

ISSN online: 2177-7780

DOI: 10.25194/rf.v21i2

Vol. 21 | Nº2 | 2024

# Revista Formadores

Revista  
**Formadores**  
*Vivências e Estudos*

# Revista Formadores

# Revista Formadores

*Vivências e Estudos*

## EDITOR-CHEFE

Dr<sup>a</sup>. Ivo Pedro Gonzalez Junior

## CONSELHO EDITORIAL

Dr<sup>a</sup>. Helen Meira Cavalcanti

Editor administrativo Esp. - Emerson Kiekow de Britto Rodrigues Alves

Bibliotecário - Uariton Boaventura

## CORPO EDITORIAL

Prof. Dr. Alex Landin - Centro Universitário Adventista de São Paulo - UNASP - Brasil

Prof. Dr. Adriano Santos Rocha Silva - Universidade Federal de Sergipe - Brasil

Prof. Me. Anselmo Cordeiro de Souza - Faculdade Adventista da Bahia - Brasil

Prof. Dr Carlos William Marin Gallego - Universidad Adventista de Colombia - Unac - Colômbia

Prof. Dra. Emmanuelle Fonseca Marinho de Anias Daltro

Prof. Dr. Fábio Vinícius de Macedo Bérqamo - Universidade do Sudoeste da Bahia - UFOB - Brasil

Prof. Me. Harold Libardo Mendivelso Carrillo - Universidade Adventista do Chile - UNACH -Chile

Prof. Dr. Horácio Casali - Universidad Adventista del Plata - UAP - Argentina

Prof. Dr. Jacó dos Santos Souza -Faculdade Adventista da Bahia - FADBA - Brasil

Prof. Dr. Levi Morgan - Centro Universitário Adventista de São Paulo - UNASP - Brasil

Prof. Dr Maritza Soledad Arana Rodriguez - Universidade Peruana Union- UPeU -Peru

Prof. Dr. Platini Gomes Fonseca - Universidade Federal do Vale do São Francisco - UNIVASF - Brasil

Prof. Dr. Ricardo Costa Caggy - Universidad Adventista del Plata - UAP - Argentina

Prof. Dr. Rodrigo Cesar Reis de Oliveira - Universidade Federal de Alagoas - Brasil

Profa. Dra. Tânia Moura Benevides Universidade do Estado da Bahia/Universidade Federal da Bahia

## DIAGRAMAÇÃO

Amanda Carvalho Soares

Fábio Madureira Garcia

## Equipe Editorial

Núcleo de Tecnologias Educacionais e Comunicação - Centro Universitário Adventista de Ensino do Nordeste - UNIAENE

## WEBSITE

<https://adventista.emnuvens.com.br/formadores>

Esta revista oferece acesso livre imediato ao seu conteúdo, seguindo o princípio de que disponibilizar gratuitamente o conhecimento científico ao público proporciona maior democratização mundial do conhecimento. Sendo assim, está sob a Licença Creative Commons Attribution 4.0 (que permite o compartilhamento do trabalho com reconhecimento da autoria e publicação inicial nesta revista), tendo a representação dessa autorização através do seguinte selo:



Ficha catalográfica elaborada pelo  
Bibliotecário Uariton Boaventura CRB 5/1587

---

F723

Formadores: vivências e estudos / Centro Universitário  
Adventista de Ensino do Nordeste – vol. 21, n. 2: Caderno Geral  
(abril/junho. 2024) – Cachoeira/BA, 2024. -

155 p.

ISSN Online: 2177-7780

1. Gestão e Negócios. 2. Educação. 3. Psicologia. 4. Ciências  
Sociais Aplicadas. I. Título. II. Centro Universitário Adventista de  
Ensino do Nordeste .

SCDD 050

---

## EDITORIAL

---

A Revista Formadores do Centro Universitário Adventista de Ensino do Nordeste – UNIAENE apresenta na edição 21, v2 o conjunto de 10 artigos que abordam questões contemporâneas e essenciais em diversas áreas, desde o empreendedorismo regional até a educação antirracista, passando por estratégias de marketing digital e saúde mental no trabalho. Os temas são variados, mas todos convergem para a necessidade de abordagens sistêmicas e integradoras, que considerem as complexidades do mundo atual. Apresentamos no início da revista 2 artigos em espanhol, com participação de autores internacionais, ampliando nosso conhecimento nas áreas apresentadas.

**Ecosistema Empreendedor de Libertador San Martín (Entre Ríos, Argentina): Un Análisis Sistémico** inaugura nossa edição com um estudo profundo sobre o potencial empreendedor de uma região específica da Argentina. Este artigo destaca a importância de compreender o ecossistema local para fomentar a inovação e o desenvolvimento econômico, sugerindo que a análise sistêmica pode ser um caminho para identificar oportunidades e superar desafios regionais.

A seguir, em **Análisis de la Eficacia de las Estrategias del Manual "Estrés Laboral en Pequeñas Empresas: Abordaje Práctico para Riesgos Psicosociales" en la Disminución de los Riesgos Psicosociales en la Empresa R. Automotriz**, os autores tem por objetivo avaliar a eficácia das estratégias propostas no manual para redução de riscos psicossociais no ambiente de trabalho desta empresa automotiva. Este estudo é crucial para empresários que buscam implementar práticas saudáveis e reduzir riscos psicossociais no ambiente de trabalho.

A **Importância da Humanização da Marca no Mundo Digital** é um tema de relevância crescente, especialmente à medida que as interações entre marcas e consumidores se tornam cada vez mais virtuais. Este artigo explora como a humanização pode criar conexões mais profundas e duradouras com o público, essencial para a fidelização e o engajamento em um mercado saturado de informações. O artigo **Marketing Digital como Estratégia de Vendas: Em uma Empresa de Curitiba-PR** oferece um estudo de caso que ilustra como estratégias digitais podem alavancar as vendas em empresas locais, demonstrando a importância da adaptação às novas tecnologias para a competitividade.

A questão da saúde mental, especialmente entre os jovens profissionais, é abordada em **Geração Z e Saúde Mental no Trabalho: Uma Revisão de Literatura e Proposição de uma Agenda de Pesquisa**. Este estudo se origina da pretensão de fazer uma revisão de literatura acerca da saúde mental da Geração Z no contexto laboral.

No campo da educação e políticas públicas, **Educação em Combate à Discriminação Étnica e Cultural: Um Debate sobre Ensino da História, Cultura Afro-Brasileira e Indígena e Direito à Educação Antirracista como**

**Prevenção à Violência Racial** destacam a importância de uma educação que valorize a diversidade e promova a igualdade. Estes artigos oferecem perspectivas críticas sobre como o ensino pode ser uma ferramenta poderosa na luta contra o racismo e na construção de uma sociedade mais justa e a necessidade da construção de um sistema educacional eficaz que possibilite à população negra encontrar novos horizontes e oportunidades na sociedade.

**Implicações da Educação Financeira para Alunos do Ensino Médio em uma Escola no Recôncavo Baiano - Um Estudo de Caso** aborda a importância da educação financeira para o empoderamento dos jovens, capacitando-os para tomar decisões mais informadas e seguras em sua vida adulta. Em **Capacidades Dinâmicas e Transformação Digital: Um Estudo de Caso em uma Instituição de Ensino Superior**, discutimos como as instituições de ensino podem se adaptar às rápidas mudanças tecnológicas, utilizando suas capacidades dinâmicas para permanecerem relevantes e eficazes em um ambiente educacional em constante evolução.

Finalmente, **Medicalização da Vida: Uma Revisão Sistemática da Literatura** encerra nossa edição com uma reflexão crítica sobre a tendência crescente de medicalizar aspectos da vida cotidiana, questionando os impactos disso sobre a educação, sociedade e a saúde pública.

Convidamos nossos leitores a explorar estes artigos com a mente aberta e o espírito crítico, refletindo sobre como as ideias apresentadas podem ser aplicadas em seus próprios contextos e práticas. Que esta edição sirva como um estímulo para o pensamento inovador e a ação transformadora.

Prof. Ivo Pedro Gonzalez Junior

# SUMÁRIO

## ARTIGOS ORIGINAIS

### 07 **ECOSISTEMA EMPREENDEDOR DE LIBERTADOR SAN MARTÍN (ENTRE RÍOS, ARGENTINA): UN ANÁLISIS SISTÉMICO.**

Aldana Kimel  
Ricardo Costa Caggy  
Juan Bournissen  
Marisa Cecilia Tumino

### 21 **ANÁLISIS DE LA EFICACIA DE LAS ESTRATEGIAS DEL MANUAL "ESTRÉS LABORAL EN PEQUEÑAS EMPRESAS: ABORDAJE PRÁCTICO PARA RIESGOS PSICOSOCIALES" EN LA DISMINUCIÓN DE LOS RIESGOS PSICOSOCIALES EN LA EMPRESA R. AUTOMOTRIZ.**

Patricio González Oyarcea  
Jessica Quezada Molina

### 34 **A IMPORTÂNCIA DA HUMANIZAÇÃO DA MARCA NO MUNDO DIGITAL.**

Bruno Lenis Dos Santos Nogoceki  
Gerson Amaury Marinho  
Tavany Cibele Coelho

### 50 **MARKETING DIGITAL COMO ESTRATÉGIA DE VENDAS: EM UMA EMPRESA DE CURITIBA - PR.**

Heloiza Pacheco Mendes  
Gerson Amaury Marinho  
Tavany Cibele Coelho

### 63 **GERAÇÃO Z E SAÚDE MENTAL NO TRABALHO: UMA REVISÃO DE LITERATURA E PROPOSIÇÃO DE UMA AGENDA DE PESQUISA.**

Edilene Rocha Carmo  
Fabio Vinicius de Macedo Bergamo

### 79 **EDUCAÇÃO EM COMBATE À DISCRIMINAÇÃO ÉTNICA E CULTURAL: UM DEBATE SOBRE ENSINO DA HISTÓRIA, CULTURA AFRO-BRASILEIRA E INDÍGENA.**

Giza Guimarães Sales  
Vivian Simões

89

## **DIREITO À EDUCAÇÃO ANTIRRACISTA COMO PREVENÇÃO À VIOLÊNCIA RACIAL.**

Esdras Silva Sales Barbosa  
Karen Evellin Conceição da Silva e Silva  
Jorge Adriano Silva Junior  
Sara Ketelyn Pereira dos Santos

103

## **IMPLICAÇÕES DA EDUCAÇÃO FINANCEIRA PARA ALUNOS DO ENSINO MÉDIO EM UMA ESCOLA NO RECÔNCAVO BAIANO - UM ESTUDO DE CASO.**

Eva Rodrigues de Brito  
Ricardo Saraiva Bacelar  
Ivo Pedro Gonzalez Junior

121

## **CAPACIDADES DINÂMICAS E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL - UM ESTUDO DE CASO EM UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR.**

Joamerson Araujo Silva  
Marcos Silva Santos  
Jó Santos da Silva  
Társila do Carmo Santos Silva  
Sara Ellen Lima Leal

141

## **MEDICALIZAÇÃO DA VIDA: OUMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA.**

Hellen Mercês Silva Soares  
Wiriandson Pinto Siqueira  
Ana Flávia Soares Conceição

## ECOSISTEMA EMPREENDEDOR DE LIBERTADOR SAN MARTÍN (ENTRE RÍOS, ARGENTINA): UN ANÁLISIS SISTÉMICO

**Aldana Kimel** - [aldana.kimel@uap.edu.ar](mailto:aldana.kimel@uap.edu.ar) ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4353-6353>

Aldana Kimel, Contadora Pública con formación en la Universidad Adventista del Plata (UAP), con experiencia en atención al público y liderazgo de equipos. Actualmente se encuentra trabajando en el área contable de una institución de Salud de la red Adventista, además de estar en proceso de completar la Licenciatura en Administración de Empresa en la UAP.

**Ricardo Costa Caggy** - [ricardo.caggy@uap.edu.ar](mailto:ricardo.caggy@uap.edu.ar) ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8188-2708>

Ricardo Costa Caggy é doutor em Administração pela Universidade Federal da Bahia (UFBA) e possui mestrados em Administração de Empresas (UFBA) e em Gestão, Planejamento e Estratégia de Negócios pela Universidade Autónoma de Lisboa. Atualmente está como decano da Facultad de Ciencias Economicas y de la Administración da Universidad Adventista del Plata.

**Juan Bournissen** - [juan.bournissen@uap.edu.ar](mailto:juan.bournissen@uap.edu.ar)

Doctor en Tecnologías Educativas: Educación Virtual y Gestión del Conocimiento en la Universidad de Islas Baleares, España. Máster en Ingeniería del Software obtenido en la Universidad Politécnica de Madrid. Magíster en Ingeniería del software obtenido en el Instituto Tecnológico de Buenos Aires, ITBA. Especialista en Entornos Virtuales del Aprendizaje. Profesor Universitario en Sistemas de Información. Ingeniero en Sistemas de Información. Analista Universitario en Sistemas. Profesor titular Categoría A. Docente investigador de categoría 2. Director del Sistema Institucional de Educación a Distancia en la Universidad Adventista del Plata. Profesor universitario de grado y posgrado. Administrador de plataformas virtuales en instituciones estatales y privadas. Formador de formadores en e-learning en Argentina y en varios países de Latinoamérica. Director de centro de cómputos. Asesor informático en sistemas de información y en tecnologías educativas y e-learning.

**Marisa Cecilia Tumino** - [marisa.tumino@uap.edu.ar](mailto:marisa.tumino@uap.edu.ar)

**Resumo:** O La generación de los emprendimientos de calidad depende de todo el ecosistema integrado por aspectos de los individuos, condiciones del mercado, acceso a recursos financieros e informacionales, así como la acción de los gobiernos mediante programas y proyectos que crean y favorecen el ambiente de negocios propicios para el desarrollo de emprendimientos. La variable analizada fue la percepción del grado de desarrollo o de consolidación de las siete dimensiones de un ecosistema emprendedor, según el enfoque sistémico: (a) Cultura Emprendedora, (b) Educación, (c) Demanda local, (d) Capital Social, (e) Infraestructura RRHH, (f) Entorno Emprendedor y (f) Políticas Públicas. El estudio de ecosistema emprendedor en la localidad de Libertador San Martín arroja resultados significativos que indican áreas de mejora y fortaleza en la comunidad emprendedora de la localidad. Se encontró que las dimensiones de Capital Social, Demanda Local y Educación presentan un insuficiente desarrollo, señalando la necesidad de invertir más esfuerzo en el fortalecimiento de estas áreas. Esto implica una mayor capacitación de los potenciales emprendedores y la formación de la comunidad como clientes de los emprendimientos locales. Por otro lado, las dimensiones de Políticas públicas y Entorno emprendedor fueron percibidas con puntuaciones más altas, lo que sugiere que las políticas gubernamentales y el entorno empresarial son áreas de fortaleza en el ecosistema emprendedor de Libertador San Martín. Se recomienda profundizar en el estudio para comprender cómo estas políticas pueden complementar el desarrollo del capital social y la demanda local.

**Palavras-chave:** Ecosistema Emprendedor, Emprendimiento, Desarrollo Regional, Universidades Emprendedoras.



**Abstract:** The generation of quality entrepreneurship depends on the entire ecosystem, comprising aspects related to individuals, market conditions, access to financial and informational resources, as well as government initiatives through programs and projects that create and promote a conducive business environment for entrepreneurship development. The variable under analysis was the perception of the degree of development or consolidation of the seven dimensions of an entrepreneurial ecosystem, as per the systemic approach: (a) Entrepreneurial Culture, (b) Education, (c) Local Demand, (d) Social Capital, (e) Human Resource Infrastructure, (f) Entrepreneurial Environment, and (f) Public Policies. The study of the entrepreneurial ecosystem in the locality of Libertador San Martín reveals significant results indicating areas of improvement and strengths within the local entrepreneurial community. It was observed that the dimensions of Social Capital, Local Demand, and Education exhibit insufficient development, underscoring the need for increased efforts to strengthen these areas. This involves providing more training for potential entrepreneurs and educating the community to act as consumers of local enterprises. Conversely, the dimensions of Public Policies and the Entrepreneurial Environment were perceived with higher ratings, suggesting that government policies and the business environment are strong areas within the entrepreneurial ecosystem of Libertador San Martín. Further exploration of the study is recommended to understand how these policies can complement the development of social capital and local demand.

**Keywords:** Entrepreneurial Ecosystem, Entrepreneurship, Regional Development, Entrepreneurial Universities

## INTRODUÇÃO

El concepto de un ecosistema emprendedor depende de elementos que se reúnen, tanto de manera formal como informal, para conectar, mediar y orientar el rendimiento dentro del entorno empresarial local. En estos ecosistemas emprendedores la comunidad apoya nuevas empresas y un entorno rico en información accesible y compartida.

La calidad de los emprendimientos depende de un ecosistema integral que abarca factores relacionados con individuos, condiciones del mercado, acceso a recursos financieros e informativos y acciones gubernamentales a través de programas y proyectos que crean un entorno empresarial propicio (Zamora-Boza, 2018).

Los factores identificables que influyen en un ecosistema emprendedor incluyen el capital humano emprendedor, condicionado por elementos como la cultura, la educación y la sociedad, las oportunidades de negocios, el capital social y aspectos políticos, como las regulaciones estatales y las políticas que condicionan el mercado (Insausti, 2016).

En lo que respecta al ecosistema emprendedor nacional, en 2020, Argentina ocupó el puesto 126 de 190 países en el índice "Doing Business" del Banco Mundial, que mide la facilidad para hacer

negocios en diferentes países y refleja las regulaciones existentes para abrir empresas locales. Dada la complejidad del ecosistema emprendedor, evaluar métricas que puedan identificar los factores que contribuyen o dificultan el desarrollo del emprendimiento es un desafío insoslayable.

Existe cada vez mayor convencimiento en los gobiernos de que la tecnología y los sectores basados en el conocimiento son una fuente de oportunidades de empleo, por lo que en muchos países las universidades y centros de investigación se consideran como una parte integral que contribuye al desarrollo local. En los últimos años, las universidades han experimentado un aumento en actividades relacionadas con el emprendimiento, no solo para los estudiantes (Huang-Saad, 2017).

## 2. EMPRENDIMIENTO Y DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL

Los emprendimientos suponen ser la base del desarrollo de un país puesto que, como lo plantean Ramírez et al. (2020), el emprendimiento y el desarrollo local son pilares fundamentales del desarrollo económico y social de una comunidad.

Según el *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), el emprendedorismo es un fenómeno humano y multifacético, con diferentes significados y definiciones, pero que debe ser comprendido como “Cualquier intento de creación de un nuevo negocio o una nueva empresa, como el trabajo por cuenta propia, una nueva organización comercial o la expansión de un negocio existente, por parte de un individuo, un equipo de individuos o un negocio establecido” (Hill *et al.*, 2023, p.1).

El emprendimiento está relacionado con las capacidades y habilidades humanas direccionadas hacia el desarrollo de un negocio, producto o servicio en una organización ya existente o en una nueva organización. El concepto de emprendimiento también puede ser aplicado a otros campos de la vida no necesariamente vinculados a los negocios, como, por ejemplo, el cultivo de la imaginación emprendedora que es la estrategia educativa que privilegia la imaginación empresarial para crear relaciones entre ideas aparentemente dispares y dar vida a los hechos de la vida cotidiana (Chia, 1996).

El emprendimiento que podemos clasificar como empresarial es aquel que se enfoca en explorar e identificar una nueva oportunidad de negocio, siendo características esenciales la innovación, la ambición de crecimiento, tener objetivos claros, desarrollando sí la autoeficacia emprendedora. (López-Lemus y Garza Carranza, 2019)

Jal (2015) señala que la Economía creativa promovida por emprendimientos creativos, como sector económico en el que la gente se preocupa, reflexiona y dedica tiempo a generar ideas, ha mantenido un crecimiento exponencial, consolidándose en los últimos años en Latinoamérica. Autores como Anderson y Jack (2008) muestran el rol del emprendimiento, de la búsqueda y de la creación de empleos en la acumulación de riqueza.

Los emprendimientos y nuevas empresas se convierten en una prioridad cuando se pretende promover el desarrollo económico y social de los países. El emprendimiento provoca efectos positivos en la generación de empleos y en el crecimiento económico. Al desarrollar nuevos negocios para satisfacer las necesidades de la población, los emprendedores proporcionan los medios para incrementar la productividad, generando más y mejores empleos que contribuyen al crecimiento del valor agregado de la economía (Zamora-Boza, 2018). Asimismo, Hidalgo-Arteaga y Orozco-Santos (2020), confirmando esta idea, destacan la importancia del emprendimiento para el desarrollo de las comunidades comprometidas en la actividad económica, contribuyendo al crecimiento económico y la fomentación de empleos. A similares conclusiones arriban Freire Rendón et al. (2019), quienes encontraron un impacto positivo del emprendimiento rural en el desarrollo social, mejorando los niveles de ocupación laboral, incluyendo a la mujer, y propiciando mejoras intangibles en la comunidad.

El acto de iniciar y administrar un nuevo negocio, resulta ser un catalizador del desarrollo económico y un impulsor de la recuperación económica. Considerando los efectos de las crisis, como las pandemias y guerras recientes, asociadas a problemas de suministro y aumento de los costos de energía, el emprendimiento cobra una importancia vital en el marco económico. Los resultados presentados en el informe de Hill *et al.* (2023), proporcionan una visión global del nivel de la etapa inicial del emprendimiento en el mundo.

La información citada amerita analizar aquellos aspectos a tener en cuenta a la hora de emprender, tales como los requerimientos internos y los soportes externos.

### 3. REQUERIMIENTOS DEL EMPRENDEDORISMO

A juicio de Rivera Lozada *et al.* (2018), una persona emprendedora es una persona capacitada para crear e innovar, contribuyendo a su desarrollo personal y de su entorno. Los emprendedores se caracterizan por ser flexibles, creativos, positivos, responsables y con la habilidad de comunicarse adecuadamente y de trabajar en equipo.

Según Salazar y Gutiérrez-Soto (2015), otros autores destacan el compromiso, el trabajo con horarios flexibles, la imaginación y la creatividad, la voluntad para aprender, la habilidad para la exploración, el aprendizaje efectivo y la creación de oportunidades, la toma de decisiones efectiva, la negociación, la conciencia política, las habilidades para la transferencia tecnológica y la confianza en sí mismos, entre otras. Mientas que Geraldo Campos *et al.* (2022) añaden el conocimiento, destrezas, actitudes y habilidades gerenciales como imprescindibles para los emprendedores.

Pérez (2010) supone que la variedad de opciones para emprender es tan amplia como la diversidad de condiciones locales. Los límites los fija la imaginación emprendedora. Una cualidad

valiosa de los emprendedores para identificar las nuevas oportunidades es la “glocalización”, o la adaptación de productos globales a las condiciones locales como así también la identificación de productos locales con potencial global.

Para entender la forma de abordaje de los emprendimientos hacia el entorno, Torres-Granadillo y Artigas, (2015) destacan el asociativismo construido con base en la confianza y reciprocidad entre el emprendedor y quienes lo rodean. De esta forma se crean redes de emprendimiento que, entre varias funciones, una supone un apoyo económico de financiamiento, problema recurrente y preocupante para el emprendedor. Al conformar estas relaciones se forma lo que denominan capital social, se generan contactos y es donde yace el recurso máspreciado, a saber, el conocimiento y la información. Esto confirma el rol destacado de las entidades que impulsan esta actividad. Hernández (2022) declara que el sector no gubernamental es el que más promueve este tipo de actividad a partir del ingreso de tendencias modernas de inversión, modelos de negocios disruptivos y propuestas innovadoras de desarrollo sostenible.

El enfoque sistémico considera a aquellos factores que influyen sobre la existencia de oportunidades de negocios tales como los valores y creencias que conforman la Cultura, las Condiciones sociales de las familias, el funcionamiento del Sistema educativo, las condiciones de la demanda, el tamaño y dinamismo del mercado, el perfil de las firmas que conforman la estructura empresarial y los esfuerzos registrados en el campo de la ciencia y tecnología, a los que el PRODEM denomina Plataforma de ciencia y tecnología para la innovación. La conversión de los proyectos en empresas, y su posterior desarrollo, dependen en buena medida de las capacidades de los emprendedores, pero es fundamental que puedan acceder a una oferta de financiamiento que promueva la creación y el crecimiento del emprendimiento. Un factor clave es la existencia de Capital Social, es decir, de un ambiente de confianza que facilite la construcción de puentes para tejer redes de contacto con otros actores clave y el acceso a recursos que faciliten la creación y el desarrollo del emprendimiento. El proceso del emprendimiento se ve afectado por las Políticas y Regulaciones de los gobiernos, como habilitaciones y permisos, impuestos y regulaciones al comercio exterior, que pueden, o no, resultar amigables para los emprendedores. Las políticas, por acción u omisión, inciden sobre los emprendedores y sus empresas (Aisa y Parisi, 2021). Mientras tanto, el análisis de Freire Rendón *et al.* (2019) muestra que la actitud emprendedora de las poblaciones de su estudio, están relacionadas en gran medida con contextos sociales y culturales favorables.

El análisis del potencial entorno impulsor del emprendimiento permite aprovechar las oportunidades disponibles desde el servicio de organismos creados para tal fin. Es por ello que se considera imprescindible conocer la existencia y naturaleza de estos apoyos externos que tienen como objetivo potenciar los emprendimientos.

### 3.1 SOPORTES EXTERNOS DEL EMPRENDIMIENTO

Savall *et al.* (2020) señalan que los apoyos al emprendimiento se alimentan tanto de fuentes con estructuras formales asociativas, e institucionales, como de otros tipos de apoyo reconocidos tal como los liderazgos locales, la familia y las redes espontáneas de proximidad. De acuerdo con Jal (2015), un recurso que favorece el desarrollo de los emprendimientos creativos es el de las nuevas formas de financiamiento, tales como el financiamiento colectivo o el micromecenazgo, mediante el que los emprendedores se conectan con colaboradores que aportan pequeñas sumas de dinero para ser parte de la iniciativa y recibir una recompensa a cambio.

Las organizaciones no gubernamentales funcionan como incubadoras de nuevas ideas y apoyan a los emprendedores con los dos mayores retos representados por la capacitación y el financiamiento (Hernández, 2022).

La capacitación constituye una oportunidad y una responsabilidad de las universidades y casas de estudio para incrementar el poder predictivo de la economía local. Las referencias bibliométricas encontradas por Ovalles Toledo *et al.* (2018) vislumbran la importancia del emprendimiento y de las habilidades adquiridas por los emprendedores, tanto empíricas como las desarrolladas mediante la formación académica.

En este sentido, Ronquillo *et al.* (2022) observan que los cambios en el entorno, la actualización de las herramientas tecnológicas, las nuevas normas legales y tributarias y los nuevos competidores, entre otros, hace que los emprendedores requieran capacitaciones ofrecidas por las universidades en los temas de interés, a fin de ajustar los diversos modelos teóricos a las exigencias prácticas de las comunidades emprendedoras, provocando mejores decisiones en base a información confiable y veraz. Es necesario implementar un proceso de seguimiento y evaluación de los cursos de capacitación con la finalidad de medir su impacto y resultados en las comunidades emprendedoras y de esta forma reorientar las decisiones conforme a las necesidades de formación, logrando su sostenibilidad en el tiempo.

En este contexto, Desfrancois, *et al.* (2022) proponen estrategias para fortalecer la creación del emprendimiento, entre las cuales mencionan el refuerzo de la formación en emprendimiento en los niveles de educación secundaria y universitaria, incorporándola como asignatura en cada área de formación profesional. De esta manera, los potenciales emprendedores poseerían los saberes vinculados con un plan de negocios, trámites para su funcionamiento, atención al cliente y contabilidad básica, entre otros que se aprecian como propios de la administración.

Aumentar el número de empresas de alto crecimiento es un enfoque importante de la política industrial en países desarrollados. Sin embargo, los enfoques existentes están demostrando ser ineficaces y como respuesta ha surgido el enfoque del ecosistema empresarial (Mason y Brown, 014).

#### 4. ECOSISTEMA EMPRENDEDOR

Basados en una síntesis de la literatura, Mason y Brown (2014) definen el ecosistema emprendedor como un conjunto de actores empresariales interconectados, tales como organizaciones, instituciones, universidades, agencias del sector y organismos financieros, y de procesos empresariales, como por ejemplo número de emprendedores en serie y niveles de ambición empresarial, que se unen formal e informalmente para conectar, mediar y orientar el desempeño dentro del entorno empresarial local. Los autores incluyen en los ecosistemas un núcleo de grandes empresas establecidas, reciclaje de empresarios exitosos que reinvierten su tiempo, dinero y experiencia en apoyar nuevos emprendimientos y un entorno rico en información accesible y compartida.

El concepto del Ecosistema Emprendedor, según Álvarez *et al.* (2016), se distingue por considerar al emprendedor como el actor central. Si bien el emprendedor puede comenzar individualmente una empresa, también tiene un rol importante en el contexto, puesto que el emprendedor genera y mantiene al Ecosistema, mientras que las instituciones y el gobierno pueden apoyar y facilitar la actividad de los emprendedores, desde la creación de condiciones previas para el surgimiento de ecosistemas empresariales, mediante, por ejemplo, políticas de inversión. (Mason y Brown, 2014). La generación de los emprendimientos de calidad depende de todo el ecosistema integrado por aspectos de los individuos, condiciones del mercado, acceso a recursos financieros e informacionales, así como la acción de los gobiernos mediante programas y proyectos que crean y favorecen el ambiente de negocios propicios para el desarrollo de emprendimientos (Zamora-Boza, 2018). El autor confirma la idea de Isenberg (2010) quien afirma que el gobierno no puede construir ecosistemas solo, sino que el sector privado tiene la motivación y perspectiva para desarrollar mercados impulsados por las ganancias. El gobierno debe involucrar al sector privado desde el principio y lograr una participación significativa para el éxito del ecosistema.

Los factores que pueden ser identificados como incidentes en un ecosistema emprendedor incluyen el capital humano emprendedor que está condicionado a su vez por su cultura, educación y sociedad, entre otros. Por otra parte, las oportunidades de negocios, el capital social y el ámbito político, mediante las regulaciones y política del Estado, constituyen factores que condicionan al mercado (Insausti, 2016).

En cuanto al ecosistema emprendedor nacional, en 2020, y de acuerdo con el informe del Banco Mundial, Argentina ocupa el puesto 126° de 190 países incluidos en el ranking de “Doing Bussines” que mide la facilidad de hacer negocios en los diferentes países, lo que refleja las regulaciones existentes para la apertura de empresas locales. Si bien los datos no han sido del presente año, las circunstancias no han variado y la economía está estancada hace más de una década, producto

de la crisis económica y social que atraviesa el país (EY Argentina, 2023).

Dada la complejidad que presenta el ecosistema emprendedor, se considera un desafío de suma importancia evaluar las posibles métricas que permitan identificar los aspectos que hacen al o impiden el desarrollo de emprendimientos.

#### 4.1 MÉTRICAS DEL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR

La creación de ecosistemas emprendedores plantea varios desafíos para la formulación de políticas desde un enfoque holístico, centrándose en los emprendedores, los proveedores y conectores empresariales dentro del ecosistema y el entorno emprendedor del ecosistema. Por ello, y de acuerdo con Mason y Brown (2014), es importante desarrollar métricas para evaluar las fortalezas y debilidades del ecosistema, diseñar intervenciones y monitorear la eficacia de dichas intervenciones.

La Encuesta Nacional de Expertos (NES) del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es una encuesta de expertos nacionales, encargados de evaluar los componentes clave del ambiente empresarial en cada economía. La NES es una encuesta de percepción, que es aplicada a expertos de nivel nacional que recoge información sobre las condiciones del contexto empresarial en cada país. El marco conceptual del GEM reconoce nueve condiciones del contexto que determinan la actividad emprendedora de un país, y que son medidas mediante la NES. La metodología de la encuesta NES requiere de al menos 4 expertos o informantes claves en cada una de las nueve condiciones, es decir, un mínimo de 36 expertos a nivel de país (Guerrero y Serey, 2021).

El Global Entrepreneurship Index (GEI), Índice Global de Emprendimiento desarrollado por el Global Entrepreneurship and Development Institute o el Instituto de Emprendimiento Global y Desarrollo (GEDI), mide la salud del ecosistema emprendedor de un país o región y el desempeño de cada país en el contexto nacional e internacional. La metodología GEDI recopila datos sobre las actitudes empresariales, las habilidades y las aspiraciones de la población local, comparándolas con la infraestructura social y económica predominante (Cabrera y Ramos, 2020). El GEI fue implementado por Ali et al. (2021) debido a tres razones principales: (a) proporciona una medición exhaustiva de los ecosistemas emprendedores a nivel de país, (b) combina factores institucionales e individuales en un solo marco, reflejando los factores que influyen en el desarrollo del ecosistema, y (c) la regularidad de la participación del país en GEI durante el período seleccionado para el análisis. Sin embargo, para Inacio Junior et al. (2021), el análisis de los Indicadores Clave de Desempeño podría conducir a una interpretación errónea de la dinámica de los Sistemas Nacionales de Emprendimiento (NSE), lo que a su vez podría dificultar el surgimiento de iniciativas sólidas y relevantes para los países en desarrollo.

Por su parte, el Índice de ecosistema de emprendimiento (EEI) fue creado por Singh y Ashraf

(2020) como una herramienta efectiva para medir el ecosistema de emprendimiento para 34 economías seleccionadas durante 2000-2017. El EEI es un índice integrado por 12 indicadores, incluyendo financiación para emprendedores, apoyo y políticas gubernamentales, impuestos y burocracia, programas gubernamentales, educación y formación empresarial escolar básica, educación y formación empresarial postescolar, transferencia de I+D comercial y profesional, infraestructura, dinámica del mercado interno, apertura del mercado interno, infraestructura física y de servicios, y normas culturales y sociales de las actividades empresariales.

La creación de nuevas empresas resulta de un proceso de etapas afectada por factores sociales, culturales y económicos. El enfoque sistémico considera a aquellos factores que influyen sobre la existencia de oportunidades de negocios tales como las Condiciones de la demanda, el tamaño y dinamismo del mercado y los esfuerzos del campo de la ciencia y tecnología (Kantis et al., 2015).

