

CLÍNICA RACIALIZADA SOB UM OLHAR PSICANALÍTICO: UMA FORMAÇÃO DEFICITÁRIA

CLEIA OLIVEIRA DOS SANTOS
CLEIANE OLIVEIRA DOS SANTOS
MICHELE SAGRES LIMA
CAROL GODOI HAMPARIAM

Resumo: Esta pesquisa explora as lacunas na formação de psicólogos para lidar com questões étnico-raciais na prática clínica, destacando a insuficiência das abordagens acadêmicas no tratamento crítico do racismo. O objetivo central da pesquisa, investigar e analisar possíveis lacunas na formação acadêmica dos psicólogos diante da questão étnico-racial, visando compreender os impactos do manejo adequado ou equivocado nas práticas profissionais. Esta abordagem é de extrema relevância, pois as questões raciais não apenas impactam a vida dos indivíduos, mas também influenciam a relação terapêutica e os resultados do processo psicoterapêutico, ressaltando a importância de uma formação mais inclusiva para minimizar desigualdades sociais e promover uma prática mais ética. Com base em uma metodologia qualitativa, o estudo baseia-se em entrevistas com psicólogos de diferentes raças para analisar suas percepções sobre a formação recebida e como ela influencia suas práticas profissionais. A pesquisa também realiza uma análise comparativa das grades curriculares de diversas universidades, buscando identificar se e como o racismo é abordado. A partir da aplicação da metodologia, os resultados mostram insuficiência na formação sobre questões raciais. Conclui-se que, a pesquisa reforça a importância de compreender o racismo estrutural, a fim de promover intervenções terapêuticas mais eficazes para a população negra.

Palavras-chave: formação de psicólogos; racismo; prática clínica; psicanálise; universidades.

Referências:

FANON, Frantz. **Pele negra, máscaras brancas**/Frantz Fanon; título original: Peau noire, Masques blancs; traduzido por Sebastião Nascimento e colaboração de Raquel Camargo; São Paulo: Ubu Editora, 1952.

FREUD, S. Introdução ao Narcisismo. In: Obras Completas Volume 12: **Introdução ao narcisismo, ensaios de metapsicologia e outros textos**. Tradução por Paulo César de Souza. São Paulo: Companhia das Letras, 1914.

RIBEIRO, Djamila. **Pequeno manual antirracista**. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

SOUZA, Neusa, S. **Tornar-se negro ou as vicissitudes da identidade do negro brasileiro em ascensão social**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 1983.

COLOR GRADING E A ARTE DA MANIPULAÇÃO DE CORES NOS PROTAGONISTAS E VILÕES DOS FILMES: HOMEM-ARANHA E BATMAN

KHAUAN PEREIRA SILVA
PEDRO MESSIAS DE OLIVEIRA BOTELHO
LUCAS ALESSANDRO CARDOSO
VINICIUS SANCHEZ DOS SANTOS

Resumo: A aplicação cuidadosa e estratégica da gradação de cores no processo de pós-produção audiovisual desempenha um papel fundamental na transmissão de mensagens e nas percepções emotivas do público. A partir disso, a presente pesquisa visou a verificar a influência direta do color grading e da psicologia das cores nas produções audiovisuais e como ambos contribuem para um entendimento mais completo da linguagem adotada em cada obra. O impacto do color grading é importante, pois contextualiza cenários culturais, enriquecendo a compreensão da diversidade nas mídias visuais e sua importância na comunicação emocional. Para esta pesquisa, utilizou-se uma revisão bibliográfica sobre o conteúdo abordado em repositórios nacionais, por meio de livros, artigos científicos e monografias, bem como o método indutivo, o qual permitiu uma análise profunda desse processo. Como estudo de caso, foi realizada a análise de duas obras audiovisuais: Homem Aranha (2002) e Batman: O Cavaleiro das Trevas (2008), comparando suas semelhanças, diferenças e relacionando ao color grading e a psicologia das cores, também realizando uma comparação entre as personalidades dos vilões e, por fim, fazendo uma relação com o personagem Macaco Louco da animação As Meninas SuperPoderosas (1998), demonstrando alguns padrões abordados pela indústria. As seleções cromáticas não apenas servem para distinguir os personagens e estabelecer contrastes entre protagonistas e antagonistas, mas também enriquecem a narrativa e a experiência cinematográfica como um todo. Ao longo dos filmes e das personalidades analisadas, a gradação de cores e a psicologia por trás delas são habilmente empregadas para criar atmosferas emocionais, ressaltar temas centrais e comunicar as complexidades dos personagens. Dessa forma, percebe-se que a utilização da psicologia das cores nos filmes "Homem-Aranha" (2002) e "Batman: O Cavaleiro das Trevas" (2008) ilustra o poder do cinema como uma forma de expressão visual, na qual cada decisão estética é meticulosamente ponderada para proporcionar uma experiência envolvente e impactante para o público. Por meio da linguagem visual das cores, esses filmes transcendem a tela e nos transportam para universos de imaginação, emoção e reflexão, deixando uma impressão duradoura em nossa apreciação do cinema.

58

Palavras-chave: audiovisual; color grading; protagonistas; psicologia das cores; vilões.

Referências:

GOMES, Gabriel Passarelli. **A imagem filmica na era do color grading digital: a narratividade da cor e o look teal & orange em filmes blockbuster.** 2017. 70 f. Monografia (Especialização) - Curso de Curso de Bacharelado em Cinema e Audiovisual, Instituto de Artes e Comunicação Social, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2017. Disponível em: <http://www.rascunho.uff.br/ojs/index.php/rascunho/article/view/209/167>. Acesso em: 16 out. 2023.

PAIVA, Ana Claudia Graça de. **O potencial estético e narrativo da cor: color grading e o look neon.** 2020. 68 f. Monografia (Especialização) - Curso de Curso de Bacharelado em Cinema e Audiovisual, Instituto de Artes e Comunicação Social, Universidade Federal

Fluminense, Niterói, 2020. Disponível em:
https://app.uff.br/riuff/bitstream/handle/1/25084/TCC_ANA_CLAUDIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 14 nov. 2023.

RAAD, Júlia Vieira. **Linguagem e interação da cor aplicados ao color grading**. 2018. 71 f. Monografia (Especialização) - Curso de Curso de Bacharelado em Cinema e Audiovisual, Instituto de Artes e Comunicação Social, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2018. Disponível em: <http://www.rascunho.uff.br/ojs/index.php/rascunho/article/view/212/176>. Acesso em: 12 out. 2023.

RIOS, Priscila Gewehr. **As cores no universo cinematográfico: paletas de cores utilizadas na saga Harry Potter**. 2021. 35 f. Monografia (Especialização) - Curso de Arquitetura, - Departamento de Design e Expressão Gráfica, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2021. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/226212>. Acesso em: 12 out. 2023.

COMO O BRINCAR HEURÍSTICO CONTRIBUI PARA O DESENVOLVIMENTO COGNITIVO DAS CRIANÇAS NA EDUCAÇÃO INFANTIL

ISABELY ALINE SEIXAS BARBOSA
KAMILLY MACHADO BARBOSA
ANDERSON BENÇAL INDALÉCIO

Resumo: O brincar heurístico exerce uma influência profunda no desenvolvimento cognitivo infantil. Esta forma de brincadeira, centrada na exploração intuitiva de objetos e materiais, desencadeia a estimulação da criatividade e imaginação das crianças na educação infantil. Além disso, essa forma de brincadeira promove a autonomia e a confiança, uma vez que as crianças são encorajadas a explorar e aprender de maneira independente. A pesquisa realizada teve como intenção buscar respostas para o seguinte problema de pesquisa: Quais são as contribuições do brincar heurístico para o desenvolvimento cognitivo das crianças na educação infantil? A metodologia utilizada foi revisão teórica, concentrado em revisão de literatura, analisamos teorias e práticas pedagógicas que destacam a importância do brincar heurístico no desenvolvimento infantil. Abordamos como a exploração de diversos materiais e a liberdade para explorar podem favorecer a capacidade de criar e inovar nas crianças, contribuindo para seu crescimento cognitivo, emocional e social. A pesquisa analisou as contribuições do brincar heurístico na educação infantil. Como resultado, podemos confirmar que o uso de brinquedos não estruturados contribui de maneira significativa para o desenvolvimento cognitivo das crianças na primeira infância. Assim, concluiu-se que a utilização do brincar heurístico na educação infantil, traz benefícios significativos para o desenvolvimento das habilidades cognitivas das crianças. Essa abordagem, que envolve a exploração criativa com brinquedos não estruturados, favorece o desenvolvimento da percepção, atenção, memória e raciocínio. Portanto, o brincar heurístico se mostra uma estratégia promissora para ser adotada na prática educacional, estimulando a aprendizagem, cognição, e autonomia das crianças.

