) o método escolástico tinha por objetivo.

“a colocação exata e analítica dos temas a serem estudados, a clareza dos conceitos e definições, argumentações precisa e sem digressões, expressões rigorosa, lógica e silogística, em latim”. (ANASTASIOU, 2001, p.2)

O modelo do método parisiense ressalta a figura do professor como aquele que repassa o conteúdo, na qual as aulas eram expositivas e seguida de aplicação de exercícios a ser resolvidos pelos alunos.

Segundo ANASTASIOU (2001) a forma de avaliar o controle fora e dentro da sala de aula, o estudante que é passivo e também é obediente são aqueles que memorizava e decorava as matérias para as avaliações, na qual, as características viviam um processo rígido na aprendizagem. Atualmente diversos desses elementos são presentes no dia - a - dia das salas de aula.

Segundo ANASTASIOU (2001) o modelo francês-napoleônico foram elementos que surgiram no ensino brasileiro no período colonial, eram características de ensino profissionalizante e centrado nos cursos e faculdades. De um modo metodológico a relação entre o professor, aluno e o conhecimento que tinha o professor um fator centralizado que repassava os conteúdos dos estudos clássicos daquela época. Desta maneira os alunos necessitava de fazer memorização para realizarem as avaliações nesse modelo.

Através das visões feita por VEIGA (2006) os avanços trazidos pela tecnologia facilitou o acesso das informações, ou seja, tende a facilitar o aprendizado dos processos de internacionalização das culturas, na qual houve mudança na percepção do papel dos professores. Portanto as metodologias e os métodos de ensino devem aprimorar as necessidades, e as técnicas aplicada no ensino constantemente.

Pode-se dizer que identificar e compreender as metodologias e os métodos que são de suma importância no processo educacional, é essencial entender antes de tudo os fatos específicos do processo de ensino aprendizagem. Conforme os estudos de KUBO e BOTOMÈ (2005), os procedimentos de ensino aprendizagem visa ser um sistema que baseia - se na interação do comportamento entre professores e alunos, pois existem processos comportamentais que são atribuídos no “ensinar” e no “aprender”. Portanto, existem estudos de autores que evidenciam que a interdependência desses conceitos é fundamental para o seu entendimento e de sua assimilação, para poder construir um bom desenvolvimento dos trabalhos no meio da aprendi-

zagem, educação e de ensino.

Segundo VEIGA (2006) os processos de ensino é fundamental para que os professores estabeleça as técnicas e as estratégias a serem utilizadas. Uma boa estratégia de ensino são meios que o professor adapta para determinar uso da informações a serem passadas, ajuda na escolha dos recursos a serem usufruídos, permitindo o melhor método para alcançar os objetivos específicos e atingir o processo de aplicação dos conteúdos.

Já as utilizações das técnicas são meios operacionais dos métodos de ensino, têm propensão instrumental uma vez que faz a ligação da relação entre professor e aluno, ou seja, são processos necessários no ensino da aprendizagem. Os métodos e metodologias obtidos no ensino são destinados a alcançar a eficiência no processo de ensino, podendo ser de um modo individual, em grupo, coletiva. Com base nas suposições de NÉRICE (1987), produziu um resumo, conforme Quadro 1 demonstra alguns métodos de ensino, suas definições e características.

**Quadro 1:** Métodos de Ensino

<b>Descrição</b>	<b>Definição</b>	<b>Principais Métodos</b>
Métodos de ensino coletivo	Consistem em proporcionar ensino a um grupo de educandos, considerando-os em condições pessoais de estudo equivalentes, e orientar os trabalhos escolares com base na capacidade média da classe.	Expositivo; Expositivo misto; Leitura; etc.
Métodos de ensino em grupo	Também compreendido como dinâmica de grupo, dão ênfase à interação e cooperação dos educandos, levando-os a enfrentar tarefas de estudo em conjunto.	Painel; Simpósio; Debate; Discussão; et
Métodos de ensino individualizado	Consistem em se dirigir diretamente a cada educando, procurando atendê-lo em suas condições pessoais de preparo, motivação e possibilidades	Instrução personalizada; Instrução programada; Estudo dirigido individual; Estudo supervisionado; Tarefas dirigidas, Módulos instrucionais; etc.

Método de ensino socializado-individualizante	Procura oferecer, durante o estudo de uma mesma unidade, oportunidades de trabalho em grupo e a seguir individual, visando formar o cidadão consciente, que toma as suas decisões com base no seu próprio raciocínio.	Métodos mistos de trabalho individual e em grupo.
---	---	---

Fonte: NÉRICE (1987)

Um fator importante no ensino é o planejamento, a definição de quais métodos serão utilizados para o desenvolvimento das atividades dentro da sala de aula.

## 2.2 METODOLOGIA DE ENSINO APLICADA NO COLÉGIO MILITAR

A aplicação de ensino no Colégio Militar funciona através da normalização que origina - se por meio da Diretoria de Ensino Preparatório e Assistencial – DEPA mediante a vários documentos gerais que, por sua vez, emana - se através de outros aplicados aos Estabelecimentos de Ensino, tais como: As Normas de Gestão, o Planejamento e a condução do Ensino – NGPCE de 2005, após outras versões, a do ano de 2010, foi denominada Normas de Planejamento e Gestão Escolar – NPGE que acrescentaram alguns itens depois como Normas para Elaboração e Revisão de Currículos – NERC e também Manual do Docente para então apresentar os produzidos especificamente pelo Colégio Militar de Campo Grande: Normas Internas da Supervisão Escolar - NISE/CMCG e o Plano Geral de Ensino. De modo que, utilizaremos os Planos de Disciplina – PLADIS e Planos de Áreas de Estudo PLAEST para entendermos como funciona o método de ensino do Colégio Militar.

Conforme o Regimento Interno do Aluno (2009) tem como finalidade propor uma excelente ação educacional ao corpo discente, obter um desenvolvimento completo, formar exercício de cidadania e meios de avançar nos estudos e nas atividades profissionais.

Neste mesmo regimento ficam bem específicos os direitos e os deveres dos alunos, na qual, essas normas propiciam uma excelente educação no recinto escolar, mas também proporciona uma ótima conduta com seus superiores responsáveis.

No MANUAL DO ALUNO (2015) apresenta quais as normas de disciplina que o aluno deve obedecer que são as seguintes:

- I. Trajar os uniformes conforme o prescrito;
- II. Zelar pelos seus materias;

- III. Zelar pelo bem-estar de seus colegas;
- IV. Ter conhecimento dos regulamentos previstos;
- V. Manter seus responsáveis informados das atividades executadas na instituição.

Existem também os direitos dos alunos conforme o (MANUAL DE ALUNO, 2015);

- I. Receber apoio do sistema de ensino;
- II. Ter o benefício de receber orientação vocacional;
- III. Receber apoio educacional e psicológica;
- IV. Receber assistência médica;
- V. Freqüentar a biblioteca, e laboratórios para recursos educacionais;
- VI. Poder realizar a segunda chamada de provas;
- VII. Usufruir das condecorações, distintivos e outro complementos conforme o Regulamento do Uniformes do Exército.

De acordo com artigo 4º do Regulamento Interno do Aluno fica bem eminente como funciona as Diretrizes Pedagógicas. São os incisos fundamentais para essas diretrizes;

I - oferecer ao aluno condições de acesso ao conhecimento sistemático universal;

considerando a realidade de sua vida, proporcionando uma formação integral para o seu desenvolvimento

nas áreas cognitiva, afetiva e psicomotora;

II - capacitar o aluno à absorção de conteúdos programáticos qualitativos e de pré-requisitos essenciais ao prosseguimento de seus estudos, com base no domínio da leitura, da escrita e das diversas linguagens utilizada pelo homem, permitindo-lhe analisar, sintetizar e interpretar dados, fatos e cálculos, para resolver situações, problemas simples ou complexas, valorizando o seu desenvolvimento pessoal;

III - utilizar procedimentos didáticos e técnicas metodológicas que conduzam o aluno a ocupar o centro do processo ensino-aprendizagem e a construir com a mediação do professor, o próprio conhecimento, fruto de abordagens seletivas, contextuais, interdisciplinares, contínuas e progressivas;

IV - estimular no aluno o desenvolvimento de atitudes crítico-reflexivas, espírito de investigação, criatividade, iniciativa e respeito as diferenças individuais, conduzindo-os a aprender a aprender e aprender a pensar;

V - conduzir o aluno a compreender o significado das áreas de estudo e das disciplinas, enquanto participante do processo histórico da transformação da sociedade e da cultura, desenvolvendo a sua autonomia, valorizando o conhecimento prévio, suas experiências e as relações professor-aluno e aluno-aluno, conscientizando-os de que a aprendizagem adquirida é mais importante que a avaliação educacional de aferição escolar; (Regimento

Interno do Aluno, 2009, pág.3)

Segundo o MANUAL DO ALUNO (2015) a metodologia de ensino aplicada nos colégios militares são de responsabilidade da coordenação pedagógica e da supervisão escolar, na qual a execução dos planos de ensino visa a participação do acompanhamento e do rendimento dos alunos e supervisão dos trabalhos dos professores e excitar a atualização pedagógica.