El modelo basado en el enfoque sistémico, y planteado por el Programa de Desarrollo Emprendedor (PRODEM), se funda en siete dimensiones claves que repercuten sobre la cantidad y calidad de las nuevas empresas. El modelo permite detectar el efecto de los factores estructurales importantes para los países en desarrollo, como los latinoamericanos. El enfoque sistémico sostiene que un ecosistema emprendedor consolidado debe desarrollar siete dimensiones: (a) Cultura emprendedora, (b) Sistema educativo, (c) Infraestructura y RR.HH., (d) Capital Social, (e) Demanda local, (f) Entorno de los emprendedores y (g) Políticas Públicas. Al fomentar estos aspectos, las condiciones resultan más favorables para que surjan nuevos emprendedores, se creen más y mejores empresas y que éstas logren desarrollarse y crecer (Aisa y Parisi, 2021). El nivel de condiciones sistémicas para el emprendimiento de los distintos países y su grado de desarrollo se encuentran altamente correlacionados mediante el instrumento. Para caracterizar un ecosistema mediante este modelo que abarque de manera óptima todas las dimensiones, cada una de ellas deben ser valoradas con el máximo puntaje, por ejemplo 10 si la escala de cuantificación va de 1 a 10, tal como lo implementaron Aisa y Parisi (2021) en la provincia de Córdoba, Argentina (Ver Anexo I).

## METODOLOGÍA

A los efectos del presente trabajo, se ha adaptado la metodología y el instrumento propuesto por Aisa y Parisi (2021), quienes solicitaron replicar el sondeo en la región de Entre Ríos a fin de obtener un panorama más acabado del Ecosistema emprendedor en el país. Es importante señalar que la encuesta es ampliamente reconocida en el campo de estudio. El abordaje tuvo un carácter descriptivo en virtud del objetivo planteado de cuantificar y dimensionar el ecosistema emprendedor de Libertador San Martín, Entre Ríos.



La variable analizada fue la percepción del grado de desarrollo o de consolidación de las siete dimensiones de un ecosistema emprendedor, según el enfoque sistémico: (a) Cultura Emprendedora, (b) Educación, (c) Demanda local, (d) Capital Social, (e) Infraestructura RRHH, (f) Entorno Emprendedor y (f) Políticas Públicas.

La muestra estuvo conformada por representantes de organismos regionales de apoyo al emprendimiento que aceptaron la invitación a participar en el estudio. A cada uno de ellos, y previa aceptación informada, se les envió la encuesta en formato digital cuya devolución conformó la base de datos procesados para obtener los resultados del estudio.

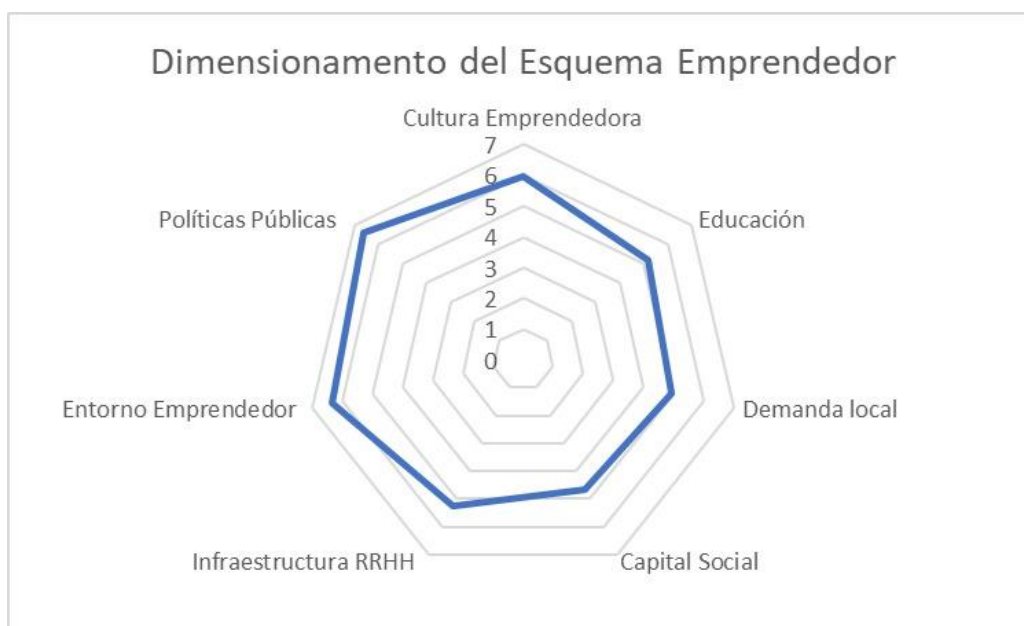
## RESULTADOS

La información recabada mediante la administración de la encuesta de Aisa y Parisi (2021) a representantes de cuatro instituciones gestoras de apoyo a emprendedores, permitió representar gráficamente el estado de situación del proceso de generación de condiciones aptas para el desarrollo de emprendimientos en Libertador San Martín, Entre Ríos.

Como se muestra en la Tabla 1 y en la Figura 1, las mayores medias se presentan en las dimensiones Políticas Públicas y Entorno Emprendedor, mientras que la dimensiones Capital Social, Demanda Local y Educación fueron las menos valoradas.

**Tabla 1:** Dimensiones sistémicas del ecosistema emprendedor de la región de Libertador San Martín, Entre Ríos (escala del 1 al 10)

Dimensión del ecosistema emprendedor	Media
Cultura Emprendedora	5,95
Educación	5,17
Demanda local	4,92
Capital Social	4,64
Infraestructura RRHH	5,26
Entorno Emprendedor	6,35
Políticas Públicas	6,63



## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir de los resultados observados respecto del tema de estudio, puede advertirse un insuficiente desarrollo de las dimensiones Capital Social, Demanda Local y Educación, lo que amerita una inversión de mayor esfuerzo tendiente no sólo a reforzar la capacitación de potenciales emprendedores sino también a la formación de la comunidad como potencial cliente de los emprendimientos locales. Por su parte, las dimensiones de Políticas públicas y Entorno emprendedor han sido percibidas con la mayor puntuación. Se considera recomendable profundizar el estudio a fin de identificar el enfoque de estas políticas que pudieran acompañar al capital social y a la demanda local.

En términos de la escala utilizada de 1 a 10, los valores observados resultan insuficientes para encarar el desafío de incrementar esta actividad con connotaciones importantes para el desarrollo social.

Con respecto a las tres dimensiones que obtuvieron los valores más bajos, dos de ellas se podrían trabajar en forma mancomunada desde la universidad, el municipio y la provincia con el propósito de impulsar la educación para los emprendedores y la demanda local, mientras que la última, el capital social debería ser fortalecida desde el ámbito provincial.

Al comparar los resultados del estudio con los obtenidos en la provincia de Córdoba, se observan ciertas similitudes que podrían estar marcadas por la cultura emprendedora y por las políticas que se aplican a ambas regiones (ver Tabla 2). Un detalle a destacar es que, mientras la percepción respecto de la cultura emprendedora en Córdoba es mayor que su correlato en Libertador San Martín, Entre Ríos, el sistema educativo se percibe con una puntuación inferior, lo que podría

significar la presencia de otros factores impulsores del emprendimiento, tal como la demanda local y el capital social. Sin embargo, a fin de arribar a declaraciones más concluyentes, se recomienda replicar el estudio, incluyendo un encuadre cualitativo, con el propósito de comprender y explorar el fenómeno social desde una perspectiva holística y un enfoque inductivo, utilizando técnicas como entrevistas, observaciones o análisis de documentos relevantes. El estudio permitiría interpretar y comprender los significados subyacentes, las relaciones sociales y los contextos culturales que emergen de los datos. La reflexión crítica podría generar conclusiones y acciones fundamentadas.

**Tabla 2: Dimensiones sistémicas del ecosistema emprendedor de LSM, Entre Ríos y Córdoba**

Dimensión del ecosistema emprendedor	LSM (Entre Ríos)	Córdoba
Cultura Emprendedora	5,95	6,42
Educación	5,17	5,03
Demanda local	4,92	6,03
Capital Social	4,64	5,37
Infraestructura RRHH	5,26	5,35
Entorno Emprendedor	6,35	6,09
Políticas Públicas	6,63	6,37

Se espera que este proceso de identificación del ecosistema emprendedor, que se plantea en las comunidades estudiadas, se haga extensivo a las diferentes regiones de Argentina y pueda replicarse en otros países a fin de obtener información relevante que permita comparar las condiciones internas y externas y, consecuentemente, distinguir aquellas que empoderan esta importante actividad económica y social.

## REFERÊNCIAS

Aisa, S. y Parisi, D. (2021). El ecosistema emprendedor de Córdoba: un análisis sistémico. *Revista de Ciencias Empresariales. Universidad Blas Pascal*, (6), 63-77.

Ali, M.A., Kabil, M., Alayan, R., Magda, R. y Dávid, L.D. (2021). Entrepreneurship Ecosystem Performance in Egypt: An Empirical Study Based on the Global Entrepreneurship Index (GEI). *Sustainability* 13(13), 7171, 1-22. <https://doi.org/10.3390/su13137171>

Álvarez, P., García, S. I., Meléndez, C. E., Federico, J. y Kantis, H. (2016). El ecosistema emprendedor de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Una mirada exploratoria. *Pymes, Innovación y Desarrollo*, 4(1), 145-173.

Anderson, AR y Jack, SL (2008). Tipologías de roles para la educación emprendedora: ¿el artesano profesional? *Diario de pequeñas empresas y desarrollo empresarial*, 15(2), 259-273.

Armando López-Lemus, J., & de la Garza Carranza, M. T. (2019). Las prácticas de gestión empresarial, innovación y emprendimiento: factores influyentes en el rendimiento de las firmas emprendedoras. *Nova Scientia*, 11(22), 357–383. <https://doi.org/10.21640/ns.v11i22.1795>

- Cabrera, G. O. y Ramos, R. V. (2020). Construyendo un ecosistema emprendedor. *Revista de Investigación Académica Sin Frontera: División de Ciencias Económicas y Sociales*, 13(33), 1-18.
- Desfrancois, P. F., Godoy, V. O. y Almachi, M. T. (2022). Estrategias para fomentar el ecosistema emprendedor en el Ecuador. *Revista Colombiana de Ciencias Administrativas*, 4(1), 138-153.
- EY Argentina (2023, marzo 21). Doing Business en Argentina. Recuperado el 19 de mayo de 2023, de Wwww.ey.com website: [https://www.ey.com/es\\_ar/doing-business-argentina](https://www.ey.com/es_ar/doing-business-argentina)
- Freire Rendón, M., Peralta Mendoza, P. y Tigrero González, F. (2019). Emprendimiento rural e impacto en el desarrollo económico y sociocultural: comunas Libertador Bolívar, Cadeate y San Pablo, cantón Santa Elena, Ecuador.
- Geraldo-Campos, L. A., Moreno-Estelle, S. P., Saray Palacios-Pizarro, C. y Tito-Huamaní, P. L. (2022). Diseño y validación de escalas de perdurabilidad en emprendimiento empresarial. Retos, *Revista de Ciencias Administrativas y Económicas*, 12(24), 350-366. <https://doi.org/10.17163/ret.n24.2022.09>
- Granadillo, F. T., & Artigas, W. (2015). Emprendimiento económico: Elementos teóricos desde las perspectivas de sistemas y redes. *Revista de Ciencias Sociales*, 21(3), 429-441.
- Guerrero, M. y Serey, T. (2021). *Global Entrepreneurship Monitor: Reporte Nacional de Chile 2020*. Universidad del Desarrollo. Facultad de Economía y Negocios.
- Hernández, K. A. M. (2022). La incidencia e impacto de los emprendimientos sociales dentro de El Salvador. *Revista Relaciones Internacionales*, 217-241.
- Hidalgo-Arteaga, J. A. y Orozco-Santos, C. H. (2020). El impacto de los Emprendimientos en el Desarrollo Microempresarial del Cantón Chone. *Polo del Conocimiento*, 5(8), 376-392.
- Hill, S., Ionescu-Somers, A., Coduras Martínez, A., Guerrero, M., Menipaz, E., Boutaleb, F. y Shay, J. (2023). *Global Entrepreneurship Monitor 2022/2023 Informe global: Adaptación a una "nueva normalidad"*.
- Huang-Saad, A., Fay, J. y Sheridan, L. (2017). Cerrar la brecha: acelerar la comercialización de tecnología catalizando el ecosistema empresarial universitario con I-Corps TM. *Revista de Transferencia de Tecnología*, 42(6), 1466-1486. <https://doi.org/10.1007/s10961-016-9531-2>
- Inacio Junior, E., Dionisio, E. A., Fischer, B. B., Li, Y. y Meissner, D. (2021). The global entrepreneurship index as a benchmarking tool? Criticisms from an efficiency perspective. *Journal of Intellectual Capital*, 22(1), 190-212.
- Insausti, C. (2016). *Ecosistema Emprendedor: la dinámica emprendedora en Bahía Blanca*. Departamento de Economía: Universidad Nacional del Sur.
- Isenberg, DJ (2010). Cómo iniciar una revolución empresarial. *Revisión de negocios de Harvard*, 88 (6), 40-50.
- Jal, R. (2015). Transformando talento en organizaciones sustentables: el desarrollo de emprendimientos de la economía creativa. *Faces*, 21(44), 113-123.
- Kantis, H., Federico, J. e Ibarra, S. (2015). Condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico.

*América Latina en el nuevo escenario global.*

Mason, C. y Brown, R. (2014). Ecosistemas emprendedores y emprendimiento orientado al crecimiento. *Informe final para la OCDE, París*, 30 (1), 77-102.

Ovalles-Toledo, L. V., Freites, Z. M., Urbina, M. Á. O. y Guerra, H. S. (2018). Habilidades y capacidades del emprendimiento: un estudio bibliométrico. *Revista Venezolana de Gerencia*, 23(81), 217-234.

Pérez, C. (2010). Dinamismo tecnológico e inclusión social en América Latina: una estrategia de desarrollo productivo basada en los recursos naturales. *Revista Cepal 100*, 123-145.

Ramírez, P. L. V., González, M. G. Z. y Tene, M. F. M. (2020). Emprendimiento y su relación con el desarrollo económico y local en el Ecuador. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 5(10), 242-258.

Rivera Lozada, O. L., Rivera Lozada, I. C. R. y Bonilla Asalde, C. A. B. (2018). Actitud emprendedora y habilidades sociales en estudiantes de una Institución Educativa Peruana. *Ucv-Scientia*, 10(2), 131-135.

Ronquillo, C. J. A., Bayas, C. P. J. y Tituaña, L. E. M. (2022). Propuesta de contenidos en plan de capacitación administrativa para emprendimientos en Quito. *Revista Eruditus*, 3(1), 27-42.

Salazar, F. y Gutiérrez-Soto, M. V. (2015). La estrategia didáctica vista desde el constructivismo en la docencia universitaria. *Docencia constructivista en la universidad: una serie de ensayos sobre experiencias en Costa Rica*, 73-105.

Savall, N. V., Pizarro, J. E. y López, D. E. V. (2020). Redes de apoyo al emprendimiento femenino en territorios rurales. *OBETS: Revista de Ciencias Sociales*, 15(1), 317-356.

Singh, AK y Ashraf, SN (2020). Asociación del ecosistema de emprendimiento con el crecimiento económico en países seleccionados: una exploración empírica. *Revista de Emprendimiento, Negocios y Economía*, 8 (2), 36-92.

Torres Granadillo, F. y Artigas, W. (2015). Emprendimiento económico: Elementos teóricos desde las perspectivas de sistemas y redes. *Revista de Ciencias Sociales*, 21(3), 429-441.

Zamora-Boza, C. (2018). La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador. *Espacios*, 39(7), 15

# ANÁLISIS DE LA EFICACIA DE LAS ESTRATEGIAS DEL MANUAL "ESTRÉS LABORAL EN PEQUEÑAS EMPRESAS: ABORDAJE PRÁCTICO PARA RIESGOS PSICOSOCIALES" EN LA DISMINUCIÓN DE LOS RIESGOS PSICOSOCIALES EN LA EMPRESA R. AUTOMOTRIZ

**Patricio González Oyarce** - [patriciogonzalez@alu.unach.cl](mailto:patriciogonzalez@alu.unach.cl) ORCID: <http://orcid.org/0009-0006-3005-1951>.

Patricio Gonzalez Oyarce, Ingeniero Comercial con formación en la Universidad Adventista de Chile, con experiencia en logística, atención al cliente y gestión de recursos humanos. Destacado por su proactividad, habilidades de comunicación y capacidad para trabajar en equipo. Ha gestionado convenios y organizado proyectos para fortalecer el capital humano. Comprometido con la creación de ambientes de trabajo positivos y productivos.

**Jessica Quezada Molina** - [jessicaquezada@unach.cl](mailto:jessicaquezada@unach.cl) ORCID: <http://orcid.org/0009-0007-9176-7862>.

Jessica Quezada Molina es Ingeniera en Administración y Magister en Marketing, con una destacada trayectoria en gestión académica y liderazgo institucional. Actualmente, trabaja en el área de posgrado de la Universidad Adventista de Chile (UNACH) y es Secretaria General del Consorcio de Escuelas de Administración y Negocios de Universidades Adventistas de Sudamérica (CIEACE), donde fue elegida para el directorio 2023-2025. Además, está en proceso de completar su Doctorado en Administración de Negocios Sostenible, combinando su enfoque en sostenibilidad con la excelencia educativa.

**Resumo: Objetivo:** Evaluar la efectividad de las estrategias propuestas en el manual para reducir los riesgos psicosociales en el entorno laboral de esta empresa automotriz. **Metodología:** El enfoque del estudio fue cuantitativo y longitudinal. Se centró en la aplicación del cuestionario ISTAS21 versión breve para medir los riesgos psicosociales entre los empleados. Este instrumento permitió recopilar datos sobre aspectos como la carga de trabajo, la autonomía, y las relaciones interpersonales en el entorno laboral. **Resultados:** Los resultados mostraron cambios significativos en la percepción de los riesgos psicosociales. Antes de la intervención, el 66.7% de los trabajadores estaban en un "Nivel de riesgo medio" y el 33.3% en un "Nivel de riesgo bajo". Después de la intervención, estas cifras se invirtieron, sugiriendo una disminución del estrés laboral. En la dimensión de "Doble presencia", el riesgo alto se redujo del 66.7% al 33.3%, con un aumento del riesgo bajo del 0% al 66.7%. La dimensión "Apoyo social en la empresa" también mostró mejoras, pasando de un 66.7% de riesgo medio a un 33.3%, y de un 33.3% de riesgo bajo a un 66.7%. Estos resultados indican que las estrategias del manual fueron efectivas en mejorar el bienestar psicosocial de los empleados. Se recomienda un seguimiento continuo para asegurar la sostenibilidad de estos cambios y abordar futuras áreas de riesgo.

**Palavras Chave:** Riesgos psicosociales. Estrés laboral. Entorno laboral. Salud mental. Carga de trabajo.

**Abstract:** Objective: Evaluate the effectiveness of the strategies proposed in the manual to reduce psychosocial risks in the work environment of this automotive company. Methodology: The study approach was quantitative and longitudinal. It focused on the application of the ISTAS21 short version questionnaire to measure psychosocial risks among employees. This instrument made it possible to collect data on aspects such as workload, autonomy and interpersonal relationships in the work environment. Results: The results showed significant changes in the perception of psychosocial risks. Before the intervention, 66.7% of workers were at a "Medium risk level" and 33.3% at a "Low risk level." After the intervention, these figures were reversed, suggesting a decrease in work stress. In the "Dual presence" dimension, high risk is reduced from 66.7% to 33.3%, with low risk increasing from 0% to 66.7%. The dimension "Social support in the company" also showed improvements, going from 66.7% medium risk to 33.3%, and from 33.3% low risk to 66.7%. These results indicate that the strategies in the manual were effective in improving the psychosocial well-being of employees. Ongoing monitoring is recommended to ensure the sustainability of these changes and address future risk areas.

**Keywords:** Psychosocial risks. Work stress. Work environment. Mental health. Workload.

## INTRODUÇÃO

El estrés es una experiencia común en la vida diaria, especialmente en el ámbito laboral, y su incidencia está en aumento. A menudo, la sociedad percibe el estrés como algo natural y normal, subestimando sus graves consecuencias, que en ocasiones pueden ser mortales. La importancia y gravedad de los efectos devastadores del estrés hacen crucial tomar conciencia y medidas para abordarlo. Según Vidal Lacosta (2019), el estrés puede ser hasta cinco veces más perjudicial que el consumo de alcohol y tabaco juntos, debido a sus consecuencias médicas, ya que empeora enfermedades existentes y puede provocar nuevas enfermedades.

La Asociación Chilena de Seguridad (ACSH) define los riesgos psicosociales como las condiciones laborales que afectan la salud de las personas a través de procesos tanto psicológicos como fisiológicos, comúnmente conocidos como estrés laboral (ACHS, 2017). Estos riesgos representan desafíos significativos en la seguridad y salud laboral, con un impacto considerable en la salud de los individuos, las organizaciones y las economías nacionales (Vidal Lacosta, 2019). Los peligros psicosociales amplifican problemas físicos como hipertensión, dolores de cabeza, problemas cardíacos, gastrointestinales, musculoesqueléticos y respiratorios, además de problemas sexuales y dermatológicos (Arjona, 2014).

El optimismo respecto a las perspectivas laborales en Chile, impulsado por un mayor reconocimiento de la importancia de la salud mental, se refleja en la legislación. La Ley N° 16.744 sobre Accidentes del Trabajo y Enfermedades Profesionales, y otras normativas, promueven la salud mental y física de los trabajadores. Estas iniciativas buscan crear entornos laborales más saludables, reduciendo el estrés y el estigma asociado a los problemas de salud mental (SUSESOS, 2022).

El estrés laboral afecta sustancialmente la salud y rendimiento de los colaboradores, y la eficacia operativa de las empresas. Aumenta el riesgo de accidentes, reduce el rendimiento y la asistencia laboral, y puede llevar a episodios de depresión y ansiedad, afectando la concentración y aumentando los errores laborales (Carrasco, 2001). Un estudio del ADP® Research Institute reveló que el 67% de los trabajadores en Chile experimenta estrés laboral al menos una vez a la semana, con factores como la responsabilidad y las largas jornadas laborales como principales causas (Celis Rodríguez, 2022).

En este contexto, la Encuesta ISTAS21 versión breve es una herramienta invaluable para analizar y comprender diversas dimensiones del bienestar psicosocial de los trabajadores. Este estudio se enfoca en aplicar dicha encuesta en la empresa R. Automotriz para evaluar el bienestar emocional y las condiciones laborales de sus empleados. La intervención propuesta se basa en el manual "Estrés Laboral en Pequeñas Empresas: Abordaje Práctico para Riesgos Psicosociales", y busca determinar la efectividad de las estrategias sugeridas para reducir los riesgos psicosociales.

El objetivo general de este proyecto de intervención es analizar la eficacia de las estrategias del manual en la reducción de los riesgos psicosociales identificados en la empresa R. Automotriz. Los objetivos específicos incluyen identificar el nivel de riesgos psicosociales presentes en la empresa, intervenir en relación a los riesgos con niveles de riesgo medio y alto, y comparar los niveles de riesgos psicosociales antes y después de la implementación de las recomendaciones del manual.

## METODOLOGÍA

La metodología utilizada en esta investigación fue preexperimental.

La población del estudio incluye a todos los trabajadores de la organización R. Automotriz, ubicada en la ciudad de Chillán. En este caso específico, participaron tres individuos de género masculino, con edades comprendidas entre 20 y 50 años.

El proyecto de intervención aplicado a la empresa R. Automotriz consta de dos fases principales:

### 3. DIAGNÓSTICO DE RIESGOS PSICOSOCIALE

Instrumento: Para llevar a cabo el diagnóstico, se aplicará el cuestionario ISTAS21 versión breve, el cual consta de 20 preguntas distribuidas en 5 dimensiones: Exigencias Psicológicas, Trabajo Activo y Desarrollo de Habilidades, Apoyo Social en la Empresa, Compensaciones y Doble Presencia y 5 opciones de respuestas, con una puntuación de 0 a 4 (Cerdeira-Silva, 2018).



El mayor puntaje indica un mayor riesgo. Los puntajes se expresan como porcentaje del máximo valor que es posible alcanzar, de acuerdo a la siguiente tabla:

Tabla 1: Cálculos e interpretación de las puntuaciones

<b>Dimensiones</b>	<b>Nº Preguntas correspondientes</b>	<b>Nivel de riesgo bajo</b>	<b>Nivel de riesgo medio</b>	<b>Nivel de riesgo alto</b>
Exigencias Psicológicas	1-5	0 – 8	9 – 11	12 – 20
Trabajo activo y desarrollo de habilidades	6-10	0 – 5	6 – 8	9 – 20
Apoyo social en la empresa	11-15	0 – 3	4 – 6	7 – 20
Compensaciones	16-18	0 – 2	3 – 5	6 – 12
Doble presencia	19-20	0 - 1	2 - 3	4 – 8

Fuente elaboración propia

El análisis de confiabilidad mediante consistencia interna del SUSES-ISTAS21 versión breve mostró un alfa global de valor 0.758 (IC al 95%: 0.719-0.794) es considerado moderadamente alto. (Mendoza & Llanos,2019). la Superintendencia de Seguridad Social decidió validar a nivel nacional la versión en castellano del COPSOQ (ISTAS 21), con la colaboración de la Dirección del Trabajo, el Instituto de Salud Pública de Chile y la Escuela de Salud Pública de la Universidad de Chile, con la asesoría directa de los autores del ISTAS 21 (Alvarado,2012).

Participación: Todos los empleados de la organización, incluyendo aquellos en situaciones laborales temporales, completarán el cuestionario.

Recolección de Datos: La técnica utilizada es la encuesta, administrada en el lugar de trabajo. Además de las preguntas específicas sobre riesgos psicosociales, se recogerán datos demográficos como género y edad.

Análisis de Datos: Se realizará un análisis cuantitativo utilizando técnicas estadísticas descriptivas, como tablas de frecuencias relativas, medias, medianas, desviaciones estándar, mínimo y máximo para las variables sociodemográficas y de riesgo psicosocial. La confiabilidad del instrumento se ha validado previamente con un alfa de Cronbach de 0.758, considerado moderadamente alto (Mendoza & Llanos, 2019).

#### 4. INTERVENCIÓN

**Manual de Intervención:** Se implementará el manual "Estrés Laboral en Pequeñas Empresas: Abordaje Práctico para Riesgos Psicosociales", que contiene teorías y acciones prácticas para el tratamiento del estrés laboral.

**Aplicación:** Una vez obtenidos los resultados del cuestionario y detectados los riesgos psicosociales específicos, se procederá a implementar las medidas sugeridas por el manual, diseñadas para mejorar las condiciones laborales, reducir el estrés y promover el bienestar psicosocial de los empleados.

**Evaluación Post-Intervención:** Posteriormente, se aplicará nuevamente el cuestionario ISTAS21 para cotejar los cambios y analizar la efectividad de la intervención.

El proyecto ha sido aprobado por el Comité de Ética en Investigación de la Universidad Adventista de Chile bajo el número de dictamen 2024-08, según el Acta n.º 2024-05 y el voto n.º 2024-08 del 13/03/24. La aprobación se otorgó tras una revisión exhaustiva de la documentación proporcionada por los investigadores y los informes del Coordinador de Metodología de la Investigación de la Unidad correspondiente y del Revisor designado por el Comité. Se garantizaron los aspectos ético-científicos involucrados en el trabajo, permitiendo que el proyecto se desarrolle de acuerdo con los estándares éticos y científicos requeridos.

Las acciones de intervención se basarán en el manual "Estrés Laboral en Pequeñas Empresas: Abordaje Práctico para Riesgos Psicosociales". Este manual se utilizará para interpretar los resultados obtenidos del análisis de datos del cuestionario ISTAS21, identificar los principales riesgos psicosociales presentes en la organización y su impacto en los empleados, y proponer medidas específicas para mejorar las condiciones laborales y reducir el estrés.

El análisis de datos se llevará a cabo utilizando técnicas estadísticas apropiadas, como la estadística descriptiva. Esto incluirá tablas de frecuencias relativas, medias, medianas, desviaciones estándar, mínimo y máximo para las variables sociodemográficas y de riesgo psicosocial. La muestra utilizada en este estudio es no probabilística por conveniencia, seleccionada por su accesibilidad y disponibilidad dentro de la empresa R. Automotriz. Esta muestra, compuesta por tres colaboradores, se utilizó para llevar a cabo una prueba piloto del manual. En un futuro, se considerará la implementación en un mayor número de empresas.

Esta metodología asegura una evaluación integral de los riesgos psicosociales en la organización R. Automotriz, proporcionando una base sólida para las intervenciones diseñadas para mejorar el bienestar de los empleados y la eficiencia operativa de la empresa.

# RESULTADOS

La primera sección del cuestionario breve ISTAS 21 se centra en recopilar datos demográficos y características del trabajo actual de los participantes. Este primer conjunto de preguntas consta de cinco ítems y tiene como objetivo obtener información relevante sobre aspectos como el género, la edad y otros factores relacionados con las características del puesto (Candia & Pérez, 2018). Estos datos preliminares son importantes para comprender el contexto de los participantes y permitir un análisis más detallado de los resultados obtenidos en el estudio.

Los participantes de la intervención pertenecen al sector industrial de servicios automotrices, todos residentes en la comuna de Chillan Viejo. Son de género masculino y tienen edades entre 26 y 45 años, con distintos niveles de responsabilidad de acuerdo a las funciones realizadas: administrativo, técnico mecánico y operativo, con una distribución uniforme entre ellos.

A continuación, se mostrarán las tablas 2, 3, 4, 5 y 6 correspondientes al instrumento utilizado en este estudio. Este consta de 5 dimensiones: Exigencias Psicológicas Cuantitativas, Trabajo Activo y Desarrollo de Habilidades, Apoyo Social en la Empresa y Calidad del Liderazgo, y Compensaciones y Doble Presencia. Estas dimensiones abordan diferentes aspectos del entorno laboral que pueden influir en la salud y el bienestar de los trabajadores. A través de la evaluación de estas áreas clave, se busca comprender mejor los factores que contribuyen al estrés laboral y otras condiciones relacionadas con el trabajo (Cerdeira-Silva, 2018).

Tabla 2: Dimensión Exigencias psicológicas

Exigencias psicológicas	Pre intervención			Post intervención		
	Frecuencias	% Total	% Acumulado	Frecuencia	% Total	% Acumulado
Nivel de riesgo medio	2	66.7%	66.7%	1	33.7%	66.7%
Nivel de riesgo bajo	1	33.3%	100%	2	66.7%	100%

Fuente elaboración propia

## Análisis de Pre y Post Intervención

Antes de la intervención:

El 66.7% de los colaboradores fueron categorizados como "Nivel de riesgo medio".

El 33.3% de los colaboradores fueron categorizados como "Nivel de riesgo bajo".

Después de la intervención:

El 33.3% de los colaboradores fueron categorizados como "Nivel de riesgo medio".

El 66.7% de los colaboradores fueron categorizados como "Nivel de riesgo bajo".

Análisis del cambio:

Se observa un cambio notable en la categorización de riesgo de los trabajadores. Después de la intervención, hubo una reducción en la categorización de riesgo medio y un aumento correspondiente en la categorización de riesgo bajo. Este análisis sugiere que la intervención tuvo un impacto positivo en la reducción del riesgo percibido para los colaboradores de la empresa R. Automotriz.

Tabla 3: Dimensión Trabajo activo y desarrollo de habilidades

Trabajo activo y desarrollo de habilidades	Pre intervención			Post intervención		
	Frecuencias	% Total	% Acumulado	Frecuencia	% Total	% Acumulado
Nivel de riesgo bajo	3	100%	100%	3	100%	100%

Fuente elaboración propia

En la dimensión "Trabajo activo y desarrollo de habilidades", los tres participantes de la empresa R. Automotriz ya estaban categorizados como "Nivel de riesgo bajo" tanto en la pre intervención como en la post intervención. Esto indica que no hubo cambios en la categorización de riesgo para esta dimensión específica.

Por lo tanto, es más preciso decir que no hubo intervención observada en esta dimensión, ya que los participantes ya estaban en la categoría de bajo riesgo tanto antes como después de la intervención.

Tabla 4: Dimensión Compensaciones

Compensaciones	Pre intervención			Post intervención		
	Frecuencias	% Total	% Acumulado	Frecuencia	% Total	% Acumulado
Nivel de riesgo bajo	2	66.7%	66.7%	2	33.7%	66.7%
Nivel de riesgo alto	1	33.3%	100%	1	66.7%	100%

Fuente elaboración propia

En la dimensión de "Compensaciones", solo un colaborador estaba categorizado como "Nivel de riesgo alto" tanto en el pre test como en el post test, lo que representa solo un tercio de la empresa. Por lo tanto, es más apropiado concluir que en esta dimensión no hubo intervención significativa.

Tabla 5: Dimensión Doble presencia

Doble presencia	Pre intervención			Post intervención		
	Frecuencias	% Total	% Acumulado	Frecuencia	% Total	% Acumulado
Nivel de riesgo bajo	0	0%	0%	2	66.7%	0
Nivel de riesgo medio	1	33.3%	66.7%	0	0%	66.7%
Nivel de <u>riesgo</u> alto	2	66.7%	100%	1	33.3%	100%

Fuente elaboración propia

Dimensión: Doble presencia

Antes de la intervención:

El 33.3% de los participantes fueron categorizados como "Nivel de riesgo medio".

El 66.7% de los participantes fueron categorizados como "Nivel de riesgo alto".

Después de la intervención:

El 66.7% de los participantes fueron categorizados como "Nivel de riesgo bajo".

El 33.3% de los participantes fueron categorizados como "Nivel de riesgo alto".

Análisis del cambio:

Hubo un cambio significativo en la categorización de riesgo entre la pre intervención y post intervención en la dimensión de "Doble presencia". Este cambio sugiere que la intervención tuvo un impacto positivo en la percepción del riesgo en esta dimensión.

Tabla 6: Dimensión Apoyo social en la empresa

Apoyo social en la empresa	Pre intervención			Post intervención		
	Frecuencias	% Total	% Acumulado	Frecuencia	% Total	% Acumulado
Nivel de riesgo medio	2	66.7%	66.7%	1	33.7%	66.7%
Nivel de riesgo bajo	1	33.3%	100%	2	66.7%	100%

Fuente elaboración propia

Dimensión: Apoyo social en la empresa

Antes de la intervención:

El 66.7% de los participantes fueron categorizados como "Nivel de riesgo medio".

El 33.3% de los participantes fueron categorizados como "Nivel de riesgo bajo".

Después de la intervención:

El 33.3% de los participantes fueron categorizados como "Nivel de riesgo medio".

El 66.7% de los participantes fueron categorizados como "Nivel de riesgo bajo".

Análisis del cambio:

Después de la intervención, hubo una reducción en la categorización de "Nivel de riesgo medio" y un aumento correspondiente en la categorización de "Nivel de riesgo bajo". Este cambio sugiere que la intervención pudo haber tenido un impacto positivo en la percepción del riesgo en la dimensión de "Apoyo social en la empresa".

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

En todas las dimensiones abordadas en la intervención se evidencian cambios positivos. La detección de 3 dimensiones alteradas de las 5 evaluadas (exigencias psicológicas, doble presencia y apoyo social en la empresa) sugiere que el manual podría ser efectivo al abordar los aspectos problemáticos.