60

Palavras-chave: desenvolvimento cognitivo; educação infantil; brincar heurístico; exploração.

Referências:

FOCHI, Paulo. **O brincar heurístico na creche:** percursos pedagógicos no Observatório da Cultura Infantil - OBECI. Porto Alegre: Paulo Fochi Estudos Pedagógicos, 2018.

MEIRELLES, Darciana da Silva. **Brincar heurístico:** a brincadeira livre e espontânea das crianças de 0 a 3 anos de idade. Trabalho de Conclusão do Curso de Especialização em Docência na educação Infantil. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Faculdade de Educação. Porto Alegre, 2016.

NOVAIS, Samara Santana; FRANCO, Simone Carla Delfino. Brincar heurístico: aprendizagem lúdica, livre e significativa na educação infantil. **Revista Panorâmica online**, v. 36, 2022.

SOUZA, Lisânias Cornélia de. **A importância da brincadeira na educação infantil.** Faculdade de Educação da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2007.

COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA: IMPACTOS E DESAFIOS DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

CAMILLY BORIM OLIVEIRA
VITOR FREITAS CHAVES
VANESSA DE CASTRO GOMES ARAUJO

Resumo: No contexto em que as inteligências artificiais demonstram sua habilidade em processar dados em larga escala e segmentar mensagens, é crucial destacar o papel das inovações e das adaptações contínuas. A partir dessa proposição, este estudo buscou compreender o impacto da inteligência artificial (IA) na comunicação publicitária, analisando seus benefícios e malefícios e a sua capacidade para enfrentar desafios no setor. A justificativa se baseia no fato de que o mercado publicitário precisa se destacar frente às IAs, devido à crescente automação e personalização das interações com o público. A abordagem metodológica adotada visou a compreender como a comunicação publicitária enfrentou os desafios da IA, de forma qualitativa, por meio de uma revisão bibliográfica, com a leitura de livros, artigos, dissertações e teses de repositórios nacionais. Além disso, realizou-se um estudo de caso, tomando como base as campanhas publicitárias de lançamento do Apple Vision Pro, uma nova geração de óculos inteligentes e da nova versão da Kombi, da marca Volkswagen, ambas destacam como a inteligência artificial tem impactado e desafiado o cenário publicitário. Percebeu-se, na investigação, a importância de compreender como a inteligência artificial pode integrar o mercado e como sua autonomia representa uma base de dados que pode auxiliar a elaboração de campanhas publicitárias, mas que ainda carece de um desenvolvimento, no sentido de aliar seu mecanismo de coleta de dados à percepção dos problemas de mercado atuais, para permitir enfrentar e superar as constantes incertezas do mercado publicitário.

61

Palavras-chave: comunicação publicitária; inteligência artificial; inovação.

Referências:

- MEDEIRO JUNIOR, Alberto de; AMORIM, Beatriz Prieto de; TABATA, Paula Ikeda; FELICISSIMO, Victoria Rodrigues da Cunha. Os impactos da inteligência artificial nas estratégias de marketing. **Refas**, São Paulo, v. 9, n. 1, p. 1-24, out. 2022. Disponível em: https://www.mackenzie.br/fileadmin/ARQUIVOS/Public/6-pos-graduacao/upm-higienopolis/mestrado-doutorado/admin-desenv-negocios/2023/18_Os_Impactos_da_Intelig%C3%Aancia_Artificial_nas_Estrat%C3%A9gias_de_Marketing.pdf. Acesso em: 09 out. 2023.
- MENEZES, Guilherme. VW usa IA para unir Elis Regina e Maria Rita em dueto ao volante da Kombi. **UOL**. São Paulo. 2023. Disponível em: <https://www.uol.com.br/carros/noticias/redacao/2023/07/04/vw-usa-ia-para-unir-elis-regina-e-maria-rita-em-duetto-ao-volante-da-kombi.htm>. Acesso em: 05 mar. 2024.
- PANCINI, Laura. Apple Vision Pro e o desafio de unir óculos à tecnologia; veja promessas similares que fracassaram: Google Glass e Spectacles, do Snapchat, são dois exemplos que podem acabar sendo um presságio para o projeto de Tim Cook. **Exame**, 2024. Disponível em: <https://exame.com/tecnologia/apple-vision-pro-e-o-desafio-de-unir-oculos-a-tecnologia-veja-promessas-similares-que-fracassaram/>. Acesso em: 12 mar. 2024.

RESEARCH, Nord. Apple Vision: Como funciona o dispositivo de realidade mista: Entenda como funciona o Apple Vision Pro e como ele promete revolucionar o campo da realidade virtual e inteligência artificial. **Nord News**, 2023. Disponível em: <https://www.nordinvestimentos.com.br/blog/a-cadeia-de-suprimentos-do-apple-vision/>. Acesso em: 19 mar. 2024.

CONFLITO ENTRE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E A CONSERVAÇÃO DA FAUNA: UMA ANÁLISE DA EXPANSÃO DA AGRICULTURA EM DETRIMENTO DA VIDA DAS ABELHAS

IZADORA MORO SAMPAIO
RENATA LACERDA BORGES SCAMATI

Resumo: Atualmente, vê-se constantemente a tentativa de implementação de medidas ambientais que busquem preservar o que ainda resta de meio ambiente no mundo. Isso porque, a Terra vem sofrendo uma crise ambiental fortíssima que está ocasionando diversos danos a sua população. Pouco se discute é que a consequência dessa crise advém das próprias condutas humanas de degradação ambiental geral, ocorridas desde a época da Revolução Industrial em meados do século XVIII. Diante disso, abre-se a porta para pensamentos mesquinhos e sem bases científicas, considerando o desenvolvimento e a conservação da natureza como antagônicos, justificando os danos ambientais em razão do progresso dos países. Surge a dúvida acerca do desenvolvimento econômico e sua relação com a conservação da fauna, em específico na expansão da agricultura, pois o *ç*agro é pop, o agro é tech e o agro é tudo, em desfavor da morte de milhões de abelhas anualmente, inclusive de espécies já ameaças de extinção no Brasil. O estudo sobre a questão mostrou-se importante, já que se por um lado a Constituição Federal de 1.988 e os Tratados Internacionais Ambientais dos quais o Brasil é signatário, tratam sobre a necessidade de conservação ambiental, incluindo proteção d fauna e flora como uma garantia não só das gerações presentes, mas também das futuras que irão sofrer, igualmente, as consequências. A partir dessa proposição, o objetivo do artigo foi o estudo sobre as legislações de proteção da fauna, permissões de uso de agrotóxicos no Brasil e suas interdisciplinaridades, com a importância das abelhas para o ecossistema. A metodologia utilizada foi análise legislativa, doutrinária e científica para entender acerca das nuances que circundam a temática. Diante disso, a pesquisa verificou a possibilidade da junção de um desenvolvimento econômico com a conservação da fauna, de modo que é possível o uso de pesticidas que não utilizam substâncias tóxicas para as abelhas, pois elas não perdem a vida por um desenvolvimento desconhecido e incerto. Portanto, concluiu-se que o Brasil dispõe de legislações e tratados com aplicabilidade nessa esfera, todavia, também dispõe de permissões que vão de encontro àquelas pactuadas para defesa ambiental, que deve aclarar a sua real visão sobre o assunto, por meio de edições normativas. Assim, de fato, poderá o agro continuar sendo pop, tech e tudo, mas sem que seja a causa de destruição de espécies de abelhas e conseqüentemente, das famílias que dependem de suas criações.