Os pais tem que demonstrar de que forma podem auxiliar no melhoramento do desempenho de seus filhos, ajudando em várias sugestões para acompanharem seus estudos, como:

Demonstre interesse pelas atividades de estudo de seu filho, procure tirá-lo das dúvidas, estimulando-o a pesquisar.

Estabeleça junto a seu filho um horário de estudo e procure fazer deste horário um momento agradável, evite repreendê-lo, exceto se realmente necessário. Não se esqueça de incluir um tempo para o lazer e o convívio social, indispensável ao desenvolvimento sadio.

Ajude seu filho a escolher um local apropriado para o estudo em casa, que seja arejado, tranquilo e em que possa concentrar todo o seu material de estudo.

Demonstrar confiança na capacidade de seu filho. Faça elogios e críticas construtivas e tranquilize-o quanto às provas. (MANUAL DO ALUNO DO CMCG, 2015, p.15)

Conforme a Portaria nº137 de 28 de fevereiro de 2012 do Comando do Exército na qual foi aprovado a Diretriz para o Projeto referente a Implantação de Ensino por competência no Exército Brasileiro, objetivando o desenvolvimento do projeto para o Sistema de Ensino do Exército e o Sistema de Instrução Militar do Exército Brasileiro (SIMEB).

Mediante a emissão da ordem, a DEPA preparou um subprojeto da Implantação de Ensino por Competência (2012) com base nos seguintes objetivos: Conforme:

- implantar o Ensino por Competências nos Colégios Militares;
- adequar toda a estrutura da educação básica à nova proposta metodológica;
- desenvolver a capacitação do corpo permanente dos CM de modo a estimular a inovação das práticas pedagógicas, o uso das tecnologias de informação e a conscientização da perspectiva dos multiletramentos como fundamento básico para o desenvolvimento das competências discentes;

- elaborar o Projeto Pedagógico do SCMB;
- implementar metodologia específica para o combate ao fracasso escolar. (BOLETIM DO EXÉRCITO,2016, pág.09)

As grandes mudanças foi de suma importância para as ações voltadas as questões didático-metodológicas que eram destinadas à formação dos alunos dos colégios Militares, que por sua vez, precisavam estar conctados com a legislação vigente (Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional e os Parâmetros Curriculares Nacionais), levando em conta o pérfil de seu público e a finalidade da sua missão. Os Colégios Militares são conduzidos por Leis de Ensino Específicas, com isso, as características são específicas e inerentes à instrução militar que são aplicadas conforme o ensino de apreendizagem dos alunos, a educação eminentemente militar.

[...] Artigo 7. O Sistema de Ensino do Exército mantém, de forma adicional às modalidades militares propriamente ditas, o ensino preparatório e assistencial de nível Fundamental e Médio, por intermédio dos Colégios Militares, na forma da Legislação Federal pertinente, ressalvadas suas peculiaridades. [...] Artigo 19. Ao órgão de direção central do Sistema de Ensino do Exército a ser definido em ato do poder executivo, compete planejar, organizar[...] Artigo 7. O Sistema de Ensino do Exército mantém, de forma adicional às coordenar e controlar as atividades de ensino e expedir os atos administrativos decorrentes[...] (LEI ORDINÁRIA FEDERAL nº9.394, de 20de dezembro de 1996)

O regime disciplinar dos Colégios Militares possuem uma consonância com os princípios do Exército Brasileiro. Portanto, a conduta do aluno(a) deve influenciardentro ae fora so ambiente escolar, conforme diz o Manual do Aluno, ”[...] criar condições para que o desenvolvimento de sua personalidade se processe em consonância com os padrões éticos da sociedade brasileira, incorporando-lhe os atributos indispensáveis ao seu crescimento social”. (CMCG, 2011, p.42).

As normas disciplinares são encaradas como instrumento visando o serviço da formação integral do aluno, não é permitido um rigor excessivo, para que não as desvirtuem e tampouco as corrompe e nem as degenerere. (CMCG, 2011).

O professor do Colégio Militar também tem seus deveres para com a Instituição e os alunos, na qual seu papel é:

- 1)instrutor e orientador;
- 2)exemplo de comportamento;
- 3)participante das atividades extraclasse e comunitárias, com vistas a própria realização e à dos alunos. (MANUAL DO PROFESSOR, 2015, p. 10).

Neste mesmo documento existem as responsabilidades fundamentais como:

- 1) constituir-se em exemplo de equilíbrio, sensatez, probidade, entusiasmo, profissionalismo e justiça;
- 2) aprimorar sua preparação intelectual profissional;
- 3) possuir nível cultural adequado com às funções que exerça;
- 4) praticar diuturnamente o respeito à pessoa humana;
- 5) dedicar-se com zelo às atividades profissionais que lhe cabem;
- 6) cultivar, em todas as oportunidades, os princípios da hierarquia e da disciplina;
- 7) buscar objetividade e maior rendimento no ensino. (MANUAL DO PROFESSOR, 2015, p.10)

Pode-se dizer que as propostas educacional de ensino militar segundo (MANUAL DO PROFESSOR, 2015), são encontradas em vários níveis de administração do exército, na qual possui uma excelente compreensão e a enovação do aperfeiçoamento do ensino pedagógico, assim, são utilizadas tecnologias modernas educacionais para usarem de apoio em sala objetivando um método de ensino que alcance suas metas e finalidades.

### 3 CONCLUSÃO

Neste trabalho procurei decifrar nos referenciais teóricos, os regulamentos do Sistema do Colégio Militar do Brasil os valores, as tradições do ensino no cotidiano dos alunos.

Entretanto, pode-se dizer que a metodologia de ensino aplicada no colégio militar é importante para o rendimento e conduta do aluno dentro e fora da instituição. É fundamental salientar que através desta pesquisa ficou evidente que a relação de professor e aluno, aluno e aluno são considerados uma maneira de aplicar um ensino aprendizagem excelente para os mesmos. Portanto é nesse sentido que realizar mais estudos referentes a esse assunto, visa ser de suma relevância para futuros trabalhos e poder ajudar pesquisadores futuramente em seus estudos e pesquisas.

### REFERÊNCIAS

ALVES, Claudia. *Formação Militar e Produção do Conhecimento Geográfico no Brasil do Século XIX*. **Revista Electrónica da Geografía y Ciências Sociales**, Barcelona – v. X, n. 218 (60), ago. 2006.

ANASTASIOU, L. G. C. *Metodologia de Ensino na Universidade Brasileira: elementos de uma trajetória*. Campinas: Papyrus, 2001.

BARROS; A. J. da S.; LEHFELD, N. A. de S. *Fundamentos de metodologia científica*. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

BRASIL, Ministério da Defesa. *Relatório dos Colégios Militares*, 2011, Brasília, 2011.

BRASIL, Ministério da Defesa. *Manual do Aluno - CMCG*, Campo Grande, 2015.

BRASIL, Ministério da Defesa. *Manual do Professor - CMCG*, Campo Grande, 2015

KUBO, O. M.; BOTOMÉ, S. P. *Ensino-aprendizagem: uma interação entre dois processos comportamentais*. *Interação em Psicologia*, v. 5, n. 1, 2005.

LEAL, Fabiana Maria; ZENI, Viviane Maria. *“Por Trás dos Portões” – A Disciplina no Colégio Militar de Curitiba (1959-1964)*, 2009. Disponível em:

<<http://www.utp.br/historia/revista...3/.../Fabiana%20Maria%20Leal.pdf>>. Acesso em: 17/07/2022.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. *Trabalhando com a Diversidade Metodológica*. 1999. Disponível no Cielo Book. Acesso em: 17/07/2022.

MOURA, Soraya. *Os Caminhos da formação e desenvolvimento profissional de professores do Colégio Militar de Campo Grande, MS*. 2011. 102 f. Dissertação (Mestrado em Educação) Universidade Católica Dom Bosco, Campo Grande, 2011.

NÉRICE, I. G. *Didática geral dinâmica*. 10 ed., São Paulo: Atlas, 1987.

REGIMENTO INTERNO, dos Colégio Militares, **RI/CM** edição 2009.

ROMANELLI, Otaiza de Oliveira. *História da Educação no Brasil (1930/1973)*. 12 ed. Petrópolis, 1990.

RODRIGUÊS, Fernando da Silva. *Uma carreira: as formas de acesso à Escola de Formação de Oficiais do Exército Brasileiro no período de 1905 a 1946*. Tese de doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em História Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2008.

SEPARATA, **Boletim do Exército n° 22**, publicado em 3 de junho de 2016.



SCHEFFLER, I. *A linguagem da educação*. São Paulo: Saraiva. 1974.