En este caso, la interpretación de la efectividad del manual se puede abordar de la siguiente manera:

La detección de 3 dimensiones alteradas de las 5 evaluadas (exigencias psicológicas, doble presencia y apoyo social en la empresa) sugiere que el manual podría ser efectivo al abordar los aspectos identificados como problemáticos. Estos resultados fueron obtenidos a través de un análisis de frecuencias estadísticas basado en las tablas de frecuencias proporcionadas.

Al intervenir de acuerdo a lo indicado por el manual, se evidencia una significancia favorable de acuerdo al análisis de frecuencias estadísticas en exigencias psicológicas, cambiando la categorización a bajo riesgo, lo que sugiere que la intervención podría haber tenido un impacto positivo en esta dimensión. Estos resultados fueron obtenidos a través de un análisis de frecuencia basado en las tablas de frecuencias proporcionadas.

En apoyo social en la empresa, tanto el análisis anterior como posterior muestran diferencias, reflejándose una baja en el indicador. Posterior a la intervención, tanto el promedio como la mediana muestran una categorización baja, mientras que antes de la intervención la categorización estaba en nivel médio.

En la dimensión de doble presencia, se observa una mejora después de la intervención. Aunque el nivel promedio continúa categorizando la dimensión en un nivel de riesgo medio, se evidencia una valoración más baja, cayendo de 3,3 puntos promedio a 2. Sin embargo, la mediana nos sitúa en un nivel de riesgo bajo, lo que muestra mejoras en la dimensión.

Los resultados de la intervención indican que se han observado cambios positivos en todas las dimensiones abordadas. Después de llevar a cabo una intervención focalizada en tres dimensiones específicas —exigencias psicológicas, doble presencia y apoyo social en la empresa— se han observado cambios significativos en la percepción de los empleados respecto a estos aspectos.

Antes de la intervención, los colaboradores presentaban una distribución de riesgo diversa en cada dimensión, con áreas de preocupación destacadas, como la doble presencia y las exigencias psicológicas, donde la mayoría de los empleados percibían un nivel de riesgo alto. Sin embargo, después de la intervención, se observó un cambio positivo en la categorización de riesgo en todas las dimensiones intervenidas.

En particular, se registró una disminución notable en los niveles de riesgo percibidos, con una mayor proporción de empleados categorizados en niveles de riesgo bajo o medio en comparación con el periodo pre intervención. Este cambio indica que la intervención fue efectiva en abordar las preocupaciones planteadas en estas áreas específicas y en mejorar la percepción de los empleados sobre las mismas.

Además, la consistencia en los cambios de categorización en todas las dimensiones intervenidas sugiere que la intervención no solo tuvo un impacto individual en cada área, sino que también contribuyó a una mejora general en el ambiente psicosocial de la organización.

## 7. RECOMENDACIONES

**Seguimiento Continuo:** Es esencial realizar un seguimiento continuo para garantizar que los cambios observados se mantengan a largo plazo. Esto permitirá verificar la efectividad sostenida de la intervención y hacer ajustes necesarios según se requiera.

**Monitoreo Periódico:** Implementar evaluaciones periódicas de las dimensiones de riesgo psicosocial puede ayudar a identificar cualquier retroceso y permitir la intervención temprana para abordar problemas emergentes.

**Ampliación del Alcance de la Intervención:** Considerar la ampliación de la intervención para

incluir otras dimensiones de riesgo psicosocial que no fueron abordadas inicialmente, con el fin de cubrir todos los aspectos que pueden influir en el bienestar de los empleados.

**Promoción de la Participación Activa:** Continuar fomentando la participación activa de los empleados en la definición de tareas y en la toma de decisiones relacionadas con sus funciones y el ambiente laboral. Esto puede contribuir a mantener un entorno de trabajo positivo y colaborativo.

**Capacitación y Sensibilización Continua:** Proveer capacitación y sensibilización continua sobre la importancia de un ambiente psicosocial saludable y sobre estrategias para gestionar el estrés y otras demandas laborales.

**Revisión de Políticas:** Revisar y ajustar las políticas y procedimientos internos de la organización para asegurar que están alineados con las mejores prácticas para la gestión del riesgo psicosocial.

**Fortalecimiento del Apoyo Organizacional:** Mantener y fortalecer los canales de comunicación y apoyo organizacional para asegurar que los empleados se sientan respaldados y comprendidos en sus preocupaciones y necesidades laborales y personales.

Estos hallazgos respaldan la eficacia de la intervención implementada y sugieren que enfocarse en dimensiones específicas de los riesgos psicosociales puede tener un impacto positivo en la percepción y el bienestar de los empleados. Implementar estas recomendaciones puede ayudar a consolidar y extender los beneficios observados, promoviendo un ambiente laboral saludable y sostenible.

## 8. DISCUSIÓN

Los resultados de la intervención proporcionan evidencia clara de cambios positivos en las dimensiones de exigencias psicológicas, doble presencia y apoyo social en la empresa. Antes de la intervención, los colaboradores mostraban una distribución de riesgo diversa en cada dimensión, con particular preocupación en las áreas de doble presencia y exigencias psicológicas, donde una mayoría de los empleados percibían un nivel de riesgo alto.

El cambio en la percepción de riesgo después de la intervención es significativo. La disminución notable en los niveles de riesgo percibidos y la mayor proporción de empleados categorizados en niveles de riesgo bajo o medio en comparación con el periodo pre intervención sugieren que las estrategias implementadas fueron efectivas. La reducción de riesgos en las áreas intervenidas demuestra que las medidas tomadas fueron adecuadas y respondieron bien a las necesidades identificadas inicialmente.

La consistencia de los cambios positivos en todas las dimensiones intervenidas indica que la intervención no solo impactó cada área individualmente, sino que también mejoró el ambiente



psicosocial general de la organización. Este hallazgo es consistente con estudios previos que han demostrado que las intervenciones focalizadas pueden mejorar significativamente la percepción del riesgo y el bienestar de los empleados (Candia & Pérez, 2018; Cerda-Silva, 2018).

Los hallazgos respaldan la eficacia de la intervención focalizada en las dimensiones de exigencias psicológicas, doble presencia y apoyo social en la empresa. Se observó una disminución significativa en los niveles de riesgo percibidos en estas áreas, con una mayor proporción de empleados categorizados en niveles de riesgo bajo o medio después de la intervención. Esto sugiere que las medidas implementadas fueron efectivas para abordar las preocupaciones específicas y mejorar la percepción de los empleados.

La mejora general en el ambiente psicosocial de la organización, reflejada en la consistencia de los cambios positivos en todas las dimensiones intervenidas, destaca la importancia de las intervenciones focalizadas. Enfocarse en dimensiones específicas de los riesgos psicosociales puede tener un impacto significativo y positivo en la percepción y el bienestar de los empleados.

## REFERÊNCIAS

ACHS. (2017). ACHS Web. <https://www.achs.cl/empresas/prevencion/que-son-los-riesgos-psicosociales>

Alvarado, R., Pérez-Franco, J., Saavedra, N., Fuentealba, C., Alarcón, A., Marchetti, N., & Aranda, W. (2012). Validación de un cuestionario para evaluar riesgos psicosociales en el ambiente laboral en Chile. *Revista médica de Chile*, 140(9), 1154-1163. <https://doi.org/10.4067/S0034-98872012000900008>.

Candia, M., & Perez, J. M. (2018). Manual de uso del Cuestionario Suseso-Istas.  
Celis Rodríguez. (2022). Estrés laboral: ¿Cómo afecta a los trabajadores chilenos? *La Tribuna*. <https://www.latribuna.cl/bienestar/2022/06/24/estres-laboral-como-afecta-a-los-trabajadores-chilenos.html>

Cerda-Silva, G., Porrás-Tapia, F., Cerda-Silva, G., & Porrás-Tapia, F. (2018). Revisión de las Propiedades de Psicométricas de la Escala de Evaluación de Riesgos Psicosociales en el Trabajo SUCESO/ ISTAS 21 en el Contexto Chileno. *Ciencia & trabajo*, 20(63), 121-125. <https://doi.org/10.4067/S0718-24492018000300121>

Mendoza-Llanos, R., Moyano-Díaz, E., Mendoza-Llanos, R., & Moyano-Díaz, E. (2019). Hacia la validación del SUSESO ISTAS 21 versión breve en trabajadores de hospitales públicos. *Terapia psicológica*, 37(1), 15-23. <https://doi.org/10.4067/S0718-48082019000100015>

Pilligua Lucas Cristhian Fabricio, & Ureta Arteaga, F. M. (2019). El clima laboral como factor clave en el rendimiento productivo de las empresas. estudio caso: Hardepex Cía. Ltda. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, XV(28). [https://www.redalyc.org/journal/4096/409659500007/html/#redalyc\\_409659500007\\_ref21](https://www.redalyc.org/journal/4096/409659500007/html/#redalyc_409659500007_ref21)

SUSESO. (2023). SUSESO: Prensa. <https://www.suseso.cl/605/w3-article-705997.html>

SUSESO/ISTAS21. (2020). SUSESO: Atención de usuarios. <https://www.suseso.cl/606/w3-article-19640.html>

Vidal Lacosta, V. (2019). El estrés laboral: Análisis y prevención. Prensas de la Universidad de Zaragoza.

Garrido, J. N. (2022). Factores organizacionales que influyen en el estres laboral [tesis profesional, Universidad Adventista de Chile]. Universidad Adventista de Chile.

R Core Team (2022). R: A Language and environment for statistical computing. (Version 4.1) [Computer software]. Retrieved from <https://cran.r-project.org>. (R packages retrieved from CRAN snapshot 2023-04-07).

[https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1c4ZgZ6kC\\_yrer1plX1Aee\\_rPQMRZaKau](https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1c4ZgZ6kC_yrer1plX1Aee_rPQMRZaKau)

Arjona, J. S. (2014). Impacto socio-económico del estrés laboral y de los riesgos psicosociales.

Gil Garcia. (s. f.). 4 factores que influyen en la creación de un entorno de trabajo saludable. Recuperado 18 de abril de 2024, de <https://www.uv.es/uvweb/master-prevencion-riesgos-laborales/es/master-universitario-prevencion-riesgos-laborales/4-factores-influyen-creacion-entorno-trabajo-saludable>  
[1285880215908/GasetaRecerca.html?id=1285968065172&plantilla=MU\\_Prevenio\\_Riscos\\_Laborals/Page/TPGDetaill](https://www.uv.es/uvweb/master-prevencion-riesgos-laborales/es/master-universitario-prevencion-riesgos-laborales/4-factores-influyen-creacion-entorno-trabajo-saludable)

García Pérez. (2021). El bienestar laboral y su importancia en las organizaciones. Universidad Central. <https://www.ucentral.edu.co/noticentral/bienestar-laboral-su-importancia-organizaciones>

## A IMPORTÂNCIA DA HUMANIZAÇÃO DA MARCA NO MUNDO DIGITAL

**Bruno Lenis Dos Santos Nogoceki** - [bruno-lenis@outlook.com](mailto:bruno-lenis@outlook.com) ORCID: <http://orcid/0009-0000-7919-5469>.

Graduado em Marketing pela UniSantaCruz. Auxiliar de Escritório com experiência em rotinas administrativas, atendimento ao cliente e gestão de documentos, atuando na UTFPR em parceria com a TotalCob. Habilidades: Excelência em organização e planejamento, comunicação eficaz, proatividade e domínio de ferramentas do Pacote Office. Experiência em atendimento ao público e gestão de processos.

**Gerson Amaury Marinho** - [gerson.a.marinho@hotmail.com](mailto:gerson.a.marinho@hotmail.com) ORCID: <http://orcid/0009-0004-9506-9082>

Mestre em Administração pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUC-PR). Especialização em Gestão Estratégica Avançada com Ênfase em Logística - FESP (Fundação de Estudos Sociais do Paraná), MBA em Gestão e Desenvolvimento de Pessoas e Talentos - UNIFACEAR. Bacharel em Administração de Empresas - UniSantaCruz. Atua como Professor de EAD - UNIFAEEL e Prof. tutor na PUCPR Online, membro do NDE dos Cursos de Gestão em Logística e Gestão Comercial. Atua com Treinamento e Desenvolvimento nas áreas de Comportamento e Desenvolvimento Humano. Palestrante Motivacional, Liderança, Marketing Pessoal, Relacionamentos Interpessoais, Criatividade e Inovação, Gestão e Alta Performance. Palestrante voluntário em empresas sem fins lucrativos, Associações, Hospitais e Escolas Públicas.

**Tavany Cibele Coelho** - [tavany.coelho@pucpr.br](mailto:tavany.coelho@pucpr.br) ORCID: <http://orcid/0000-0002-1731-0596>

Mestre em Administração pela Universidade Positivo, possui graduação em Administração e pós-graduação em Finanças e Docência Universitária pelo Centro Universitário Franciscano do Paraná e MBA em Gestão de Projetos e Inteligência Financeira pela Universidade Positivo. Tem experiência na área de administração, recursos humanos e como Professora-tutora, atuando principalmente nos seguintes temas: gestão de pessoas, fundamentos de administração, liderança, comportamento humano nas organizações, logística empresarial, empreendedorismo, desenvolvimento pessoal e profissional, gestão de projetos e gestão financeira. Faz parte do NDE da curso de Gestão de Recursos Humanos da PUCPR.

**Resumo:** O presente trabalho tem como finalidade a análise da comunicação e demonstração das estratégias que podem ser utilizadas pela empresa Lenis Lanches, para o processo de humanização da marca no contexto digital. Este estudo tem caráter qualitativo, trata-se de um estudo que busca a compreensão da comunicação empática e diferenciada utilizada pelas empresas no mercado atual e como a interação humanizada é construída. Sendo assim, o método utilizado foi um estudo de caso, onde foi aplicado um questionário para um grupo de pessoas que utilizam esse tipo de serviço e puderam relatar e expressar suas opiniões. Como resultado desse estudo constatamos que a empresa ainda não criou um vínculo emocional com seus clientes, fidelizando-se por meio do atendimento empático, mas que mediante a esse estudo pode aderir a ideia e utilizá-la como estratégia em sua empresa. O objetivo desse artigo foi mostrar a importância que essas estratégias têm em impulsionar e posicionar a empresa no mais alto padrão no mercado, diante das plataformas digitais, exaltando as estratégias de sucesso.

**Palavras Chave:** Estratégias, Humanização, Marca.

**Abstract:** This work aims to analyze communication and demonstrate the possible strategies that can be used by the company Lenis Lanches, for the process of humanizing the brand in the digital context. This study has a qualitative character, it is a study that seeks to understand the empathetic and differentiated communication used by companies in the current market and how this method of humanized interaction is constructed. Therefore, the method used was a case study, where a questionnaire was applied to a group of people who use this type of service and were able to report and express their opinions. As a result of this study, it can be seen that the

company has not yet created an emotional bond with its customers, building loyalty through empathetic service, but that through this study it can adhere to this idea and use it as a strategy in your company. The purpose of this article was to show the importance that these strategies have in boosting and positioning the company at the highest standard in the market, in the face of digital platforms, extolling successful strategies.

**Keywords:** Strategies, Humanization, Brand.

## INTRODUÇÃO

Em um ambiente digital onde as pessoas podem acessar a todo o tipo de informação, os consumidores, principalmente a geração Z estão mais exigentes e mais envolvidos, ao consumirem produtos ou serviços, procuram primeiro identificar-se com o valor da marca. Com a nova geração de consumidores e o avanço da tecnologia, mudou a forma de se comunicar com os clientes, o que também possibilitou aproximar a marca do público. É fato que, com essa nova imagem de consumidor impulsionada pela conectividade, as marcas passaram a adotar uma cultura interna humanizada. O conceito de marca humanizada parte do princípio de tornar a marca mais amigável, abrangente e bem adaptada ao público. Isso significa que a humanização da marca visa aproximá-la do cliente por meio de sentimentos, desejos e expectativas. Além de comunicação em tempo real e diferentes formas de manter contato com os consumidores. Este trabalho visa refletir o processo de humanização da comunicação da marca LenisLanches a partir das experiências proporcionadas aos clientes. Faz-se necessário compreender o processo de construção da gestão e do valor da marca para a formulação de novas estratégias de aproximação com o consumidor. O presente artigo tem como foco implementar estratégias de marketing digital que podem ser aplicadas na empresa LenisLanches e como ela se comportará nesse cenário em relação a humanização e fidelização da marca. O presente estudo aspira discutir e apresentar a seguinte questão problema: É realmente relevante a ferramenta digital para a humanização de marca e ampliação de visibilidade e lucratividade da empresa que adotar esse novo modo de interação com o consumidor, principalmente com relação à Geração Z. O tema foi escolhido para enfatizar a importância da gestão efetiva das lojas virtuais do mercado que utilizam estratégias de marketing digital para potencializar os resultados.

Iremos focar nossos estudos e análise no público-alvo “Geração Z”, essa geração que surgiu em um novo momento, em uma época em que se inicia uma grande explosão tecnológica.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 PERFIL DO CONSUMIDOR

Há algum tempo, estamos em uma transição de comportamentos e novos hábitos, o que torna os consumidores mais exigentes e preocupados com as questões sociais, ambientais e sociopolíticas. O progresso tecnológico tem um grande impacto na mudança do comportamento humano. Por meio da Internet, o público mudou a forma de se comunicar e de consumir, e o mundo está distante, o que faz com que esses consumidores tenham acesso instantâneo a informações sobre produtos e serviços. “O consumidor está mais consciente e exige, além de produtos de qualidade, marcas comprometidas com o bem-estar das pessoas, com responsabilidade ambiental e que compartilhem valor com a sociedade” (FOLHA DE S. PAULO, 2018).

Os consumidores se conectam em um nível sentimental e emocional com as marcas, consumindo produtos e serviços que estejam alinhados com seus valores e objetivos pessoais. Desejam ter experiências com as marcas, produtos e serviços, e que estes gerem conexões emocionais. Essa nova era dos consumidores modificou o perfil de consumo. As pessoas não querem mais ter, elas querem ser. (MEIO E MENSAGEM, 2016).

Esse novo comportamento faz com que as marcas busquem entender seu público, não só para se adaptar às suas necessidades funcionais e emocionais, mas também atender às necessidades potenciais dos consumidores. “Essa visão dos consumidores exige mais atenção à forma como a empresa se comunica com seus clientes. O novo cenário de comunicação exige que as empresas sejam “transparentes, éticas e humanas” (COVALESKI; COSTA, 2014).

Segundo Solomon (2002), o comportamento do consumidor é um amplo campo de pesquisa que envolve psicologia, sociologia e antropologia. Todos os campos buscam compreender o indivíduo, seu relacionamento e as variáveis envolvidas no comportamento de compra e venda. É o estudo do processo envolvido quando indivíduos ou grupos escolhem, compram, usam ou possuem produtos, serviços, ideias ou experiências para satisfazer suas necessidades e desejos, os consumidores assumem várias formas, desde crianças que ainda estão desenvolvendo seu senso de ‘querer’, até adultos que já o tem criado.

### 2.2 HUMANIZAÇÃO DA MARCA

Humanizar uma marca é aproximá-la do humano, com sentimentos, desejos e expectativas. Parece óbvio, mas não é. Ver sempre sentimentos como afeto, carinho e acolhimento serem associados a mulheres, principalmente às mães, é algo que podemos agregar as marcas. Acolher alguém em casa, apoiar causas sociais, tornar mais interativa a vida de pessoas com deficiências que

as limitam, ou simplesmente contar a história de pessoas reais. Atitudes assim aproximam marcas de pessoas, tornam as empresas, na visão de seus consumidores, mais humanas. (MEIO E MENSAGEM, 2016).

Transmitir sensações e valores, estabelecer vínculos verdadeiros e emocionais, são maneiras de aproximar e conquistar o cliente. Esse novo comportamento fez com que as marcas buscassem conhecer o seu público, se adaptando não apenas às suas necessidades funcionais e emocionais, mas também às necessidades e desejos latentes dos seus consumidores. Esse consumidor exige mais atenção às maneiras como as empresas se relacionam com seus clientes. “O novo cenário comunicativo demanda transparência, ética e humanização por parte das corporações” (COVALESKI; COSTA, 2014).

### 2.3 MARCAS E SEUS IMPACTOS

Marca é a promessa, a grande ideia e as expectativas que residem na mente de cada consumidor a respeito de um produto, de um serviço ou de uma empresa, ela simboliza a cara da empresa, como a mesma chegara aos olhos dos seus consumidores. (CAMEIRA 2016, p.38)

Para Kotler (2017) as marcas devem se adequar ao comportamento do seu público-alvo, criando laços emocionais com estes e mostrando a preocupação da marca com relação às necessidades e desejos dos clientes.

Segundo Tavares (1998), para a compreensão do processo de construção da marca na perspectiva do consumidor, devem ser apontados vários recursos como o componente cognitivo, o afetivo e o conativo, que servem de base para a apreensão das atitudes e preferências por uma marca.

*[...] Criar marcas que se comportem como pessoas - acessíveis e amáveis, mas também vulneráveis. As marcas devem ser menos intimidadoras. Devem se tornar autênticas e honestas, admitir suas falhas e parar de tentar parecer perfeitas. Movidas por valores básicos, as marcas centradas no ser humano tratam os consumidores como amigos, tornando-se parte integral de seu estilo de vida. (KOTLER, 2017, p.133).*

Há um componente cognitivo que está relacionado ao conhecimento e crenças dos consumidores sobre um determinado produto e sua marca. A emoção representa a sensação e tendências comportamentais, que se relacionam com o produto. Portanto, se a organização atender às expectativas do consumidor, a marca receberá alto valor. Quando tudo é compartilhado, os consumidores exercem uma força poderosa sobre a marca. Eles decidem quais marcas devem ser oferecidas, também determina o que é importante para eles. Diante da integração entre números, sociedade e cultura, o consumidor tornou-se cocriador de marcas, ele espera fazer parte da construção da marca e participar do crescimento e transformação das marcas de forma participativa. (LARÁN E ESPINOZA, 2003).

Portanto, os clientes se tornam parceiros e agentes para o desenvolvimento da marca. O desenvolvimento natural geralmente leva a tendências de marca e a maiores conexões com os consumidores. Para entender a importância dessa nova imagem do consumidor, é preciso entender a estrutura da marca e seu valor. (LARÁN E ESPINOZA, 2003).

## 2.4 MARCAS E SEU VALOR NO MERCADO

O valor da marca ou *brandequity* como “um conjunto de ativos e passivos ligados a uma marca, seu nome e símbolo, que se somam ou se subtraem do valor proporcionado por um produto ou serviço para uma empresa ou para os clientes dela”. O *brandequity* significa o valor adicional que se atribui a um produto ou serviço, ele representa um ativo intangível que corresponde a um valor psicológico e financeiro da organização. (AAKER 1998, p.16).

O *brandequity* reflete, de um lado, o resultado do balanço dos aspectos positivos e negativos de uma marca na percepção do consumidor e, de outro, os custos e benefícios incorridos pela empresa em decorrência do uso que ela faz na gestão dos negócios (KELLER; MACHADO, 2006, p. 30).

A marca tem-se elevado ao mais alto nível de diferenciação e representatividade corporativa, é considerada um potencial ferramenta de geração de rentabilidade e vida do produto, desta forma mesmo quando surge um concorrente com a mesma tecnologia, a marca pode manter o produto, reduzindo assim a diferença nas características puras físicas do produto (STELKO, 2015).

Conforme Jones, (2004) uma marca é muito mais do que um objeto, ela é a relação entre a ‘marca como objeto’ e o público consumidor”. Assim, tem-se observado que essa relação advém da combinação de associações ligadas ao produto (nome, embalagem, história, publicidade, promoção, atributos), pelas quais os consumidores o diferenciam de outro produto concorrente.

*[...] a força da marca está no que os clientes aprenderam, sentiram, viram e ouviram sobre ela como resultado de suas experiências ao longo do tempo. Em outras palavras, a força de uma marca está no que fica na mente dos consumidores. (KELLER; MACHADO, 2006 p.36).*

Para Aaker, (1998) o *brandequity* proporciona valor ao consumidor através do aumento da sua interpretação/processamento de informação, maior confiança na decisão de compra e maior satisfação dos usuários. Já à empresa, proporciona valor através do aumento da eficiência dos programas de marketing, fidelidade à marca, preços/margens de lucro, extensões da marca, alavancagem comercial e vantagem competitiva.

## 2.5 AS GERAÇÕES NO CONTEXTO MERCADOLÓGICO

Atuar no mercado de massa é uma estratégia de marketing, que se torna cada vez mais difícil para as organizações pois, o consumidor e as necessidades de compra são muito dispersos e diversificados. Isso leva a uma estratégia para cada grupo como meta, ou seja, é preciso segmentar o mercado. Segmentação é processo de dividir o mercado em diversos subconjuntos que são categorizados de acordo com as necessidades e características comuns dos consumidores com objetivo de focar a estratégia de marketing, tal segmentação pode se dar a partir de: geográfica, demográfica, psicográfica e comportamental. (SHIFFMAN; KANUK, 2000, nº 31).

Existem várias maneiras de se definir o grupo de gerações, cuja configuração de faixa etária se altera de tempos em tempos. Levy e Weitz (2000) apresentam os quatro grupos de geração, aos quais é acrescentado, para fins deste estudo, um quinto grupo, composto pela atual geração Z, conforme Tabela 1.

<b>Tabela 1: Grupo de Gerações por Faixa Etária</b>		
<b>Grupo de Gerações</b>	<b>Datas de Nascimento</b>	<b>Idade em 2011</b>
Geração Z	1989-2010	0-22
Geração y	1977-1988	22- 33
Geração x	1965-1976	34- 45
<u>Baby Boomers</u>	1946-1964	46- 64
<u>Silver Streakers</u>	Antes de 1946	65 ou mais
<b>Fonte: adaptado de <u>Levy</u> e <u>Weitz</u> (2000, p. 102).</b>		

Compõem o grupo dos Baby Boomers os americanos nascidos entre 1946 e 1964, após a segunda guerra mundial, os quais buscam manter a juventude desesperadamente. O grupo *Silver Streakers* envolve a população mais velha, que se caracterizava por ser muito conservadora em relação às suas economias. A Geração X gosta de exercitar seus olhos com arte, TV e filmes de cinema, porém, não aprecia exercitar o resto do corpo. A Geração Y é formada por mais de 72 milhões de americanos e por mais de 16 milhões de brasileiros (IBGE, 2007). Se essa geração pudesse ser resumida em uma única palavra, esta seria diversidade.

A literatura em geral restringe-se a esses quatro grupos de gerações, entretanto, deve-se considerar, hoje, a existência da geração adolescente, que tem sido nomeada como a Geração Z. Tratando-se de um fenômeno recente, percebe-se que a caracterização de geração Y já não descreve o grupo mais jovem. Começa a organização de nova faixa, ainda sem limites etários definidos e com focos de estudos ainda embrionários. Ainda em fase de consolidação, a geração é conhecida como



“Z”, porque a sua grande nuance é zapear. Zapear é um verbo utilizado para designar o ato de mudar constantemente o canal na televisão, geralmente através de um controle remoto, caracterizando o que a geração tem em comum, o ato de fazer várias coisas ao mesmo tempo. (TAAPSCOTT 2010, p. 53).

A Geração Z nasceu em um período no qual a globalização já estava consolidada e, portanto, seus integrantes aprenderam a conviver com esse conceito desde pequenos. Mostram-se mais exigentes e inquietos e começam a desenhar um novo perfil de consumidor, que combina características da Geração Y com preocupações em relação à sustentabilidade, além de não estarem dispostos a pagar por produtos que podem ser encontrados gratuitamente via internet. (FEGHALI; DWYER, 2004).

Os autores apontam como uma das características dessa geração o paradoxo relacionado à necessidade que seus integrantes têm de se manterem conectados a pessoas da mesma idade e se lançarem na busca de tendências recentes, ao passo que buscam uma individualidade e a criação de um estilo próprio. (TELLES, 2009).

Essa geração demonstra maior liberdade de escolha e apresenta uma postura mais crítica em relação às opiniões sobre a vida de um modo geral, pois a TV, o rádio, ou esta ou aquela celebridade não os influenciam mais do que os comentários recebidos sobre um produto e/ou serviço ou sobre uma ideia e/ou experiência, seja em um fórum ou em uma comunidade do Facebook, por meio da mensagem enviada por um amigo para o seu e-mail ou, ainda, pela análise da opinião deixada na internet por alguém que já fez uso do produto ou serviço pesquisado. (TELLES, 2009).

## 2.6 CONCEITO E EVOLUÇÃO DO MARKETING

Uma das principais funções é satisfazer os desejos e atender as necessidades do atual mercado com serviços ou produtos. Segundo Kotler e Keller (2006) o marketing envolve a identificação e a satisfação das necessidades humanas e sociais. Sendo definido de uma maneira simplista pelo autor, como uma forma de suprir necessidades lucrativamente, ressaltam também ser um dos principais objetivos do marketing desenvolver relacionamentos duradouros e humanizados, seja de maneira direta ou indireta, construir relacionamentos de longo prazo mutuamente satisfatórios com clientes, fornecedores, distribuidores e outros parceiros, a fim de conquistar e manter negócios através de fortes ligações econômicas, técnicas e sociais entre as partes.

Com o avanço tecnológico o marketing também precisou evoluir e criar novos conceitos, tendo em vista o comportamento dos consumidores atuais de estarem sempre conectados, gerando uma exigência a mais nas suas escolhas. Resultando então, em uma migração para o mundo digital, ou seja, resumir todos os esforços de marketing no ambiente online. (SEGURA, 2009).

Kotler (2010, p. 36) afirma que: “os novos conceitos de marketing são sempre uma reação às

mudanças que ocorrem no ambiente de negócios” sendo assim, as empresas observaram essa oportunidade, e desta forma vão em busca de novos mercados com o intuito de expansão de seus produtos e serviços, sempre atrelados a novas técnicas de comunicação, por outro lado, os consumidores veem grande variedade de opções de produtos, serviços e preços estando ao seu dispor.

Solomon (2011), afirma que o marketing digital tem uma capacidade maior de segmentação, comunicação personalizada e praticidade, além de ser muito mais econômica do que as ações tradicionais. A diferenciação do marketing digital para o marketing tradicional é o uso da internet como meio de interação e relacionamento com seus clientes, gerando uma maior fidelização e um tratamento individual para cada um, podendo também obter um retorno sobre investimento muito maior e resultados mais precisos.

Segundo Torres (2010) o marketing digital está cada dia mais se tornando respeitável tanto para os negócios como para as empresas, assim como os clientes estão mudando a sua forma de comportamento e utilizando cada vez mais a internet como maneira de comunicação, buscando sobre determinados produtos, marcas, serviços e experiências de consumo com outros consumidores.

## METODOLOGIA

Metodologia é uma palavra derivada da língua grega que significa (*meta*: longos, *odos*: caminhos e *logos*: discursos, estudos), é compreendida como o conjunto de técnicas para realização de pesquisas, podendo ser empregadas em qualquer área do conhecimento, principalmente em meio acadêmico, hoje visa-se tornar difundido entre docentes e discentes a realização ampla de trabalhos acadêmicos com metodologias bem definidas, para que desta forma a discussão seja embasada em estudos já realizados, para que assim os mesmos complementem-se e aprofundem o tema desejado. (CIRIBELLI, 2003).

Quando tratamos de metodologias científicas podemos elencar vários métodos que os pesquisadores podem utilizar como embasamento teórico e/ou prático de seus estudos, dentre estes estão: pesquisa de campo, abordagem qualitativa, quantitativa, revisão bibliográfica, estudo de caso, entre outros. (CIRIBELLI, 2003).

A pesquisa de campo tem como objetivo analisar, interpretar, observar e coletar dados em locais específicos de vivência sobre determinado assunto, ela tem também como objetivo definir qual será o melhor método para coleta de dados, podendo ser entrevistas ou questionários, que serão o suporte do pesquisador para a resposta da problemática levantada. (PIANA, 2009).

A abordagem qualitativa trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis. Já na abordagem

quantitativa busca representatividade numérica, porém mesmo nesta variável não podemos descartar que há fatos subjetivos, levando em conta que o pesquisador definira as questões, público-alvo e onde tal pesquisa será desenvolvida. (GOLDENBERG, 1997, p. 34).

Segundo Santos (2006), as revisões bibliográficas possuem papel fundamental diante do cenário acadêmico atual, visto que quando se realiza uma busca por diversos escritos, sejam artigos, monografia, livros, entre outros, já publicados sobre o tema chave para utilização de ponto de partida da discussão, faz-se com que o tema seja aprofundado, sintetizando assim cada vez mais a ideia central deste.

No presente artigo a metodologia utilizada é revisão bibliográfica para embasamento teórico de um estudo de caso utilizando uma empresa como referência para discussão sobre a humanização das marcas. Lenis Lanches é uma empresa familiar, de pequeno porte, que está há 22 anos no mercado, atuando com uma estratégia de marketing diversificada e ampla, buscando aprimorar experiências de seus consumidores, atendendo todos os tipos de público, com foco em alimentação do tipo *fast food*. Este artigo tem como objetivo demonstrar a importância da humanização das marcas nas empresas, não se tem a pretensão de fazer algum experimento comprobatório de tal afirmação.

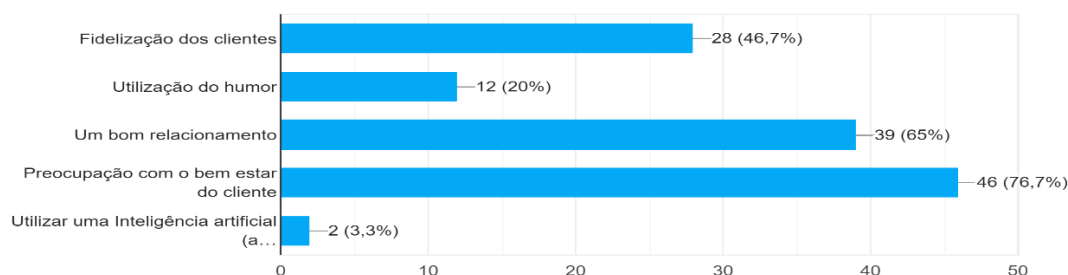
Os estudos de caso incluem a coleta de informações detalhadas sobre fenômenos contemporâneos da vida real, tal método está amparado por um referencial teórico que norteia as questões e as proposições de pesquisa, que reúne informações obtidas por meio de diversas técnicas de coleta de dados e evidências, esse método é essencial quando o fenômeno a ser estudado é amplo e não pode ocorrer fora do contexto em que ocorre naturalmente. (MARTINS, 2001).