63

Palavras-chave: direito ambiental; agronomia; proteção da fauna.

Referências:

COSTA, Giulia. Biodiversidade e Desenvolvimento Econômico: aliados por um futuro sustentável. **SITAWI**, São Paulo, 19 jun. 2024. Disponível em: <https://sitawi.net/biodiversidade-e-desenvolvimento-economico-aliados-por-um-futuro-sustentavel/>. Acesso em: 30 set. 2024.

FARIAS, Talden. A proteção do meio ambiente e a garantia do desenvolvimento econômico (parte 1). **Consultor Jurídico**, São Paulo, 04 mai. 2019. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2019-mai-04/ambiente-juridico-protecao-meio-ambiente-desenvolvimento-economico/>. Acesso em: 01 out. 2024.

FREITAS, Hélen. Agrotóxicos: morte de 112 milhões de abelhas levanta polêmica no interior de SP. **Repórter Brasil**, São Paulo, 30 jun. 2023. Disponível em: <https://reporterbrasil.org.br/2023/06/agrotoxicos-morte-de-abelhas-levanta-polemica/>. Acesso em: 01 out. 2024.

LOYOLA, Rafael. A perda de biodiversidade gera instabilidade econômica do planeta. **OECD**, Rio de Janeiro, 22 jan. 2020. Disponível em: <https://oeco.org.br/colunas/a-perda-de-biodiversidade-gera-instabilidade-economica-do-planeta/>. Acesso em: 30 set. 2024.

CRIAÇÃO DE ESTRATÉGIA DE MARKETING DE BOCA A BOCA NA ERA DIGITAL

ARTHUR FELIPE ROMANCINI
EMILLY FERNANDA DE FREITAS BARBERÁ
VANESSA MARA PAGLIARANI ZEITUNE

Resumo: Um conteúdo eficaz vai além das simples postagens em um meio digital e envolve uma estratégia de marca bem definida, com um propósito claro. Ao estabelecer esse objetivo corporativo e alinhá-lo às necessidades dos usuários, o conteúdo ganha significado e relevância. A partir disso, o presente artigo teve como objetivo analisar a importância da criação de estratégia de marketing de boca a boca digital, com o fito de impulsionar negócios. Justifica-se tal proposição, já que se considera essencial entender esse processo, por meio de uma abordagem estruturada, no sentido de capturar a atenção do público e apresentar o propósito da marca, demonstrando a sua relevância, destacando como ela se relaciona com as necessidades e desejos dos usuários. Para tanto, realizou-se uma pesquisa bibliográfica sobre o marketing boca a boca no meio digital, com o intuito de constatar se essa estratégia tem se tornado relevante na era da internet. Realizaram-se, além disso, dois estudos de caso de influencers digitais que promoveram o marketing boca a boca, com perspectivas divergentes. Uma delas com êxito e a outra com resultado negativo. Concluiu-se que esse tipo de marketing é capaz de influenciar significativamente o comportamento do consumidor e suas decisões de compra. Ademais, nele, as recomendações e avaliações de usuários têm peso maior do que as publicidades tradicionais. Utilizá-la, de forma efetiva, pode ser uma vantagem competitiva para as empresas. Verificou, além disso, que o ambiente digital é influenciado por criadores de conteúdo que detêm o poder de moldar tendências e padrões sociais. No entanto, é fundamental realizar um marketing consciente, considerando, tanto o público-alvo quanto a identidade da marca para evitar feedbacks negativos e salvaguardar a reputação do produto, marca ou serviço.

65

Palavras-chave: boca a boca; consumidor; digital; marca.

Referências:

DAHIYA, Rekha; GAYATRI. A Research Paper on Digital Marketing Communication and Consumer Buying Decision Process: an empirical study in the indian passenger car market. **Journal Of Global Marketing**. Londres, p. 73-95. 29 set. 2018. Disponível em:

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/08911762.2017.1365991>. Acesso em: 07 maio 2024.

GODIN, Seth. **A vaca roxa:** como transformar o seu negócio e se destacar dos concorrentes. Rio de Janeiro: Best Business, 2022. Disponível em: https://www.amazon.com.br/vaca-roxa-transformar-destacar-concorrentes/dp/8568905722#featureBulletsAndDetailBullets_feature_div. Acesso em: 09 out. 2023.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0:** do tradicional ao digital. 4. Rio de Janeiro: Sextante, 2017. 208 p. Disponível em: https://books.google.com.br/books/about/Marketing_4_0.html?id=k6osDwAAQBAJ&source=kp_book_description&redir_esc=y. Acesso em: 09 out. 2023.

PEREIRA, Isabela Correa; SANTOS, Rejane Heloise dos. Marketing e marketing digital para pequenos negócios: um estudo em uma pequena empresa do ramo de auto center.

Empreendedorismo, Gestão e Negócios, Pirassununga, v. 10, n. 10, p. 469-485, 2021.

Disponível em: <https://fatece.edu.br/arquivos/arquivos->

[revistas/empreendedorismo/volume10/Isabela%20Correa%20Pereira_%20Rejane%20Heloise%20dos%20Santos.pdf](https://fatece.edu.br/arquivos/arquivos-revistas/empreendedorismo/volume10/Isabela%20Correa%20Pereira_%20Rejane%20Heloise%20dos%20Santos.pdf). Acesso em: 13 nov. 2023.

DANOS CAUSADOS NOS AMBIENTES VIRTUAIS: UMA ANÁLISE JURÍDICA DA RESPONSABILIDADE CIVIL DAS REDES SOCIAIS EM CASO DE PUBLICIDADE ENGANOSA

ALEXANDRO FERNANDES DOMINGOS
WALTER FRANCISCO SAMPAIO NETO

Resumo: O artigo aborda a evolução da internet e seu impacto no comércio eletrônico, enfatizando o crescimento das redes sociais como plataformas de publicidade. Com o surgimento dessas mídias, o acesso ao consumo foi significativamente facilitado, permitindo que empresas se conectassem diretamente com os consumidores. Entretanto, o aumento da publicidade nas redes sociais trouxe consigo desafios, especialmente no que diz respeito às práticas abusivas, como a publicidade enganosa. Diante disso, o estudo se propõe a investigar a responsabilidade civil das redes sociais ao veicularem esse tipo de conteúdo, analisando se elas devem ser responsabilizadas pelos danos causados aos consumidores. A justificativa para este estudo está na crescente relevância das redes sociais como canais de comércio e comunicação. Com bilhões de usuários ativos globalmente, essas plataformas exercem influência direta sobre o comportamento dos consumidores, tornando-se terreno fértil para a disseminação de informações comerciais. No entanto, essa mesma influência pode ser explorada de maneira inadequada, como no caso de anúncios enganosos que levam o consumidor a tomar decisões equivocadas, gerando prejuízos financeiros e até emocionais. Diante desse cenário, torna-se essencial compreender se as plataformas, além dos anunciantes, devem arcar com a responsabilidade pelas publicidades enganosas que hospedam. A pesquisa, de natureza qualitativa e baseada em levantamento bibliográfico em repositórios nacionais, visa a responder a essa questão à luz do Código de Defesa do Consumidor (CDC) e das diretrizes do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR). Estes instrumentos impõem limites à prática publicitária, buscando proteger os consumidores contra abusos. A conclusão indica que, apesar das redes sociais não serem diretamente responsáveis pela criação dos anúncios, há um crescente entendimento de que elas devem adotar medidas mais rigorosas para evitar a propagação de conteúdos enganosos, assumindo parte da responsabilidade pelos danos que tais práticas possam causar.