WACHOWICZ, Lilian Anna. O método didático: sua fundamentação na lógica dialética. Curitiba: UFPR (mimeo). \_\_\_\_\_. *O método dialético na didática*. Campinas: Papirus, 1989.

VEIGA, I. P. A. **Técnicas de ensino: novos tempos, novas configurações**. Papirus Editora, 2006.

**ARTIGO IX****O MERCADO IMOBILIÁRIO INFORMAL****Lucas Rasi Cunha Leite**

*Com graduação em Economia pela Universidade Estadual de Maringá (2005) e mestrado em Agronegócios pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (2007). Atual professor de Economia no curso de Direito da Faculdade Prime e professor de Finanças Corporativas da pós-graduação em Gestão Empresarial FGV/CEEM.*

**Moises Salim Sayar**

*Graduado em Direito pela Universidade Camilo Castelo Branco (2003), pós-graduado em Direito Público e Privado pela Faculdade Damásio de Jesus e Mestre em Desenvolvimento Local pela Universidade Católica Dom Bosco (2015)*

**Luiz Fernando Espindola Bino**

*Advogado, nas áreas do Direito Digital, empresarial, Cível/Processo Civil, Trabalhista e Eleitoral. Coordenador da pós-graduação em Proteção de Dados E Compliance Digital pela Faculdade Prime, Membro da ANPPD (Associação Nacional dos Profissionais em Proteção de Dados).*

**RESUMO**

A questão do mercado imobiliário informal é uma problemática típica dos países do Terceiro Mundo. A dinâmica da informalidade nesses países está relacionada a fatores como a falta de ferramentas políticas que fornecem habitação a pessoas de baixa renda e a distribuição pobre de riqueza. Hoje em dia, quando a mão invisivelmente promovida do mercado é indicada por muitos como a panaceia para todos os males, uma compreensão das operações de mercado que funciona na margem da regulamentação estadual pode ser um importante contributo para o debate sobre a produção social de o espaço e o processo de produção do abrigo de interesse social no país e até mesmo a ajuda a estabelecer novas relações entre o estado, o mercado e a demanda. O objetivo do trabalho foi destacar a importância de um mercado diversificado da habitação. Nessa segmentação o mercado imobiliário tenta fugir do mercado informal trazendo pra si o mercado formal e burocrático. Este estudo apresenta algumas considerações da pesquisa que eu tenho conduzido sobre a dinâmica do mercado imobiliário e procura compreender o vínculo entre o real secundário e mercado imobiliário e venda de residências precárias.

**Palavras-Chaves:** Informalidade. Mercado imobiliário. Comercialização.

**ABSTRACT**

The issue of the informal real estate market is a typical problem in Third World countries. The dynamics of informality in these countries is related to factors such as the lack of policy tools that provide housing for low-income people and the poor distribution of wealth. Nowadays, when the invisibly promoted hand of the market is indicated by many as the panacea for all ills, an understanding of market operations that operates on the fringes of state regulation can be an important contribution to the debate on the social production of the space and the production process of the shelter of social interest in the country and even helps to establish new relationships between the state, the market and demand. The objective of the work was to highlight the importance of a diversified housing market. In this segmentation, the real estate market tries to escape the informal market, bringing the formal and bureaucratic market to itself. This study presents some considerations from the research I have conducted on the dynamics of the real estate market and seeks to understand the link between the secondary real and real estate market and the sale of precarious homes.

**Keywords:** Informality. Real estate market. Commercialization.

## 1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho consiste em desenvolver um estudo sobre as diversas formas do mercado imobiliário informal assim como as diversas formas que eles existem em nossa sociedade atualmente, no qual impossibilitam as vendas devidas apresentarem este tipo de locução que impeça a sua venda. Em um contexto de deterioração das condições econômicas, e com a escassez de terras que pressionam os pobres para os periféricos, as invasões são menos frequentes. Para algumas famílias, a propriedade, mesmo em sua forma mais barata, tornou-se cada vez mais inacessível.

De forma geral, o mercado informal tende muitas vezes em suprir as necessidades de seus clientes pela maneira facilidade de empreender grandes negócios em um curto espaço de tempo, mas desprovido da segurança necessária da transação. Com isso, o mercado imobiliário mostra as grandes necessidades estratégicas de mostrar o cliente que esse tipo de venda ou locação informal tende a denegrir a imagem do vendedor.

Diante dessa perspectiva surge uma grande incógnita em nosso estudo, qual é a maneira de levar o cliente sair do mercado informal e aderir a uma venda que supra as suas necessidades sem que desfavoreça nenhuma das partes envolvidas?

O objetivo é destacar a importância de um mercado diversificado da habitação. Isso porque à medida que o cliente possa se identificar é possível compartilhar com eles estratégias que visem documentar essas casas informais para que eles tenham segurança assim que lhe forem necessárias.

Durante anos, o debate sobre a habitação nos países em desenvolvimento centrou-se na ideia de assentamentos informais como um veículo de propriedade para os pobres. Crescendo pouco a pouco, eles forneceram moradias que, embora certamente de baixa qualidade, constituíam a possibilidade de ter uma casa bastante decente ao longo do tempo. Em uma visão bastante otimista que acendeu o debate sobre a habitação de autoajuda, eles argumentaram que o que frequentemente era considerado como o problema era de fato a solução universal para abrigar os pobres.

## 2 MERCADOS INFORMAIS DA HABITAÇÃO

Uma vez que a habitação é uma necessidade humana vital, podemos dizer que existe uma demanda potencial de produtos. As altas taxas de crescimento demográfico nas últimas décadas contribuíram consideravelmente para a consolidação dessa demanda. Os principais determinantes da demanda de habitação são o crescimento e mudanças demográficas, o tamanho e o estado do estoque habitacional e a depreciação deste estoque. (ABRAMO, 2009)

Os preços das casas e lotes, a renda familiar e a disponibilidade de crédito determinam as condições pelas quais a demanda pode ser atendida. O preço das residências deve considerar a habitação como um bem consumidor durável. O preço é uma expressão do valor de troca de bens, normalmente expresso em dinheiro. A capacidade de investimento da população de baixa renda para habitação é afetada, pois, para investir na habitação, estas famílias devem reservar uma parcela muito alta de seus rendimentos. O custo relativamente elevado da habitação e as dificuldades na esfera da produção colocam um sério desafio à comercialização.

Dentro a lógica do mercado, uma vez construída, as residências devem ser vendidas para que o capital investido possa ser recuperado, com lucro. No entanto, esse processo não é tão simples como é na maioria dos mercados, devido ao alto preço de habitação e o tempo necessário para a sua produção. Como os salários não têm relação direta com esses valores, normalmente a maioria da população que está disposta a comprar uma residência precisa comprometer sua renda por muitos anos, a fim de atender ao preço estipulado pelo desenvolvedor. (AMARAL, 2017 p. 11)

Portanto, a produção de habitação depende da existência de recursos que possibilitem, para a população de baixa renda, acesso a financiamento de longo prazo com baixas taxas de juros e talvez subsídios. O desenvolvimento do mercado imobiliário formal está intimamente relacionado com o capitalista, que se traduz na capacidade que o mercado tem para produzir para a demanda potencial.

Como a população de baixa renda em geral não pode pagar o preço oferecido pelo mercado, não constitui uma demanda potencial. Quando se fala da produção habitacional no mercado formal nas cidades brasileiras, estamos nos referindo para um mercado que apenas inclua unidades que atendam às normas legais impostas pelo governo e critérios de venda adotados pelo mercado. (AMARAL, 2017)

Por causa da falta de uma política pública para atender a demanda de famílias de baixa renda, esta população encerra ocupando áreas florestais e zonas úmidas. As formas irregulares de fornecimento de habitação em cidade incluem subdivisões clandestinas, favelas, construções irregulares, cortiços, e mais recentemente a ocupação de edifícios abandonados.

## 2.1 DEFINIÇÃO DE MERCADOS HABITACIONAIS

Vários fatores restringem a definição de sub mercados de habitação nos países em desenvolvimento. Primeiro, a rápida taxa de crescimento urbano combinada com a instabilidade política que originam cenários em constante mudança. Em segundo lugar, a natureza informal da maioria dos processos de habitação que impede a disponibilidade de dados consistentes. Terceiro e mais importante, os contextos sociais, econômicos, culturais e geográficos inerentes a cada centro urbano que resultam em configurações de mercado completamente diferentes.