#### 4. ESTUDO DE CASO

Este capítulo apresenta o estudo de caso da empresa Lenis Lanches, no que diz respeito à comunicação da marca no contexto digital, e quais as estratégias que podem ser utilizadas e acrescentadas para o processo de humanização institucional que a marca ainda não possui. A partir disso, a pesquisa apura informações sobre clientes e pessoas que consomem esse tipo de serviço, trata sobre o atendimento humanizado que a empresa visa implementar, utilizando os clientes como base de pesquisa. A pesquisa tem como objetivo identificar e analisar a comunicação e as estratégias que podem ser utilizadas pela marca no processo de humanização.

Quando a empresa trabalha buscando ampliar seus negócios atrelada a estratégia de humanização de marcas, necessita focar nas necessidades dos clientes, desta forma deve utilizar métodos que a aproximem a empresa das pessoas. A análise dos questionamentos de pesquisa temos: No gráfico 1 podemos notar qual a importância de cada estratégia que a empresa pode utilizar.

Gráfico 1

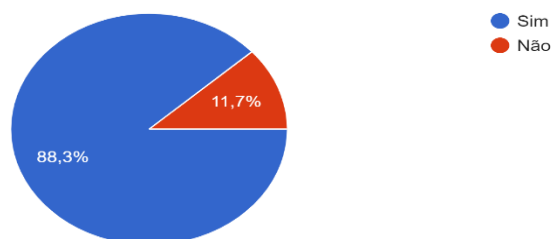


Fonte: Dados da Pesquisa.

O gráfico acima demonstra que a preocupação com o bem-estar do cliente, está em primeiro lugar na valorização da marca quanto à humanização da mesma. Dentre sessenta pessoas que responderam à pesquisa, apenas dois acham relevante a utilização de inteligência artificial para aproximação da marca ao cliente, mesmo sendo uma ferramenta tão atual e tecnológica.

Atualmente uma das estratégias utilizadas pelas empresas com intuito de aproximá-las de seus clientes e torná-la uma marca humanizada é a utilização do humor, no gráfico 2 podemos observar qual a relevância desta estratégia na visão dos clientes.

Gráfico 2

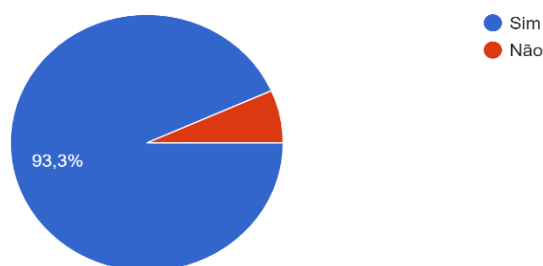


Fonte: Dados da Pesquisa.

De acordo com os resultados obtidos, 88,3% dos clientes acham pertinente e importante a utilização de humor, tal estratégia pode ser empregada na resolutividade de reclamações, propagandas, anúncios, entre outros.

Mediante uma nova era, marketing 4.0, onde as empresas estão em busca de atualizações constantes e desenvolvimento de espaços virtuais para dar melhor assistência e acessibilidade aos seus clientes, o gráfico 3, demonstra na visão deles qual a importância da criação de tais espaços.

Gráfico 3



Fonte: Dados da Pesquisa.

Conforme o gráfico podemos afirmar que ampliar horizontes por meios digitais é importante na opinião dos clientes, principalmente quando falamos da geração Z, que é a que vivenciamos hoje em dia, sendo a que mais utiliza esses meios de busca. Em uma amostragem de sessenta participantes, 93,3% responderam sim no que se diz respeito a relevância da empresa contar com um espaço digital para o atendimento do cliente.

Visto que a opinião dos clientes é muito importante para o desenvolvimento da empresa, muitas utilizam a aplicação de pesquisa de opinião por meio de posicionamento de uma urna ou totem eletrônico para levantamento de dados, e possíveis pontos de melhorias, no gráfico 4, podemos observar o que os participantes de nossa pesquisa acham desse tipo de dispositivo.

Gráfico 4

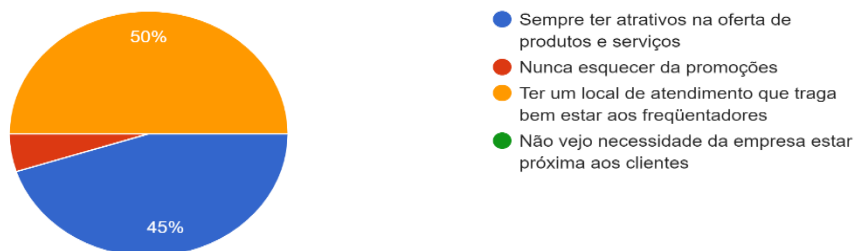


Fonte: Dados da Pesquisa.

Os 70% dos respondentes da amostra acreditam que é fundamental ter um espaço para sugestões, críticas e elogios dentro dos estabelecimentos. Escutar o cliente é de suma importância para a empresa, pois assim, a empresa conseguirá traçar estratégias de melhorias de acordo com a demanda obtida.

Em meio a uma necessidade de aproximação da empresa para com os clientes, muitas utilizam de diversas estratégias para que as pessoas tenham essa sensação de proximidade. O gráfico 5, vem apontar na opinião de nossos clientes qual a importância de a marca estar próxima ao consumidor.

Gráfico 5

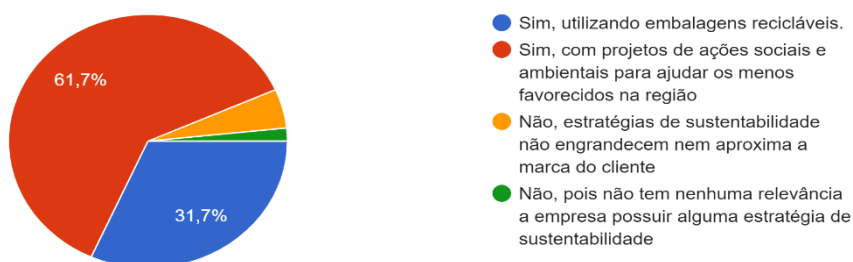


Fonte: Dados da Pesquisa.

Como o gráfico 5 mostra, ter um local de atendimento que traga um bem-estar aos frequentadores, é uma ótima estratégia a ser seguida pelas empresas visto que essa resposta teve quase 50% de aceitação entre os entrevistados, segundo a pesquisa apenas 5% das pessoas respondentes colocam a promoção como forma de se sentir próximo da empresa.

A aplicação de práticas sustentáveis nas empresas pode torná-las ainda mais competitivas em relação à visão que a sociedade tem sobre estas organizações, pois, demonstra que estão preocupadas não apenas com suas obrigações, mas também, em gerarem um impacto positivo socioambiental. Como podemos ver no gráfico 6, não só as empresas, mas os clientes também estão preocupados com o meio ambiente.

Gráfico 6



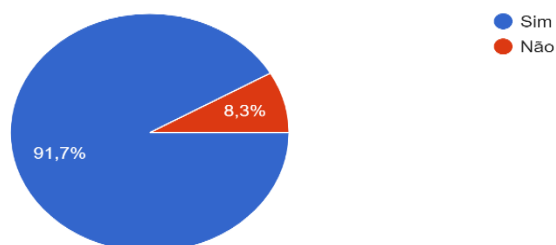
Fonte: Dados da Pesquisa.

Na era em que vivemos, as pessoas possuem uma percepção de preservação e sustentabilidade muito aguçada no que diz respeito ao meio ambiente, no gráfico verificamos que essa conscientização é bem clara por meio de suas respostas, onde 61,7% deixam claro que sim, eles levam em consideração a empresa possuir alguma estratégia sustentável, e deixam claro que a mesma deve aplicar esforços em ações sociais para ajudar pessoas menos favorecidas.

Nos últimos tempos o marketing nas redes sociais tem sido um dos segmentos que mais cresce em todo o mundo. Esse é um caminho sem volta em termos de tendência de marketing online, cabe as empresas adaptarem-se a esse novo cenário. A tendência de aproximação do consumidor e criação

de laços de relacionamento no marketing digital moderno encontrou nas redes sociais o canal ideal para criação desses pontos de contato. Observa-se a importância deste tipo de relacionamento com o consumidor, através do próximo gráfico.

Gráfico 7

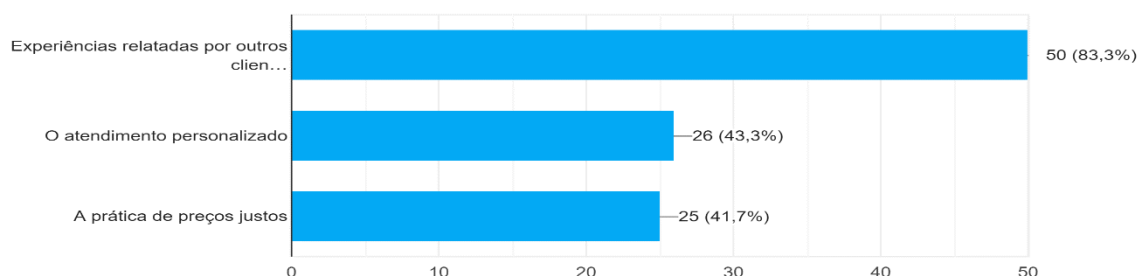


Fonte: Dados da Pesquisa.

Como podemos ver no gráfico, a utilização das redes sociais como estratégia é bem-vista pelos clientes, onde teve 91,7% de respondentes afirmando que sim, esse método influencia as pessoas a comprar em determinada empresa.

Atualmente as empresas estão mais preocupadas com o nível de confiança que elas transmitem para as pessoas, visto isto, segue algumas alternativas no gráfico seguinte de como a empresa pode passar essa confiança.

Gráfico 8



Fonte: Dados da Pesquisa.

Entre as três alternativas colocadas na pesquisa para saber o que gera uma confiança entre empresa e cliente, a que se destacou mais, com 83,3% foi a experiência relatada por outros clientes. Esse resultado é muito válido, já que os seres humanos depositam a confiança em pessoas próximas, essa confiança passa a ser uma boa propaganda para as empresas, pois quando alguém conhecido utiliza um produto ou serviço, e relata uma boa experiência, faz com que tal informação os motive a buscar por esse produto ou serviço.

# CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do atual ambiente digital e voltada para os consumidores mais exigentes, as marcas buscam novas formas de se conectar com o público. O principal problema encontrado é entender e explorar a fundo as necessidades desses públicos, a fim de buscar estratégias eficazes de fidelização e proximidade com eles.

A maioria das marcas precisa encontrar uma maneira de interagir com públicos mais diversos e se tornar mais humana e íntima. Diante de uma situação centrada no valor, ser vista como uma empresa que primeiro visa gerar lucros enquanto mantém os clientes em segundo plano, pode ser fatal. Com base nessa hipótese, é possível identificar e compreender as possíveis estratégias de comunicação e humanização de marca no ambiente digital, para ser colocadas em prática na empresa Lenis Lanches. Isso pode ser utilizado não apenas como meio de diferenciação no mercado, mas também como forma da marca demonstrar sua importância para os clientes. A Lenis Lanches é uma empresa que ainda não segue essas estratégias, mas pretende demonstrar humanização e personalização em todas as suas comunicações, tornando cada cliente como único. O processo de humanização de uma marca começa dentro da empresa, por isso também ajuda a humanizá-la no trato com os clientes. Além disso, qualquer melhoria na resolução de problemas e na busca de soluções mais eficazes é baseada nas necessidades e expectativas de qualquer pessoa ligada à marca. A Lenis Lanches não só garante o emprego, mas também se preocupa com a felicidade e satisfação dos funcionários, seus clientes internos. Portanto, esse sentimento de satisfação e respeito será repassado aos seus clientes em todos os pontos de contato. Visto que é possível perceber o quanto é importante para a marca conter a empatia em sua essência para que possa entender e se aproximar do cliente.

Em relação ao brand persona, apesar de não criarem um personagem “físico” (ex: Magalu do Magazine Luiza e Baianinho das Casas Bahia), é possível identificar inúmeras estratégias que possa acrescentar uma personalidade para a Lenis Lanches, como na maneira de se comunicar com o público, a utilização do humor, preocupação com o bem-estar dos clientes, o seu posicionamento social e a transparência com os públicos. Por meio da análise da interação da marca Lenis Lanches com o público da mídia digital, é possível perceber que a empresa se preocupe com a felicidade e o desejo de seus clientes, resultando em fidelização e engajamento, para que desta forma esta relação, contribua com o sucesso do negócio, pois os clientes são sempre o maior ativo intangível de uma empresa.

Portanto, é compreensível que o objetivo do projeto tenha sido alcançado porque a comunicação entre Lenis Lanches com o público e o método de contato único e exclusivo podem ser determinados. Tendo como base esta pesquisa, estudos futuros poderão ampliar o leque de estratégias



a serem adotadas na humanização das marcas, e acredita-se que a contribuição acadêmica e profissional possa permitir que tanto a empresa Lenis Lanches e outras empresas futuras, percebam a importância dessa abordagem aos clientes, adotem essas e novas estratégias e façam desse artigo sua inspiração e um exemplo a seguir.

## REFERÊNCIAS

AAKER, David A. **Criando e administrando marcas de sucesso**. São Paulo: Futura, 3ª edição, 2001.

AAEKER, David A. **Marcas Brand Equity: Gerenciando o Valor da marca**. Rio de Janeiro: Campus Elsevier, 1998.

CAMEIRA, Sandra Ribeiro. **Branding + Design**. São Paulo: Senac, 2016.

CHAFFEY, D., ELLIS-CHADWICK, F., JOHNSTON, K., & MAYER, R. **Internet Marketing Strategy, Implementation and Practice**. (3ª ed.). Harlow: Prentice Hall. 2006.

CIRIBELLI, Marilda Corrêa. **Como elaborar uma dissertação de Mestrado através da pesquisa científica**. Marilda Ciribelli Corrêa, Rio de Janeiro: 7 Letras, 2003.

COVALESKI, Rogério Luiz; COSTA, Sílvia Almeida. **A humanização do discurso das marcas diante das novas experiências de consumo**. Disponível em: <https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistagestaoedesenvolvimento/article/view/117>. Acesso em 30 de setembro de 2023.

FEGHALI, M. K.; DWYER, D. **As engrenagens da moda**. Rio de Janeiro: Ed. Senac, 2004.

GOLDENBERG, M. **A arte de pesquisar**. Rio de Janeiro: Record, 1997.

[importancia-dahumanizacao-das-marcas.html](#). Acesso em 14 de setembro de 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo 2020**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/22827-censo-2020-censo4.html>. Acesso em 14 de setembro de 2023.

JONES, John Philip. **A publicidade na construção de grandes marcas**. São Paulo: Nobel, 2004.

KELLER, Kelvin Lane e MACHADO, Marcos. **Gestão Estratégica de Marca**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

KOTLER, Philip e ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. São Paulo: Pearson 15º Ed., 2014

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

LEVY, Michael; WEITZ, Barton A. **Administração de Varejo**. São Paulo: Atlas, 2000.

MARTINS, Gilberto de Andrade; PINTO, Ricardo Lopes. **Manual para elaboração de trabalhos acadêmicos**. São Paulo: Atlas, 2001.

PEREZ, Clotilde. **Gestão e semiótica da marca: a publicidade como construção e sustentação sígnica**. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/r1644-1.pdf>>. Acesso em: 05 de setembro de 2023.

PIANA, MC. **A construção do perfil do assistente social no cenário educacional**. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009.

SANTOS, Luiz Fernando Amaral dos. **Apostila Metodologia da Pesquisa Científica II**. Faculdade Metodista de Itapeva, 2006.

SCHIFFMAN, Leon G.; KANUK, Leslie Lazar. **Comportamento do consumidor**. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

SEGURA, M. C. **O estudo do Marketing Digital versus Marketing Tradicional e a percepção das suas campanhas por parte dos consumidores no mercado virtual a tradicional**. 2009. f. 51. Dissertação (Mestrado em estatística e Gestão da Informação) - Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação da Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, 2009.

SOLOMON, Michael R. **O Comportamento do Consumidor: Comprando, Possuindo e Sendo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

SOMOLON, Michael R. **O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo**. 9. ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2011.

TAPSCOTT, Don. **A hora da geração digital: como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos**. Rio de Janeiro: Agir Negócios, 2010.

TAVARES, Mauro Calixta. **A Força da Marca. Como Construir e Manter Marcas Fortes**. São Paulo: Harbra, 1998.

TELLES, A. **Geração digital**. São Paulo: Landscape, 2009.

TORRES, Cláudio. **A bíblia do marketing digital: tudo o que você queria saber sobre o marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar**. São Paulo: Novatec Editora, 2009.

VEIGA NETO, Alipio Ramos et al. **Fatores que influenciam os consumidores da Geração Z na compra de produtos eletrônicos**. RACE, Revista de Administração, Contabilidade e Economia, Joaçaba: Ed. Unoesc, v. 14, n. 1, p. 287-312, jan./abr. 2015. Disponível em: <<http://editora.unoesc.edu.br/index.php/race>>. Acesso em 02/02/2023

## MARKETING DIGITAL COMO ESTRATÉGIA DE VENDAS: EM UMA EMPRESA DE CURITIBA - PR

**Heloiza Pacheco Mendes** - [heloizapa@gmail.com](mailto:heloizapa@gmail.com) ORCID: <http://orcid.org/0009-0001-6637-0181>

Graduada em Marketing pelo Centro Universitário Santa Cruz de Curitiba - UniSantaCruz. Realizou diversos cursos na área de Marketing Digital. Atua com Consultoria na área de Marketing Digital Estratégico, Gestão e Alta Performance para Pequenas e Médias Empresas. Empresária na Agência Neptonline Oferecendo Serviços de Assessoria em Marketing e Estratégias Digitais para Pequenas e Médias Empresas.

**Gerson Amaury Marinho** - [gerson.a.marinho@hotmail.com](mailto:gerson.a.marinho@hotmail.com) ORCID: <http://orcid.org/0009-0004-9506-9082>

Mestre em Administração pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUC-PR). Especialização em Gestão Estratégica Avançada com Ênfase em Logística - FESP (Fundação de Estudos Sociais do Paraná), MBA em Gestão e Desenvolvimento de Pessoas e Talentos - UNIFACEAR. Bacharel em Administração de Empresas - UniSantaCruz. Atua como Professor de EAD - UNIFAEL e Prof. tutor na PUCPR Online, membro do NDE dos Cursos de Gestão em Logística e Gestão Comercial. Atua com Treinamento e Desenvolvimento nas áreas de Comportamento e Desenvolvimento Humano. Palestrante Motivacional, Liderança, Marketing Pessoal, Relacionamentos Interpessoais, Criatividade e Inovação, Gestão e Alta Performance. Palestrante voluntário em empresas sem fins lucrativos, Associações, Hospitais e Escolas Públicas.

**Tavany Cibele Coelho** - [tavany.coelho@pucpr.br](mailto:tavany.coelho@pucpr.br) ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-1731-0596>

Mestre em Administração pela Universidade Positivo, possui graduação em Administração e pós-graduação em Finanças e Docência Universitária pelo Centro Universitário Franciscano do Paraná e MBA em Gestão de Projetos e Inteligência Financeira pela Universidade Positivo. Tem experiência na área de administração, recursos humanos e como Professora-tutora, atuando principalmente nos seguintes temas: gestão de pessoas, fundamentos de administração, liderança, comportamento humano nas organizações, logística empresarial, empreendedorismo, desenvolvimento pessoal e profissional, gestão de projetos e gestão financeira. Faz parte do NDE da curso de Gestão de Recursos Humanos da PUCPR.

**Resumo:** É nítido que o mercado vem passando por uma significativa transformação. E o marketing digital mudou a forma de trabalhar o marketing das empresas. Por isso, compreender as melhores estratégias de marketing digital para empresas locais se posicionarem na internet é de extrema importância. O objetivo deste artigo é apresentar a relação entre teoria e prática do marketing digital, bem como identificar por meio do estudo de caso as estratégias de marketing digital em uma empresa local de uniformes corporativos da cidade de Curitiba - PR. Foram utilizadas as metodologias: levantamento bibliográfico em livros, artigos acadêmicos e sites, além da pesquisa quantitativa e qualitativa e entrevista semiestruturada. Os resultados obtidos no estudo de caso demonstraram que os depoimentos de outros consumidores são capazes de influenciar na decisão de compra, e a ferramenta WhatsApp é considerada importante na comunicação com a empresa. Foi constatado através dos dados que as mídias utilizadas como fonte de pesquisa são em primeiro lugar o Google, seguidos por Instagram, WhatsApp e Facebook.

**Palavras Chave:** Marketing digital, comportamento do consumidor, internet, comunicação, anúncios pagos

**Abstract:** It is clear that the market has been undergoing a significant transformation. And digital marketing has changed the way companies work with marketing. Therefore, understanding the best digital marketing strategies for local companies to position themselves on the internet is extremely important. The objective of this article is to present the relationship between theory

and practice of digital marketing, as well as identify, through a case study, digital marketing strategies in a local corporate uniform company in the city of Curitiba - PR. The following methodologies were used: bibliographical survey in books, academic articles and websites, in addition to quantitative and qualitative research and semi-structured interviews. The results obtained in the case study demonstrated that testimonials from other consumers are capable of influencing the purchasing decision, and the WhatsApp tool is considered important in communicating with the company. It was found through the data that the media used as a research source are firstly Google, followed by Instagram, WhatsApp and Facebook.

**Keywords:** Digital marketing, consumerbehavior, internet, communication, paidads.

---

## INTRODUÇÃO

Compreender as melhores estratégias de marketing digital para empresas locais se posicionarem na internet é de extrema importância. É nítido que o mercado vem passando por uma significativa transformação. A comunicação e o cotidiano mudaram radicalmente nos últimos anos. A facilidade no acesso às informações faz com que os consumidores se tornem mais dinâmicos, no sentido de serem capazes de buscar e comparar produtos e serviços, não aceitando a primeira oferta. Conforme afirma Vargas (2020), “as pessoas passam cada vez mais tempo conectadas, esse fato já nos mostra que focar as estratégias no digital é extremamente vantajoso”, a concorrência se torna cada dia mais acirrada pela atenção do seu público-alvo.

Diante da evolução do consumidor, as empresas devem adequar suas estratégias de marketing para que consigam atender às necessidades de seus clientes. O grande desafio é como conseguir superar expectativas de um público tão informado e crítico (OLIVEIRA, 2018).

Esse tema foi escolhido devido à importância para empresas locais posicionarem na internet como um novo canal de venda, haja visto o ambiente competitivo. O objetivo geral é identificar e analisar quais as ferramentas de marketing digital são utilizadas pela empresa de uniformes corporativos da cidade de Curitiba – PR para aumentar suas vendas e obter mais clientes, além de analisar o comportamento de compra dos clientes no empresado estudo de caso.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

No presente referencial teórico serão abordados e esclarecidos alguns temas para melhor compreensão e embasamento teórico do trabalho, tais como: definição de marketing, definição e os benefícios do marketing digital, comportamento do consumidor digital.

## 2.1 MARKETING

Kotler e Armstrong (2007, p. 04) definem marketing como um “processo administrativo e social pelo qual indivíduos e organizações obtêm o que necessitam e desejam por meio da criação e troca de valor com os outros”.

O conceito de marketing guia as organizações a atender as necessidades e os desejos de seus clientes, com mais eficiência e eficácia do que a concorrência. Isso começa com um bem definido mercado-alvo, na compreensão de suas necessidades e na coordenação de todas as atividades que o afetam, visando satisfazê-lo e, daí, obter a rentabilidade como recompensa. Hoje, o marketing engloba diversos enfoques. No marketing de transação, o foco é a venda de bens e serviços, do produtor para o consumidor.

Para Kotler (2012), não existe uma estratégia de marketing competitiva que seja ideal para todas as empresas. Empresas pequenas podem desenvolver estratégias que lhes rendam taxas de retorno melhores do que as das grandes empresas.

Marketing é a atividade, conduzida por organizações e indivíduos, que opera por meio de um conjunto de instituições e processos para criar, comunicar, entregar e trocar ofertas de mercado que tenham valor para consumidores, clientes, agentes de marketing e a sociedade como um todo (URDAN e URDAN, 2010, p. 05).

## 2.2 MARKETING DIGITAL: DEFINIÇÕES E BENEFÍCIOS

Segundo Oliveira (2018, p. 75), “o marketing digital é um novo método de explorar o ambiente virtual com o objetivo de conseguir potencializar o relacionamento com os clientes e incrementar as vendas das empresas”.

Portanto, marketing digital é o processo de contemplar no planejamento de marketing no ambiente virtual, usando-o nas várias etapas do processo. Assim, ele explora a internet na pesquisa mercadológica, no relacionamento com o cliente, no processo de comunicação e vendas e na pós-venda (OLIVEIRA, *et al.*, 2015 p. 75).

Conforme Kotler (2012), “O processo de desenvolver e manter um alinhamento estratégico entre os objetivos e competências da organização e suas oportunidades de marketing em mutação”.

De acordo com Kotler, a empresa deve oferecer mais valor e satisfação que os concorrentes. Assim os profissionais de marketing devem fazer mais do que simplesmente se adaptar às necessidades dos consumidores-alvo: eles devem também obter vantagem estratégica posicionando agressivamente suas ofertas em relação às dos concorrentes (Kotler, 2012).

Dias (2018), enumera 11 benefícios do marketing digital para as empresas, em especial as pequenas e médias empresas, por permitir competir de igual para igual com as grandes empresas,

segue abaixo:

- Ter uma presença online para ser encontrado: ao ter um contato com alguma marca, muitos consumidores já perguntam diretamente pelo seu site ou redes sociais. Eles gostam de conhecer a identidade da marca, saber mais informações e sentir confiança antes de fazer uma compra.
- Gerar engajamento com a persona: a internet permite que, além de atrair um cliente e aumentar as oportunidades de vendas, as empresas possam criar relacionamentos duradouros com o cliente. Podem oferecer conteúdo relevantes, muito além da publicidade puramente comercial, e os consumidores podem responder e interagir com as empresas.
- Acompanhar a jornada de compra: o consumidor pode pesquisar preços no computador, comparar alternativas pelo celular, ir até o shopping e experimentar os produtos, voltar para casa e comprar no e-commerce. Mas pode também fazer tudo diferente disso para comprar o mesmo produto.
- Conquistar a fidelização dos clientes: na internet, se tem diversas ferramentas e canais para não perder o contato com o cliente. Conteúdos de blog, por exemplo, podem nutrir o relacionamento com a empresa e despertar o interesse em uma nova compra. Outro exemplo: ofertas personalizadas por e-mail podem sugerir produtos complementares à última compra do cliente.
- Ganhar autoridade de marca: marcas que atuam ativamente no ambiente digital, como por meio de um blog corporativo, site e mídias sociais, de acordo com as estratégias de Marketing de Conteúdo, têm grandes chances de se tornar uma marca de autoridade. Dessa forma, ela se torna uma referência para clientes, que passam a confiar mais na empresa, além de formadores de opinião, veículos de comunicação.
- Competir com empresas maiores: uma empresa pequena pode ter excelentes resultados mesmo sem investir em mídia. Com publicações consistentes em um blog corporativo e nas redes sociais, por exemplo, já é possível atrair interessados e engajar a audiência. E, caso uma pequena empresa queira investir em mídias pagas, pode começar com uma verba pequena e ter ótimos resultados.
- Segmentar o público: com a segmentação é possível desde o primeiro contato do visitante com a marca, por meio de um anúncio nas redes sociais, por exemplo. Isso faz com que toda a experiência de compra seja mais satisfatória e gere um sentimento positivo no usuário, que vai receber apenas conteúdos direcionados ao seu perfil, interesses e comportamentos.
- Personalizar as ofertas: mais interessante que segmentar o público de anúncios e os contatos de e-mail marketing é personalizar a comunicação. Afinal, mesmo dentro de um segmento de público, cada indivíduo tem um perfil diferente e vive diferentes momentos de vida.
- Obter resultados de longa duração: o Marketing Digital oferece meios pagos e orgânicos de divulgar a sua empresa e se relacionar com os clientes. Entre os orgânicos, estão a otimização para buscadores (SEO) e o Marketing de Conteúdo que, entre outros benefícios, oferecem resultados duradouros. Um blog pode ser acessado anos depois da sua publicação e continuar gerando acessos e

conversões (se ainda forem relevantes para o público).

- Poder mensurar todos os resultados: com o Marketing Digital é possível rastrear todos os passos dos clientes, desde um clique em um link do e-mail marketing até a finalização de uma compra na loja virtual. Por isso, consegue-se saber exatamente quantas pessoas acessaram a página, quantas delas compraram e qual foi o retorno dos investimentos em publicidade. Para isso, diversas métricas são colocadas à disposição pelas redes sociais, pelas plataformas de anúncios (como o Facebook Ads e o Google Ads) e pelos softwares de análise de dados (como o Google Analytics).

Atualmente o Google é o serviço de pesquisa mais conhecido e mais utilizado. Pois, além de armazenar conteúdos, oferece às empresas o seu principal produto, a publicidade on-line, realizado através da ferramenta Google Ads. Esse modalidade de pesquisa definida pela sigla SEM que significa *Search Engine Marketing*, ou seja, marketing de mecanismos de pesquisa, que abrange dois lados da pesquisa, isto é, SEO e PPC. Contudo, geralmente é usado para designar o lado pago da pesquisa. (ROWLES, 2019).

### 2.3 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR DIGITAL

De acordo com Turchi (2019), no Brasil, o crescimento de novos usuários da internet passou de 2,5 milhões em 1999 para mais de 139 milhões em 2017. O aumento no acesso nos últimos anos, tem se intensificado principalmente através de dispositivo móvel como o *smartphone*. Esse aumento também é influenciado com a melhoria das tecnologias de redes móveis 3G e 4G.

Devido ao aparato tecnológico que a internet proporciona, o consumidor atual é extremamente acessível e se torna alvo de todas as empresas e ofertas, o que faz dele alguém que não se prende a uma marca ou empresa. A fidelidade à marca, que no passado era algo comum e frequente, deve estar associada ao valor agregado, caso contrário, não ocorrerá (OLIVEIRA, 2018).

Os hábitos dos usuários mudaram com a *web*. Hoje, basta os usuários pesquisarem o que precisam em buscadores como o Google, analisarem entre diversas marcas, procurando informações detalhadas do produto, avaliações de outros usuários, para depois comprar. Eles não precisam necessariamente “lembrar” das marcas antes de adquirir produtos ou serviços, como acontecia na mídia tradicional. Para se ter uma ideia, em 2017 foram gerados mais de 2,5 bilhões de solicitações de pesquisa por dia no Google. O mais importante é que a empresa seja encontrada no momento dessas pesquisas (Turchi, 2019).

Sob vários aspectos a geração da internet é bem contrária da geração da TV, pois passamos de uma mídia difusora unidirecional para uma mídia interativa, capaz de mudar nossas relações, sejam com a família, amigos marcas e ou empresas. Apresenta-se hoje não um novo consumidor, mas sim um consumidor diferente que não está se portando apenas como um receptor de ofertas, mas que busca alternativas, opções e participa do processo comunicativo (EHRENBERG; *Apud*

OLIVEIRA, 2015, p. 184).

Os usuários da web são intuitivos, impacientes e focados em imagens. Embora o cérebro humano tenha evoluído para decodificar as informações transmitidas pelos olhos, a imensa variedade de estímulos sensoriais gerados por imagens, textos e sons, faz com que a sua atenção seja dispersa com muita facilidade. As pesquisas mostram que as pessoas não lêem em profundidade textos online; sobrevoam, relanceiam e prosseguem, sem se aprofundar. Sendo necessário compreender que o design influencia no comportamento dos consumidores para que realizem a ação desejada (BRIDGER, 2018).

## METODOLOGIA

Método é um procedimento, técnica ou meio de fazer alguma coisa, de acordo com um plano, um processo organizado, lógico e sistemático de pesquisa, instrução, investigação e apresentação. A metodologia da pesquisa é um dos alicerces na pesquisa. Há um modelo flexível para se fazer ciência: modelo, porque há um modo, uma maneira para começar e para terminar; flexível, porque há liberdade na investigação (AQUINO, 2019).

A pesquisa bibliográfica é elaborada com base em material já publicado, como livros, teses, dissertações e artigos científicos. Praticamente toda pesquisa acadêmica requer em algum momento a realização do trabalho que pode ser caracterizado como pesquisa bibliográfica (GIL, 2017).

Pesquisa quantitativa é um estudo estatístico, na qual os resultados podem ser quantificados. A pesquisa quantitativa recorre a linguagem matemática para descrever as causas de um fenômeno, relações entre variáveis, entre outras aplicações (FONSECA, 2002, p.20).

A pesquisa qualitativa é um estudo não-estatístico que identifica e analisa profundamente dados não-mensuráveis – sentimentos, sensações, percepções, pensamentos, intenções, comportamentos passados, entendimentos de razões, significados e motivações de um determinado grupo de indivíduos em relação a um problema específico. A pesquisa qualitativa tem o alcance suficiente para descobrir variáveis não mensuráveis que moldam e ajudam a determinar as escolhas dos consumidores (GUIMARÃES, 2017, p.3).

O estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo (o “caso”) em profundidade e em seu contexto de mundo real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto puderem não ser claramente evidentes. A investigação do estudo de caso enfrenta a situação tecnicamente diferenciada em que existirão muito mais variáveis de interesse do que pontos de dados, e, como resultado conta com múltiplas fontes de evidência, com os dados precisando convergir de maneira triangular, e como outro resultado beneficia-se do desenvolvimento anterior das proposições teóricas para orientar a coleta e a análise de dados (YIN, 2015).



A entrevista semiestruturada aplicada na empresa pesquisada, abordou questões que visaram identificar e analisar quais as ferramentas de marketing digital são utilizadas pela empresa para aumentar suas vendas e obter mais clientes.

O questionário aplicado aos clientes teve por objetivo analisar a percepção deles em relação a depoimentos de outros consumidores sobre um produto ou serviço, bem como analisar qual a mídia mais utilizada na realização de pesquisas de produtos ou serviços com a intenção de compra, e por fim qual a percepção deles com relação ao uso do *WhatsApp* pelas empresas como uma forma de comunicação.

A coleta de dados foi realizada em duas partes, a primeira por meio de entrevista semiestruturada com a proprietária da empresa. Na segunda parte, foi realizado a aplicação de questionário eletrônico com os clientes da empresa, e foram distribuídos através do *WhatsApp* e *direct* do Instagram por via de um link. O questionário foi criado através da ferramenta *online* Google Forms, onde o próprio sistema disponibiliza os resultados em gráficos, contendo 6 perguntas fechadas e uma pergunta aberta, ambas com vocabulário simples. Após obter as respostas, as informações foram demonstradas em gráfico, auxiliando na visualização dos resultados.

## RESULTADOS

Neste tópico serão apresentados e analisados os resultados obtidos por meio da entrevista semiestruturada com a proprietária de uma empresa de uniformes corporativos, situada da cidade de Curitiba – PR e dos questionários aplicados aos clientes.