67

Palavras-chave: publicidade enganosa; redes sociais; responsabilidade civil; danos.

Referências:

ALMEIDA, Aliete Marida Teixeira. **A publicidade enganosa e o controle estabelecido pelo CDC.** São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011.

ALMEIDA, João Batista de. **A proteção jurídica do consumidor.** São Paulo: Saraiva, 1993.

BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos et al. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelo autores do ante projeto.** Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.

COELHO, Fábio Ulhoa. A publicidade enganosa no Código de Defesa do Consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, v. 1, p. 69-78, out./dez. 1993.

DESAFIOS DE MARKETING EM MICROEMPRESAS: UM ESTUDO DE CASO SOBRE INBOUND, OUTBOUND E MARKETING DE CONTEÚDO

MARIANA FERNANDES MONTEIRO
STHEFANY GABRIELLA DA SILVA OLIVEIRA
RAFAEL GREGUI

Resumo: O marketing é uma função fundamental da organização. Todas as outras funções organizacionais dependem da demanda de bens ou serviços para funcionar, tornando o sucesso financeiro da empresa dependente do marketing. No contexto das microempresas, observa-se uma crescente preocupação com o marketing, no entanto, elas enfrentam alguns desafios e limitações. Ademais, o surgimento do marketing digital, tornou o marketing mais acessível e trouxe uma variedade de estratégias, entre elas, o inbound marketing, o outbound marketing e o marketing de conteúdo. A partir dessa proposição, o objetivo deste trabalho é avaliar se a implementação das estratégias de inbound marketing, outbound marketing e marketing de conteúdo é vantajosa para uma microempresa de assessoria, consultoria e treinamentos, no segmento de consultorias, impulsionando as redes sociais. A metodologia adotada consistiu em uma pesquisa exploratória, com abordagem quantitativa e procedimentos bibliográficos. Também, realizou-se um estudo de caso em uma microempresa de consultoria, assessoria e treinamentos, complementado por um levantamento realizado com clientes das consultorias, para investigar seus hábitos, comportamento e preferências em relação às redes sociais e verificar se as três estratégias seriam vantajosas para esta microempresa. A pesquisa revelou que o ambiente online é fundamental para aumentar a visibilidade da marca e atrair novos clientes. A qualidade, a relevância e a utilidade do conteúdo postado também se mostraram fatores essenciais para os clientes da microempresa analisada. Contudo, entre as principais dificuldades ao procurar serviços de consultoria nas redes sociais estão a avaliação da credibilidade da empresa e a compreensão dos serviços oferecidos. Sendo assim, as estratégias de inbound marketing, outbound marketing e marketing de conteúdo se mostraram vantajosas para a microempresa estudada. O marketing de conteúdo, ao priorizar a relevância e a qualidade, complementa o inbound marketing, que, por sua vez, facilita a conversão de leads em clientes, além de fidelizar e fortalecer o relacionamento com eles. Por outro lado, o outbound marketing, sendo uma estratégia mais ativa, deve ser aplicado com cautela para apresentar os serviços de consultoria de forma clara e detalhada. Portanto, o marketing deve ser visto como uma função estratégica das organizações. Ele precisa acompanhar as mudanças que a empresa enfrenta e estar alinhado aos seus objetivos, sendo imprescindível para manter a competitividade no mercado.

68

Palavras-chave: consultoria; estratégias; marketing; microempresas.

Referências:

AVIS, Maria Carolina; FERREIRA JUNIOR, Achiles Batista. **Supermarketing:** estratégias de marketing digital. 1. ed. Curitiba: Intersaberes, 2022. *E-book*. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 12 jan. 2024.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 15. ed. São Paulo: Pearson, 2019. *E-book*. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 11 jan. 2024.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Plano de marketing para micro e pequena empresa**. 6 ed. Barueri: Grupo GEN, 2011. *E-book*. ISBN 9788522483099. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522483099/>. Acesso em: 05 mar. 2024.

SANTOS, Matheus Oliveira; PESSOA, Weverton de Sá; MARQUES, Ieso Costa. **Marketing digital e a microempresa**: desafios e possibilidades. São Paulo: Científica Digital, 2022. Disponível em: <https://www.editoracientifica.com.br/artigos/marketing-digital-e-a-microempresa-desafios-e-possibilidades>. Acesso em: 05 mar. 2024.

DESAFIOS LEGAIS E ÉTICOS NA EXECUÇÃO DA PRISÃO EM FLAGRANTE

CARLOS DANIEL CARAVELO MEDES
RENATA LACERDA BORGES SCAMATI

Resumo: A execução da prisão em flagrante, embora seja uma medida crucial para a aplicação da lei e a manutenção da ordem pública, enfrenta uma série de desafios legais e éticos que podem afetar sua eficácia e legitimidade, que se manifestam em diversas áreas, desde a interpretação e aplicação da lei até a proteção dos direitos individuais dos suspeitos. Um dos principais desafios legais na execução da prisão em flagrante reside na interpretação precisa dos critérios que definem a flagrância. Embora os casos de flagrante delito sejam claros em muitos casos, existem situações ambíguas onde a linha entre a ação criminosa e o exercício legítimo dos direitos individuais pode ser tênue. Isso pode levar a interpretações subjetivas por parte dos agentes da lei, aumentando o risco de detenções injustas e violações dos direitos constitucionais. As questões éticas surgem quando se considera o uso da força necessária para realizar uma prisão em flagrante. Os agentes da lei devem equilibrar a necessidade de proteger a sociedade com a obrigação de respeitar a dignidade e os direitos humanos dos suspeitos. O uso excessivo de força durante uma prisão em flagrante pode resultar em danos físicos desnecessários e erros judiciais, minando a confiança do público no sistema de justiça. A partir disso, o presente estudo teve como objetivo examinar os desafios legais e éticos na execução da prisão em flagrante. A metodologia utilizada se tratou de uma pesquisa qualitativa, por meio de uma revisão bibliográfica. Os desafios legais e éticos na execução da prisão em flagrante destacam a necessidade de abordagens cuidadosas e equilibradas para garantir que a aplicação da lei seja justa, eficaz e respeitosa dos direitos individuais. Isso requer não apenas uma compreensão clara e consistente da lei, mas também um compromisso firme com os princípios éticos e os direitos humanos fundamentais. Como resultado desta análise, verificou-se que a formalização da prisão em flagrante é um ato complexo e que deve ser realizado de forma minuciosa pela autoridade competente. Portanto, é imprescindível que as autoridades competentes estejam atentas às formalidades e requisitos legais para a realização da prisão em flagrante, garantindo assim a efetividade da justiça e o respeito aos direitos fundamentais dos cidadãos. Além disso, aprofundar o estudo sobre esse tema é fundamental para uma compreensão mais ampla e crítica do sistema penal brasileiro.

70

Palavras-chave: aplicação da lei; desafios éticos e legais; direitos fundamentais; prisão em flagrante.

Referências:

CAPEZ, Fernando. **Curso de direito penal: parte geral**. 22. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2018.

GRECO FILHO, Vicente. **Código de Processo Penal e Lei de Execução Penal Anotados**. 12. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva Educação, 2023.

LOPES JR., Aury. **Direito processual penal**. 16. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2019.

MIRABETE, Júlio Fabbrini. **Manual de Direito Penal: Parte Geral**. 34. ed., rev. e atual. São Paulo: Atlas, 2018.