A teoria do mercado ortodoxo afirma que a gama de opções disponíveis no mercado imobiliário (ou fornecimento) permite que os consumidores (ou a demanda) exercem, pelo menos em teoria, sua “escolha residencial”. Quando os “consumidores” são os grupos mais pobres, essas escolhas geralmente se limitam à parcela informal do mercado. Neste contexto, é frequente a simplificação reduzir o mercado à dupla divisão, formal-informal, considerando o setor informal. (BALTRUSIS, 2017 p. 13)

O termo mercado imobiliário designa “um quadro conceitual dentro do qual ocorrem uma variedade de processos inter-relacionados e mutuamente influenciados”. Cada um desses processos, ou sub mercados, tem seus próprios procedimentos operacionais, seus próprios padrões e seus próprios custos. Em contextos informais, a maioria dos sub mercados coexiste lado a lado em entidades espaciais, como bairros, blocos ou mesmo habitações individuais, e muitas vezes se sobrepõem. (BALTRUSIS, 2017)

Mas os sub mercados não são necessariamente entidades geograficamente contíguas, pelo contrário, a maioria das vezes estende seus limites sobre os bairros em diferentes locais. Assim, qualquer modelagem bem-sucedida de sub mercados de habitação deve considerar necessariamente o labirinto de sub mercados inter-relacionados e o contexto social-econômico mais amplo em que operam.

## **2.2 SUBMERCADOS DE ARRENDAMENTO**

Não houve praticamente nenhuma pesquisa sobre aluguel de habitação em países em desenvolvimento antes dos anos 80. Alguns primeiros relatórios sobre o fenômeno aparecem no contexto das discussões sobre os assentamentos de posseiros e a autoajuda como solução universal.

Nos últimos dez anos, os estudos sobre habitação de aluguel têm experimentado uma expansão notável. A discussão a seguir aborda questões como, a variedade de formas de aluguel em ambientes informais, seu papel como geradores de renda, a natureza da demanda e oferta e a relação arrendatário-inquilino.

### **• Variedade de opções de aluguel**

A natureza e as características dos sub mercados de aluguel variam muito devido as condições de imóvel encontrados nas grandes cidades ou aos seus arredores. Existem dois tipos básicos de habitação de aluguel: o mercado formal, que compreende as acomodações do setor privado e público, e o sub mercado informal que inclui formas de aluguel em favelas e posseiros na periferia de autoajuda consolidada. (CYRILLO, 2017)

### • A demanda por aluguel

Os inquilinos de habitação de aluguel informal tendem a ser jovens e geralmente estão no terceiro segmento de renda inferior da população. Estes são alguns dos poucos achados que parecem ser um terreno comum na literatura sobre a demanda por habitação de aluguel. (CYRILLO, 2017)

### • Relações entre senhorios e inquilinos

As relações entre proprietários e arrendatários variam de acordo com o tipo de operação de aluguel. Considerando que, em grande escala, os proprietários dificilmente têm contato com inquilinos (exceto através de intermediários e arrendatários), em aluguel em pequena escala, a maioria deles moram na mesma parcela, ou pelo menos no mesmo bairro. (CYRILLO, 2017)

O caráter ilegal da transação mantém os proprietários longe de qualquer tipo de “marketing”, em vez disso, eles preferem anunciar através da boca a boca, e eles muitas vezes deixam para parentes e amigos. Nem o senhorio nem o inquilino estão conscientes da lei e muito raramente assinam contratos. (CYRILLO, 2017)

### • Aluguel como fonte de renda

O arrendamento de quartos muitas vezes contribui para complementar os rendimentos das famílias pobres. De fato, os aluguéis informais parecem desempenhar um papel financeiro para alguns donos de casas de baixa renda. Muitas vezes, essas formas de aluguel se desenvolvem no pequeno empreendedorismo, combinando aluguel de salas, lojas, pequenas indústrias domésticas e subdivisão e venda de lotes. (CYRILLO, 2017)

## 2.3 SUB-MERCADOS COMPARTILHADOS

A habitação compartilhada é um tema pouco abordado na literatura sobre habitação em países em desenvolvimento. Na verdade, muito poucos estudos lidam com habitação compartilhada, e ainda menos o considerando um sub mercado. No máximo, aparece em capítulos de livros ou artigos em periódicos que acompanham o debate sobre habitação de aluguel.

Talvez uma das razões dessa negligência seja que as variações compartilhadas são frequentemente misturadas e difíceis de distinguir das opções de aluguel, relata a presença de “locatários que não pagam rendas”. Nas cidades existem três tipos de locatários de renda zero: arrimados, cuidadores e moradores de empregados. Os arranjos sem aluguel em que

os pagamentos são “em espécie” certamente estão em algum lugar entre compartilhar e alugar. Uma resposta frequente a esta dicotomia é definir o sub mercado compartilhado com aluguel como uma variedade de sombras entre os dois extremos. (EASTERLY, 2004)

Como a maioria dos inquilinos, os participantes estão em estágio inicial em seu ciclo de vida, quando a flexibilidade é mais importante. Considerando que não há transação monetária, alguns podem dissidência com a inclusão de habitação compartilhada como sub mercado. No entanto, se reconhecermos os fortes laços entre aluguel e opções compartilhadas e a forma como se influenciam mutuamente interagindo com outros segmentos do mercado, não há dúvida de que a habitação compartilhada funciona como um sub mercado. Embora analisados separadamente para uma conceituação mais clara, os subcontratos de aluguel e compartilhados conformam uma dupla que atende a demanda por alternativas não de propriedade para os estratos mais baixos da população.

## 2.4 DEMANDA E ESCOLHA DO MANDATO

Quando as famílias procuram um lugar para viver comparando acomodações em diferentes sub mercados, eles estão gerando demanda por certo tipo de habitação. A demanda por habitação é amplamente baseada na necessidade. Muitas vezes declarado como sinônimos, a demanda significa necessidade. Mas também implica acessibilidade e a vontade de adquirir um produto ou serviço. Nestes termos, a demanda por habitação pode ser vista como uma escolha de posse. (ABRAMO, 2009)

A escolha, no mercado formal, geralmente é colocada entre possuir ou alugar uma casa ou apartamento. Em sub mercados informais, as opções incluem: a propriedade da casa através de subdivisões ilegais ou ilegais, ou aluguéis, como uma cama, uma sala, uma casa ou um terreno.

Entre os fatores que influenciam as preferências habitacionais, a localização e a acessibilidade são os mais influentes. As preferências habitacionais com o estágio do ciclo de vida das famílias e distinguem um conjunto de três determinantes ou regiões: característicos sociodemográficos e econômicos, nível de acessibilidade e percepção de oportunidades de habitação e preços. Em um estágio inicial do ciclo de vida, as famílias baseiam suas preferências em seus antecedentes morais e suas necessidades primárias de habitação. Na segunda fase, sua preferência é influenciada principalmente pela percepção de acessibilidade e a conscientização sobre as oportunidades de habitação no mercado. Finalmente, o terceiro estágio compreende um processo de ajuste da habitação impulsionado por mudanças nas aspirações e desajustes entre tipo de habitação e necessidade. (ANARAL, 2017)

Em sub mercados informais, os “consumidores” são os mais pobres dos pobres. Nes-

sas circunstâncias, a escolha da posse é muitas vezes reduzida a arranjos gratuitos e sem aluguel. (AMARAL, 2017) Na mesma linha, a escolha da habitação é uma função positiva da renda. Aqueles com menores rendimentos enfrentam a menor variedade de alternativas. No entanto, ele reconhece que não há correlação direta entre a posse e a classe social, nem mesmo entre a escolha da posse e os grupos de renda.

## 2.5 DIVERSIFICADOS MERCADOS E POLÍTICAS

A diversidade da oferta é a chave para um setor de habitação bem-sucedido, essa afirmação marca um desvio da abordagem tradicional do Banco em relação aos assentamentos informais, centrada principalmente em opções orientadas para a propriedade, como atualizações e sites e serviços. Também implica o reconhecimento tácito de sub mercados de aluguéis informais como componente do mercado global da habitação. No entanto, a consideração desses submercados nas políticas de habitação ainda está em estágios muito precoce na maioria dos países em desenvolvimento. (REGUEIRA, 2017)

Atualmente, poucos governos buscam o equilíbrio em suas políticas habitacionais e, de forma mais consistente, favorecem uma solução de habitação única. Eles incentivam a ocupação do dono, sacrificando outras formas de posse da habitação no altar da opção favorecida. O efeito é reduzir o leque de alternativas habitacionais, o que conduz inevitavelmente ao declínio do padrão de vida dos pobres.

Como a propriedade do lar está se tornando mais difícil e o aluguel provavelmente se tornará a forma predominante de habitação na maioria das cidades do Terceiro Mundo, a política de habitação poderia concentrar-se mais na promoção de mercados de aluguel. Devem ser envidados esforços para estimular a produção de habitação de aluguel, incluindo habitação informal, como o aluguel de quartos em uma casa pequena e unidades de aluguel mais formais, como apartamentos. (REGUEIRA, 2017)

O mercado informal envolve mais do que apenas a população de baixa renda. Alguns cidadãos reproduzem espaço informal para a comercialização de unidades. Se existe uma demanda para esse tipo de bem, o mercado o produzirá. O termo informal é recente e define dois tipos de fenômenos teoricamente distintos. O setor informal pode ser definido como um conjunto de atividades econômicas em que não existe uma clara separação entre capital e trabalho. Ou seja, é o produtor direto, em posse das ferramentas do trabalho e do conhecimento necessário que, juntamente com o trabalho familiar e a assistência de alguns ajudantes, administra simultaneamente certa atividade econômica.