### 4.1 FERRAMENTAS DE MARKETING DIGITAL UTILIZADAS

Na entrevista com a proprietária da empresa foi verificado e analisado as ferramentas de marketing digital utilizadas para a venda e captação de novos clientes. Conforme informações obtidas na entrevista, a empresa possui site, no qual constata informações como telefone, endereço, horário de atendimento, produtos oferecidos, portfólio de produtos realizados, clientes atendidos, link para as redes sociais Facebook e Instagram.

Os principais meios de captação de novos clientes pela empresa que desde seu início em 2015 é realizado através da internet por meio de Tráfego Pago e Tráfego Orgânico, além da indicação de outros clientes. A empresa não possui loja comercial, apenas atende os clientes em escritório localizado na própria empresa, mas conforme a entrevista a maioria dos clientes não chegam a ir até a empresa, eles realizam toda a transação comercial de forma remota.

Para a captação de novos clientes a empresa utiliza anúncios pagos, feito através da ferramenta

Google Ads, o anúncio ao ser clicado direciona o usuário para uma página do site que contém um formulário de contato, para só então o setor comercial entrar em contato realizando o orçamento de venda.

A fonte de Tráfego Orgânico da empresa é seu perfil no Google Meu Negócio, uma ferramenta gratuita que facilita que a empresa seja encontrada na Rede de Pesquisa do Google e do Google Maps, além disso, essa ferramenta possui área para os clientes adicionarem avaliações com estrelas, comentários e fotos, sendo uma grande fonte de influência nos consumidores conforme veremos adiante.

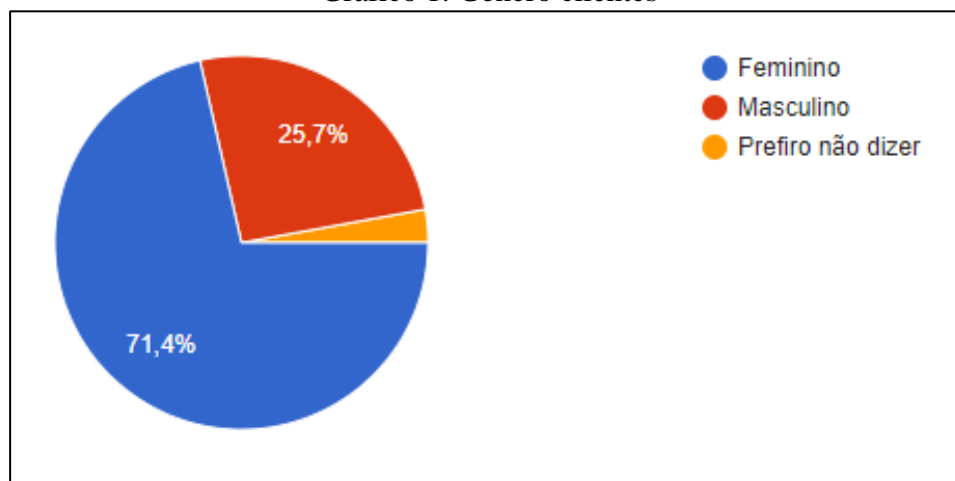
O único ponto verificado durante a entrevista é que a empresa possui páginas nas mídias sociais Instagram e Facebook, mas não possui nenhuma estratégia de divulgação, apenas publicando fotos esporadicamente de produtos realizados para outros clientes. Essa perspectiva conforme afirma a proprietária ocorre devido ao fato de a empresa ser pequena e não possuir capital para maiores investimentos em mídia paga. Além disso, não há um profissional de marketing contratado na empresa para cuidar do planejamento e desenvolvendo de estratégias de marketing digital.

Questionada sobre o retorno em seu investimento em anúncios pagos, a proprietária se diz satisfeita com o retorno pois 65% do seu faturamento vem da mídia paga. Ela reconhece que para aumentar seu faturamento necessitaria de maiores investimentos em mídias pagas não somente no Google, mas também em mídias sociais como Instagram e Facebook para ter maior alcance do seu público-alvo.

#### 4.2 COMPORTAMENTO DE COMPRA DO CONSUMIDOR

O questionário foi elaborado com a temática do comportamento de compra digital dos clientes. Foi realizado questionário com uma amostra de 35 clientes, sendo eles 71,4% do gênero feminino, 25,7% masculino e 2,9% preferiram não dizer, conforme apresentado no Gráfico 1.

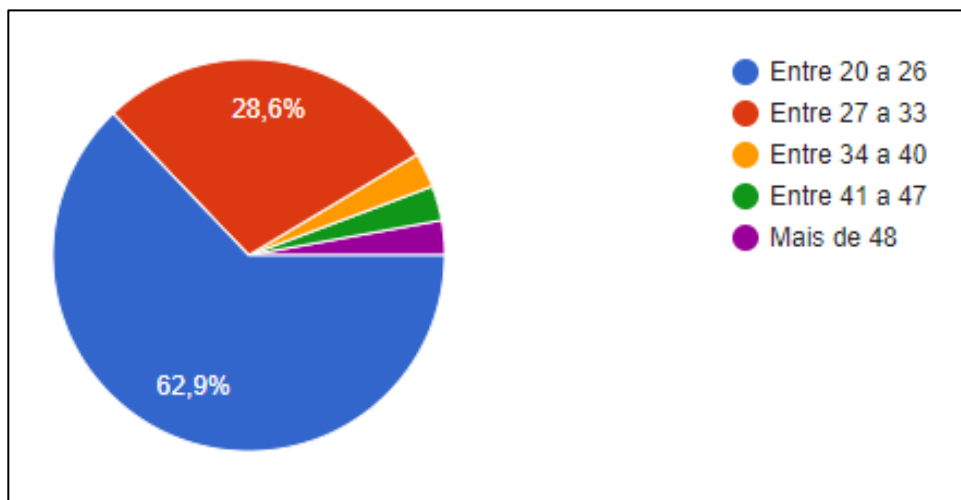
Gráfico 1. Gênero clientes



Fonte: 1 Autora (2020)

Quanto a idade os entrevistados 62,9% têm entre 20 e 26, e 28,6% têm entre 27 a 33 anos e 8,7% variam entre 34 a 48 anos (Gráfico 2).

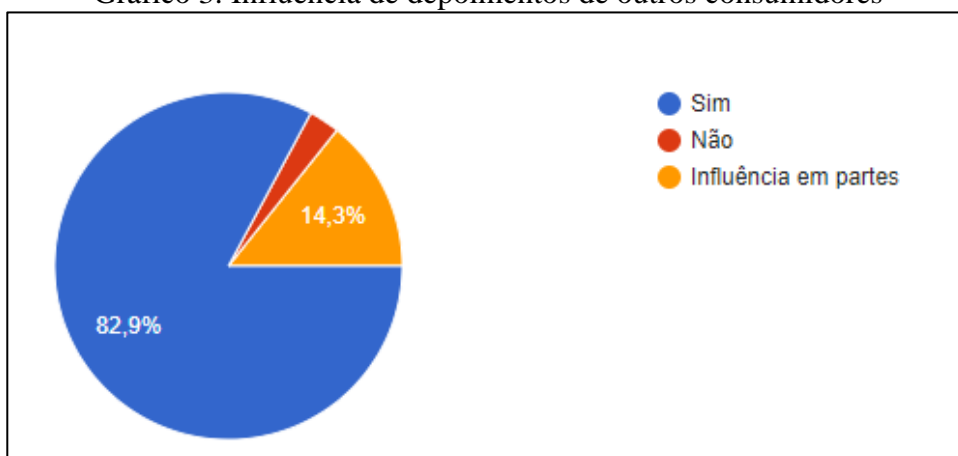
Gráfico 2. Idade clientes



Fonte: A Autora (2020)

O resultado da pergunta, “Em sua opinião, os depoimentos de outros consumidores são capazes de influenciar na sua decisão de compra”, 82,9% afirmaram que sim, e 2,9% afirmaram que não, e 14,3% afirmaram que os depoimentos influenciam em partes (Gráfico3).

Gráfico 3. Influência de depoimentos de outros consumidores



Fonte: A Autora (2020)

Considerando a pergunta anterior os clientes tiveram a oportunidade de declararem através de uma pergunta aberta, justificando a sua afirmação, sendo que foram obtidas 24 declarações de suas opiniões, abaixo estão às declarações transcritas das respostas:

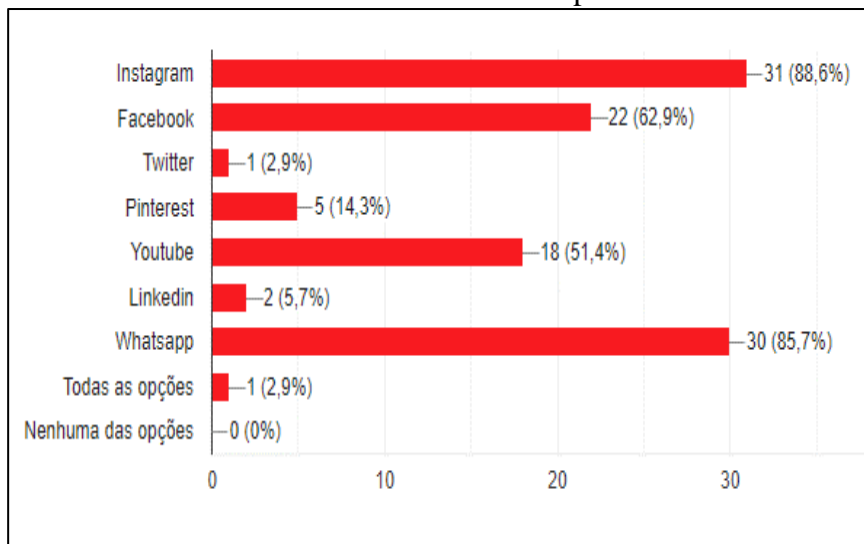
- Opiniões positivas de consumidores dos produtos ajudam a influenciar na próxima compra;
- Assim eu vejo que a empresa/marca é confiável;
- Me ajuda a conhecer a experiência da pessoa com o produto;
- O fato de o produto/serviço ser bem avaliado me traz confiança;

- Geralmente compro por indicação de outras pessoas que já compraram;
  - Segurança em comprar produtos com boa avaliação;
  - Fica mais fácil saber de quem já comprou o produto, sabe da eficácia;
  - Em partes por efeito dos feedbacks, tanto positivos quanto negativos;
  - Vendo a opinião de quem já adquiriu ou usou determinado serviço, pode tirar dúvidas com relação a eficácia/qualidade do que procuro;
  - Se é a primeira vez que vou fazer a compra naquele estabelecimento ou aquela marca que ele objeto ajuda muito;
  - Porque é através das experiências de outras pessoas que conseguimos ter uma base de qualidade de algum tipo de serviço ou produto para adquirirmos;
  - Pois são opiniões relevantes de clientes que já efetivaram a compra;
  - Compro o que gosto e não por influência de outros;
  - Influência na hora da compra de um produto;
  - Exemplo: Restaurante, se existem muitos depoimentos negativos, prefiro não ir. Mas se o local que gostaria de ir os depoimentos forem bons, vou sem medo de arrependimentos. Produtos também, muita reclamação e algo de errado;
  - É importante para saber sobre o produto;
  - Pela opinião das pessoas posso ter informações sobre o produto que estou comprando antes mesmo;
  - Porque é a base que temos para comprar algo, então dependemos dessa opinião;
  - Através de opiniões de outros consumidores eu consigo ter uma base se o produto é realmente bom ou não;
  - Para saber qualidade do produto e atendimento do vendedor;
  - Pois vou saber a experiência de quem de fato já utilizou dos produtos ou serviços que estou interessada;
  - Se muitos fazem depoimentos negativos não seria bom;
- Se há opinião de outra pessoa, ajuda muito, pois ali já diz se podemos confiar no que vamos comprar.

Observa-se que a tendência nas respostas foi similar, a maioria declarou como ponto positivo os depoimentos de outros consumidores, pois os ajudam a decidirem por comprarem ou não, determinado produto ou serviço. As principais afirmações nas respostas que os depoimentos causam são; a percepção de confiança na marca, segurança, experiência positiva com o produto, boa qualidade, bom atendimento. Além disso, observa-se que tanto os depoimentos positivos quanto os depoimentos negativos influenciam na decisão de compra, seja para decidirem por comprar ou não comprar.

Os resultados obtidos nas respostas sobre quais as mídias que os clientes mais utilizam, observa-se que a mídia Instagram teve 88,6% de preferência pelos clientes, o WhatsApp 85,7%, o Facebook 62,9% seguido do YouTube com 51,4% conforme o Gráfico 4.

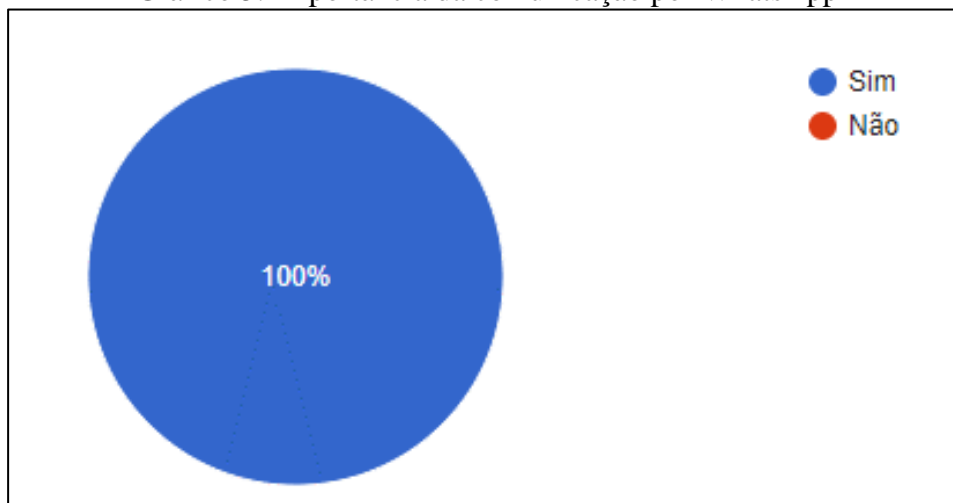
Gráfico 4. Mídias mais utilizadas pelos clientes



Fonte: A Autora (2020)

Para compreender qual a importância de a empresa utilizar o WhatsApp na comunicação com os clientes, a resposta sim obteve 100% de a afirmação conforme apresentado no Gráfico 5.

Gráfico 5. Importância da comunicação por WhatsApp

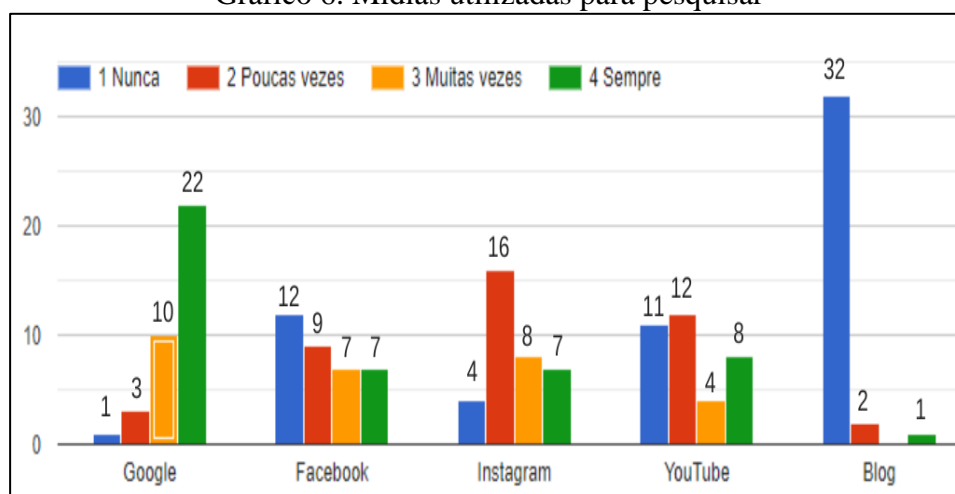


Fonte: A Autora (2020)

Por último foi realizado uma pergunta para os clientes avaliarem qual mídia eles mais utilizavam para pesquisar um produto para comprar. Dentre as opções classificando com uma nota de 1 a 4. Sendo que 1 Nunca pesquiso, 2 Poucas vezes pesquiso, 3 Muitas vezes pesquiso e 4 Sempre pesquiso. Conforme observado na (Gráfico6), a mídia que mais é utilizada como fonte de pesquisa é

o Google com o maior número de avaliação, em segundo lugar o Instagram com uma frequência menor.

Gráfico 6. Mídias utilizadas para pesquisar



Fonte: A Autora (2020)

Analisando que se trata de uma pequena empresa local, a pesquisa demonstra resultados positivos quanto às estratégias de marketing digital utilizadas. Mas percebe-se nas respostas dos clientes oportunidades para a empresa explorar que são as páginas da marca nas mídias sociais Instagram e Facebook. A uma oportunidade de trabalhar o marketing de conteúdo nessas mídias, buscando uma relação de proximidade com os clientes e público-alvo.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando as mudanças constantes no mercado atual buscar estar atualizado nas estratégias de marketing digital é muito importante principalmente para pequenas e medias empresas, mas não basta saber qual estratégia que está dando certo, é necessário entender o contexto em que a empresa se encontra para então poder criar um planejamento de marketing digital adequado e que acima de tudo traga resultados significativos para as empresas.

Diante da análise apresentada e dos dados coletados, visando identificar e analisar quais as ferramentas de marketing digital são utilizadas pela empresa para aumentar suas vendas e obter mais clientes e analisar o comportamento do consumidor, o objetivo foi atingido.

Contudo o presente trabalho contribui com a área de marketing digital, bem como demonstrando que os anúncios no Google Ads são efetivos para empresas locais, além de compreender as perspectivas que influenciam no comportamento do consumidor na compra.

Como sugestão para estudos futuros fica o uso do estudo de caso em uma empresa que utilize

as redes sociais como canal de captação de novos clientes através de anúncios pagos. Para analisar os resultados e a eficiência da plataforma.

## REFERÊNCIAS

AQUINO, Souza, Italo D. **Como escrever artigos científicos** - 9. ed. - Editora Saraiva, 2019. Recurso eletrônico. Retirado de <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788571440289/>

BRIDGER, Darren. **Neuromarketing: como a neurociência aliada ao design pode aumentar o engajamento e a influência sobre os consumidores**. Tradução Afonso Celso da Cunha Serra. - 1. ed.; 2. reimp. - São Paulo: Autêntica Business, 2019.

CONTENT, Redator Rock. **Experiência do usuário**. Blog Rock Content. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/experiencia-do-usuario/>>. Acesso em: 06/10/2023.

DIAS, Tassia. **Benefícios do marketing digital**. Blog Rock Content. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/beneficios-do-marketing-digital/>>. Acesso em: 06/10/2023.

FONSECA, J. J. S. **Apostila de metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.

GIL, Carlos, A. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**, 6ª edição. Grupo GEN, 2017. Recurso eletrônico. Retirado de <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597012934/>

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. Tradução Sônia Midori Yamamoto; revisão técnica Edson Crescitelli. - 14. ed. - São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de marketing**. 15 ed. São Paulo: Person Education do Brasil, 2015.

OLIVEIRA, Tatiana Souto Maior de. **Marketing digital e novas mídias**. - 2 ed. - Curitiba: IESDE Brasil, 2018.

RAMOS, Mações, Manuel A. **Marketing e Gestão da Relação com o Cliente - Vol. VIII**. Recurso eletrônico. Grupo Almedina, 2017. Retirado de <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9789896942359/>.

TORRES, C.M.U. A. (2017). **Marketing Básico**, 5ª edição. [Minha Biblioteca]. Retirado de <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597010572/>

URDAN, A. T.; URBAN, F.T. **Marketing estratégico no Brasil: teoria e aplicações**. São Paulo: Atlas, 2010

VARGAS, Alex. **Marketing Digital: guia absolutamente completo de marketing na internet**. Disponível em: < <https://www.nucleoexpert.com/marketing-digital/#t1>>. Acesso em: 12/10/2023

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Recurso eletrônico. Tradução: Cristhian Matheus Herrera. - 5.ed - Porto Alegre: Bookman, 2015.

# GERAÇÃO Z E SAÚDE MENTAL NO TRABALHO: UMA REVISÃO DE LITERATURA E PROPOSIÇÃO DE UMA AGENDA DE PESQUISA

Edilene Rocha Carmo- [201920458@uesb.edu.br](mailto:201920458@uesb.edu.br)

Graduanda em Administração pela Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia.

Fabio Vinicius de Macedo Bergamo- [bergamomkt@gmail.com](mailto:bergamomkt@gmail.com) ORCID: <http://orcid/0000-0002-5228-2519>

Doutor em Administração pela Universidade Federal da Bahia. Professor Assistente do Departamento de Ciências Sociais Aplicadas na Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia. Professor do Centro Universitário Adventista de São Paulo. Líder do Observatório de Marketing da UESB. Professor visitante da Pós-graduação em Administração da Universidad Peruana Unión.

**Resumo:** O presente estudo se origina da pretensão de fazer uma revisão de literatura acerca da saúde mental da Geração Z no contexto laboral. Diante da realidade social atual, onde a saúde mental no ambiente de trabalho é uma questão premente, especialmente para esta geração que está imergindo no mercado de trabalho e representa uma parcela significativa da força laboral atual e futura, entender tal tema vem se tornando essencial para as organizações e para a teoria. Desse modo, este estudo se justifica pela importância e necessidade de estudos no âmbito acadêmico sobre essa geração e sua relação com o mercado de trabalho pelo viés da saúde mental, uma vez que é uma questão que impacta não apenas os indivíduos, mas a sociedade como um todo. A partir do referencial teórico utilizado, fez-se uma proposição de agenda de pesquisa sobre a temática em questão, passível para estudantes, pesquisadores da área de Gestão de Pessoas e de outras áreas, como Ciências Humanas e Ciências da Saúde utilizarem em estudos futuros.

**Palavras Chave:** Geração Z. Saúde Mental. Trabalho.

**Abstract:** The present study originates from the intention of carrying out a literature review on the mental health of Generation Z in the work context. Given the current social reality, where mental health in the workplace is a pressing issue, especially for this generation that is immersing itself in the job market and represents a significant portion of the current and future workforce, understanding this topic has become essential for organizations and for theory. Therefore, this study is justified by the importance and need for academic studies on this generation and its relationship with the job market from a mental health perspective, since it is an issue that impacts not only individuals, but society as well. one all. Based on the theoretical framework used, a research agenda was proposed on the topic in question, which could be used by students, researchers in the area of People Management and also in other areas, such as Human Sciences and Health Sciences, in future studies.

**Keywords:** Generation Z. Mental Health. Work.



# INTRODUÇÃO

Impulsionado por avanços tecnológicos, globalização e mudanças sociais, o mercado de trabalho contemporâneo requisita, de forma crescente, a contratação de profissionais modernos, com competências flexíveis e constantemente atualizados em relação às últimas evoluções. Essas características são notavelmente presentes na Geração Z, que vem conquistando um espaço significativo nas organizações.

Não há consenso a respeito da data específica que define essa geração, para alguns estudiosos é considerada como parte da Geração Y, incluindo pessoas que nasceram entre 1990 e 2010 (Toledo; Albuquerque; Magalhães, 2012). Borges e Silva (2013) dizem que os pertencentes da Geração Z são apelidados de “zapeadores” em virtude de terem crescido com acesso às mais variadas e avançadas tecnologias.

A PNAD - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (IBGE, 2022) indica que a Geração Z representa cerca de 23% da população brasileira. Isso ilustra a relevância na demografia do país e também, sua influência nas diversas esferas da sociedade. Com isso, a capacidade de governos, empresas e instituições em compreender e se adaptar às necessidades e expectativas dessa camada populacional que está em ascensão, será vital para as próximas décadas.

Nos últimos anos, naturalmente se percebeu um crescimento da presença da Geração Z no ambiente laboral. Ao observar a composição dos diferentes setores de trabalho é comum encontrar profissionais que nasceram no final da década de 1990 e início do milênio ocupando cargos nos diferentes níveis, que inclui desde as atividades operacionais até as funções de cunho tático e estratégico (Runrun It, 2022).

Nesse contexto tecnológico atual, a idade desempenha um fator relevante no processo de recrutamento e seleção de candidatos, o que demonstra a Pesquisa realizada pela FGV (2018), em parceria com a Aging Free Fair, a qual entrevistou 140 representantes de empresas, que apresentou 75% pela preferência por contratar profissionais mais jovens em vez dos mais velhos, mesmo estando em igualdade de condições. Prevê-se que até 2030, a Geração Z constituirá 58% da força de trabalho mundial (ManpowerGroup, 2024). Esses dados refletem a significância dessa geração no mercado de trabalho atual e vindouro.

Diante disso, torna-se pertinente compreender as necessidades específicas dessa geração ao ingressar no mercado de trabalho, abrangendo aspectos como adaptação, inclusão e o bem-estar desses jovens trabalhadores, com ênfase na saúde mental, que é uma questão crucial na sociedade

hodierna.

A saúde mental dos colaboradores é um assunto de crescente importância a ser considerado no âmbito acadêmico e empresarial, se aplicando de maneira especial a Geração Z, que está adentrando em um mundo profissional dinâmico e repleto de desafios a serem enfrentados. Segundo a Organização Mundial da Saúde, “a saúde mental é muito mais do que a ausência de doença: é parte intrínseca da nossa saúde e bem-estar individual e coletivo” (WHO, 2022, p. 6). E a Geração Z tem na saúde mental um tema importante. Dados do UNICEF (2021), problemas de saúde mental afetam 1 em cada 7 jovens. Já o estudo do Instituto de Saúde McKinsey (2022) aponta que a Geração Z está experimentando muito mais problemas mentais que a geração anterior, os chamados Millennials.

Um dos fatores que impactam na saúde mental é o mundo do trabalho. Nesse ambiente, se posiciona a Geração Z. Segundo Srivastava e Pachauri (2022) a incidência de falta de saúde mental nesta geração ocorre em 6 a cada 10 profissionais. E que, muitas vezes, estes estão ignorantes sobre sua condição e quando a descobrem, preferem esconder. Muitos pontos sobre o impacto do trabalho sobre a geração Z ainda carecem de um melhor entendimento, mesmo sabendo que tais problemas afligem muito membros desta faixa de idade. Como propõem Harrington, Morley e Morris (2017), compreender as características e preferências da Geração Z no local de trabalho é crucial para promover a saúde mental e o bem-estar entre essa geração de funcionários.

Portanto, um melhor entendimento a respeito da saúde mental desses jovens profissionais auxilia no desenvolvimento de mecanismos que promovam seu engajamento, retenção, colaboração e sobretudo, o seu bem-estar no ambiente de trabalho. Nesse sentido, este estudo se propõe a fazer uma revisão de literatura sobre a saúde mental da Geração Z no contexto laboral, propondo uma possível agenda de pesquisa no tema. O presente trabalho se justifica dado a importância e necessidade de estudos no âmbito acadêmico sobre essa geração e sua relação com o mercado de trabalho pelo viés da saúde mental, uma vez que é uma questão que impacta não apenas os indivíduos, mas a sociedade como um todo.

## 2. SAÚDE MENTAL: RESGATE HISTÓRICO

A consolidação de um cuidado mais abrangente no âmbito da saúde trouxe um maior destaque ao termo saúde mental na atualidade. Assim como a definição de saúde abrange o estado de total bem-estar físico, psíquico e social, e não meramente a ausência de alguma doença ou enfermidade, a saúde mental também engloba mais do que apenas a existência de distúrbios físicos, contemplando também os distúrbios mentais (WHO, 2001).

A questão da saúde mental no Brasil começou a ter reconhecimento desde os tempos imperiais, especialmente com a chegada da família real ao país, no início do século XIX. Segundo Santos e Miranda (2015) era motivo de espanto e constrangimento para as famílias ricas terem

algum parente rotulado como portador de doença mental, ou conforme a terminologia da época, loucos. Durante esse contexto histórico, as pessoas que tinham algum distúrbio mental, geralmente eram excluídas do convívio social e destinadas a instituições conhecidas como a Casa da Misericórdia. Esse afastamento refletia o estigma e a falta de compreensão a respeito dos assuntos referentes à saúde mental naquele período.

No início do século XX, com a ampliação dos meios de comunicação e o aumento da liberdade de expressão, as discussões sobre os problemas emergentes da época, inclusive a respeito de distúrbios psicológicos, passaram a ter uma maior visibilidade. Conforme Amarante (2007), a partir desse momento torna-se mais evidente a concepção de que as relações sociais, culturais e suas contraposições são fatores integrantes no processo de manifestação de doenças mentais.

Com o término da Segunda Guerra Mundial, surgiram na Europa movimentos que questionavam a tradicional abordagem do tratamento de transtornos mentais, tais como o Movimento Institucional na França e as Comunidades Terapêuticas na Inglaterra. Essas correntes defendiam abordagens humanistas e mais progressistas sobre a saúde mental, com foco em romper com os paradigmas que segregavam as pessoas com problemas psicológicos da sociedade, além de promover uma visão mais inclusiva e centrada no indivíduo (Le Guillant, 1984).

O Brasil também presenciou mudanças nessa direção no final da década de 1970, com o surgimento do Movimento dos Trabalhadores em Saúde Mental (MTSM). Essa iniciativa teve suas raízes em denúncias de abusos ocorridos nos asilos e das deploráveis condições de trabalho existentes nas instituições psíquicas (Figueirêdo; Delevati; Tavares, 2014). Para Hirdes (2009), o MTSM buscava reformas no modelo assistencial da época, as quais incluíam outros setores sociais, tais como usuários, seus familiares e associações, visto que essa abordagem se caracterizava como uma iniciativa de luta antimanicomial que enfatiza a desinstitucionalização e tem como prioridade, o cuidado de pessoas com transtornos psíquicos.

A promulgação da Lei da Reforma Psiquiátrica, Lei nº 10.216/2001, reconfigurou o modelo de assistência em saúde mental no Brasil. Essa legislação representa um marco histórico no país, ao assegurar os direitos das pessoas portadoras de transtornos mentais, garantindo que fossem tratadas com respeito e dignidade, a fim de combater o estereótipo e discriminação historicamente associado a essas condições (Brasil, 2001).

A Reforma Psiquiátrica no Brasil representa um importante avanço nas compreensões a respeito da saúde mental. É um processo abrangente que envolve diversas instâncias, desde o âmbito federal, estadual e municipal até as instituições acadêmicas e movimentos sociais, visto que engloba um conjunto de práticas transformadoras, conhecimentos e valores socioculturais, no entanto, sua trajetória é permeada por desafios, impasses, tensões e conflitos (Ministério da Saúde, 2005).

No ano de 2022, o Brasil teve um total de 813 serviços residenciais terapêuticos e 2.836 CAPS

distribuídas em 1910 municípios, abrangendo todos os Estados e o Distrito Federal (Ministério da Saúde, 2022). A instauração desses dispositivos desempenha um papel essencial, ao estender os serviços de saúde mental em regiões geograficamente remotas do território brasileiro, o que possibilita o preenchimento de lacunas em locais desprovidos de assistência nessa esfera.

### 3. SAÚDE OCUPACIONAL

Os desafios e pressões do ambiente de trabalho exercem influências significativas na saúde dos trabalhadores, sobretudo nestes últimos anos marcado por mudanças tecnológicas, modelos de trabalho híbridos e demandas crescentes por produtividade. Nesse contexto, a saúde ocupacional é um tema que carece a atenção e ação de empresas, governos e demais atores envolvidos no mundo laboral.

Para Minayo-Gomez e Thedim-Costa (1997), a saúde ocupacional ou saúde do trabalho refere-se a um campo que abrange uma variedade de práticas interdisciplinares, multiprofissionais e interinstitucionais, com a finalidade de examinar e intervir nas condições de trabalho que podem resultar em enfermidades ou problemas de saúde. Dessa forma, esse campo visa preservar e promover a integridade física dos trabalhadores durante a execução de suas tarefas, através da identificação de fatores que possam prejudicar o bem-estar destes no desempenho de suas funções (Leitão; Fernandes; Ramos, 2008).

Pichek-Santos *et al.* (2019) enfatizam a importância de estimular a participação ativa do trabalhador no seu processo de saúde e trabalho juntamente com comprometimento da classe empresarial em cumprir suas obrigações adequadamente. Nesse sentido, essa abordagem visa promover uma cultura de cooperação e responsabilidade mútua no ambiente de trabalho ao envolver ambas as partes no esforço de prevenir e melhorar a saúde laboral.

Nesse cenário de desafios na saúde ocupacional, um aspecto importante a ser considerado, principalmente na atualidade, é a crescente pressão sobre os trabalhadores em termos de produtividade. Júnior e Messias (2019) dizem que relatos de metas abusivas, excesso de trabalho, além de conduta ofensiva e difamação são comumente reportados por trabalhadores das diversas áreas, apesar dessas ações não serem permitidas nas empresas, muitas destas parecem ignorá-las devido a exacerbada priorização pelo desempenho organizacional. A busca intensa pela alta performance através das práticas mencionadas compromete a saúde ocupacional

Assim, o profissional se sobrecarrega ao assumir uma carga de trabalho elevada para atender as expectativas da empresa, por conseguinte, deriva em uma sensação de incapacidade para cumprir as demandas constantes (Oliveira; Chaym; Ferreira, 2020). Por essa razão, é imprescindível que as organizações reconheçam a importância de propor metas realistas, recursos apropriados e assistência

correta aos funcionários. Isso contribui para um ambiente de trabalho mais saudável e influencia positivamente na produção.

#### 4. SAÚDE MENTAL COMO COMPONENTE DA SAÚDE OCUPACIONAL

A incorporação da psicologia na saúde ocupacional trouxe perspectivas mais abrangentes para a gestão da saúde no trabalho, sobretudo na relação entre as condições laborais e o adoecimento psicológico (Jacques, 2007). Bernardo e Garbin (2011) afirmam que tanto a saúde mental quanto a saúde ocupacional são esferas intrinsecamente complexas e possuem um elevado aspecto social. Os autores destacam falta de entendimento do processo saúde-doença:

Desse modo, arriscamo-nos a dizer que, se a falta da compreensão do processo saúde-doença como um fenômeno social tem repercussões na atenção à saúde mental, na saúde do trabalhador ela tem consequências ainda mais sérias. Devemos lembrar que as ações nesta área, sejam no plano assistencial ou da proteção, se dão diretamente no núcleo do sistema capitalista, ou seja, na relação capital-trabalho (Bernardo; Garbin, 2011, p. 107).