DESASTRE AMBIENTAL NA PESCA DE ARRASTO: A (IN)CONSONÂNCIA ENTRE O USO COMUM E PROTEÇÃO À BIODIVERSIDADE MARINHA

ANA CLARA DA SILVA PEREIRA
MARINA CALANCA SERVO

Resumo: O Relatório Living Planet estipula a perda de 70% da vida selvagem marinha, desde 1970, causados por fatores humanos como a pesca desenfreada, que ocorre também no continente brasileiro. A Zona Costeira do Brasil se estende por mais de 8.500km, repleta de paisagens e biodiversidade, mas tem sido degradada por atividades desenvolvidas com fundamento na livre iniciativa ou concorrência, como ocorre com a pesca de arrasto que é utilizada e acarreta o descarte anual de cerca de 4,2 milhões de toneladas de espécies não alvo da pesca, uma vez que peixes sem valor comercial são capturados e morrem afogados no convés ou esmagados nas redes, além de destruir os leitos do mar e gerar opacidade na água, ameaçando o ecossistema em todo o planeta, o que motivou cerca de 19 países proibirem ou restringir a prática, como, por exemplo, na Indonésia, Chile, Peru, Canadá, Estados Unidos. No Brasil, a prática é corriqueira e não encontra tipificação penal específica (Lei n. 9.605/1998). No Amapá e no Rio Grande do Sul, foram tomadas medidas legislativas regionais para proibir tal modalidade de pesca. Entretanto, no sudeste do país a pesca encontra, no máximo, proibições temporárias, com o "defeso do Camarão". A Convenção das Nações Unidas sobre o direito do mar (CNUDM), dispõe sobre os deveres dos estados em relação aos oceanos, objetivando a sustentabilidade dos recursos na zona costeira e a proteção do patrimônio natural, enquanto a Constituição brasileira prevê a proteção ambiental, sob pena de medidas sancionatórias (§3º, art. 225, CF). O trabalho tem o objetivo de demonstrar os impactos da pesca de arrasto na degradação da biodiversidade e do meio ambiente, e propor mudança legislativa, no âmbito penal, para inibir a prática. Os objetivos específicos são, levantar os dados sobre o dano causado com a prática; discutir o conflito aparente entre o uso comum do mar, a livre iniciativa e a proteção ambiental para futuras gerações; e propor alteração legislativa para inibir, criminalmente, a prática em todo o país. Para tanto, é utilizado o método dedutivo e pesquisa bibliográfica multidisciplinar, envolvendo Direito penal, ambiental e biologia marinha, mediante análise de artigos e livros. A pesquisa demonstra que, apesar do mar ser um bem de uso comum (art. 125 da CF; art. 99 do CC), é obrigação do Poder Público e da coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo. Ao contrário da pesca de arrasto, existem modalidades de pesca sustentáveis, que recusa a captura indesejada, reduz o desperdício e a poluição no mar, que permite aos pescadores sustentarem a si e as famílias, sem tanta violação ao meio ambiente, uma vez que cerca de 66% de todas as capturas sustentáveis são destinadas ao consumo humano. Assim, é possível compatibilizar a pesca sustentável com a proteção ambiental. Entretanto, além da conscientização sobre os impactos da pesca de arrasto, é necessária a fiscalização e punição criminal (ultima ratio) efetiva, para a redução da prática e preservação adequada das espécies e locais.

71

Palavras-chave: crime ambiental; preservação da biodiversidade; direito ao meio ambiente.

Referências:

AZEVEDO, Julia. Conheça os impactos da pesca de arrasto. **Ecycle**. Disponível em: <https://www.ecycle.com.br/pesca-de-arrasto>. Acesso em: 23 maio. 2024.

CONEPE. **A pesca de arrasto de fundo bem manejada é sustentável**. Disponível em: <https://www.conepe.org.br/post/a-pesca-de-arrasto-de-fundo-bem-maneja-é->

DESENVOLVIMENTO DE ESTRUTURA PARA CIDADES INTELIGENTES COM BASE TECNOLÓGICA DE INOVAÇÃO PARA OS CENTROS URBANOS

CHARLES AUGUSTO SIQUEIRA CRESPIAN
DANIEL DE OLIVEIRA SOLFA

Resumo: A urbanização acelerada e o crescimento populacional têm provocado uma maior pressão sobre as infraestruturas e serviços urbanos, exigindo soluções inovadoras para garantir a qualidade de vida nas cidades. Nesse cenário, o conceito de "cidades inteligentes" surge como uma abordagem promissora para lidar com esses obstáculos e transformar as áreas urbanas em ambientes mais eficientes, sustentáveis e conectados. A partir dessas considerações, o objetivo do trabalho foi identificar as principais linhas de pesquisa referente ao tema cidades inteligentes ao longo do tempo e destacar quais as principais contribuições de cada uma dessas linhas para o conceito de hoje sobre o tema. Desta maneira o estudo foi desenvolvido com base na análise de dados quantitativa e estatística e tem como objetivo medir a produção e disseminação do conhecimento científico. Após a realização da pesquisa de dados científicos e nas bibliotecas digitais, foi feita a análise dos resumos e das palavras chaves de cada publicação. Este conglomerado de dados foi fundamental para validar a distribuição estatística e para classificar os grupos de autores com base nas semelhanças de suas publicações. Os resultados nos mostram que a revisão da literatura mostra quatro principais escolas de pensamento: a restritiva, a reflexiva, a racionalista e a crítica, como perspectivas distintas sobre o papel da tecnologia e inovação urbana. Portanto chegamos a conclusão de que as principais linhas de pesquisa no estudo de caso sobre cidades inteligentes estão agrupadas nas áreas de cidade digital e estudos empíricos aplicados a cidades inteligentes, que abordam os diferentes estágios ou setores que compõem uma cidade inteligente. Importante destacar que, entre os pilares analisados, sustentabilidade e meio ambiente foi o único que emergiu como uma linha de pesquisa relevante na análise fatorial.

73

Palavras-chave: cidades inteligentes; inovação; sustentabilidade; TICs.

Referências:

BARTOLI, G.; FANTACCI, R.; GEI, F.; MARABISSI, D.; MICCIULLO, L. Uma nova plataforma de gerenciamento de emergências para segurança pública inteligente.

International Journal of Communication Systems, v. 26, n. 4, 2013.

GHARAIBEH, A. Cidades inteligentes: uma pesquisa sobre gestão de dados, segurança e tecnologias facilitadoras. **IEEE Communications Surveys & Tutorials**, v. 19, n. 4, 2017.

KUMMITHA, R. K.; CRUTZEN, N. Como entendemos as cidades inteligentes? Uma perspectiva evolutiva. **Cities**, v. 67, 2017.

VIITANEN, J.; KINGSTON, R. Cidades inteligentes e crescimento verde: terceirização da resiliência democrática e ambiental para o setor tecnológico global. **Environment and Planning**, v. 46, n. 4, 2014.

DIREITO DIGITAL: A ÉTICA E A PRIVACIDADE NO CONTEXTO DIGITAL

MARIA EDUARDA BRIZ BUENO
WALTER FRANCISCO SAMPAIO NETO

Resumo: A crescente coleta e utilização de dados pessoais na era digital levanta questões cruciais sobre a ética e a privacidade. O direito de controlar suas informações é fundamental para a autonomia individual, mas está constantemente desafiado pelo avanço tecnológico e pelos interesses comerciais. Este estudo busca analisar a relação entre ética e privacidade no contexto dos dados digitais, à luz do ordenamento jurídico brasileiro. O tema se torna fundamental, uma vez que informações digitais se entrelaçam com a privacidade e personalidade individual, protegidas constitucionalmente. E, para manter a ética na evolução tecnológica e promover uma sociedade civilizada, o Direito Digital emerge como um meio de tutelar a personalidade, segurança e desenvolvimento pessoal e social. O método hipotético-dedutivo, se construiu analisando teorias éticas existentes e o desenvolvimento do direito digital em diferentes contextos. Além disso, foi realizada a revisão da literatura existente, jurisprudência relevante e análise de leis e regulamentações relacionadas ao tema, proporcionando uma compreensão das nuances digitais. A pesquisa verificou a necessidade de um consentimento informado e granular para o tratamento de dados pessoais. Além disso, destaca os riscos éticos associados ao uso indevido dessas informações e a importância da transparência nas operações de dados. Assim, conclui-se que é fundamental estabelecer um equilíbrio entre os avanços tecnológicos e a proteção dos direitos individuais, por meio de implementação de medidas legais e técnicas mais robustas para garantir a privacidade e a segurança dos dados pessoais, promovendo assim um ambiente digital mais ético e responsável.