A informalidade é um complemento do setor produtivo, um sub mercado e o que diferencia o informal dos segmentos formais são os baixos salários pagos e o baixo valor dos bens produzidos, não pagamento de impostos e tarifas e incumprimento dos regulamentos



estaduais. Nesse sentido, o mercado imobiliário informal não é mais do que um sub mercado do próprio mercado imobiliário formal. (REGUEIRA, 2017 p. 17)

Na nossa compreensão, o que diferencia o informal do mercado imobiliário formal é a irregularidade legal em relação à propriedade da terra, construção, normas, pagamentos fiscais e outros fatores. O mercado imobiliário informal nas favelas pode ser caracterizado por residências que apresentam dois tipos de irregularidades: as relacionadas à propriedade e as relacionadas aos regulamentos urbanos.

A existência de um mercado que opera na margem da legislação em cidades brasileiras não é recente. O mercado informal de terras e habitação nas cidades tem uma forte participação na produção de espaço urbano na cidade. Através da ocupação de lotes sem infraestrutura, dentro do perímetro urbano, os proprietários de terrenos urbanos em áreas subvalorizadas, valorizam seus bens através da transformação do uso da terra urbana. (REGUEIRA, 2017)

O mercado informal inclui unidades comercializadas, habitação que está fora das normas e unidades construídas em terras ocupadas por invasores, tanto de forma lenta como gradual, através de uma invasão coletiva. Este mercado informal de terras, apesar de sua ilegalidade, e como resultado do processo legal e físico. A precariedade dos produtos que vende é, muitas vezes, a única opção para o acesso à terra e à habitação para famílias de baixa renda em grandes centros urbanos.

### 3 CONCLUSÃO

A pesquisa sobre sub mercados de habitação aumentou consideravelmente nos últimos anos. A consideração da habitação informal como sub mercados levou a uma melhor compreensão dos processos pelos quais os pobres acessam terras e abrigos no mundo em desenvolvimento. Terra e habitação foram estudadas e descritas em grandes aglomerações metropolitanas, particularmente em algumas regiões no Brasil. No entanto, a natureza dos sub mercados em entidades urbanas menores ainda merece atenção de pesquisa.

Embora algumas vezes ele possa se desenvolver em uma forma de “exploração capitalista” em grande escala, há evidências consistentes de que os sub mercados de aluguel em comunidades pobres possam desempenhar um papel que vá além da mera especulação. Por um lado, eles atendem os segmentos mais pobres da sociedade aumentando o leque de escolhas para aqueles que não podem pagar o preço da propriedade e para aqueles que em busca de melhores oportunidades precisam de mobilidade e não de estabilidade. Por outro lado, os aluguéis têm um papel de apoio para os agregados familiares pobres que contribuem para a geração de renda e até para o financiamento da habitação. Além disso, os sub mercados de aluguel podem desempenhar um papel crucial, impulsionando a economia de microescala em nível de bairro.

Os sub mercados compartilhados completam o espectro de alternativas não-proprietárias para famílias pobres. Apesar da ampla evidência do fenômeno, é notável a literatura de cobertura limitada dedicada a essa questão. Por outro lado, o papel influente dos sub mercados da terra e sua dinâmica de comercialização tem sido um tema frequente de análise nos últimos anos.

A diversidade do fornecimento de habitação alugada informal é evidência clara de que nenhuma solução única pode atender as necessidades dos pobres urbanos. É somente através de uma melhor compreensão dessas opções, que respostas mais efetivas podem ser encaminhadas para melhorar as condições de vida de uma parcela significativa da população urbana.

## REFERÊNCIAS

ABRAMO, Pedro. **Favela e Mercado Informal**: A nova porta de entrada dos pobres nas cidades brasileiras. Porto Alegre: Antac, 2009. 336 p.

AMARAL, Carmem Cristina Fernandes do. **Direito à cidade: um estudo sobre o mercado imobiliário informal**. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/metropole/article/view/14796>>. Acesso em: 20/07/2022.

BALTRUSIS, Nelson. **O mercado imobiliário informal em favelas**. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/metropole/article/viewFile/8816/6537>>. Acesso em: 20/07/2022.

CYRILLO, Gustavo Barreto. **MERCADO IMOBILIÁRIO INFORMAL E SEUS MECANISMOS DE OPERAÇÃO**. Disponível em: <[http://www.arq.ufmg.br/praxis/textos/Morado\\_Cyrillo.pdf](http://www.arq.ufmg.br/praxis/textos/Morado_Cyrillo.pdf)>. Acesso em: 31/05/2017.

EASTERLY, W. **O espetáculo do crescimento**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004. 247 p.

REGUEIRA, Krongnon Wailamer de Souza. **O SETOR IMOBILIÁRIO INFORMAL E OS DIREITOS DE PROPRIEDADE: O QUE OS IMÓVEIS REGULARIZADOS PODEM FAZER PELAS PESSOAS DE BAIXA RENDA DOS PAÍSES EM DESENVOLVIMENTO**. Disponível em: <<http://www.economia.ufpr.br/Teses%20Doutorado/19%20KROGNON%20WAILANER%20DE%20SOUZA%20REGUEIRA.pdf>> Acesso em: 20/07/2022.

## ARTIGO X

### APOIO PSICOPEDAGÓGICO NO ENSINO SUPERIOR

**Ana Cristina Baruffi**

*Mestre em Direito Processual Civil - Relações Negociais pela Universidade Paranaense (UNIPAR). Pós-Graduanda em Gestão Educacional - MBA - USP-Esalq. Coordenadora do Curso de Direito da Faculdade Pan-Americana de Administração e Direito (FAPAD - Curitiba/PR)*

**Rosângela Vargas Cassola**

*Doutora em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2015) e Mestre em Educação pela Universidade Católica Dom Bosco (2005). Professora da Rede Estadual de Mato Grosso do Sul e da Faculdade Prime.*

**Patricia Harue Kawano**

*Doctorado (Facultad de Ciencias Sociales, Buenos Aires, 2022). Especialização em Gestão Empreendedora de Negócios e de RH (UNIASSELVI, FAMESUL, 2011), em Metodologias e Gestão para a Educação a Distância (UNIDERP, 2012), em Docência no Ensino Superior (CESUMAR, 2015). Professora e Diretora do Centro de Tecnologia e de Educação Profissional e da Faculdade Prime.*

#### RESUMO

O presente artigo aborda a atuação do psicopedagogo em um núcleo de apoio psicopedagógico em contexto de ensino superior em função das possibilidades de aprender e ensinar nesse espaço. Em um primeiro momento, levanta-se possibilidades de atuações dos profissionais da psicopedagogia. Traz-se, ainda, a atuação do núcleo de apoio ao discente e o vínculo do núcleo de apoio psicopedagógico em uma instituição de ensino superior. Apresenta-se os dados com a intenção de compreender de que forma o Núcleo de Apoio ao Discente oferece apoio psicopedagógico aos acadêmicos do ensino superior, e ainda, identificar a função e atribuição do psicopedagogo institucional. Os resultados obtidos, no referendado trabalho, demonstram a relevância do trabalho profissional do psicopedagogo em contextos institucionais.

**Palavras-chave:** Apoio Psicopedagógico. Psicopedagogo. Ensino Superior.

#### ABSTRACT

This article addresses the role of the psychopedagogue in a psychopedagogical support center in the context of higher education in terms of the possibilities of learning and teaching in this space. In a first moment, it raises possibilities of actions of professionals of psychopedagogy. It also brings the performance of the student support center and the link of the psychopedagogical support center in a higher education institution. Data is presented with the intention of understanding how the Student Support Center offers psychopedagogical support to higher education academics, and also to identify the role and attribution of the institutional psychopedagogue. The results obtained in the aforementioned work demonstrate the relevance of the professional work of the psychopedagogue in institutional contexts.

**KEYWORDS:** Psychopedagogical Support. Psychopedagogue. University education.

## 1. INTRODUÇÃO

O presente artigo aborda a atuação do psicopedagogo em um núcleo de apoio psicopedagógico em contexto de ensino superior em função das possibilidades de aprender e ensinar nesse espaço.

Em um primeiro momento, levanta-se possibilidades de atuações dos profissionais da psicopedagogia. Traz-se, ainda, a atuação do núcleo de apoio ao discente e o vínculo do núcleo de apoio psicopedagógico em uma instituição de ensino superior.

Na metodologia adotou-se a tática da observação participante, acolhida por nossa pesquisa. A intenção era fazer uso de algumas das importantes qualidades da etnografia, esse conjunto de práticas investigativas que visa conhecer em profundidade o modo de viver e de pensar de grupos sociais, tão bem desenvolvidas pela Antropologia. Entre essas qualidades, o possível acesso aos valores culturais da maneira como são vividos na prática, aplicados a exemplos concretos, em momentos ordinários ou mesmo dramáticos da vida dos sujeitos pesquisados (Brandão, 2007).