Paula *et al.* (2023) salientam a necessidade das empresas em dar uma atenção mais eficaz aos sinais de problemas psicológicos dos trabalhadores, como variações comportamentais e emocionais, além de absenteísmo e diminuição na produtividade. Nesse contexto, é fundamental que os gestores fiquem vigilantes e investiguem a causa dessas alterações, a fim de evitar que a situação evolua para um afastamento ocupacional, o que impacta negativamente não só a empresa, mas também o bem-estar do colaborador (Oliveira, 2023)

Conforme Prado (2016), no Brasil, bem como em outras regiões com concentração industrial, a necessidade de se ajustar a esse novo cenário social repercute significativamente na saúde ocupacional. Ainda para o autor, fatores como o avanço na tecnologia, intensificação da concorrência, insegurança com o emprego e outras adversidades com os quais se deparam cotidianamente, tornaram a vida dos trabalhadores cada vez mais permeada de incertezas. As pressões resultantes dessas questões, além da contínua exposição a situações incertas e desafiadoras no trabalho, podem desencadear problemas psicológicos, tais como ansiedade, depressão e estresse.

Na sociedade contemporânea, evidencia-se uma preocupação crescente em relação à saúde mental ocupacional, devido à ampla prevalência de transtornos psicológicos e emocionais (Paula *et al.*, 2023). Ao considerar essa realidade, é indicável que empresas, governo e a sociedade em geral dediquem uma maior atenção a esta questão, a fim de abordar os desafios relacionados a essa temática, assim como buscar soluções que promovam melhorias.

Ademais, Leão e Minayo-Gomez (2014) apresentam alguns indicadores derivados do ambiente e processo de trabalho que podem influenciar na saúde mental dos trabalhadores. Tais

indicadores estão organizados em oito eixos:

- a) Organização do tempo e intensidade de produção: este eixo diz respeito a velocidade e volume elevado de tarefas, bem como jornadas estendidas e em turnos, além de outras circunstâncias incompatíveis com a capacidade física e mental dos funcionários;
- b) Práticas de gestão: refere-se a forma como os gestores lidam com sua equipe, incluindo aspectos como seleções rigorosas, demandas contraditórias, exigências excessivas de metas por produtividade, falta de reconhecimento e incentivos;
- c) Cultura organizacional: envolve elementos cruciais que definem a identidade da empresa, tais como seus valores, crenças, normas, comportamentos e práticas. Dessa forma, uma cultura organizacional caracterizada por uma comunicação agressiva ou inadequada, costumes preconceituosos, ausência de oportunidade para a participação dos colaboradores na tomada de decisão, assim como a falta de consideração às suas preocupações e queixas pode resultar em sentimentos de desânimo e insatisfação entre eles, contribuindo para o sofrimento psíquico no trabalho;
- d) Relações interpessoais: este âmbito compreende as interações interpessoais dentro da organização, que englobam atitudes abusivas, violência psicológica e simbólica, hierarquias de poder desproporcionais, procedimentos disciplinares inapropriados, além de situações que causam desconfiança, constrangimento e inequidade entre os colaboradores;
- e) Atividade e autonomia: consiste no controle que o trabalhador possui sobre suas tarefas. Sendo assim, a falta de autonomia e clareza na execução de atividades, ambiguidade de funções, discrepância entre competências e requisitos podem gerar sensações de inferioridade, desestímulo e descontentamento com o trabalho;
- f) Relação dos sujeitos com sua atividade: este indicador aborda as características individuais que cada colaborador tem sobre seu trabalho, envolvendo as pressões emocionais enfrentadas, percepção em relação a sua competência/incompetência na realização das tarefas, subutilização de suas habilidades e conhecimentos, demandas exageradas e outros elementos no ambiente laboral que impacta o estado físico e psicológico do sujeito;
- g) Situações relativas ao vínculo de trabalho: abrange ambientes ou situações de grandes incertezas relacionadas à estabilidade no emprego, como contratos temporários, trabalho informal e riscos de demissão. Tal contexto pode provocar ansiedade, estresse e preocupações financeiras quanto à subsistência do indivíduo e de sua família;

Questões externas ao processo de trabalho: diz respeito ao desequilíbrio entre as esferas pessoal e profissional, podendo estar associado a diversos fatores, incluindo habitação, locomoção, remuneração, ausência de uma rede de apoio eficaz e condições precárias de vida.

## 5. GERAÇÃO Z: DESAFIOS NO TRABALHO

Diante da evolução nas dinâmicas de trabalho, a Geração Z desponta como uma propulsora de transformações. Para Iorgulescu (2016), torna-se necessário compreender as características e particularidades à medida que essa geração adentra no mundo laboral. Nesse contexto, é fundamental que as empresas aprimorem suas perspectivas na adoção de práticas mais condizentes e adaptadas, principalmente na área de gestão de pessoas, para atrair e manter os nativos digitais e, por conseguinte, potencializar os resultados corporativos (Mesquita; Oliveira; Munhoz, 2020).

Devido ao nativismo digital, observa-se nos integrantes dessa geração, a capacidade de realizar diversas atividades de forma simultânea (Iorgulescu, 2016; Mesquita; Oliveira; Munhoz, 2020). Todavia, Firat (2013) destaca que essa habilidade de multitarefa pode resultar em situações potencialmente adversas, como atenção parcial contínua, a qual implica em uma divisão fragmentada da atenção, dificuldades na concentração e uma tendência de se envolver com várias tarefas sem dedicar foco a nenhuma delas.

Esse estereótipo dos jovens da Geração Z altamente versados em tecnologia, é reforçado pela relutância das gerações anteriores na adoção e adaptação às mudanças tecnológicas (Araújo; Anjo; Cappelle, 2022). No entanto, é importante reconhecer que, embora outras gerações tenham uma afinidade menor com as inovações digitais, a Geração Z não se limita apenas a esta característica. Ela abarca uma ampla diversidade de pessoas, que possuem experiências individuais e níveis distintos de familiaridade com os dispositivos tecnológicos.

Ozkan e Solmaz (2015) argumentam sobre a importância de explorar o conceito de gerações, ao passo que ocorrem mudanças no âmbito laboral, pois se trata de uma temática que é de grande interesse para a área em questão e em outras esferas. No tocante a isso, compreender as expectativas dos membros da Geração Z é crucial para estimular discussões e propor estratégias alinhadas às aspirações desta geração, a fim de não somente atraí-los, mas também retê-los na estrutura organizacional (Mesquita; Oliveira; Munhoz, 2020). Esse enfoque além de beneficiar esse campo, favorece para implementação de práticas mais abrangentes e adaptáveis aos diversos contextos de trabalho.

Dessa maneira, entender tanto o comportamento dos trabalhadores da Geração Z quanto as suas necessidades particulares (quer sejam influenciadas pelo aspecto jovial ou pelas diferenças geracionais) levará a uma integração mais efetiva desses jovens profissionais, além de contribuir para o sucesso conjunto (Schroth, 2019).

Sob essa perspectiva, Don Tapscott visando compreender os traços distintivos dessa geração, por meio de pesquisas e experiências com seus próprios filhos e jovens diversas partes do mundo, elaborou oito normas que abrangem esses indivíduos, a qual intitulou como “As oito normas da

geração internet”, publicadas no seu livro *A hora da Geração digital* (2010). O quadro 1 apresenta características relacionadas ao cenário de trabalho para essa geração de acordo com as normas estabelecidas por Tapscott:

Quadro 1 – As Oito Normas da Geração Z e o Mundo do Trabalho

<b>NORMAS</b>	<b>SIGNIFICADO PARA O MUNDO DO TRABALHO</b>
<b>LIBERDADE</b>	Anseia pela liberdade de escolha do local e horário de trabalho, além de valorizar a flexibilidade e autonomia ambiente ocupacional.
<b><u>CUSTOMIZAÇÃO</u></b>	Buscam <u>customizar</u> suas ocupações com uma inclinação para exercer suas funções fora do ambiente convencional de trabalho.
<b>ESCRUTINIO</b>	Possuem habilidade na investigação e análise de diversas informações a fim de <u>embasar</u> suas decisões profissionais.
<b>INTEGRIDADE</b>	Valorizam o comprometimento nos locais de trabalho e buscam por empresas que demonstram <u>confiabilidade</u> , transparência e honestidade.
<b>COLABORAÇÃO</b>	Procuram engajar-se em empresas que possibilitem ter uma participação ativa e contribuir para o desenvolvimento de ideias inovadoras.
<b>ENTRETENIMENTO</b>	São avessos a rotinas enfadonhas e têm preferência por ambientes de trabalho divertidos e envolventes.
<b>VELOCIDADE</b>	Buscam por respostas imediatas, bem como desejam ter um rápido progresso profissional.
<b>INOVAÇÃO</b>	No ambiente de trabalho procuram romper com os modelos tradicionais e propor inovações que estimulem práticas colaborativas e criativas.

Fonte: Elaborada pela autora a partir de Tapscott (2010).

Essas oito normas de Tapscott (2010) definem comportamentos, atitudes e valores apreciados pela Geração Z, além de fornecer insights sobre como os membros desta geração interagem com o mundo, sobretudo no âmbito profissional e social. Dessa forma, proporcionam uma compreensão mais abrangente a respeito da dinâmica destes jovens na sociedade contemporânea, o que é essencial para orientar estratégias adaptativas de interações mais eficientes e enriquecedoras com essa geração.

## 6. SAÚDE MENTAL DA GERAÇÃO Z NO TRABALHO

Imersos na era digital desde o início de suas vidas, os integrantes da Geração Z se deparam com desafios excepcionais perante as demandas do mundo laboral moderno, tais como a constante conectividade, necessidade em adaptar às rápidas mudanças tecnológicas, jornada de trabalho



intensas e uma competitividade exacerbada (Prado, 2016; Júnior; Messias, 2019; Oliveira; Chaym; Ferreira, 2020), Esses fatores dificultam a busca pela conciliação entre a vida pessoal e profissional destes indivíduos, além de exercer influência no seu bem-estar psicológico.

Conforme Adedeji *et al.* (2023), há uma escassez de pesquisas que abordam a saúde mental da Geração Z no trabalho. Nesse sentido, Araújo, Anjo e Cappelle (2022) ressaltam a importância de abordagens sobre essa questão:

Dentre os assuntos que surgiram nas discussões, sugere-se maior ênfase na relação entre os jovens Z com transtornos de cunho psiquiátricos, sobretudo no ambiente de trabalho. Diante do contexto vivenciado e as inúmeras mudanças no mundo do trabalho com a adoção do trabalho remoto, torna-se relevante discussões nesse sentido. As altas demandas de trabalho foram apontadas como possíveis gatilhos para o desenvolvimento de sintomas como ansiedade, impaciência, stress, dentre outros. Assim, vê-se como sugestão de estudos futuros a compreensão de como esses transtornos desenvolvem-se nesse meio, sobretudo no ambiente laboral (Araújo; Anjo; Cappelle, 2022, p. 18).

Turner (2015) argumenta que devido ao uso incessante da tecnologia, essa geração apresenta uma tendência acentuada a desenvolver transtornos psicológicos. Nesse raciocínio, Harris (2020) diz que a Geração Z tende a ter menos experiências profissionais antes de assumir um emprego em tempo integral, resultando em uma probabilidade mais alta de enfrentar problemas em sua saúde mental.

Conforme Mauro e Mauro (2021), cada geração traz consigo os seus princípios, o que pode ocasionar situações estressoras devido a discrepância destes. Ainda segundo os autores, é necessário conhecer as características específicas das diferentes gerações, uma vez que elas coexistem no mesmo ambiente de labor. Essa perspectiva contribui para espaços de trabalho mais harmônicos e, sobretudo, minimiza o surgimento de transtornos mentais.

O processo de mudança do contexto escolar para o âmbito profissional pode resultar em situações estressoras que prejudicam o bem-estar mental dos jovens Geração Z (Geirdal; Nerdrum; Bonsaksen, 2019). Wickert (2006) diz que essa geração busca por oportunidades profissionais que correspondam às suas habilidades e competências. Contudo, esses jovens encontram vários desafios que tornam a sua inserção no mundo do trabalho mais complexa.

Segundo Ceribeli, Lourenço e Saraiva (2023), devido aos desafios e fracassos enfrentados no âmbito profissional, os membros da Geração Z têm lidado com uma maior pressão psicológica e desgaste emocional, o que traz consequências adversas no bem-estar tanto físico quanto mental destes jovens. Essa questão é preocupante e necessita de uma atenção maior por parte das empresas e da sociedade.

Um acontecimento que intensificou o desenvolvimento de transtornos mentais foi a Pandemia do COVID-19, em que o mercado de trabalho se permeou de diversas transformações e incertezas. Assim, contribuíram para o aumento da depressão e ansiedade entre os indivíduos da Geração Z (Deloitte, 2021).

Adedeji *et al.* (2023) analisaram na Alemanha a relação entre vida pessoal e trabalho na saúde mental da Geração Z, utilizando um modelo teórico de análise composto por três construtos, os quais são estresse, depressão e ansiedade, todos os itens relacionados à vida laboral. Através da técnica de Regressão, os resultados da pesquisa feita com 134 jovens dessa geração indicaram que as três variáveis possuem uma correlação negativa com o equilíbrio entre vida pessoal e profissional da Geração Z.

Ainda de acordo com as autoras, a pesquisa revelou que 80% dos participantes apontaram ter níveis significativos de estresse advindo do contexto laboral e pessoal. Os resultados desse estudo realizado por Adedeji *et al.* (2023) demonstram que o estresse, depressão e ansiedade devem ser considerados como fatores importantes para compreender os desafios de saúde mental no ambiente de trabalho enfrentados pelos jovens dessa geração.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

### 8. PROPOSIÇÃO DE UMA AGENDA DE PESQUISA

O presente estudo objetivou apresentar uma revisão de literatura sobre a saúde mental da Geração Z no ambiente de trabalho, com intuito de propor uma agenda de pesquisa. A revisão se propôs abranger diversos aspectos da temática em questão, perpassando pelo contexto histórico da saúde mental, discussões a respeito da saúde ocupacional e a integração dessas duas áreas, além disso, buscou abordagens acerca da Geração Z no mundo do trabalho, considerando suas particularidades e desafios. Por último, explorou o tema central, que é a saúde mental do trabalhador da Geração Z, apresentando discussões e estudos relevantes sobre essa questão.

A partir do referencial teórico utilizado, nota-se inclinações negativas em relação a saúde mental da Geração Z no trabalho. A pesquisa feita por Adedeji *et al.* (2023) com jovens da Alemanha, demonstrou que essa geração enfrenta uma prevalência crescente de problemas psicológicos ligados ao âmbito laboral. Conforme estudado pelas autoras, o estresse, depressão e ansiedade apontaram como variáveis relevantes na análise dos desafios vivenciados por esses jovens trabalhadores.

Evidencia-se também, a carência de estudos direcionados a Geração Z e sua relação com o mundo laboral, principalmente no que diz respeito ao bem-estar desse grupo demográfico. Apesar da saúde mental ser um tema em ascensão na sociedade contemporânea, percebe-se lacunas na literatura acadêmica que explorem as dimensões do trabalho e do bem-estar psicológico desses jovens profissionais que precisam ser preenchidas para melhor entendimento.

Nesse sentido, propõe-se para futuras pesquisas nessa temática analisar a relação entre cada uma das variáveis estudadas por Adedeji *et al.* (2023), a saber estresse, depressão e ansiedade com a

saúde mental dos trabalhadores da Geração Z, apresentando indicadores no trabalho referentes a cada construto, além de propor hipóteses que verificam a influência dessas variáveis na saúde mental. Já há alguns estudos que contemplam estes e outros itens na relação com a (falta de) saúde mental de membros desta faixa etária. Contudo, o impacto do mundo do trabalho e todas as suas idiossincrasias é algo que necessita muito ser estudado. Os próprios Adedeji *et al* (2023) indicam que pesquisas sobre a saúde mental da Geração Z no trabalho devem se concentrar no equilíbrio entre vida profissional e pessoal (WLB) como um preditor significativo de resultados de saúde mental, incluindo estresse, ansiedade e sintomas depressivos, o que já demonstra um bom ponto de partida para futuros pesquisadores na área.

Muitos dos desafios da saúde no ambiente de trabalho vêm da cultura organizacional. Este é um ponto relevante para uma possível pesquisa envolvendo indivíduos da geração Z. Pesquisas exploratórias sobre o tema, tratando aspectos qualitativos, assim como pesquisas explicativas, ressaltando experimentos com variáveis já sacramentadas na literatura sobre cultura organizacional, em sua relação com a saúde mental e seus preditores, também podem ser consideradas.

Outra proposição interessante é pesquisar a respeito da interseção entre estudo e trabalho pelo viés da saúde mental. Nesse contexto, a pesquisa deve se concentrar nas experiências dos jovens da Geração Z que conciliam trabalho com o estudo, a fim de verificar e entender como essa dualidade de desafios, demandas e pressões afeta o bem-estar psicológico dessa geração. Muitos estudos recentes visualizam a questão da saúde mental do estudante da geração Z (Kassymova *et al*, 2023; Akbar; Prawesti; Perbani, 2024). Mas, a relação da intersecção do mundo acadêmico e do mundo do trabalho, como pode ser visto na realidade de jovens aprendizes e estagiários, por exemplo, ainda carece de uma melhor compreensão no que tange a saúde mental.

Uma outra agenda de pesquisa relevante é o pensamento reverso: em que sentido um ambiente de trabalho com menos estressores ou toxicidade pode melhorar o bem-estar de um profissional da Geração Z? Choudary e Pandita (2024) trouxeram um ponto de partida, ao afirmar que o design do ambiente de trabalho aumenta a produtividade de membros desta geração. Melhoraria a situação de estresse, ansiedade ou depressão também?

A execução dessas pesquisas propostas poderá contribuir para uma compreensão mais abrangente dos fatores que influenciam na saúde mental dos trabalhadores da Geração Z, além de auxiliar no desenvolvimento de estratégias mais precisas e eficazes que possam proporcionar experiências profissionais benéficas para estes jovens, bem como locais de trabalho mais saudáveis. É, sem dúvida, uma lacuna de pesquisa a ser preenchida dentro de uma das populações que mais crescem em todo o mundo.

# REFERÊNCIAS

ADEDEJI, Adekunle, LANGEL, Carlotta, FEIK, Amelie; GREIBAUM, Martha-Sofia Borges; RAHIMI, Maryam; HANFT-ROBERT, Saskia. Work-life balance and mental health outcomes for Generation Z in Germany. **Journal of Occupational and Environmental Medicine**. v.65, n.12, p.987-991, 2023.

AMARANTE, Paulo. **Saúde Mental e Atenção Psicossocial**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2007.

ARAÚJO, Elisabeth Thaianne Tercino; ANJO, José Edemir da Silva; CAPPELLE, Mônica Carvalho Alves. Ser cringe aos olhos da geração Z: as implicações das gerações no mundo do trabalho. In: Encontro Nacional da ANPAD – EnANPAD. **Anais... on-line**, 2022.

BERNARDO, Marcia Hespanhol; GARBIN, Andréia de Conto. A atenção à saúde mental relacionada ao trabalho no SUS: desafios e possibilidades. **Revista Brasileira de Saúde Ocupacional**, v. 36, p. 103-117, 2011.

BORGES, Maria de Lourdes; SILVA, Adelina Gularte da. Implicações de um Cenário Multigeracional no Ambiente de Trabalho: Diferenças, Desafios e Aprendizagem. **Anais do IV Encontro de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho**, Brasília/DF, 2013.

BRASIL. **Lei nº 10.216, de 06 de abril de 2001**. Dispõe sobre a proteção e os direitos das pessoas portadoras de transtornos mentais e redireciona o modelo assistencial em saúde mental. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 09 de abril de 2001.

CASTRO, André Giovane de; CASTRO, Carla Cristiane de; WERMUTH, Maiquel Ângelo Dezordi. Biopolítica, estado de exceção e nazismo: aspectos históricos para a compreensão da escolha contemporânea dos hominis sacri. **Salão do Conhecimento**, 2018.

CERIBELI, Harrison Bachion; LOURENÇO, Renata Figueiredo; SARAIVA, Carolina Machado. As dificuldades enfrentadas no mercado de trabalho e o bem-estar da geração Z. **Revista Gestão & Conexões**, v. 12, n. 2, p. 5-26, 2023.

CHOUDARY, Himani; PANDITA, Deepak. From boredom to bliss: unravelling the influence of biophilic office design on gen Z's mental well-being and contentment. **Industrial and Commercial Training**. v.56, n.3, p.258-269, 2024.

DELOITTE. **The Deloitte Global 2021 Millennial and Gen Z Survey : A call for accountability and action**. 2021. Disponível em: <[https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/br/Documents/human-capital/Deloitte%20Millennial%20Survey%202021\\_Global.pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/br/Documents/human-capital/Deloitte%20Millennial%20Survey%202021_Global.pdf)>. Acesso em: 25 de nov. de 2023.

FIGUEIRÊDO, Marianna Lima de Rolemberg; DELEVATI, Dalnei Minuzzi; TAVARES, Marcelo Góes. Entre loucos e manicômios: história da loucura e a reforma psiquiátrica no Brasil. **Revista cadernos de graduação ciências humanas e sociais**, 2014.

FIRAT, Mehmet. Multitasking or continuous partial attention: A critical bottleneck for digital natives. **Turkish Online Journal of Distance Education**, v. 14, n. 1, p. 266-272, 2013.

FRIEDLANDER, Henry. **The origins of Nazi genocide: From euthanasia to the final solution**. Univ of North Carolina Press, 1997.

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS (FGV). **Envelhecimento nas organizações e gestão da idade**. 2018. Disponível em: <[https://eaesp.fgv.br/sites/eaesp.fgv.br/files/u68/pesquisa\\_fgvbrasilprev.pdf](https://eaesp.fgv.br/sites/eaesp.fgv.br/files/u68/pesquisa_fgvbrasilprev.pdf)>. Acesso em: 06 de out. de 2023.

GEIRDAL, Amy Østertun; NERDRUM, Per; BONSAKSEN, Tore. The transition from university to work: what happens to mental health? A longitudinal study. **BMC Psychology**, v. 7, n. 1, p. 1-10, 2019.

HARRINGTON, Anna; MORLEY, Libby; MORRIS, Glyn. Mental Health at Work. *In.*: THORNBORY, Greta; EVERTON, Susanna. **Contemporary Occupational Health Nursing: a guide for practitioners**. London: Routledge, 2017. p.138-164.

HARRIS, Kendra. A new generation of workers: preparing for generation Z in the workplace. **Senior Theses**, 335, 2020.

HIRDES, Alice. A reforma psiquiátrica no Brasil: uma revisão. **Revista ciência e saúde coletiva**, 2009.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua 2022**. Rio de Janeiro, RJ, 2022. Disponível em: [https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/media/com\\_mediaibge/arquivos/db973ee2b450d2303b0d3e622c67645b.pdf](https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/media/com_mediaibge/arquivos/db973ee2b450d2303b0d3e622c67645b.pdf)>. Acesso em: 12 de nov. de 2023.

IORGULESCU, Maria-Cristina. Generation Z and its perception of work. **Cross-Cultural Management Journal**, v. 18, n. 01, p. 47-54, 2016.

JACQUES, Maria da Graça. O nexos causal em saúde/doença mental no trabalho: uma demanda para a psicologia. **Psicologia & sociedade**, v. 19, p. 112-119, 2007.

JEFFRIES, Francis L.; HUNTE, Tanya L. Generations and motivation: A connection worth making. **Journal of Behavioral and Applied Management**, v. 6, n. 1, p. 37-70, 2004.

JUNIOR, João Massuda; MESSIAS, João Carlos. Demandas e recursos: importantes critérios para a saúde ocupacional. **Revista Laborativa**, v. 8, n. 2, p. 120-127, 2019.

KASSIMOVA, Gulzhaina; ABUTALIP, Danial; OKENOVA, Bayan; MEIRAMGUL, Yesbossyn; DOSSAYEVA, Sazhida. Importance of dialogue in psychological counselling to avoid stress anxiety of Generation Z. **QazBSQA Хабаршысы. Гуманитарлық және жаратылыстану ғылымдары**. v.88, n.2, 2023.

LEÃO, Luís Henrique da Costa; MINAYO-GOMEZ, Carlos. A questão da saúde mental na vigilância em saúde do trabalhador. **Ciência & saúde coletiva**, v. 19, p. 4649-4658, 2014.

LE GUILLANT, Louis. **Quelle psychiatrie pour notre temps?** travaux et écrits. Erès, 1984.

LEITÃO, Ilse Maria Tigre Arruda; FERNANDES, Aline Leite; RAMOS, Islane Costa. Saúde ocupacional: analisando os riscos relacionados à equipe de enfermagem numa unidade de terapia intensiva. **Ciência, Cuidado e Saúde**, v. 7, n. 4, p. 476-484, 2008.

MANPOWERGROUP. **The 2024 Workforce Trends Report**. 2024. Disponível em: <https://blog.manpowergroup.com.br/relatorio-de-tendencias-2024>>. Acesso em 11 de mar. de 2024.

MAURO, Solange Seléto de Souza; MAURO, Maria Yvone Chaves. Gestão de conflitos no setor da

saúde diante do estresse ocupacional e choque de gerações. **Teoria & Prática: Revista de Humanidades, Ciências Sociais e Cultura**, v. 3, n. 1, p. 41-50, 2021.

MCKINSEY HEALTH INSTITUTE. **Global Gen Z Survey**. Relatório, 2022.

MESQUITA, Amanda Denipoti; OLIVEIRA, Lilian Cristina; MUNHOZ, Glauca de Souza. A atuação dos integrantes da geração Z nas organizações. **Cadernos de Gestão e Empreendedorismo**, v. 8, n. 1, p. 104-118, 2020.

MINAYO-GOMEZ, Carlos; THEDIM-COSTA, Sonia Maria da Fonseca. A construção do campo da saúde do trabalhador: percurso e dilemas. **Cadernos de saúde pública**, v. 13, p. S21-S32, 1997.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. Secretaria de Atenção à Saúde. DAPES. Coordenação Geral de Saúde Mental. **Reforma Psiquiátrica e política de saúde mental no Brasil**. Brasília: Ministério da Saúde, 2005.

\_\_\_\_\_. Secretaria de Atenção Primária à Saúde. DECIV. Coordenação Geral de Saúde Mental, Álcool e Outras Drogas. **Dados da Rede de Atenção Psicossocial (RAPS) no Sistema Único de Saúde (SUS)**. Ministério da Saúde: Brasília, 2022.

OLIVEIRA, Raquel Nágela da Silva; CHAYM, Carlos Dias; FERREIRA, Victor Hugo Fernandes de Almeida. Produtividade nas empresas: síndrome de burnout, diferentes áreas, diferentes percepções. **Razão Contábil e Finanças**, v. 11, n. 2, 2020.

OLIVEIRA, Rosa Maria Maia de; GOMES, Fabio; GOMES, Juliana Vieira; ALMEIDA, Roberta Gonçalves de; SANTOS, Julio; REGIANE DE JESUS, Adrielli. A psicanálise e o poder das gerações X e Z. **IV Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología**, Buenos Aires, 2012.

OLIVEIRA, Valéria Domingues Arruda. Estresse ocupacional, o mal invisível no ambiente corporativo. **Revista Organização Sistêmica**, v. 12, n. 21, p. 58-66, 2023.

OZKAN, Mustafa; SOLMAZ, Betul. Mobile addiction of generation z and its effects on their social lifes:(An application among university students in the 18-23 age group). **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, v. 205, p. 92-98, 2015.

PAULA, Gisele do Nascimento; SILVA, Luiz Carlos de Melo. Almeida, Nilza Isabel de; AZEVEDO, Romana Mariano de. **A importância dos psicólogos nas organizações: saúde mental na segurança do trabalho**. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso Técnico em Segurança do Trabalho) – Etec. Padre Carlos Leôncio da Silva, Lorena, 2023.

PICHEK-SANTOS, Edemilson; RICHTER, Andressa; HADLER, Tiago; GEVEHR, Daniel Luciano. Saúde do trabalhador: aspectos históricos, perspectivas e desafios no cenário contemporâneo. *In: IX Seminário Internacional sobre Desenvolvimento Regional*. **Anais Eletrônicos** [...]. Santa Cruz do Sul, RS, p. 1-17, 2019.

PRADO, Claudia Eliza Papa do. Estresse ocupacional: causas e consequências. **Rev Bras Med Trab**, v. 14, n. 3, p. 285-289, 2016.

SANTOS, Pedro Antonio N. dos; MIRANDA, Marlene B. S.. O percurso histórico da reforma psiquiátrica até a volta para casa. **Revista escola de medicina e saúde pública**, 2015.

SCHROTH, Holly. Are you ready for Gen Z in the workplace?. **California Management Review**,

v. 61, n. 3, p. 5-18, 2019.

SUA empresa está preparada para a geração Z no mercado de trabalho. **Runrun It.** 05 de ago. de 2022. Disponível em: <<https://blog.runrun.it/geracao-z-no-mercado-de-trabalho/>>. Acesso em 30 de nov. de 2023.

SRIVASTAVA, Garima; PACHAURI, Sanjay. Generation Y and Generation Z's substantial technology use and mental health ignorance: a descriptive analysis. *In.*: ICASDMBW, Delhi, India, 2022.

TAPSCOTT, Don. **A hora da geração digital:** como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo das empresas aos governos. Tradução de Marcello Lino, Rio de Janeiro: Agir Negócios, 2010.

TOLEDO, Priscilla Bassitt Ferreira; ALBUQUERQUE, Rosa Almeida Freitas; MAGALHÃES, Ávilo Roberto de. **O comportamento da geração Z e a influência nas atitudes dos professores.** Anais do 9o Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia. Resende, RJ, Brasil, 2012. Disponível em: <<https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos12/38516548.pdf>>. Acesso em: 21 de out. de 2023.

TURNER, Anthony. Generation Z: Technology and social interest. **The journal of individual Psychology**, v. 71, n. 2, p. 103-113, 2015.

UNICEF. **On My Mind:** how adolescents experience and perceive mental health around the world. Relatório The State of the World, 2021.

VIANA, Mônica Aparecida; SARSUR, Antônio Moreira; GOULART, Ieda; SANT'ANNA, Adélia de Souza. Grupos geracionais e comprometimento: discussões e descobertas em uma Universidade Pública Federal. **GPR ANPAD-IV Encontro de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho.** Brasília, DF, Brasil, 2013.

WICKERT, Luciana Fim. Desemprego e juventude: jovens em busca do primeiro emprego. **Psicologia: ciência e profissão**, v. 26, p. 258-269, 2006.

WORLD HEALTH ORGANIZATION (WHO). **The World Health Report 2001:** mental health, new understanding, new hope. Geneva: WHO; 2001.

\_\_\_\_\_. **World mental health report.** 2022. Disponível em: <<https://www.who.int/teams/mental-health-and-substance-use/world-mental-health-report>>. Acesso em: 03 de out. de 2023.

## EDUCAÇÃO EM COMBATE À DISCRIMINAÇÃO ÉTNICA E CULTURAL: UM DEBATE SOBRE ENSINO DA HISTÓRIA, CULTURA AFRO-BRASILEIRA E INDÍGENA.

Giza Guimarães Sales - [gizasales123@gmail.com](mailto:gizasales123@gmail.com) ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6452-5047>

Doutora e Mestra em Educação pela Universidade Estadual Paulista (UNESP). Pós-graduada em Psicopedagogia clínico-institucional e em Gestão da Educação Infantil. Graduada em Pedagogia pela UNESP e em Letras pela Universidade Federal do Amapá (UNIFAP). Sócia fundadora do “Espaço Potencial” - Associação de pais e amigos da Criança e do Jovem Autista; Coordenadora do Grupo de estudos e pesquisas AGOGE (CNPq-UNASP), vice-líder do Grupo de pesquisa HIDEA Brasil (CNPq-UNESP). Atua como docente na Graduação e no Mestrado Profissional em Educação do Centro Universitário Adventista de São Paulo (UNASP).

Vivian Simões - [viviansimoes@hotmail.com](mailto:viviansimoes@hotmail.com) ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1804-8649>

Mestre em Educação pela UNASP. Graduada em Direito pela Universidade Santa Cecília. Atualmente é gerente geral da Escola e Faculdade de Tecnologia São Vicente - Fortec Fatef.

**Resumo:** Este artigo aborda a questão da discriminação étnica e cultural, considerando o contexto histórico brasileiro com seus reflexos na sociedade atual e discute o papel da educação como ferramenta crucial na luta contra a discriminação e promoção da igualdade social. O objetivo primordial deste texto consiste em trazer ao debate a necessidade de reavaliar a narrativa histórica construída a respeito da condição de brasileiros e brasileiras de origem afrodescendentes e indígenas, ressaltando a importância de valorizar esses grupos e reconhecer suas contribuições para a construção histórica, social e cultural do país. O estudo fundamentado em documentos normativos como Constituição Federal (CF), Lei 9394/1996 - Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, Leis 10.639/2003 e 11.645/2008, que estabelecem a obrigatoriedade do ensino da história e cultura afro-brasileira e indígena no currículo escolar e a Lei 13415/2017 que estabeleceu a BNCC. Assim, tem-se como objetivo, demonstrar a relevância da educação no enfrentamento da discriminação étnica e cultural no país, com base em uma revisão de literatura narrativa.

**Palavras Chave:** Racismo; Discriminação étnica e cultural; Lei 10.639/03. Lei 11.645/08.

**Abstract:** This article addresses the issue of ethnic and cultural discrimination, considering the Brazilian historical context with its effects on current society and discusses the role of education as a crucial tool in the fight against discrimination and promoting social equality. The primary objective of this text is to bring to debate the need to reevaluate the historical narrative constructed regarding the condition of Brazilian men and women of Afro-descendant and indigenous origin, highlighting the importance of valuing these groups and recognizing their contributions to the historical, social and culture of the country. The study is based on normative documents such as the Federal Constitution (CF), Law 9394/1996 - Law of Guidelines and Bases of National Education, Laws 10,639/2003 and 11,645/2008, which establish the mandatory teaching of Afro-Brazilian history and culture and indigenous people in the school curriculum and Law 13415/2017 that established the BNCC. Thus, the objective is to demonstrate the relevance of education in confronting ethnic and cultural discrimination in the country, based on a narrative literature review.

**Keywords:** Racism; Ethnic and cultural discrimination; Law 10,639/03. Law 11,645/08



# INTRODUÇÃO

A sociedade brasileira é composta por uma diversidade étnico-cultural que caracteriza sua população. A partir do colonialismo eurocêntrico que impôs verdades, regras e modos de funcionamento, os povos indígenas e afro-brasileiros tiveram suas histórias completamente alteradas e tiveram que se adaptar a uma nova cultura, completamente imposta, sendo-lhes negado a possibilidade de exercer livremente aspectos específicos da sua própria identidade, cultura e religiosidade.