Palavras-chave: dados pessoais; privacidade; ética.

Referências:

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

BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. Lei Geral de Proteção de Dados. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 14 de agosto de 2018.

TEPEDINO, Gustavo; FRAZÃO, Ana; OLIVA, Milena (coord.). **Lei Geral de Proteção de dados Pessoais: e suas repercussões no Direito brasileiro**. 2. ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020.

ZUBOFF, Shoshana. **A era do capitalismo de vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder**. São Paulo: Intrínseca, 2021.

DIREITO PENAL SIMBÓLICO PELA CLASSE POLÍTICA LEGISLADORA: SEUS REFLEXOS NA LEI DE CRIMES HEDIONDOS

CAMILA MARTIMIANO CREPALD SIQUEIRA
FERNANDO CELSO GARDESANI GUASTINI

Resumo: O Direito Penal Simbólico refere-se ao uso do Direito Penal pelo Estado para transmitir mensagens políticas e atender às demandas populares pela aparência de ação eficaz em vez da efetiva prevenção de crimes. Assim, o presente tema emerge como uma crítica à exploração dos complexos vínculos entre o Direito Penal e a esfera política. Esta investigação é motivada pela necessidade de compreender a funcionalidade das leis penais e os matizes simbólicos que muitas vezes permeiam a sua formulação. A relevância social e jurídica desta pesquisa concerne na análise do fenômeno do Direito Penal Simbólico e seus reflexos na legislação de crimes hediondos. Em relação à classe política legisladora, o estudo busca iluminar o processo por trás da formulação dessas leis, em busca de uma participação política mais informada contribuindo para debate acadêmico. A pesquisa foi básica-aplicada, analisando doutrinas, princípios fundamentais do Direito Penal e sua função de prevenir delitos e aplicar sanções para evitar vingança privada, com o intuito de comparar esses princípios com a aplicação na Lei de Crimes Hediondos e se a Lei atinge sua finalidade. A metodologia utilizou o método dedutivo para concluir como o Direito Penal Simbólico está presente nessa ocasião, abordando o problema qualitativamente. Por fim, a descrição de como se deu o procedimento da pesquisa foi bibliográfico, por meio de leitura de artigos, monografias, livros, tal como pesquisas doutrinárias e procedimento comparativo por relacionar princípios penais com a Lei nº 8.072/90. Assim, a legislação sobre crimes hediondos reflete o Direito Penal Simbólico, em que as leis são criadas para atender demandas simbólicas da sociedade e questões políticas ao formular essas leis, respondendo ao controle criminal e as pressões populares que buscam por visibilidade. E, assim, mostrou-se a influência de fatores políticos, midiáticos e sociais na dessa teoria, destacando a importância de considerar tanto a racionalidade jurídica quanto as dinâmicas políticas subjacentes na elaboração de leis penais.

75

Palavras-chave: Direito Penal Simbólico; efetividade, legisladores; Lei de Crimes Hediondos.

Referências:

BEZERRA, José Junior de Sousa. **Direito Penal Simbólico:** a influência da mídia na produção de leis penais. 2020. 56 f. Trabalho monográfico - Faculdade de Direito, Universidade Federal de Campina Grande, Paraíba, 2020. Disponível em: <http://dspace.sti.ufcg.edu.br:8080/jspui/bitstream/riufcg/17423/3/JOS%c3%89%20JUNIOR%20DE%20SOUSA%20BEZERRA%20TCC%20DIREITO%202020.pdf>. Acesso em: 14 de maio. 2024.

BITENCOURT, Cezar Roberto. **Tratado de direito penal:** parte geral. v.1. São Paulo: SRV Editora LTDA, 2024. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786553629325/>. Acesso em: 14 de maio. 2024.

BITENCOURT, Cezar Roberto. **Tratado de direito penal:** parte geral. 24. ed. São Paulo: Saraiva, 2018.

CAPEZ, Fernando. Curso de direito penal: parte geral: arts. 1º a 120. v.1. São Paulo: SRV Editora LTDA, 2024. E-book. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788553622696/>. Acesso em: 14 mai. 2024.

DIREITOS DA PERSONALIDADE: A DISPOSIÇÃO DO SANGUE CONFORME O ARTIGO 13 DO CÓDIGO CIVIL

JULIA CHIQUETO
BRUNO HENRIQUE PROCÓPIO SILVA

Resumo: A indisponibilidade é uma das características dos direitos da personalidade no direito civil e, entre as previsões normativas acerca destes direitos, ganha especial destaque a proteção ao corpo por meio da vedação ao ato de sua disposição quando importar diminuição permanente ou contrariar os bons costumes. Razão disso, nasce a análise acerca do sangue, como elemento essencial da vida e parte do corpo, que é responsável por carregar os genes humanos, com capacidade regenerativa, e que pode ser disponível, doado e recebido por doação. Assim, a pesquisa tem como objetivo analisar o texto legal do artigo 13 do Código Civil e sua aplicação em face a proteção do sangue humano, como sendo um direito da personalidade que não se enquadra a este texto, incidindo numa lacuna prática legal, e como esse fato pode impactar juridicamente, além da observação dos reflexos judiciais devido ao aspecto subjetivo dos termos utilizados, dada a sua incidência em caráter coletivo. Ademais, busca-se apresentar os impactos jurídicos da norma, mediante a sua aplicação prática e em choque com demais direitos personalíssimos, e ainda a permissibilidade de tal disposição frente a exigência médica, fazendo-se questionar quando e como tal possibilidade é adequada e lícita, não resultando em violação à própria dignidade humana. Para a presente pesquisa, a revisão de literatura teve início com a análise de uma série de artigos constantes do Livro *„Direitos da Personalidade“* de Anderson Schreiber, sendo utilizados também entendimentos doutrinários acerca do tema de direitos da personalidade com renomados civilistas, pesquisas científicas e análises pontuais sobre a disposição legal do artigo em comento, e ainda a utilização da reflexão por meio de casos cotidianos. Através disso, foi possível compreender a falha legislativa do mencionado artigo, quando posto em concretude, diante das lacunas que o texto apresenta e da utilização de conceitos amplos e ao mesmo tempo subjetivos, que permitem a ocorrência de divergências reais e choques práticos entre os direitos da personalidade. Como resultado, percebe-se que o sangue não recebe a necessária proteção que se deveria diante desse artigo, em face de sua capacidade de se regenerar, importando ainda em discussões no Poder Judiciário acerca de sua disponibilidade e mesmo o direito de não dispor desse tecido vivo, como é o caso dos religiosos Testemunhas de Jeová. Deste modo, extrai-se da perquirição que os direitos da personalidade são direitos quem têm sua essência ligada a própria existência do ser humano e sua previsão de forma abstrata e genérica inviabiliza a aplicação desses institutos de forma concreta e coletiva, resultando em brechas legais quando o legislador se utiliza de conceitos subjetivos, como o apresentado acerca do sangue sob o viés do artigo 13 do Código Civil, quando não importar diminuição permanente do corpo e nem contrariedade aos bons costumes, e que impõe à cargo dos juristas a aplicação diante do caso concreto, o que, por vezes, resulta em insegurança jurídica, apresentando falhas ao sistema judicial e à própria legislação.

77

Palavras-chave: disposição; sangue; segurança jurídica; direitos da personalidade.

Referências:

BITTAR, Carlos A. **Os direitos da personalidade**. 8. ed., São Paulo: Grupo GEN, 2015.