Os resultados obtidos, no referendado trabalho, demonstram a relevância do trabalho profissional do psicopedagogo em contextos institucionais.

## 2. PSICOPEDAGOGIA INSTITUCIONAL, CLÍNICA E HOSPITALAR

O presente artigo aborda a atuação do psicopedagogo em um núcleo de apoio psicopedagógico em contexto de ensino superior em função das possibilidades de aprender e ensinar nesse espaço.

Em um primeiro momento, levanta-se possibilidades de atuações dos profissionais da psicopedagogia em especial as abordagens sobre Psicopedagogia Institucional, Clínica e Hospitalar.

### 2.1. A PSICOPEDAGOGIA INSTITUCIONAL

A psicopedagogia é uma área que desenvolve seus estudos concretizando seu corpo teórico e aprimorando seus instrumentos para compreender, cada vez com mais precisão, o processo de aquisição do conhecimento, isto é, o aprender do ser humano. Tomando, portanto, como referencial esse objeto de estudo da psicopedagogia, é perceptível a importância dessa área, diante da ampla visão que ela sugere sobre a aprendizagem.

Segundo Veiga (2014), a palavra psicopedagogia possui em sua constituição dois termos: psicologia e pedagogia. A autora faz uma análise da origem grega da palavra psicologia, sendo que psico significa alma ou atividade da mente, e logia, termo que significa estudo. Portanto, a psicologia pode ser entendida como o estudo do comportamento humano, o qual é decorrente dos processos mentais tais como: percepção, atenção, memória, inteligência, entre outros. A palavra pedagogia, segundo a mesma autora, tem origem na Grécia Antiga. O termo paidés significa criança e ago, conduzir. A pedagogia, portanto, é compreendida como um campo do conhecimento que tem por objeto de estudo a educação e o processo de ensino e aprendizagem. Dessa forma, fica claro como o significado de psicopedagogia está ligado a todas as disciplinas que estudam o processo de aprendizagem, levando em conta os processos mentais responsáveis pela sua aquisição. A psicopedagogia surge na tentativa de integrar conhecimentos, objetivando a construção de um corpo teórico que possa dar sustentação eficaz à sua práxis, sem dividir o sujeito da aprendizagem, para compreender como este aprende.

O caráter interdisciplinar da psicopedagogia coloca-a como um campo que teoriza contemporaneamente sobre a questão da aprendizagem, efetivando sua prática na relação entre aprendizagem e saberes múltiplos.

Conhecer os pressupostos que definem a psicopedagogia no âmbito da instituição requer um entendimento anterior que perpassa pelo conceito de psicopedagogia como área de estudo, bem como compreender sua abrangência quando se define seu objeto de estudo como o ser cognoscente, aquele que busca conhecimento e aprende. Caracterizar a atuação da psicopedagogia na instituição exige a compreensão das inter-relações das diferentes unidades de análise da psicopedagogia, indivíduo, grupo, instituição e comunidade.

A psicopedagogia no âmbito institucional propõe-se, portanto, a estar atenta às inúmeras possibilidades de construção do conhecimento e valorizar o imenso universo de informações que circunda a sociedade.

Para Bossa (2000, p. 89),

a psicopedagogia institucional caracteriza-se pela própria intencionalidade do trabalho. Atuamos como psicopedagogos na construção do conhecimento do sujeito, que neste momento é a instituição com sua filosofia, valores e ideologia.

A demanda da instituição está associada à forma de existir do sujeito institucional, seja ele a família, a escola, uma empresa industrial, um hospital, uma creche, uma organização assistencial.

A Psicopedagogia institucional deve assumir o prisma de realidade preventiva como também assistencialista.

Assim, na função preventiva: [...] cabe ao psicopedagogo perceber eventuais alterações no processo de ensino-aprendizagem, favorecer a integração, promover orientações metodológicas, realizar processos de orientação (BOSSA, 2000).

Já no caráter assistencial,

psicopedagogo participa de equipes responsáveis pela elaboração de planos e projetos no contexto teórico/prático das políticas educacionais, contribuindo para que professores, diretores e coordenadores possam repensar o papel da escola frente à sua docência e às necessidades individuais de aprendizagem da criança ou, da própria “ensinagem” (BOSSA, 2000, p.07).

Infere-se assim, a função multidisciplinar do psicopedagogo institucional e a possibilidade de atuação em várias frentes nas instituições.

## **2.1 Psicopedagogia Clínica**

O Código de Ética do Psicopedagogo, define a Psicopedagogia como “(...) um campo de atuação em Saúde e Educação que lida com o processo de aprendizagem humana: seus padrões normais e patológicos considerando a influência do meio, família, escola e sociedade no seu desenvolvimento, utilizando procedimentos próprios da Psicopedagogia”.

O psicopedagogo na clínica desenvolve uma série de atividades elaboradas de acordo com as necessidades de seus pacientes. Portanto, trata-se de uma intervenção totalmente individualizada, planejada após uma avaliação criteriosa. Para isso, o profissional realiza inúmeras seguintes atividades, tais como: avaliação psicopedagógica, intervenção psicopedagógica, orientação etc...

### **2.2.1 Avaliação psicopedagógica**

Ao receber o paciente com uma queixa ou demanda, o psicopedagogo precisa realizar uma avaliação. Esse trabalho é feito de forma minuciosa e exige várias sessões, pois contempla diversos aspectos: desenvolvimento motor, cognitivo, linguagem, raciocínio lógico-matemático, entre outros. Ao final dos procedimentos, o profissional começa a trabalhar com uma hipótese diagnóstica.

O sucesso e a eficácia do diagnóstico psicopedagógico pressupõem por parte do terapeuta: profundo conhecimento teórico do processo de aprendizagem, postura clínica, capacidade de observação e instrumentos e métodos adequados (FERNÁNDEZ, 1991).

### **2.2.2 Intervenção psicopedagógica**

A partir da avaliação, o psicopedagogo cria um plano de intervenção psicopedagógica. Seu objetivo é superar as dificuldades apresentadas e principalmente ensinar o paciente a aprender. A aprendizagem acontece por meio da interação entre estímulo e cognição. Portanto, o profissional utiliza diferentes recursos para gerar esse resultado.

A intervenção psicopedagógica decorre da ação do psicopedagogo, que aliado aos procedimentos e recursos auxiliares a sua prática orientada por uma abordagem transdisciplinar focaliza a superação ou minimização das dificuldades de aprendizagem (WEISS, 2001).

### **2.2.3 Orientação**

Porém, é importante destacar que o psicopedagogo clínico não é o único responsável pelo desenvolvimento do paciente. Independentemente de se tratar de criança, jovem ou adulto, a colaboração de outros agentes é essencial.

A psicopedagogia, enquanto área de conhecimento, atua na prevenção, na análise clínica da aprendizagem e na assessoria aos professores quanto as dificuldades metodológicas na prática pedagógica. Para Bossa (2000) consiste em uma área interdisciplinar, pois integra as ciências pedagógicas, psicológicas, neuropsicológicas e psicolinguísticas. Esses profissionais, muitas vezes trabalham em equipe multiprofissional com funcionalidade interdisciplinar, realizando estudos, orientações investigando sobre a melhor forma para lidar com os casos acompanhados.

Assim, para melhor orientar, a escola, família, e outros grupos, o psicopedagogo precisa trabalhar em sintonia com outros agentes da educação e da saúde que interagem com o paciente.

A consciência a respeito das dificuldades e potencialidades de cada um está ampliando o mercado de trabalho para o psicopedagogo clínico. Muitos educadores estão se especializando na área e tendo uma experiência extremamente gratificante, além de um aumento significativo em seus rendimentos.

### **2.3 A Psicopedagogia Hospitalar**

No campo hospitalar, a Psicopedagogia como área de atuação, é ainda pouco vista, no entanto, pode auxiliar, agindo de forma preventiva e interventiva, atuando diretamente no desenvolvimento cognitivo e educacional, para favorecer a recuperação do ser humano hospitalizado.

A LDB (Leis de Diretrizes e Bases 9394/96) diz que a educação infantil, primeira etapa

da educação básica tem como finalidade o desenvolvimento integral da criança até seis anos de idade, em seus aspectos físicos, psicológicos, intelectual e social. Neste sentido a psicopedagogia no âmbito hospitalar visa promover o desenvolvimento não apenas na área cognitiva por meio de atividades psicopedagógicas, como por exemplo, a ciências, história, matemática, escrita e leitura, como também trabalham a criança ou o adolescente com o aspecto afetivo, gerando uma interação com o meio e com o próximo, por intermédio de jogos psicopedagógicos e brincadeiras lúdicas.