Tal realidade consiste num debate que se mantém até os dias atuais, devido, especialmente a introdução de hábitos, costumes e valores, específicos da cultura europeia, que se considerava superior, atribuindo determinada inferioridade às demais culturas (Silva, 2017). Compartilhando das mesmas ideias de Silva, Kabengele (2015) menciona:

O Brasil [é] um país que nasceu justamente do encontro de culturas e civilizações, [e, portanto] não pode se ausentar desse debate. O melhor caminho, a meu ver, é aquele que acompanha a dinâmica da sociedade através das reivindicações de suas comunidades e não aquele que se refugia numa abordagem superada da mistura racial que, por dezenas de anos, congelou o debate sobre a diversidade cultural e racial no Brasil – vista apenas como uma monocultura e uma identidade mestiça. (Kabengele, 2015, p. 03).

De acordo com Quijano (2005), os colonizadores se apropriaram de ideias difundidas ao longo de séculos que empregavam um tipo de classificação do ser humano com base nas características fenotípicas para justificar a dominação de um grupo étnico sobre o outro. Desse modo, a classificação por *cor*, *etnia* e *fisionomia* passaram a servir como critérios para segregação, categorizando os indivíduos como superiores e inferiores.

## 2. ESCRAVIDÃO: UMA MANCHA NA HISTÓRIA

A escravidão dos indígenas e, sobretudo dos negros, teve origens multifacetadas com diferentes fatores contribuindo para seu surgimento e perpetuação ao longo da história. Algumas questões podem ter sido preponderantes para que essa ideologia se propagasse por tanto tempo na história. Como por exemplo: a) a prática da escravidão existia em várias culturas da antiguidade ao redor do mundo, incluindo as civilizações grega e romana. Nesses contextos, a escravidão não estava intrinsecamente ligada à raça, mas sim à condição social e ao status de cidadania; b) a exploração das terras africanas por potências europeias, como Portugal, Espanha, Inglaterra e outros, a partir do século XV foi um fator crucial para o surgimento da escravidão dos negros. Os europeus estabeleceram relações comerciais com chefes locais africanos e, eventualmente, começaram a

participar do comércio de escravos, capturando e transportando africanos para as Américas para trabalhar nas plantações e minerações; c) a crescente demanda por mão de obra nas colônias europeias nas Américas foi um dos principais motores por trás do comércio transatlântico de escravos africanos. A produção em larga escala de produtos como açúcar, algodão, tabaco e café exigia uma grande quantidade de trabalho manual, e os africanos escravizados eram vistos como uma fonte de trabalho barata e abundante; d) o racismo desempenhou um papel importante na justificação e na perpetuação da escravidão dos negros. Ideologias racistas foram desenvolvidas para justificar a inferioridade percebida dos africanos e para legitimar sua exploração e subjugação por parte dos europeus. O racismo sistêmico e a crença na superioridade racial branca contribuíram para a perpetuação da escravidão e sua brutalidade.

Esses são apenas alguns dos fatores que contribuíram para o surgimento da escravidão dos negros. É importante reconhecer que a escravidão foi uma instituição complexa, enraizada em sistemas econômicos, políticos e sociais, e que teve um impacto profundo e duradouro nas sociedades em que estava presente.

Silva (2017) assevera que a América Latina, antes de ser colonizada pelos europeus, já era habitada por muitos povos, chamados pelos colonizadores de indígenas. Esses povos nativos usufruíam do espaço latino-americano de forma harmônica e dele obtinham o sustento, como também expressavam seus modos de ser, viver e suas manifestações culturais. Entretanto, no contexto de exploração na América Latina:

Os colonizadores obtiveram lucros e proveitos através da exploração do trabalho dos povos indígenas da América. Consequentemente, [essa exploração desenfreada] contribuiu para um avanço do capitalismo europeu e domínio em caráter mundial. Ao adentrar os territórios da África, além da exploração dos bens materiais que o continente possuía, escravizaram os povos de tal maneira, que milhares de pessoas foram retiradas do local em que viviam para serem comercializadas como escravas nas colônias da América. (Silva, 2017, p. 74).

O século XVI foi marcante para o desenvolvimento do mundo ocidental e ficou conhecido como a era das grandes navegações. Conforme as nações europeias mais desenvolvidas disputavam poder, crescia o desejo e necessidade de conquistar novos territórios, descobrir terras além-mar. Novas frentes de trabalho iam surgindo diante das frequentes invasões de terras. Com isso, o investimento no processo de colonização ganhava força, a demanda por escravos se fazia cada vez mais comum e necessária para a manutenção desse sistema, e, conseqüentemente, a exploração passou a ser a maior fonte que proporcionava a continuidade e crescimento da economia naquele momento histórico.

Durante parte da história, o comércio de escravos foi uma prática legalizada em Portugal e Espanha, bem como em outras potências coloniais europeias. Ambos os países desempenharam papéis significativos no tráfico transatlântico de escravos para suas colônias nas Américas. O

tráfico negreiro foi uma prática que durou séculos e forçou diversos povos africanos a saírem dos seus locais de origem passando a ter seus corpos violados, explorados e completamente escravizados em diversos ofícios, como atividades agrícolas, mineração e tantas outras que ganharam espaço na economia entre os séculos XVI e XIX. (Souza, 2013).

No caso do Brasil, a abolição da escravatura ocorreu em 1888, com a assinatura da Lei Áurea pela Princesa Isabel, que oficialmente pôs fim à escravidão no país.

Após a abolição da escravatura no Brasil, os negros recém-libertados enfrentaram desafios semelhantes aos de outros lugares, incluindo a falta de recursos, oportunidades limitadas de emprego e discriminação social e institucionalizada. A maior parte dos negros continuou a viver em condições de pobreza e marginalização, enquanto enfrentavam as consequências históricas da escravidão.

Além disso, mesmo após a abolição formal da escravidão, persistiram formas de opressão e discriminação racial, como as leis de segregação racial que foram promulgadas em alguns estados brasileiros, especialmente no período pós-abolição.

Ao longo do século XX, os negros no Brasil também lutaram contra a discriminação e a injustiça através de movimentos de resistência e luta pelos direitos civis, buscando igualdade de oportunidades e reconhecimento de sua dignidade e direitos fundamentais.

Os afro-brasileiros e indígenas continuam enfrentando significativas formas de discriminação étnico-racial no Brasil, sendo sistematicamente marginalizados e excluídos. Esta realidade tem raízes profundas na história do país, marcada por mais de 300 anos de escravidão. O Brasil foi o último país das Américas a oficialmente abolir a escravidão negra, o que ocorreu apenas em 1888 (Moretti, 2017).

Após mais de um século desde a abolição, permanece no imaginário coletivo a mentalidade que perpetua a marginalização étnica, social e cultural desses grupos, resultando em sérias limitações no acesso a oportunidades educacionais, econômicas e sociais.

Silva (2018) afirma que, por meio de estudos e pesquisas realizados constantemente, é evidenciado que a desigualdade entre brancos e negros é hoje uma das mais prejudiciais dimensões do tecido social no Brasil, presente em todos os campos da vida social, assim como na educação, saúde, renda, emprego, violência ou expectativa de vida.

Os dados do sistema educacional brasileiro são uma evidência de que o racismo institucional implica na falta de acesso e no usufruto de menor qualidade aos serviços e direitos à população negra no que tange à educação, bem como também demonstra a perpetuação de uma condição estruturante de desigualdade no contexto brasileiro. (Silva, 2017, p. 34.)

O racismo deve ser reconhecido, portanto, como um sistema, devido sua ampla e complexa atuação, pois ele se organiza e se desenvolve através de estruturas, políticas, práticas e normas capazes de definir oportunidades e valores para pessoas e populações a partir de sua aparência, atuando em diferentes níveis: o pessoal, o interpessoal e institucional (Geledés, 2013).

### 3. UMA EDUCAÇÃO SEM DISCRIMINAÇÃO

A educação acontece em todo lugar e a todo o momento. Por isso, quando um sujeito chega à escola, este traz consigo saberes e conhecimentos de vida. O que o aluno traz dentro de si, de suas vivências, é matéria prima para o professor promover a aprendizagem e uma educação igualitária por meio das diferenças de cada aluno (Santos, 2018).

Todos deveriam sair do mesmo ponto de partida, em relação à trajetória social, mas a realidade aponta para uma grande desigualdade de oportunidades que geram a desigualdade de resultados (Fernandes, 2021).

O racismo institucional não se resume a comportamentos individuais, mas é tratado como o resultado do funcionamento das instituições, que passam a atuar em uma dinâmica que confere, ainda que indiretamente, desvantagens e privilégios com base na raça. (Almeida, 2018, p.25).

Com isso, a discriminação e a desigualdade no Brasil é fruto de um contexto histórico-estrutural significando que “[...] os preconceitos, atitudes e atos implícitos e explícitos estão dentro do tecido das instituições, da economia, do mercado e da sociedade/mentalidade brasileira.” (Moretti, 2017, p.39).

Não seria necessário, por exemplo, a política de cotas, Lei nº 12.711/2012, para o ensino superior, se o ensino básico fosse igualitário. Para isso, faz-se necessário que o Estado brasileiro invista na educação básica, pois os grupos que estão excluídos do ensino superior foram excluídos do ensino básico (Paula, 2017). Desse modo,

A educação é um direito humano fundamental e indispensável para o exercício de outros direitos humanos. Um dos objetivos principais da educação é permitir que os indivíduos alcancem seu pleno potencial e realizem-se como seres humanos através da aquisição de conhecimentos, valores e habilidades. A educação tem o potencial de capacitar os indivíduos para que eles contribuam para a sociedade como cidadãos autônomos e emancipados, fornecendo um mecanismo sólido de redução da desigualdade e da pobreza. (Moretti, 2017, p.40).

Se faz necessário uma educação e uma socialização que enfatizem a coexistência ou a convivência igualitária das diferenças e das identidades particulares. (Kabengele, 2015).

Nessa direção, os professores precisam desenvolver um trabalho que implemente a aplicação da lei e transmita informações mais coerentes com a realidade da história. A escola tem um grande papel nesta transformação, a partir das leis 10.639/2003 e 11.645/2008 se faz necessário rever as mais diversas maneiras de articular a lei e seus princípios norteadores no dia a dia da escola (Leite, 2010).

Por meio da educação, é possível vincular as relações práticas da educação e a sua necessidade à vida política e social, individual e coletiva, que cada vez mais está exigindo novas habilidades, competências e conceitos para viver nesse mundo que muda com rapidez e que as pessoas não possuem muito tempo para se adaptar e entender as mudanças (Rodrigues, 2001).

Segundo Siquelli (2013) a temática acerca da inclusão das diferenças étnicas nas práticas pedagógicas escolares brasileiras vem a atender uma situação educacional pungente do momento. Discutir esse conteúdo de forma pedagógica é papel dos profissionais escolares responsáveis pela educação de crianças e jovens brasileiros dentro das instituições de ensino.

É crucial a implementação de políticas públicas para enfrentar um problema que afeta praticamente toda a população brasileira. A união de diversos órgãos, entidades e partidos amplia a força e abrangência para uma solução mais eficaz.

Até 2003, as escolas não tinham a obrigação de incluir o estudo da história e cultura afro-brasileira em seus currículos. Embora a Lei de Diretrizes e Bases (Lei nº 9.394/96) recomenda-se, em seu parágrafo 4º do artigo 26, que o ensino da História do Brasil considerasse as contribuições das diferentes culturas e etnias para a formação do povo brasileiro, especialmente as indígenas, africanas e europeias, ela não exigia a inclusão obrigatória desse conteúdo no ensino escolar.

Em 2003, foi promulgada, no Brasil, a Lei nº 10.639, que alterou a Lei de Diretrizes e Bases da Educação, passando a ser obrigatório abordar essas temáticas nos estabelecimentos de ensino fundamental e médio.

Essa conquista foi resultado de décadas de lutas e mobilizações dos movimentos sociais, em particular do Movimento Negro, que há anos vinha clamando por uma educação mais inclusiva e que reconhecesse a contribuição histórica e cultural dessas populações (Pereira, 2019).

A Lei nº 10.639, além de tornar obrigatório o ensino da história e cultura afro-brasileira e indígena, tem como principal propósito catalisar uma transformação positiva na realidade enfrentada pela população negra no Brasil. Ao reconhecer e valorizar as contribuições desses grupos para a formação da identidade nacional, a lei busca trilhar um caminho em direção a uma sociedade mais democrática, justa e igualitária.

Essa legislação busca a reverter os efeitos danosos de séculos de preconceito, discriminação e racismo, oferecendo às novas gerações uma educação que não apenas celebra a diversidade cultural do país, mas também confronta os padrões colonialistas marcaram a forma de ensino da história do país até então.

Ao negligenciar a inclusão da História da África e da cultura afro-brasileira nos currículos escolares, nossa política educacional falhava em reconhecer a identidade dos negros, desrespeitando suas perspectivas e visões de mundo. Além disso, ela se recusa a reconhecer a significativa influência que a cultura africana sempre teve sobre a identidade brasileira, considerando que mais de 40% da população do país é composta por negros e mestiços (Leite, 2010, p. 10).

Com a implementação da Lei nº 10.639, continuaria de fora a história indígena sem, portanto, ser obrigatório o seu estudo nos estabelecimentos de ensino fundamental e médio. Foi então que, em 2008, foi promulgada a Lei nº 11.645, alterando o artigo 26-A da Lei de Diretrizes e Bases com a

inclusão da obrigatoriedade do estudo da cultura e história dos indígenas nos estabelecimentos de ensino fundamental e médio (Pereira, 2019).

A Constituição Federal do Brasil possui um capítulo dedicado aos indígenas que é resultante da luta do movimento indígena consolidado a partir da década de 1970. Para Daniel Munduruku (2012), a Constituição representou o abandono da perspectiva eurocêntrica no tratamento da temática indígena no Brasil, deixando de lado a postura assimilacionista do Estado para buscar o reconhecimento do direito à diferença. Isso é evidente no artigo 231:

São reconhecidos aos índios sua organização social, costumes, línguas, crenças e tradições, e os direitos originários sobre as terras que tradicionalmente ocupam, competindo à União demarcá-las, proteger e fazer respeitar todos os seus bens. (Brasil, 1988).

Entretanto, somente a lei não é suficiente para garantir uma mudança curricular em nossas escolas, na formação e na prática dos profissionais da educação, assim como a abolição da escravatura não foi suficiente para inserir os negros socialmente. A lei veio para mudar ideologias e comportamentos, até então, aceitos como normais pela população. Dessa maneira, a escola precisa avançar na articulação da lei e seus princípios norteadores com a prática do dia a dia (Leite, 2010).

Considerando que a escola desempenha um papel fundamental na formação integral dos alunos, é sua responsabilidade prepará-los para serem sujeitos morais, críticos e cidadãos ativos (Moll, 2014). A educação integral, como defendida por Bakunin (2003), tem como objetivo formar cidadãos completos, capazes de viver em sociedade de forma autônoma, competente e solidária. Bakunin argumentava que essa abordagem educacional era essencial para alcançar a igualdade entre os indivíduos, pois rejeitava a ideia de uma classe social dominante em termos de conhecimento. Nesse contexto, a inclusão da história da África e da cultura afro-brasileira nos currículos escolares se torna ainda mais relevante, pois reconhece a diversidade cultural do país e promove uma educação mais inclusiva e igualitária.

Segundo Bakunin (2003), uma educação integral é essencial para a construção de uma nova sociedade, reduzindo a disparidade entre a educação oferecida aos trabalhadores e aquela dos privilegiados. A fase inicial da escolarização é crucial para o desenvolvimento da criança, fornecendo a base para a construção de conceitos, valores e padrões de comportamento. Nesse sentido, a escola e as perspectivas dos profissionais envolvidos desempenham um papel fundamental, tanto para reforçar quanto para combater os estigmas e estereótipos associados aos negros (Nascimento, 2018).

Assim, a inclusão da história da África e da cultura afro-brasileira nos currículos escolares não apenas promove uma educação mais inclusiva, mas também contribui para a construção de uma sociedade mais igualitária e justa, em linha com os ideais de Bakunin.

O combate ao racismo, às opressões e à negligência sofrida pelo negro em diversos aspectos, torna-se crucial para um projeto de sociedade mais igualitária. Diante desta questão, a educação tem

um papel fundamental na desconstrução de preconceitos e estereótipos, ao mesmo tempo em que tem a força de empoderar aqueles que sofrem com a discriminação: as populações afrodescendentes e indígenas. Em contrapartida, é também no cotidiano da escola que a reprodução de práticas discriminatórias e a dificuldade de desconstruir preconceitos e concepções arraigadas de intolerância nos alunos (Nascimento, 2018, p.50).

Gadotti (2000) enfatiza que o Projeto Político Pedagógico (PPP) da escola é mais do que apenas um documento teórico; é um guia prático de ação que define estratégias e propostas para o ambiente escolar. Como ressalta Veiga (2004, p. 81), a dimensão política do PPP estabelece um compromisso com a formação do cidadão para um determinado tipo de sociedade. Isso evidencia que o PPP não é neutro, mas sim um instrumento que auxilia na organização para lidar com o contexto escolar e social, inclusive possibilitando a implementação de medidas de combate à discriminação racial.

Nesse contexto, a inclusão da história da África e da cultura afro-brasileira nos currículos escolares, conforme previsto na Lei nº 10.639/2003, não apenas se alinha com os princípios do PPP, mas também reflete o compromisso da escola em promover uma educação mais inclusiva e consciente, que reconheça e respeite a diversidade cultural e racial do país. Assim, o PPP se torna uma ferramenta essencial na busca por uma educação que não apenas transmite conhecimento, mas também promove valores de igualdade, justiça e respeito mútuo, em consonância com as diretrizes legais e os ideais de uma sociedade mais igualitária e democrática.

A educação desempenha um papel crucial como um processo social no qual os cidadãos se preparam para exercer sua cidadania plenamente. Parte essencial dessa preparação envolve a aprendizagem sobre preconceitos e atitudes discriminatórias, visando evitar comportamentos que perpetuem a desigualdade, especialmente em relação aos negros e indígenas (Cavalleiro, 2012).

A responsabilidade da escola vai além do ensino acadêmico; ela também desempenha um papel fundamental na sensibilização dos alunos para a vasta diversidade étnica e cultural que caracteriza o Brasil. Ao reconhecer e valorizar essa diversidade, a escola contribui para o fortalecimento do país, promovendo um ambiente onde a flexibilidade, a compreensão, a humanidade, a generosidade e a resiliência são cultivadas entre os cidadãos (Rodrigues, Barbalho, 2016).

Trabalhar a temática diferenças étnicas nas práticas pedagógicas escolares brasileiras vem atender a uma situação educacional pungente do momento, de modo a reparar danos que remontam ao processo colonizador.

É essencial promover uma educação e socialização que valorizem a convivência igualitária das diferentes identidades e culturas, enfatizando a importância da coexistência harmoniosa entre elas (Munanga, 2015). Nesse sentido, destaca-se também a relevância de práticas pedagógicas que

promovam a valorização da diversidade étnica brasileira, tais como desfiles, teatro e dança. O estímulo à realização de pesquisas e debates sobre os espaços dos afrodescendentes e sua cultura nos meios de comunicação de massa também assume uma importância significativa. Essas iniciativas não apenas enriquecem o aprendizado dos alunos, mas também contribuem para a desconstrução de estereótipos e preconceitos, promovendo uma maior compreensão e respeito pela diversidade étnico-cultural do Brasil (Leite, 2010). Dessa forma, a escola se torna um espaço privilegiado para a promoção da inclusão e da igualdade, preparando os alunos para viverem em uma sociedade plural e justa.

#### 4. UMA TEMÁTICA EM CONSTRUÇÃO E DESENVOLVIMENTO

Este estudo ao propor mostrar a importância da educação no processo de combate da discriminação étnica e cultural existente no Brasil, não pretende esgotar uma temática tão ampla. Mas é possível perceber a urgência em trazer essa temática para dentro da sala de aula de maneira que seja possível desconstruir uma perspectiva discriminatória que foi construída ao longo de séculos.

No que concerne a este trabalho é a questão da educação que nos interessa. Podemos dizer que na História moderna da Educação no Brasil, a Escola foi colocada de modo enfático como instrumento de formação, de superação das diferenças e de ascensão social, individual e coletivamente. (Leite, 2010, p.9)

Identifica-se a necessidade de a educação utilizar o potencial que lhe cabe nos espaços educacionais formais ou não formais para proporcionar o conhecimento e, por conseguinte, valores e o desenvolvimento de habilidades que visem contribuir com a sociedade como um todo.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo discutiu a questão da discriminação étnica e cultural no contexto histórico, bem como seus reflexos da atualidade. Um dos pontos abordados está relacionado à como a educação poderia contribuir para ressignificar a história contada sobre os afro-brasileiros e indígenas, mostrando a necessidade de valorização desses povos e destacando os pontos positivos na construção de suas histórias e da história do Brasil. Dessa maneira, esse estudo teve como objetivo mostrar a importância da educação no processo de combate à discriminação étnica e cultural existente no país, evidenciando a importância das leis 10.639/03, Lei 11.645/08, cuja finalidade é resgatar as contribuições nas áreas social, econômica e política, pertinentes à História do Brasil; contribuir para a redução da discriminação social, religiosa, étnico-cultural e permitir uma melhor convivência com a diversidade e gerar mais respeito pelas diferenças. Para tanto, torna-se cada vez mais evidente a



necessidade de se incluir nos currículos das Universidades e cursos de formação docentes disciplinas voltadas a esta temática.

A escola precisa ter ações que propiciem essa mudança de comportamento e ideologia. E uma das formas é inserir práticas pedagógicas como: desfiles, teatro, dança para mostrar penteados, vestimentas, adereços, utensílios, objetos e rituais resultantes deste processo. Discussões e atividades que tenham como foco a criança e jovem negro, a sua família em diferentes contextos sociais e profissionais, para a valorização da diversidade étnica brasileira. Pesquisas e debates sobre os espaços dos afrodescendentes, indígenas, comunidades tradicionais em geral. Sobre a diversidade cultural e a valorização dessa diversidade nos meios de comunicação de massa.

Nesse processo de desenvolvimento do conhecimento espera-se que com a transformação da educação por meio do preparo, tanto da gestão escolar quanto do corpo docente, haja mais ações que proporcionem mudança no pensa e no agir diante dos mais variados tipos de discriminação étnica e cultural que ainda permanecem nas escolas e na sociedade brasileira de forma geral.

## REFERÊNCIAS

GELEDÉS – INSTITUTO DA MULHER NEGRA (Org.). **Racismo Institucional**: Uma abordagem conceitual. Brasília: Geledés; ONU, 2013. Disponível em: <http://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2016/04/FINAL-WEB-Racismo> Institucional-uma-abordagem-conceitual.pdf  
Acesso em: 15 de abril de 2017.

LEITE, V. F. **Diversidade cultural e racial**: desdobramentos da lei 10.639/2003 nas práticas escolares do Estado de São Paulo. Tese 2010.  
<https://tede2.pucsp.br/handle/handle/4177>

MORETTI, G. A. S. **Igualdade como Diversidade no Direito à Educação**: erradicando a discriminação étnico-racial no sistema de ensino brasileiro. Tese, Brasília 2017

MUNANGA, K. Por que ensinar a história da África e do negro no Brasil de hoje? **Revista Inst. Estud. Bras.** (62) Dez/2015

RODRIGUES, N. Educação: da formação humana à construção do sujeito ético. **Revista Educação & Sociedade**, ano XXII, no 76, Outubro/2001.

SANTOS, M. A. **A invisibilidade dos hemofílicos nas escolas e na sociedade**: o papel da educação social. Dissertação, Maringá, 2018.

SILVA, C. F. J. **Extensão e diversidade étnico racial no IFSP**: Caminhos para construção de uma educação antirracista. Tese, Campinas 2018.

SIQUELLI, S. A. O Papel Pedagógico Escolar Sob o Ponto de Vista das Leis 10639/03 d 11645/08: Apontamentos Éticos e Étnicos. **Revista Reflexão e Ação**, Santa Cruz do Sul. v.21. 2013. p.104-122.

# DIREITO À EDUCAÇÃO ANTIRRACISTA COMO PREVENÇÃO À VIOLÊNCIA RACIAL

**Esdras Silva Sales Barbosa** - [esdras\\_advento@hotmail.com](mailto:esdras_advento@hotmail.com) ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4278-2851>

Graduando em Direito Centro Universitário Adventista do Nordeste (FADBA/UNIAENE), Cachoeira, Bahia. É integrante do Grupo de Estudo e Pesquisa em Democracia e Constituição (GPDECON/EFSM). Bolsista-PIBIC do grupo de pesquisa Gestão e Políticas Públicas: Avaliando a Capacidade de políticas Públicas de Saúde, Educação e Segurança do Município de Cachoeira-Bahia, da UNIAENE.

**Jorge Adriano Sliva Júnior** - [jorgeadrianojr@gmail.com](mailto:jorgeadrianojr@gmail.com) ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4278-2851>

Mestrado em Direito no programa de Pós-Graduação em Direito da Universidade Federal da Bahia (UFBA). Pós-Graduado em Direito Administrativo pela Universidade Salvador (UNIFACS). Graduado em Direito pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Coordenador do grupo de pesquisa Gestão e políticas Públicas: Avaliando a Capacidade de políticas Públicas de Saúde, Educação e Segurança do Município de Cachoeira-Bahia, da UNIAENE. Professor Universitário da Faculdade Adventista da Bahia (FADBA). Advogado.

**Karen Evellin Conceição da Silva e Silva** - [karenevellin2003@gmail.com](mailto:karenevellin2003@gmail.com) ORCID - <https://orcid.org/0009-0001-4116-6299>.

Graduanda em direito pela Faculdade Adventista da Bahia (FADBA), Cachoeira, Bahia. ).

**Sara Ketelyn Pereira dos Santos** - [saraketelyn.corporativo@gmail.com](mailto:saraketelyn.corporativo@gmail.com). ORCID - <https://orcid.org/0009-0009-3902-832X>

Graduanda em direito pela Faculdade Adventista da Bahia (FADBA), Cachoeira, Bahia. Integrante do grupo de pesquisa Gestão e Políticas Públicas: Avaliando a capacidade de Políticas Públicas de Saúde, Educação e Segurança no Município de Cachoeira-Bahia, da FADBA. Cachoeira, Bahia, Brasil.

**Resumo:** O aumento da criminalidade tem sido um dos grandes problemas enfrentados pela sociedade civil brasileira nas últimas décadas. Essa violência acaba vitimando em sua maioria jovens negros periféricos que acabam se alinhando a facções por falta de perspectiva e oportunidade social. Dessa forma, é necessário pautar a educação como um caminho não só de combate à criminalidade no território nacional, mas como forma de prevenção ao genocídio da população negra, através da ampliação de oportunidade para essa parcela majoritária da sociedade ter acesso a melhores condições de vida. A problemática levantada neste trabalho pode ser resumida pela seguinte indagação: uma educação antirracista pode amenizar as violências raciais sofridas pela população negra? O resultado do trabalho aponta para a necessidade da construção de um sistema educacional eficaz que possibilite à população negra encontrar novos horizontes e oportunidades na sociedade.

**Palavras Chave:** Criminalidade, Educação, População Negra, Políticas Públicas.

**Abstract:** The increase in crime has been one of the major problems faced by Brazilian civil society in the last 3 decades. This violence ends up victimizing mostly young black people from the periphery who end up aligning themselves with gangs due to lack of perspective and social opportunity. Thus, it is necessary to guide education as a path not only to criminality in the national territory, but as a way to maintain the integrity of the black population and the opportunity for this majority portion of society to have access to better living conditions. The problem raised in this work can be summarized by the following question: can an anti-racist education mitigate the racial violence suffered by the black population? The result of the work points to the need to build an effective educational system that gives the black population the opportunity to find new horizons and escape from crime.

**Keywords:** Crime, Education, Black Population, Public Policies.

# INTRODUÇÃO

A criminalidade tem sido um dos grandes problemas apontados pela sociedade como uma das aflições sociais que afetam os brasileiros. Nesse sentido, é incontroverso o crescimento de facções criminosas que além de praticarem crimes, conquistam espaços territoriais criando espaços de poder paralelos ao poder estatal.

Nesta feita, o crescimento dessas organizações criminosas e de sua influência sobre a sociedade abrem espaço para a discussão sobre a superação da criminalidade e de suas culturas de opressão que costumam se demonstrar seletivas em relação às comunidades pobres e negras.

Além disso, a bibliografia tem apontado para a ligação entre criminalidade e a opressão sobre a comunidade negra, onde além de grande parte dos jovens serem cooptados por facções, ainda são os principais encarcerados e mortos pelas ações policiais, vitimando, inclusive, crianças, idosos e pessoas sem qualquer relação com atividades ilícitas.

A educação é um meio importante não só para a construção da cidadania, mas para a construção de um ethos social pautado no respeito e na pluralidade. Por isso, o trabalho em tela tem por objetivo principal discutir como a educação pode ser um motor para impedir o aumento da criminalidade nas comunidades pobres que afetam principalmente a população negra.

O trabalho aqui proposto tem caráter qualitativo, se tratando de uma pesquisa bibliográfica reflexiva e documental, pautada em artigos científicos, livros científicos, dissertações e teses. A pesquisa foi realizada na Plataforma de Pesquisa Científica Scielo e no motor de pesquisa Google Acadêmico. A problemática levantada neste trabalho pode ser resumida pela seguinte indagação: uma educação antirracista pode amenizar as violências raciais sofridas pela população negra?

A seção inicial do trabalho analisa o direito à educação na Constituição de 1988 e como ato de construção social. A segunda seção analisa a educação como uma forma de reduzir a violência das grandes facções e do Estado que afetam principalmente a população pobre e negra. Por fim, no final, trata-se a questão da educação como meio impeditivo do aumento da violência contra a população negra no Brasil, fazendo uma análise das leis e pesquisas acerca da problemática da educação para a população negra.

Dessa forma, a violência do Estado contra a população negra independe da classe social e da instrução dessas pessoas. Todavia, a educação é uma ferramenta importante de empoderamento e conhecimento da sociedade e sua estrutura, bem como possibilita uma capacitação profissional e ascensão social que pode reduzir as possibilidades de violência policial.

## 2.O DIREITO À EDUCAÇÃO NO ORDENAMENTO BRASILEIRO

A educação é um direito fundamental de todo cidadão, previsto na Constituição Federal do Brasil de 1988, a qual positivou esse direito no rol dos direitos sociais, como se extrai do art. 6º da CF/88 (Brasil, 1988; Tavares, 2009, p. 1-3). Salienta-se que, o reconhecimento dos direitos sociais não é novidade da atual constituição, mas remonta à Constituição Federal de 1934, que já reconhecia os direitos sociais (Brasil, 1934).

Dessa maneira, a Constituição de 1934, inspirada na Constituição Mexicana de 1917 e na Constituição de Weimar de 1919, foi a primeira a sistematizar o rol de direitos sociais. Entre eles, destacam-se a inviolabilidade do direito à subsistência (art. 113, caput), os direitos à assistência judiciária gratuita, direitos ao trabalho e à assistência dos indigentes, existência digna como objeto de ordem econômica, assistência social e saúde pública (art. 138), como também o direito à educação (art. 149) (Brasil, 1934; Flávio Martins, 2022, p. 40).

As Constituições posteriores à de 1934 passaram a positivizar de maneira semelhante os direitos sociais. Como se observa na Constituição de 1937, que, entre os direitos sociais estipulados, descrevia a proteção da educação dos filhos no art. 125 e a gratuidade e obrigatoriedade do ensino primário no art. 130. Logo após, a Constituição de 1946 seguiu na mesma direção ao assegurar uma série de direitos sociais, incluindo novamente a proteção ao direito à educação no art. 166. A constituição de 1967 manteve, também, a previsão dos direitos sociais (Brasil, 1934; Brasil, 1937; Brasil 1946; Brasil, 1967; Flávio Martins, 2022, p. 41).

A Constituição Federal de 1988 não foi diferente ao tratar sobre o respeito aos direitos sociais. Além disso, prevê em seu preâmbulo, que a função do constituinte originário é: “instituir um Estado Democrático, destinado a assegurar o exercício dos direitos sociais e individuais, a liberdade, a segurança, o bem-estar, o desenvolvimento, a igualdade e justiça como valores supremos de uma sociedade fraterna, pluralista e sem preconceitos...” (Brasil, 1988). Dessa forma, como aponta Martins (2022) em sua obra, o Brasil “além de ser um Estado Democrático de Direito, também é um Estado Social” (Martins, 2022, p. 41; Duarte, 2007, p. 693-696).

A atual constituição expõe o direito à educação no rol dos direitos sociais, os quais integram os direitos de segunda dimensão. Dessa maneira, esses direitos exigem uma prestação positiva do poder público, para que essas normas possam alcançar todos os objetivos previstos pelo constituinte.

Cabe destacar que, por ser um direito fundamental, ainda que social, o direito à educação possui aplicabilidade imediata, sendo exigido seu cumprimento. Nesse ínterim, destaca-se o que Motta (2021, p. 412) apresenta em sua obra sobre os direitos sociais, o seguinte:

Tais direitos vinculam-se, desse modo, ao princípio da igualdade, significando que o Estado deve garantir aos mais fracos e carentes as mínimas condições de uma existência digna, como exigência inarredável de um verdadeiro Estado democrático de Direito, que não pode deixar de ter como um de seus objetivos a busca de uma efetiva justiça social (Motta, 2021, p. 412).

Sendo assim, os direitos sociais têm como objetivo assegurar às pessoas uma vida digna, com meios que garantam seu acesso às necessidades básicas, mais especificamente às pessoas hipossuficientes que não teriam acesso a esses direitos por si próprias, “Isso porque o objetivo dos direitos sociais é corrigir desigualdades próprias das sociedades de classe, aproximando grupos ou categorias marginalizadas” (Duarte, 2007, p. 698).

Assim, a positivação desses direitos tem como objetivo proteger os mais fragilizados e inseri-los na sociedade com iguais condições, cumprindo o princípio da igualdade e um dos fundamentos do estado democrático de direito, que é calcado na dignidade da pessoa humana. Dessa maneira, os direitos sociais são direcionados ao atendimento das necessidades das pessoas hipossuficientes que “necessitam da ação do poder público visando à disponibilização das condições materiais mínimas para seu desenvolvimento profissional e pessoal” (Motta, 2021, p. 417).

Entre os direitos sociais previstos na vigente Constituição Federal do Brasil, alguns temas já foram objeto das redações primitivas das legislações brasileiras, como o direito à educação, à saúde, ao trabalho, ao lazer, à segurança, e à previdência social. Isso é decorrente do reconhecimento da importância da proteção de tais direitos dentro de uma sociedade (Ferreira Filho, 2015, p. 347).

Dessa maneira, a atual Constituição Federal também prevê o direito à educação devido a sua importância. Além disso, a positivação desse direito no artigo 205 tem como objetivo promover o “pleno desenvolvimento humano”, “seu preparo para o exercício da cidadania” e a “qualificação para o trabalho”. Neste sentido, a própria Constituição estabelece as balizas constitucionais que a eficácia do direito à educação na prática deve alcançar. Logo, “o direito à educação é o direito de acesso, mas não um acesso a qualquer a educação, e sim àquela que atende às preocupações constitucionais” (Brasil, 1988; Tavares, 2008, p. 5-6).