MALUF, Adriana Caldas do Rego Freitas D. **Direitos da personalidade: a contribuição de Silmara J. A. Chinellato**. São Paulo: Editora Manole, 2019.

SCHREIBER, Anderson. **Direitos da personalidade**: revista e atualizada. 3. ed. São Paulo: Grupo GEN, 2014.

TARTUCE, Flávio. **Direito Civil**: Lei de Introdução e Parte Geral. v.1. 20. ed. São Paulo: Grupo GEN, 2024.

DO RASGAR DO SERTÃO PAULISTA, A FORMAÇÃO DE VILAS E CIDADES: UM RESGATE HISTÓRICO DA ESTRADA BOIADEIRA DO TABOADO

MARESSA GÉLIO GOSSN
JANAINA CUCATO

Resumo: Este projeto de pesquisa, é parte integrante da pesquisa já apresentada em 2022 ao Programa de Iniciação Científica da UNIFEV, intitulado “Vilas, estradas e rios na microrregião de Votuporanga/ SP: uma retomada de olhares sobre as memórias no entre lugares”, desenvolvida pelo mesmo grupo de pesquisa. Aqui, buscamos explorar toda rota ainda existente da Estrada Boiadeira do Taboado, e resgatar trechos já extintos, sua história de formação, os interesses políticos e sociais relacionados ao seu desbravamento, os acontecimentos que ficaram marcados durante sua formação e no decorrer dos anos que a mesma se encontrava integralmente ativa. Objetivamos também, abordar a importância e contribuição que ela teve na formação de núcleos urbanos. Este estudo se justifica pela intenção de explorar e conservar as memórias materiais e imateriais que tem se perdido com a expansão das cidades. Por volta do século XIX haviam rumores sobre desbravar essa região, que era citada como sertão paulista, mas, após diversas dificuldades e anos de planejamento entre estados, empenhos políticos e pessoais, forças foram unidas e a conquista que era sonho de muitos, foi alcançada; há mais de 127 anos, quando da formação desta Estrada, cujas histórias nos dias de hoje, se encontram escondidas entre a poeira e a paisagem. Isso nos traz um despertar do resgate proposto, valorizando o sentimento de pertencimento do local. Esta Estrada carrega, meios de sobrevivência, formação e organização de povoados, crenças e tradições que muitas vezes estão encrustadas na população e são seguidas sem ao menos saber a origem de fato. Buscamos como resultado não somente apresentar e reforçar a estes lugares pouco ou nada (re)conhecidos pelos moradores da região e de outras localidades, mas chamar atenção para sua conservação e preservação e ainda abrir espaços para projetos que, a partir deste, se desdobrem no sentido de envolver a comunidade neste processo de resgate das memórias materiais e imateriais, que constituem a história e identidade individual e coletiva dos trechos por onde a Estrada rasgou, sobretudo, região noroeste paulista. Acreditamos que, com o desenvolvimento deste trabalho, a estrada boiadeira do Taboado seja a página de um livro em branco, cujo preenchimento está se desenhando com pontos importantíssimos, que compõem a história Brasileira, não só economicamente, mas em termos de cultura, povos, linguagens e diversas somas de fatores em tempos e ocasiões diferentes.

79

Palavras-chave: Estrada Boiadeira do Taboado; preservação; patrimônio material; patrimônio imaterial.

Referências:

MONBEIG, Pierre. **Pioneiros e fazendeiros de São Paulo**. Tradução: Ary França e Raul de Andrade e Silva. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1984.

PEIXOTO, Nelson Brissac. **O olhar do estrangeiro**. In: NOVAES, Adauto (Org.). O olhar. São Paulo: Cia das letras, 1988.

REIS FILHO, Nestor Goulart. **Contribuição ao estudo da evolução urbana do Brasil (1500-1720)**. São Paulo: Pioneira, 1968.

SANTOS, Milton. **A urbanização brasileira**. São Paulo: Hucitec, 1994.

ENTRANDO NO CLIMA DA ODONTONEO (ECO) - PROJETO DE DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL

MILLENA DE SOUZA BARBOSA
WILLIAM RODOLFO PEREIRA BERNARDES
MARIA EDUARDA BESSA ASSUNÇÃO TOLEDO
GIOVANA REGINA DA SILVA CRISTANTE

Resumo: Clima organizacional constitui-se em percepções compartilhadas que os membros desenvolvem através das suas relações com as políticas, práticas e procedimentos organizacionais tanto formais quanto informais. Essas percepções compartilhadas possuem valor estratégico, pois alimentam a formação de juízos/opiniões acerca da realidade de trabalho. Os juízos, por sua vez, determinam as ações, reações e decisões das pessoas e, assim, podem provocar impactos importantes nas organizações. A partir desse conceito, o objetivo do projeto foi realizar um diagnóstico na clínica OdontoNeo para identificar os possíveis fatores que poderia estar dificultando a manutenção de um bom clima organizacional. A metodologia utilizada foi a revisão de bibliografia, aplicação da escala ECO - Escala de Clima Organizacional e a realização de entrevistas individuais com alguns colaboradores de cada setor. A pesquisa revelou que, na clínica, diversos fatores influenciam o clima organizacional. A análise da ECO indicou que a comunicação interna é um dos aspectos mais críticos, com colaboradores expressando preocupações a respeito da troca de informações entre as equipes. Além disso, as entrevistas individuais mostraram que a cultura organizacional da OdontoNeo valoriza a colaboração, mas existem barreiras que dificultam a integração entre os setores para respeitar os processos que devem existir na função de cada um. Com base nos dados coletados, conclui-se que a OdontoNeo possui um ambiente propício para o desenvolvimento de um clima organizacional positivo, mas que para isso é essencial abordar as questões identificadas: melhorar a comunicação interna, promover um maior reconhecimento e investimento no desenvolvimento de lideranças, para, então, nutrir um ambiente mais colaborativo e motivador. O diagnóstico realizado oferece um ponto de partida para a implementação de ações estratégicas que visem aprimorar o clima organizacional, refletindo diretamente na satisfação e produtividade dos colaboradores, o que, por sua vez, beneficiará a clínica como um todo.

80

Palavras-chave: clima organizacional; diagnóstico organizacional; odontoneo.

Referências:

MARTINS, Maria do Carmo Fernandes (org.). **Medidas do comportamento organizacional:** Ferramentas de diagnóstico e de gestão. Porto Alegre: Artmed, 2008.

MENDONÇA, Helenides; FERREIRA, Maria Cristina. NEIVA, Elaine Rabelo (org.). **Análise e diagnóstico organizacional:** teoria e prática. 1. ed. São Paulo: Vetor, 2016.

OLIVEIRA, Daniele de; CARVALHO, Roberto José; ROSA, Adriano Carlos Moraes. **Clima organizacional:** fator de satisfação no trabalho e resultados eficazes na organização. Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 2012. FATEC, Guaratinguetá. Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos12/37116504.pdf>. Acesso em: 1 set. 2024.

PUENTE-PALACIOS, Katia; PEIXOTO, Adriano de Lemos Alves (org.). **Ferramentas de diagnóstico para organizações e trabalho:** um olhar a partir da psicologia. Porto Alegre: Artmed, 2015.

ESTRATÉGIAS DE INVESTIMENTO PESSOAL: VIVENDO BEM COM NOSSO DINHEIRO

GUILHERME DA SILVA PIMENTA
THIAGO YUJI OSHIMA
RODRIGO BERTOLOZZI

Resumo: Devido à ausência de educação financeira e à pouca relevância dada a esse tema desde a infância, tanto no sistema educacional quanto em relação aos desafios econômicos que o país enfrenta há muitos anos, esse cenário sugere que alcançar a liberdade financeira é algo bastante desafiador. A partir dessa proposição, o objetivo deste trabalho é destacar a importância de começar a investir cedo, aproveitando os benefícios dos juros compostos para construir riqueza a longo prazo. Além disso, enfatiza-se a maior tolerância ao risco, uma vez que, com mais tempo, é possível recuperar perdas resultantes de investimentos arriscados. A metodologia empregada consistiu em uma pesquisa mista (qualitativa e quantitativa), complementada por leituras de obras e análise de pesquisas documentais relacionadas ao tema. Os resultados revelaram que a maioria dos entrevistados possui, ao menos, um conhecimento básico sobre educação financeira, demonstrando o hábito de poupar uma parte de seus salários para alcançar metas futuras. No entanto, no contexto brasileiro, grande parte da população carece desse conhecimento e se encontra endividada. Dessa forma, a educação financeira é notavelmente essencial, e que o controle de gastos, a criação de uma reserva de emergência e um plano de investimentos alinhado ao perfil do indivíduo são fundamentais para alcançar a liberdade financeira.