A classe hospitalar foi criada com o objetivo de assegurar às crianças e aos adolescentes hospitalizados a continuidade dos conteúdos regulares possibilitando um retorno após a alta sem prejuízos à sua formação escolar (PORTO, 2008). Pois, a internação, pode levar o ser humano a se tornar fragilizado, ter seu lado afetivo afetado, o afastamento da família, da escola, do âmbito social, pode ocasionar a necessidade de um acompanhamento psicopedagógico hospitalar.

A Psicopedagogia é um campo de atuação que integra saúde e educação, que trabalha com o conhecimento, sua aplicação, sua aquisição, suas distorções, diferenças e seus desenvolvimentos por meios de múltiplos processos (PORTO, 2008).

Uma das propostas para o atendimento pedagógico em hospital, segundo Fontes (2005), é “conhecer e desmistificar o ambiente hospitalar, resignificando suas práticas e rotinas”, fazendo assim desaparecer o medo que é presente na vida das crianças e jovens hospitalizados, “surgindo, em seu lugar, a intimidade com o espaço e a confiança naqueles que ali atuam” (FONTES, 2005, p.122).

O trabalho psicopedagógico hospitalar, atuando diretamente no desenvolvimento cognitivo, afetivo e educacional favorecendo a recuperação do ser humano que se encontra enfermo e distante da escola, evitando um futuro fracasso escolar, e intervindo nas dificuldades de aprendizagem encontradas durante as intervenções realizadas no decorrer do período de internamento, pode favorecer de modo impar o desenvolvimento do ser humano hospitalizado.

É necessário lembrar que a atuação da psicopedagogia hospitalar se faz diferenciada da psicopedagogia clínica, pois a mesma apresenta limitações de tempo e de saúde, assim em muitos casos, atividades deixam de acontecer porque o paciente pode não estar se sentindo bem etc...

Faz-se necessário registrar que tal oferta de ensino ou atendimento no ambiente hospitalar deve ser pensada com cautela, pois não pode ser reduzido à mera transferência das práticas do ensino regular ao ensino hospitalar, considerando as diferentes demandas dos diversos seres



humanos hospitalizados e em situação de fragilidade na saúde, social ou emocional.

A educação escolar para crianças, jovens e adultos impossibilitados de frequentar as aulas por motivo de doença que implique em internação ou tratamento prolongado em nível ambulatorial, vem se expandindo gradualmente a partir de iniciativas de profissionais da educação e da saúde.

Podemos dizer que o conceito de Psicopedagogia hospitalar é um ramo da educação que proporciona a criança e ou adolescente hospitalizado uma recuperação mais aliviada através de atividades lúdicas, pedagógicas e recreativas, ou seja, uma forma de humanizar, de tornar mais prazeroso aquele ambiente pesado que na maioria das vezes traz infelicidade para as crianças, jovens ou adultos hospitalizados.

Trata-se sim, de uma forma ainda incipiente de atendimento, que cresce devido a demanda e ao novo entendimento das carências sócio emocionais, sobretudo depois da pandemia da COVI-19 que ainda assola sociedades e causa estragos gigantescos na vida das crianças, jovens e adultos. Nesse momento, a atuação do Psicopedagogo (a), tornou-se ainda mais necessária, seja no âmbito, institucional, clínico ou hospitalar.

Bom, de forma transparente, abordou-se sobre a Psicopedagogia Institucional, Clínica e Hospitalar, todavia, o campo de pesquisa é a Psicopedagogia Institucional em um ambiente acadêmico.

### **3 LINHAS TRAÇADAS**

Na metodologia adotou-se a tática da observação participante, acolhida por nossa pesquisa. O principal objetivo é compreender na prática de que forma o Núcleo de Apoio ao Discente oferece apoio psicopedagógico aos acadêmicos do ensino superior, e como objetivos específicos, identificar a função e atribuição do psicopedagogo institucional e constatar os atendimentos realizados na faculdade no núcleo de apoio psicopedagógico. Na educação, o que temos, normalmente, são pesquisas de tipo etnográfico, segundo Marli André (1995), que fazem uso de algumas das táticas costumeiras da etnografia, de toda forma, o que aqui apresenta-se são dados de uma pesquisa em instituição de ensino superior.

Para tanto, a pesquisa, foi realizada em forma de observação junto ao Núcleo de Apoio ao Discente da Faculdade X, no período vespertino (compreendido entre 13 e 17 horas), durante 25 (vinte e cinco) dias.

No período de desenvolvimento da pesquisa objetivou-se compreender na prática de que forma o Núcleo de Apoio ao Discente oferece apoio psicopedagógico aos acadêmicos do

ensino superior, e ainda, identificar a função e atribuição do psicopedagogo institucional e constatar os atendimentos realizados na faculdade.

Conforme Plano de Desenvolvimento Institucional (2021-2022), a Faculdade X possui uma Política de apoio ao discente. A política de atendimento aos discentes adotada pela Faculdade preconiza o atendimento de todos os acadêmicos por meio do Núcleo de Apoio ao Discente que tem como objetivos atender, mediar e solucionar situações que possam surgir no decorrer da vida acadêmica do corpo discente (KAWANO, 2022).

No decorrer da pesquisa compreendeu-se que a política de atendimento aos discentes contempla programas de acolhimento e permanência deste, com programas de acessibilidade, monitoria, nivelamento, intermediação e acompanhamento de estágios não obrigatórios remunerados, além do apoio psicopedagógico – que é o nosso foco.

A Faculdade disponibiliza o Núcleo de Apoio ao Discente (NAD), o qual, presta assistências, como: acessibilidade metodológica e instrumental, monitoria, nivelamento, intermediação e acompanhamento de estágios não obrigatórios remunerados, participação em centros acadêmicos, programa de bolsas e auxílio, intercâmbios nacionais e internacionais para os discentes e políticas de egresso.

#### Núcleo de Apoio ao Discente (NAD)

Conforme prescrito no PDI 2021-2025, o Núcleo de Apoio ao Discente (NAD), da Faculdade estabelece como suas finalidades:

Oferecer suporte necessário aos acadêmicos, para um melhor aproveitamento no processo ensino-aprendizagem e acompanhamento do programa de monitoria;

Acompanhar o desempenho acadêmico, evasão escolar, índices de aproveitamento e dificuldades de acesso ao ambiente virtual de aprendizagem e demais atividades, como a intermediação dos discentes com empresas das regiões, para estágios não obrigatórios;

Acompanhar necessidades de bolsas e auxílio financeiros;

Mediar sempre que necessário relações entre docentes/tutores e discentes a partir de informações vindas da Ouvidoria;

Receber e acolher professores e tutores novos na faculdade - processo de ambientalização;

Capacitar professores e tutores para excelência no ensino com foco em práticas inovadoras, capacitação continuada;

Oferecer apoio aos docentes e tutores em questões pedagógicas e relacionados ao processo de ensino-aprendizagem.

A IES – instituição de ensino superior conta com uma psicóloga responsável pelo NAD.

#### Núcleo de Apoio Psicopedagógico (NAPS)

A IES conta também com o Núcleo de Apoio Psicopedagógico (NAPS) integrado ao Núcleo de Apoio ao Discente que versa sobre o apoio psicopedagógico aos acadêmicos.

Conforme prescrito no PDI 2021-2025 o atendimento do NAPS visa:

Capacitar acadêmicos para atuar em atividades que envolvam a participação em grupos, desenvolvendo a compreensão da importância do respeito à diversidade;

Identificar problemas no processo de aprendizagem do acadêmico, que podem envolver aspectos cognitivos, afetivos, funcionais e sociais. A partir da identificação de possíveis dificuldades.

Fornecer orientação vocacional, através de entrevistas, discussões, participação em palestras, levantamento do perfil do profissional da área, com o intuito de identificar habilidades e competências a serem desenvolvidas pelo Acadêmico que escolhe a formação acadêmica no curso.

Promover ações de acolhimento e permanência, acessibilidade metodológica e instrumental dos acadêmicos.

A IES conta com uma psicóloga responsável pelo NAPS e há realização de atendimento via WhatsApp disponibilizado no site institucional.

#### Programa de acolhimento e permanência do discente

A IES oferece aos seus discentes diversas ações que promovem o seu acolhimento e a sua permanência. Entre as ações de acolhimento, foram desenvolvidas atividades de recepção de calouros. A Faculdade conta com a equipe técnica (NAD e NAPS) responsável pela recepção, pelo acolhimento e pela fidelização do discente, desde o calouro até o veterano. Essa equipe tem como escopo receber o acadêmico ingressante logo após sua matrícula, acompanhando-o em diversas situações de adaptação e acolhimento aos processos discentes, além de auxiliá-lo com questões diversas, tais como orientação concernente às tecnologias de informação e às comunicações presentes em seu curso, bem como encaminhamento de informativos para os acadêmicos calouros até o início das aulas.

Para os acadêmicos calouros, no primeiro dia de aula, há uma recepção por parte desta equipe, direcionando-os para a aula inaugural e para uma visita guiada, na qual é apresentada toda a infraestrutura de apoio, disponibilizada aos discentes, bem como o Ambiente Virtual de Aprendizagem.