Palavras-chave: educação; financeira; investir; gastos.

81

Referências:

DOCA, GERALDA. **Cartão de crédito é a principal dívida para 60% dos endividados.** 2023. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/noticia/2023/12/07/cartao-de-credito-e-a-principal-de-divida-para-dos-endividados.ghtml>. Acesso em: 07 dez.2023.

ENDIVIDAMENTO atinge 76,6% das famílias brasileiras, aponta CNC. **Estadão Conteúdo.** 2023. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/minhas-financas/endividamento-atinge-766-das-familias-brasileiras-aponta-cnc/>. Acesso em: 04 dez. 2023.

INADIMPLÊNCIA das famílias é a menor em quase dois anos. **Redação B3 Bora Investir.** 2024. Disponível em: <https://borainvestir.b3.com.br/noticias/inadimplencia-das-familias-e-a-menor-em-quase-dois-anos/>. Acesso em: 01 fev. 2024.

METADE das famílias brasileiras gasta mais do que ganha. **Uol.** 2020. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2020/04/03/metade-das-familias-brasileiras-gasta-mais-do-que-ganha-diz-estudo.htm>. Acesso em: 03 abr. 2020.

ESTRATÉGIAS DE MARKETING PARA INTRODUÇÃO DE NOVOS PRODUTOS/SERVIÇOS NO MERCADO COMPETITIVO

JOAO MARCELO ABRANTES
RAFAEL GREGUI

Resumo: A introdução de novos produtos e serviços em mercados altamente competitivos representa um desafio significativo para empresas modernas. O progresso tecnológico contínuo e a globalização intensificam a competição, exigindo que as organizações desenvolvam estratégias de marketing inovadoras e eficientes. Em mercados saturados e dinâmicos, a habilidade de se destacar é crucial para a sobrevivência e crescimento empresarial. O objetivo deste estudo foi identificar, analisar e sintetizar as melhores práticas e abordagens que podem ser adotadas pelas empresas para garantir o sucesso na introdução de suas ofertas no mercado, aumentando sua competitividade e capacidade de inovação, e compará-los ao estudo de caso prático, contido nessa obra. Para a metodologia, foi conduzida uma pesquisa bibliográfica visando aprofundar o entendimento sobre conceitos e estratégias de lançamento de produtos no mercado. Além disso, foi realizado um estudo de caso que ilustra a aplicação prática desses conceitos por uma empresa. Os resultados da pesquisa indicam que a abordagem adotada é abrangente e centrada na inovação e na experiência do cliente. No entanto, há espaço para uma exploração mais aprofundada de ferramentas e tecnologias avançadas que possam otimizar as operações e as estratégias de marketing. Em relação à avaliação do desempenho pós-lançamento, a empresa usa diversas métricas relevantes, como volume de vendas, taxa de retorno, feedback dos clientes e engajamento nas redes sociais. Como conclusão, o estudo de caso sobre a Emplac revela que, apesar de sua boa orientação para a inovação e a experiência do cliente, a empresa ainda pode melhorar ao adotar tecnologias avançadas e ferramentas analíticas que impulsionem suas operações e estratégias de marketing. Assim, para se destacar em um mercado saturado, é essencial que as empresas invistam continuamente no entendimento de seu público-alvo, adaptação de suas ofertas, e na adoção de tecnologias que promovam a inovação e a eficiência operacional.

82

Palavras-chave: Novos produtos; serviços; marketing; competitividade.

Referências:

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. 4. ed. Barueri: Manole, 2012.

FERREIRA, Manuel P. **Administração estratégica**: conceitos, roteiro prático e estudos de casos. 3.ed. Rio de Janeiro, Elsevier, 2015.

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

PINTO, Luiz Fernando Gomes. **Planejamento estratégico**. Uberlândia, MG: Distribuidora Educacional S.A, 2016.

EXPERIÊNCIA DE COMPRA DA CRIANÇA COM TEA NO SUPERMERCADO: CRIAÇÃO DE UMA ÁREA INCLUSIVA E SOCIÁVEL

MARIA LUIZA LOURENÇO MARQUES
JÚLIA TOPASSO FERNANDES
VANESSA DE CASTRO GOMES ARAUJO

Resumo: O transtorno do espectro autista (TEA) impacta de forma significativa a interação social, a comunicação e o comportamento das crianças, incluindo suas respostas sensoriais e alimentares. No ambiente do supermercado, esses desafios tornavam a experiência de compra particularmente difícil. Embalagens de alimentos, por sua vez, desempenhavam um papel crucial, influenciando a aceitação de produtos por essas crianças. Dessa forma, adaptar esse espaço se tornava necessário para criar uma experiência mais inclusiva e amigável. O objetivo deste estudo foi analisar como o design e a apresentação de embalagens poderiam servir como facilitadores ou barreiras no comportamento alimentar de crianças com TEA, propondo adaptações que favorecessem sua interação no ambiente de compra. A pesquisa utilizou uma combinação de revisão bibliográfica de 2011 a 2024, e entrevistas com pais e educadores. Questionários com perguntas fechadas e abertas foram aplicados para identificar padrões e preferências sensoriais, bem como sugestões para aprimorar a experiência de compra. A pesquisa indicou que crianças com TEA preferiam embalagens com cores suaves, texturas simples e design visual minimalista, enquanto elementos visuais complexos e excessivamente brilhantes geravam rejeição. Observou-se também que a organização das gôndolas podia ser ajustada para promover uma escolha mais autônoma e confortável. Adaptar as gôndolas de supermercados de forma sensorialmente adequada era essencial para melhorar a experiência de compra de crianças com TEA. Este estudo destacou a necessidade de continuar explorando maneiras de reduzir a sobrecarga sensorial e aumentar a inclusão, promovendo uma experiência mais positiva e acessível para essas crianças e suas famílias.

83

Palavras-chave: embalagens; tea; alimentos; supermercados.

Referências:

BORGES, Admir Roberto; SOARES, Sergio Arreguy; COELHO, Alexandre; PERSILVA, Débora; BORGES, Fábio R. F. A embalagem sedutora na gôndola do supermercado: uma mídia para atrair e aguçar o desejo de consumo nas crianças. In: XXXIV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2011. Recife, PE: **Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**, 2011. Disponível em: <https://revista.fumec.br/index.php/paideia/article/view/5490>. Acesso em: 19 abril. 2024.

CALMON, Adryelle Cristina Azevedo; MACHADO, Brenda Denise Ferreira; BARROS, Letícia Fernanda de Moura. **Marketing de inclusão:** o autista na sociedade sendo público-alvo das publicidades. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso Técnico em Marketing) - Etec Padre Carlos Leôncio da Silva, Lorena, 2019. Disponível em: <https://ric.cps.sp.gov.br/handle/123456789/6490>. Acesso em: 4 abril. 2024.

PAVÃO, Marcelly Viana; CARDOSO, Karen Celiane das Chagas. A influência da alimentação saudável em crianças com Transtorno do Espectro Autista (TEA). **Research, Society and Development**, [S. l.], v. 10, n. 15, p. e61101522568, 2021. DOI: 10.33448/rsd-v10i15.22568. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/22568>. Acesso em: 16 abril. 2024.