Ainda no que diz respeito ao acolhimento, são desenvolvidas ações de professores, tutores e coordenadores de curso junto aos discentes, presencial ou a distância, cultivando e formando o desenvolvimento de competências sócio afetivas, por meio de grupos de estudo, de extensão e ensino.

## Política de atendimento às pessoas com necessidades especiais

Conforme prescrito no PDI 2021-2025, para a Faculdade assegurar a acessibilidade plena é conferir direitos, assegurados com condições de igualdade no acesso, na permanência e na terminalidade dos estudos na Faculdade.

A instituição conta com o Núcleo de Inclusão, Direitos Humanos e Acessibilidade (NIDA) da Faculdade, que tem por finalidade implementar política de direitos humanos, de inclusão e de acessibilidade (arquitetônica, atitudinal, pedagógica, nas comunicações, digital), nos termos da legislação vigente, promovendo ações de garantia dos direitos humanos, acesso, permanência e acompanhamento à pessoa com deficiência de natureza física, mental, intelectual, sensorial e com Transtorno do Espectro Autista (TEA), ao convívio acadêmico/institucional e à equidade de oportunidades para participação de todas as atividades ofertadas pela Faculdade.

## Programa de Monitoria

Conforme descrito no PDI 2021-2025 a Faculdade, possui Programa de Monitoria com o objetivo de auxiliar na formação do discente, promovendo a integração de conhecimento entre os acadêmicos, possui o Programa de Monitoria, que tem como objetivos propostos:

- Favorecer a participação dos acadêmicos na execução de atividades de ensino;
- Incentivar a melhoria do processo ensino-aprendizagem, promovendo a cooperação acadêmica entre acadêmicos e professores;
- Minimizar possíveis índices de reprovações, evasões e falta de motivação pelos conteúdos ministrados pelos professores;
- Proporcionar melhoria na qualidade do ensino;
- Oferecer ao acadêmico experiência nas atividades técnicas, didáticas e científicas, relacionada aos conteúdos estudados;
- Oferecer oportunidade e interesse pela carreira docente;
- Aprofundar o conhecimento do monitor sobre o conteúdo da disciplina.

As atividades de monitoria serão desenvolvidas durante o semestre letivo regular, com carga horária a combinar com o professor responsável pelo componente curricular em que se realiza a monitoria, sob a supervisão permanente do coordenador do curso, podendo ocorrer de forma presencial ou por meio do Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA).

## Atividades de Nivelamento

A Faculdade, com o intuito de promover e estimular o aprimoramento do desempenho acadêmico de seus discentes, desenvolve o Programa de Nivelamento para acadêmicos de graduação, conforme descrito em documento próprio.

Permanentemente, são oferecidas aulas especiais sobre Língua Portuguesa. As aulas, cuja adesão é optativa ao Acadêmico, são ofertadas na modalidade a distância por meio do AVA.

O programa de nivelamento visa ofertar condições para o desenvolvimento do conhecimento e capacitação que corresponda as necessidades pessoais e coletivas, através de recursos e estratégias de ensinar e entender o processo de construção de conhecimento.

O Nivelamento de Língua Portuguesa é gratuito, oferecido em 40 (quarenta) horas e a Faculdade disponibiliza o material didático *online*. As atividades são a distância, pelo Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA).

Após breve relato sobre o Núcleo de Apoio ao Discente, Núcleo de Apoio Psicopedagógico, Programa de Acolhimento, Política de Atendimento as Pessoas com Deficiência, Programa de Monitoria e Atividades de Nivelamento - todos setores que de uma forma ou de outra o psicopedagogo está envolvido, percebeu-se de forma bastante transparente que o Núcleo de Apoio Psicopedagógico desenvolve acompanhamento breve, que compreende até dez sessões, quando é feita a avaliação psicopedagógica por meio de entrevistas e aplicação de instrumentos formais, é realizada a conscientização do acadêmico de sua problemática e, se necessário, o encaminhamento para outros profissionais (médicos, psicólogos, fonoaudiólogos) e realizada.

A psicóloga integrante do Núcleo de Apoio Psicopedagógico colabora para o desenvolvimento das competências ou habilidades dos acadêmicos que possam apresentar dificuldades de aprendizagem ou deficiências, com ações tais como:

Encaminhamento para atendimento pedagógico, psicológico, fonoaudiológico, de todo acadêmico que demandar algum atendimento específico;

Atendimento e identificação das intervenções necessárias a permanência dos acadêmicos na IES, sejam didáticas ou referentes a acessibilidade.

Percebeu-se ainda, que a psicopedagoga atua em várias frentes na instituição. A ação interventiva da psicopedagoga institucional ressalta as aprendizagens múltiplas construídas no contexto do sujeito, o aproveitamento de antigas aquisições e a sua reestruturação psicológica, por intermédio da crença na sua capacidade de aprender sempre.

Compreendeu-se no decorrer da pesquisa que a ampliação no âmbito da Psicopedagogia nos dá a possibilidade tanto de estudar o sujeito individual em profundidade, quanto de ultrapassar estes conceitos para o macrossistema, os quais antes não tinham sido pesquisados e que hoje, principalmente durante a pandemia da COVID-19, são extremamente necessários nas instituições.

#### 4. CONSIDERAÇÕES

Os dados apresentados aqui em forma de pesquisa evidenciam diferentes formas de atuação do psicopedagogo institucional. Percebeu-se que na ponte entre os campos do saber psicológico e pedagógico nasce a Psicopedagogia.

A psicopedagogia tem frentes de trabalho tais como institucional, clínica e hospitalar. Neste estudo vivenciamos a psicopedagogia institucional, na confrontação entre aquilo que está construído no campo teórico dos documentos institucionais e a aplicabilidade destes em uma prática concreta, que se apresentou singular e inusitada, pois, no que se refere ao apoio psicopedagógico aos acadêmicos percebeu-se que a atuação do profissional do psicopedagogo institucional é mais abrangente do que se supõe.

Percebeu-se a pouca procura pelos acadêmicos pelos serviços de psicopedagogia, de toda forma a atuação do psicopedagogo aparece evidenciada em frentes, tais como: no núcleo de apoio ao discente, no núcleo de apoio psicopedagógico, em programas de acolhimento, nos atendimentos às dúvidas dos docentes e dos colaboradores técnicos-administrativos sobre as pessoas que apresentam necessidade especiais etc...

Sugere-se ao leitor que pesquisas sejam realizadas para desmistificar ainda mais a intrigante atuação do psicopedagogo institucional – profissional que atua em várias frentes nas instituições.

Percebeu-se que o psicopedagogo exerce um relevante papel na instituição no que diz respeito ao bom andamento das atividades pedagógicas, psicológicas, sociais, inclusivas etc...

Entende-se que cada instituição tem seu método, suas necessidades e expectativas e o psicopedagogo deverá percebê-las para que efetivamente cumpra seu papel. Para isso, faz-se necessário que a equipe institucional confie e acredite no profissional e esteja solícita a aceitar mudanças.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRÉ, M. E. D. **Etnografia da prática escolar**. Campinas: Papyrus, 1995.

Associação Brasileira de Psicopedagogia (ABPp). **Código de ética do psicopedagogo**. Disponível em: [https://www.abpp.com.br/wp-content/uploads/2020/11/codigo\\_de\\_etica.pdf](https://www.abpp.com.br/wp-content/uploads/2020/11/codigo_de_etica.pdf) Acesso em 30/07/2022

BOSSA, N. A. **A psicopedagogia no Brasil: contribuições a partir da prática**. 2. ed. Porto Alegre:

Artmed, 2000.

BRANDÃO, C. R. Reflexões sobre como fazer trabalho de campo. **Sociedade e Cultura**, v. 10, n. 1, p. 11-27, 2007.

BRASIL. **Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional**, LDB. 9394/1996.

Fernández, A. A. **Inteligência aprisionada**. Porto Alegre: Artes Médicas; 1991.

FONTES, Rejane de S. **O Desafio da Educação no Hospital**. Revista Presença Pedagógica, v. II n. 64 Jul/Ago. 2005. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/er/n30/a12n30.pdf>. Acesso em 30/07/2022.

KAWANO, P. H. **PDI – Plano de Desenvolvimento Institucional : 2021 - 2025 / Patricia Harue Kawano... [et al.] (organizadores)**. – Campo Grande : Faculdade Prime, 2022.

PORTO, O. **Psicopedagogia Hospitalar: Intermediando a Humanização na Saúde**, Edição I, Editora AWK, 2008.

VEIGA, E.C. **Psicopedagogia: da Epistemologia Convergente a Psicopedagogia Modular**. Copyright Universidade Positivo, 2014

WEISS, Maria Lucia Lemme. **Psicopedagogia clínica: uma visão diagnóstica dos problemas de aprendizagem escolar**. 6. ed. Rio de Janeiro: DP & A., 2001.