Dessa maneira, educação deve ser o meio pelo qual o cidadão, desde seus primeiros anos de vida, possa-se desenvolver o suficiente para exercer de maneira plena a sua cidadania e obter as aptidões necessárias para um futuro profissional, sendo o Estado responsável por promover condições suficientes para que todos possam ter acesso a uma educação de qualidade que propicie seu desenvolvimento (Novo, 2018).

Cabe destacar que a Constituição elege princípios que deve reger a aplicação desses direitos no art.206 e seus incisos, destaca-se os seguintes princípios: “Igualdade de condições para o acesso e permanência na escola; Gratuidade do ensino público; gestão democrática do ensino público; garantia de padrão de qualidade e; garantia do direito à educação ao longo da vida” (Brasil, 1988).

Neste sentido, além dos princípios aqui expostos a Constituição estabelece outros que devem ser aplicados no ensino, visando alcançar os objetivos almejados na Carta Magna, ou seja, o pleno desenvolvimento da pessoa e seu preparo para o exercício da cidadania, além de possuir qualificações suficientes para o exercício de sua vida profissional.

Entre os princípios expostos, destacamos a importância do respeito à igualdade de condições para o acesso e permanência na escola e a garantia de um padrão de qualidade. A educação deve ser ofertada a todos, garantindo que toda a população tenha acesso igualitário ao ensino público e que também possam ter acesso a uma educação de qualidade que, efetivamente, contribua para seu desenvolvimento e ofereça igualdade de oportunidade aos que tiveram acesso a uma rede de ensino de qualidade.

Neste sentido, destaca-se que a Carta Magna prevê objetivos que um Estado democrático de direito deve alcançar em seu artigo 3º, mais especificamente em seu inciso III, que diz o seguinte: “erradicar a pobreza e a marginalização e reduzir as desigualdades sociais e regionais” (Brasil, 1988).

Diante disso, o direito à educação é fundamental em um Estado Democrático de Direito, tendo em vista seu grande papel de evitar a marginalização e colaborar com a erradicação da pobreza, especialmente com a população negra, historicamente marginalizada em nosso país, e aquelas que moram em áreas periféricas, as quais muitas vezes são privados de oportunidades de ter a educação como um meio de crescimento econômico.

Dessa maneira, a falta de acesso a uma educação de qualidade só aumenta o número de pessoas que irão abandonar a educação, conseqüentemente aumentando a marginalização e a pobreza no país, já que serão apresentados outros meios de auferir renda que nem sempre são meios lícitos. A Educação tem um papel fundamental em evitar que isto venha a acontecer. Neste sentido, Martins (2022, p. 139) descreve:

O que defendemos desde o capítulo anterior, é que a educação básica, gratuita e de QUALIDADE é o mínimo dos mínimos existenciais. Ou seja, defendemos uma mudança imediata de paradigma, que inclui como atributo indispensável e exigível da educação a sua QUALIDADE. A norma constitucional já estabeleceu parâmetros orçamentários mínimos de investimento na educação, bem como estabeleceu alguns dos mínimos existenciais (como a educação obrigatória gratuita, como direito público subjetivo) (Martins, 2022, p. 139).

Sendo assim, apesar da ampla previsão Constitucional do direito à educação, há uma necessidade de eficiência na prática, da prestação de um ensino público de qualidade que alcance os objetivos elaborados pelo legislador, especialmente em locais que possuem predominância de pessoas vulneráveis, para as quais a educação não é apresentada com um meio de ascensão social sem recorrer a meios considerados ilícitos.

Portanto, por se tratar de um direito social, é indispensável uma posição ativa do poder público na efetivação desse direito, por meio de políticas públicas capazes de melhorar a qualidade do ensino atualmente prestado. Assim, o Estado estaria colaborando para a diminuição substancial da marginalização e das desigualdades sociais.

### 3. A VIOLÊNCIA QUE AFRONTA A POPULAÇÃO NEGRA

A experiência brasileira com questões étnico-raciais é complexa e trágica. O Brasil foi um dos últimos países a abolir a escravidão, libertando milhões de escravos e os deixando fora de qualquer política pública ou social. Dessa forma, a população afrodescendente, após anos de exploração escravagista, foi “libertada” sem qualquer indenização ou políticas públicas efetivas de reparação e inclusão social.

Ademais, o racismo foi se adequando à experiência social brasileira de diversos modos. Em algumas oportunidades o racismo é individual e depreciativo de forma direta, em outras oportunidades o racismo se qualifica de forma recreativa (através de piadas e “brincadeiras” como veiculado na televisão”), ou mesmo na rede social (racismo algorítmico) (Nunes Junior, 2021, p. 12-13).

Acontece que todas essas formas de racismo contribuem não só para a normalização do racismo, mas pelo esquecimento estatal da necessidade das populações negras espalhadas pelo Brasil. Por isso, as estruturas sociais sempre estão a marginalizar essa população como outras populações (Nunes Junior, 2021, p. 13-15).

Barbosa, Souza (2021, p. 353), ao debaterem o racismo na sociedade brasileira, ponderam que:

O racismo se manifesta de diversas formas, e a sociedade brasileira assume um quadro de desigualdades raciais em que brancos, negros e indígenas ocupam espaços diferentes na sociedade. Estudos demonstram que as populações negra e indígena brasileiras apresentam piores indicadores sociais, menores níveis de escolaridade e renda, menor acesso à saúde e vivem em condições mais precárias de moradia, porém a problemática do racismo ainda é socialmente invisibilizada, e esses dados são permanecem sendo analisados como consequências apenas da desigualdade econômica, ainda pouco considerando os aspectos raciais (Barbosa; Silva; Souza 2021, p. 253).

O esquecimento dessa comunidade leva a não realização de políticas públicas para melhorar a situação da população negra no Brasil. Ao passo que em seu lugar o Estado institui políticas de encarceramento e de políticas criminais diversas para conter os problemas sociais que essas populações sofrem (Piloto; Chai; 2023, p. 2). Tal situação cria um sistema de seletividade penal que não mede esforços para punir os marginalizados, mas que constrói muros para punir as elites econômicas (Flauzina, 2006, p. 20).

As políticas criminais são o conjunto de políticas públicas que o Estado brasileiro deveria utilizar para lutar contra o crime organizado e os demais problemas de segurança pública. A associação entre polícias, o judiciário e a melhora de indicadores sociais seria o ideal para a paz social (Piloto; Chai, 2023, p. 3-5).

Sendo assim, quando a política criminal não é democrática ela acaba se virando contra a população pobre. Essa população é constituída em sua maioria por um recorte de gente negra que não

tem oportunidades de melhoria de vida e se torna vítima da experiência prisional, em muitas oportunidades de forma inocente. Mesmo quando o indivíduo parte dessa população cometeu delito, é tratado de forma mais violenta e estigmatizada.

A necropolítica como política pública afeta os rumos históricos da população negra brasileira em toda a construção histórica do Brasil. Após a promulgação da República e do fim da escravidão, a população negra foi marginalizada para os guetos e periferias das grandes cidades (Mbembe, 2018, p. 35).

Por isso, as políticas públicas não chegam com efetividade, principalmente aquelas que reduzem as desigualdades sociais e o preconceito. No atual momento histórico, a escravidão não se utiliza da compra de corpos ou de sua venda, mas da sua inutilização total, obstruindo a existência de milhões de indivíduos.

Nunes Junior (2021, p. 12), ao tratar acerca do punitivismo e linchamento no Brasil, expõe a questão racial como uma das mazelas sociais na sociedade pátria, informam que:

Comprendemos, portanto, o ritual do linchamento, exposto por Martins (2015) como constantemente presente na sociedade brasileira, como o braço não oficial dessa mesma lógica punitivista. A visão do corpo negro como principal alvo é percebida como resquício da época da escravidão, em especial do escravismo tardio— onde se misturou o escravismo com aspectos do modo de produção capitalista, e é evidente até os dias atuais (Nunes Junior, 2021, p. 12).

Dessa forma, o racismo instituído no ethos social instrumentaliza a violência como uma ferramenta excelente para a exclusão social e a ressignificação da política policial, que exclui as populações carentes negras remontando a escravidão e mostrando as mazelas da atual conjuntura capitalista.

Na mesma toada, é importante apontar para a necessidade de se propor efetivos sociais com o objetivo de se vencer as questões racistas e desiguais presentes na sociedade brasileira já que da maneira que o modelo social é colocado não é sustentável ao longo prazo em relação às questões sociais.

#### 4. OS DESAFIOS DA EDUCAÇÃO PARA A REDUÇÃO DA VIOLÊNCIA CONTRA A POPULAÇÃO NEGRA

O racismo se mostra como uma parte inerente da ordem social, resultado das estruturas sócio-históricas. De acordo com Almeida, “o racismo é uma decorrência da própria estrutura social, ou seja, do modo “normal” com que se constituem as relações políticas, econômicas, jurídicas e até familiares” (Almeida, 2019, p. 33).

De acordo com Denise Carreira (2013, p. 5), a educação antirracista se mostra tão necessária,



pois a escola é responsável por formar cidadãos conscientes, que possa entender o funcionamento da sociedade em que vivem, é espaço social onde as primeiras relações são estabelecidas. O ensino precisa levar o indivíduo, ora aluno, a reconhecer a importância das regras e leis para a convivência em sociedade, e a importância de respeitar os direitos do outro.

Toda criança e todo o adolescente têm direito a uma educação de qualidade e inclusiva, baseada no reconhecimento e valorização da identidade, história e cultura dos diversos povos que ajudaram a formar nossa sociedade multiétnica e multirracial. Nesse sentido, todos os setores do Estado e da sociedade, assim como cada cidadão e cidadã, são agentes indispensáveis na tarefa de assegurar a inclusão equânime de todos os grupos sociais nos processos de desenvolvimento do país. Isso só será possível por meio da universalização de uma educação antidiscriminatória e de qualidade (Carreira, 2013, p. 5).

Nesse sentido, a educação antirracista estabelecida pela Lei no 10.639, de 9 de janeiro de 2003 que alterou a Lei no 9.394, de 20 de dezembro de 1996 (Brasil, 1996), estabelece as diretrizes e bases da educação nacional devem incluir no currículo oficial da Rede de Ensino obrigatoriamente a temática "História e Cultura Afro-Brasileira, tornando obrigatório ensino da história e cultura africana e afro-brasileira.

Outros documentos que orientam a sua efetivação são o Parecer 03/04 e a Resolução 01/04, do Conselho Nacional de Educação, que instituem as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Africana, e o Plano Nacional de Implementação das Diretrizes, elaborado e publicado pelo Ministério da Educação (MEC) e a Secretaria de Políticas de Promoção da Igualdade Racial (SEPPIR), em 2009.

Ademais, destaca-se o Estatuto da Igualdade Racial (Lei nº 12.288/2010), juntamente com a Lei de Cotas para ingresso de jovens negros nas universidades e instituições de ensino técnico federais (Lei nº 12.711/2012), resultado dos esforços dos movimentos sociais antirracistas.

Esse mecanismo foi estabelecido a fim de combater e amenizar as consequências do racismo estrutural, toda forma de preconceito e exclusão escolar, bem como reconhecer a contribuição histórica da África na formação cultural do Brasil. De acordo com a definição dada pelo Centro de Referências em Educação Integral, 2005, a educação antirracista é:

Aquela que ativamente combate toda e qualquer expressão de racismo na escola e no território, reconhece e valoriza as várias contribuições passadas e atuais, em todas as áreas do conhecimento humano, de africanos e afro-brasileiros para o Brasil e o mundo (CIBEC, 2005).

A educação antirracista é fundamental não só para a formação de uma sociedade mais justa e menos violenta, mas também para combater a exclusão escolar e garantir o direito ao desenvolvimento e educação, visto que no campo da educação, é possível observar o desequilíbrio na garantia de direitos em prejuízo para a população negra (PNAD, 2019).

O oferecimento de um aparato educacional para a população negra pode ser a saída para mazelas sociais que obstruem o crescimento social dessa parcela relevante da sociedade brasileira. Melhores indicadores ligados à finalização do ensino médio e da entrada no ensino superior pode ser a porta de entrada para oportunidades no mercado de trabalho e em melhores condições de sobrevivência, o que infelizmente não é a realidade brasileira.

Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua do IBGE, dos jovens de 14 a 29 anos do país, 20,2% deles não completaram o ensino médio, tanto por terem abandonado a escola antes do término ou por nunca terem frequentado (PNAD, 2019).

Embora fundamental, a Lei nº 10.639/2003 não garante a plena efetividade da educação antirracista no cenário atual, anos atrás não era incomum perceber a ausência de material disponível sobre o tema em filmes ou livros passados em sala de aula (Brasil, 2003).

Ainda nessa vertente, faz-se necessário acrescentar uma reflexão a respeito da aplicabilidade da educação antirracista nas escolas, pois elas não podem ser limitadas apenas à módulos escolares ou inserção na grade de matérias, mas devem ser evidentes também na representatividade, ou seja, na quantidade de diretores e professores (a) negros (as) que são contratados no decorrer da vida escolar, isso gera sensação de pertencimento e identificação.

A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a taxa de analfabetismo entre pretos e pardos em 2022 era de 7,4%, mais do que o dobro da registrada entre brancos, 3,4%, o que demonstra a desigualdade no acesso à educação. Esse conjunto de preconceitos contra os negros está enraizado na inconsciência e na subjetividade dos indivíduos e das instituições e manifesta-se em atos e atitudes de discriminação frequentes, mensuráveis e observáveis ([PNAD, 2019](#)).

De acordo com a pesquisa “Percepções sobre o racismo no Brasil” feita pelo Ipec (Instituto de Referência Negra Peregum) e o Projeto SETA, o ambiente escolar é apontado por 64% dos brasileiros entre 16 e 24 anos como o lugar onde mais sofrem racismo, e 63% das mulheres negras afirmam enxergar a raça como a principal motivadora de violência nas escolas.

A principal forma como os brasileiros percebem os sinais de racismo é por meio da violência verbal, como insultos e abusos (66%), seguida pelo tratamento desigual (42%) e pela violência física, como agressões (39%). De acordo com o estudo, os estudantes negros (29%) tinham maior probabilidade de sofrer violência física nas salas de aula do ensino primário (IPEC, 2023).

Muitos acreditam que a qualidade da educação consiste simplesmente em satisfazer as necessidades do mercado de trabalho e que este objetivo pode ser alcançado simplesmente através da construção de mais escolas, da melhoria da gestão educativa, da distribuição de computadores e do acompanhamento atento dos professores ou que a avaliação de novas escolas, é suficiente para fazer isso. Todavia, não é possível garantir o direito humano à educação de qualidade para todos no Brasil

sem enfrentar as desigualdades e discriminações raciais (Carreira, 2013, p. 16).

A educação é uma porta de abertura para novos horizontes sociais em relação à população negra, visto que uma educação antirracista ensinará as crianças e jovens acerca da importância de não atacar populações étnicas e minorias por suas características corporais. Além disso, o oferecimento de uma educação de qualidade afasta os jovens negros das ruas, onde esses são alvos preferenciais da violência policial e do jugo e cooptação do crime organizado.

Claramente, as violências que existem no ambiente escolar devem ainda ser combatidas, pois preferencialmente machucam as vivências dos estudantes negros. Mesmo que o ambiente escolar seja libertador para uma criança e um adolescente negro, pode ser um local de opressão para uma pessoa negra.

Para Denise Carreira, a qualidade da educação é algo que precisa ser construído socialmente. A qualidade da educação de um país deve abranger as aspirações da sociedade em termos de justiça, democracia e qualidade de vida para todos. As escolas que enfrentam desafios diários, em relação à educação antirracista, não podem funcionar isoladamente. É necessário reforçar os laços com a sociedade, outros serviços e políticas públicas para proteger o direito à educação, o direito à continuação da educação e o direito ao sucesso na educação (Carreira, 2013, p. 90).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O direito à educação é inerente ao viver democrático, sendo de ímpar relevância para construção de um debate público sadio e que resiste às violências institucionais e sociais. Dessa forma, é necessário chegar a algumas conclusões depois das construções realizadas neste trabalho.

Inicialmente, voltamos ao texto constitucional para reconhecer a educação como princípio que norteia a vida em comunidade e ajuda na construção de conhecimento e na proliferação de práticas sociais de excelência. Também é no ambiente escolar que as crianças e jovens desenvolvem sentido lúdico, abrindo espaço para a confirmação de suas subjetividades e entendimento do mundo.

O direito à educação é de viés social, sendo positivado nas constituições brasileiras de 1934, 1937, 1946 e 1967, até ter melhor tratamento na atual Carta Magna (1988). A perspectiva jurídica sobre o texto constitucional é que através da educação a sociedade possa emergir de suas desigualdades e alcançar equidade entre os diversos grupos sociais, o que ainda não tem sido visto.

Diversos grupos sociais foram excluídos das vivências sociais comuns, sendo que na história brasileira, o trauma da escravidão ainda permeia a sociedade. No caso brasileiro, após a libertação dos escravizados, a população negra ainda continuou marginalizada e entregue a sobreviver sem oportunidades de emprego, educação formal e de serem reconhecidas pessoas de direito na sociedade.

Nesse ínterim, a criminalidade afeta em especial as comunidades mais pobres, pois estas são

mais vulneráveis, principalmente as camadas jovens e que moram em comunidades. Sendo assim, em diversas oportunidades jovens se entregam aos trabalhos oferecidos pelo crime, buscando sobreviver e dar melhores condições a suas famílias.

Em certo sentido, o encarceramento em massa e morte da juventude negra nada mais é que as provas da presença da necrolítica em nosso ambiente social, já que com a falta de oportunidade para sobreviver, pois não são alcançados pelas políticas públicas do Estado para preservar suas existências.

Desta forma, este trabalho aponta para a importância da promoção de uma educação antirracista com o objetivo de além de desobstruir a existência da população negra na sociedade, promover a sua história e garantir que esse importante grupo social se sinta parte das políticas públicas sociais.

## REFERÊNCIAS

ALVES MARQUES, Anna Elisa; COTRIM, Tainá Porto; JESUS, Cláudio Roberto de. A Nordestinação da violência no estado do Rio Grande do Norte. **Revista Brasileira de Segurança Pública**, [S. l.], v. 18, n. 1, p. 152–171, 2024. DOI: 10.31060/rbsp.2024.v18.n1.1756. Disponível em: <https://revista.forumseguranca.org.br/index.php/rbsp/article/view/1756>. Acesso em: 13 mar. 2024.

ARANTES, Adlene.; GONDRA, José. Gonçalves.; BARROS, Surya, Aaronovich, Pombo, DE . História da Educação e Populações Negras. **Revista Brasileira de História da Educação**, v. 22, p. e207, 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbhe/a/VXR7wn353W5vmWnf8Wmn3rd/#ModalHowcite>. Acesso em 01 mar. 2024.

BRAÚNA, Carla. Jeany. Duarte. .; SOUZA, Davison. da Silva.; ANDRADE SOBRINHA, Zélia. Maria. Lemos. Letramento racial crítico: ações para construção de uma educação antirracista. **Ensino em Perspectivas**, [S. l.], v. 3, n. 1, p. 1–10, 2022. Disponível em: <https://revistas.uece.br/index.php/ensinoemperspectivas/article/view/8869>. Acesso em: 26 mar. 2024.

BARBOSA, Raquel. Rodrigues. Da Silva.; SILVA, Cristiane. Souza. DA .SOUSA, Arthur. Alves. Pereira. Vozes que ecoam: racismo, violência e saúde da população negra. **Revista Katálysis**, v. 24, n. 2, p. 353–363, maio de 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rk/a/hXJ4fmwcWnNfqvv35xD9Kfw/?lang=pt#ModalHowcite>. Acesso em 09 de mar. 2024.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidente da República, [2016]. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em 19 mar. 2024.

BRASIL. Constituição (1934). **Constituição da República dos Estados Unidos do Brasil**. Promulgada em 16 de julho de 1934. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao34.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao34.htm). Acesso em: 26 maio 2024.

BRASIL. Constituição (1937). **Constituição dos Estados Unidos do Brasil**. Promulgada em 10 de novembro de 1937. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao37.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao37.htm). Acesso em: 26 maio 2024.

BRASIL. Constituição (1946). **Constituição dos Estados Unidos do Brasil**. Promulgada em 18 de setembro de 1946. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao46.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao46.htm). Acesso em: 26 maio 2024.

BRASIL. Constituição (1967). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Promulgada em 24 de janeiro de 1967. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao67.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao67.htm). Acesso em: 26 maio 2024.

DUARTE, Clarice Seixas. A educação como um direito fundamental de natureza social. **Educação & Sociedade**, v. 28, n. 100, p. 691–713, 2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/es/a/Sys3c3j8znnWkyMtNhstLtg/#>. Acesso em 20 maio 2024.

FARIAS, Jorge Wambaster Freitas. Afiliação de adolescentes e jovens a facções criminosas: fatores psicossociais de risco e proteção. 2020. 165f. **Dissertação (Mestrado)** - Universidade Federal do Ceará, Programa de Pós-graduação em Psicologia. Fortaleza (CE), 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufc.br/handle/riufc/53113>. Acesso em 13 mar. 2024.

FLAUZINA, Ana Luiza Pinheiro. Corpo negro caído no chão: o sistema penal e o projeto genocida do Estado brasileiro. 2006. 145 f. **Dissertação (Mestrado em Direito)**-Universidade de Brasília, Brasília, 2006. Disponível em: <https://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/346079?show=full>. Acesso em 20 mai. 2024.

FERREIRA FILHO, Manoel Gonçalves. **Curso de Direito Constitucional**. 40. Ed. São Paulo: Saraiva, 2015.

IBGE. Divulgação mensal . **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua**. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/9171-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios-continua-mensal.html>>. Acesso em: 1 abr. 2024.

JAKIMIU, Vanessa Campos de Lara. O DIREITO À EDUCAÇÃO NO CONTEXTO DA PANDEMIA DE CORONAVÍRUS (COVID-19) NO BRASIL: PROJETOS DE FORMAÇÃO EM DISPUTA. **Revista Interinstitucional Artes de Educar**, [S. l.], v. 6, n. 4, p. 93–115, 2020. DOI: 10.12957/riae.2020.51007. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/riae/article/view/51007>. Acesso em: 1 mar. 2024.

MARTINS, Flávio. **Direitos Sociais em Tempos de Crise Econômica**. Editora Saraiva, 2022. E-book. ISBN 9786555597288. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786555597288/>. Acesso em: 30 mar. 2024.

MARTINS MIRANDA, Lara Caxico. APRENDIZAGEM: EDUCAÇÃO E TRABALHO NO COMBATE À CRIMINALIDADE JUVENIL. **Interfaces Científicas - Humanas e Sociais**, [S. l.], v. 9, n. 3, p. 288–300, 2022. DOI: 10.17564/2316-3801.2022v9n3p288-300. Disponível em: <https://periodicos.set.edu.br/humanas/article/view/10093>. Acesso em: 13 mar. 2024.

MBEMBE, Achille. **Necropolítica**. 3. ed. São Paulo: n-1 edições, 2018. 80 p.

MEC. Indicadores da **Qualidade na Educação**: Relações Raciais na Escola / Ação Educativa, Unicef, SEPIR, MEC (Denise Carreira e Ana Lúcia Silva Souza) – São Paulo: Ação Educativa, 2013, 1ª edição. ISBN: 978-85-86382-26-0 104 p. Acesso em: 27 abr. 2024.

NUNES JUNIOR, Edson Mendes. Mídia, fake news e racismo:: o punitivismo dos boatos como legitimador da violência. **Revista Brasileira de Segurança Pública**, [S. l.], v. 15, n. 1, p. 10–21, 2021. DOI: 10.31060/rbsp.2021.v15.n1.1122. Disponível em:

<https://revista.forumseguranca.org.br/index.php/rbsp/article/view/1122>. Acesso em: 1 mar. 2024.

MELLO, Rachel Costa de Azevedo; MOLL, Jaqueline. Políticas públicas em educação e a garantia do direito à educação no contexto de desigualdade social no Brasil. **Perspectiva**, [S. l.], v. 38, n. 2, p. 1–21, 2020. DOI: 10.5007/2175-795X.2020.e65196. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/perspectiva/article/view/2175-795X.2020.e65196>. Acesso em: 1 mar. 2024.

MENDES, Gilmar Ferreira. BRANCO, Paulo Gustavo Gonet,. **Curso de Direito Constitucional**. 13. Ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2018.

MOTTA, Sylvio. **Direito Constitucional**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2021. E-book. ISBN 9788530993993. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788530993993/>. Acesso em: 25 mar. 2024.

NOVO, Benigno Núñez. **DIREITO À EDUCAÇÃO**. Florianópolis: Portal Jurídico Investidura, 2018. Disponível em <https://investidura.com.br/artigos/direito-constitucional-artigos/direito-a-educacao/>. Acesso em: 17mar. 2024.

PILOTO, James. Ricardo. Ferreira.; CHAI, Cássius. Guimarães. A seletividade penal presente no elevado número de encarceramentos no Brasil. **Revista Direito em Debate**, [S. l.], v. 32, n. 60, p. e13243, 2023. DOI: 10.21527/2176-6622.2023.60.13243. Disponível em: <https://revistas.unijui.edu.br/index.php/revistadireitoemdebate/article/view/13243>. Acesso em: 1 mar. 2024.

SOUZA, Marcus Vinícius Sarmiento de. Efeitos da criminalidade no crescimento da renda agregada: evidências empíricas para o Brasil entre 1995 e 2014. 2023. 62 f. **Dissertação (Mestrado em Economia)** – Programa de Pós-Graduação em Economia, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2022. Disponível em: <https://www.repositorio.ufal.br/handle/123456789/12524>. Acesso em 13 mar. 2024.

SANTOS, Pedro Henrique Pereira dos. Investimento em educação e seus efeitos sobre a criminalidade nos municípios mineiros. 2020. 75 p. **Dissertação (Mestrado em Administração Pública)** – Programa de Pós-graduação em Administração Pública, Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri, Teófilo Otoni, 2020. Disponível em: <http://acervo.ufvjm.edu.br/jspui/handle/1/2910>. Acesso em 13 mar. 2024.

SCAVINO, S. B.; CANDAU, V. M. Desigualdade, conectividade e direito à educação em tempos de pandemia. **Revista Interdisciplinar de Direitos Humanos**, Bauru, v. 8, n. 2, p. 121–132, 2020. DOI: 10.5016/ridh.v8i2.20. Disponível em: <https://www2.faac.unesp.br/ridh3/index.php/ridh/article/view/20>. Acesso em: 1 mar. 2024.

PEREGUM. Instituto de Referência Negra Peregum, Projeto SETA: **Percepções sobre o racismo no Brasil**, julho 2023. Disponível em: <<https://percepcaosobreracismo.org.br/>>. Acesso em: 28 apr. 2024.

TAVARES, André Ramos. Direito Fundamental à Educação. Anima: **Revista Eletrônica do Curso de Direito da Opet**, v. 1, p. —, 2009.

TAVARES, André Ramos. Direito fundamental à educação. **Direitos sociais: fundamentos, judicialização e direitos sociais em espécie**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, p. 771-788, 2008.

WERMUTH, Maiquel Ângelo Dezordi; MARCHT, Laura Mallmann; DE MELLO, Letícia. Necropolítica: racismo e políticas de morte no Brasil contemporâneo / Necropolitics: racism and

death politics in contemporary Brazil. **Revista de Direito da Cidade**, [S. l.], v. 12, n. 2, p. 1053–1083, 2020. DOI: 10.12957/rdc.2020.49790. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/rdc/article/view/49790>. Acesso em: 1 mar. 2024.

# IMPLICAÇÕES DA EDUCAÇÃO FINANCEIRA PARA ALUNOS DO ENSINO MÉDIO EM UMA ESCOLA NO RECÔNCAVO BAIANO: UM ESTUDO DE CASO.

**Eva Rodrigues de Brito** - [evarodrigues2102@gmail.com](mailto:evarodrigues2102@gmail.com) ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-0557-1876>  
Graduada em Administração pela Faculdade Adventista da Bahia (FADBA)

**Ricardo Saraiva Barcelar** - [ricardo.saraiva.barcelar@gmail.com](mailto:ricardo.saraiva.barcelar@gmail.com) ORCID - <https://orcid.org/0009-0001-4244-5724>  
Graduado em Administração pela Faculdade Adventista da Bahia (FADBA)

**Ivo Pedro Gonzalez Junior** - [ivo.junior@adventista.edu.br](mailto:ivo.junior@adventista.edu.br) ORCID - <https://orcid.org/0000-0002-9758-3956>  
Doutor em Administração pela Universidade Federal da Bahia - UFBA, com doutorado sanduíche na UFRGS. Mestre em Administração pela UNIFACS. Graduado em Administração com especialização em Administração e Sistemas de Informação e também em Docência do Ensino Superior. Graduado em Ciências Contábeis e Pedagogia.

**Resumo:** Este estudo examina o impacto da implementação de um programa de educação financeira em uma escola no Recôncavo Baiano, focando no comportamento financeiro de alunos do 2º ano do ensino médio. Utilizando uma abordagem de estudo de caso com métodos mistos, a pesquisa coletou dados qualitativos e quantitativos por meio de questionários. Os resultados indicam melhorias significativas no comportamento financeiro dos alunos após a implementação do programa, refletidas na crescente conscientização sobre conceitos financeiros e mudanças nos padrões de consumo. Destaca-se que 81,8% dos alunos acreditam que o conteúdo de educação financeira influencia positivamente sua compreensão sobre conceitos financeiros. Este estudo destaca a importância da educação financeira e o papel fundamental desempenhado por educadores, gestores escolares e autoridades públicas. Contribuindo para a compreensão da eficácia dos programas de educação financeira nas escolas, fornecendo percepções valiosas para educadores, formuladores de políticas e pesquisadores interessados no desenvolvimento de habilidades financeiras entre os jovens.

**Palavras Chave:** Educação Financeira; Ensino Médio; Finanças; Comportamento financeiro; Impacto educacional.

**Abstract:** This study examines the impact of implementing a financial education program in a school in Recôncavo Baiano, focusing on the financial behavior of 2nd year high school students. Using a mixed methods case study approach, the research collected qualitative and quantitative data through questionnaires. The results indicate significant improvements in students' financial behavior after implementing the program, reflected in growing awareness of financial concepts and changes in consumption patterns. It is noteworthy that 81.8% of students believe that financial education content positively influences their understanding of financial concepts. This study highlights the importance of financial education and the fundamental role played by educators, school managers and public authorities. Contributing to the understanding of the effectiveness of financial education programs in schools, providing valuable insights for educators, policymakers and researchers interested in developing financial skills among young people.

**Keywords:** Financial Education; High School; Finance; Financial behavior; Educational impact.



# INTRODUÇÃO

A educação financeira tem se tornado cada vez mais importante na sociedade atual, especialmente para os jovens que estão prestes a ingressar no mercado de trabalho.

Segundo a OCDE (2005, p. 5), a educação financeira “é o processo pelo qual os consumidores melhoram seus conhecimentos sobre os conceitos e riscos financeiros, tornando-os mais conscientes e aptos a escolher medidas que aprimorem seu bem-estar financeiro”.

Com o objetivo de prepará-los para uma vida financeira saudável, muitas escolas têm implementado programas de educação financeira em suas grades curriculares.

Segundo Silva e Powell, educação financeira escolar é,

um conjunto de informações através do qual os estudantes são introduzidos no universo do dinheiro e estimulados a produzir uma compreensão sobre finanças e economia, através de um processo de ensino que os torne aptos a analisar, fazer julgamentos fundamentados, tomar decisões e ter posições críticas sobre questões financeiras que envolvam sua vida pessoal, familiar e da sociedade em que vivem (SILVA; POWELL, 2013, p. 12-13).

Nesse contexto, este trabalho teve como objetivo investigar as implicações da implantação da educação financeira para alunos do ensino médio em uma escola no Recôncavo Baiano. O tema da educação financeira para jovens é de grande relevância, visto que o Brasil é um país com altos índices de endividamento e baixa cultura de poupança e investimentos. Além disso, a educação financeira pode ter um impacto positivo no bem-estar financeiro dos jovens e contribuir para a redução de problemas como a inadimplência e o superendividamento. Este estudo foi realizado em uma escola no Recôncavo Baiano, através de um estudo de caso, com o objetivo de investigar como a implementação de um programa de educação financeira tem influenciado a vida financeira do/s alunos do 2º ano do ensino médio.

O trabalho está organizado em seções que apresentam o problema de pesquisa, o objetivo, a metodologia, os resultados e as conclusões. Posto isso, estabelecemos como problema de pesquisa a seguinte pergunta: Como a implantação do programa de educação financeira tem influenciado a vida financeira dos alunos do 2º ano do ensino médio do Colégio Adventista da Bahia, localizado no Recôncavo Baiano?

Assim, delinear-se os seguintes objetivos de pesquisa: O objetivo geral foi investigar como a implementação do programa de educação financeira tem influenciado a vida financeira dos alunos do 2º ano do ensino médio do Colégio Adventista da Bahia. E os objetivos específicos foram: Identificar as principais mudanças no comportamento financeiro dos alunos após a implementação

do programa de educação financeira. Avaliar a percepção dos alunos sobre a importância da educação financeira, coletar dados quantitativos e qualitativos que possam ser utilizados para avaliar a eficácia do programa de educação financeira, verificar se os alunos percebem a importância da educação financeira e se estão mais conscientes sobre suas finanças pessoais.

A educação financeira é um tema fundamental para a formação dos indivíduos em uma sociedade que valoriza o consumo e o dinheiro. No entanto, muitas pessoas não possuem conhecimentos básicos sobre como gerir suas finanças e fazer escolhas financeiras adequadas, o que pode levar a problemas como endividamento, falta de planejamento financeiro e dificuldades para alcançar objetivos financeiros de longo prazo.

No contexto específico da região do Recôncavo Baiano, essa realidade pode ser ainda mais acentuada devido às desigualdades socioeconômicas que afetam muitas famílias e comunidades. Nesse sentido, a implementação de programas de educação financeira em escolas de ensino médio pode ter um impacto significativo na vida dos alunos e suas famílias.

Assim, o objetivo deste artigo é analisar as implicações da implantação da educação financeira para alunos do ensino médio em uma escola no Recôncavo Baiano. Para isso, foram realizadas pesquisas bibliográficas e de campo, para avaliar a eficácia do programa de educação financeira já existente no Colégio Adventista da Bahia e identificar possíveis lacunas e desafios para a implementação de melhorias no atual programa de educação financeira do colégio em questão.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1. PANORAMA HISTÓRICO DA EDUCAÇÃO NO RECÔNCAVO BAIANO

As problemáticas da educação no Brasil cerceiam desde sua origem, sendo pouco governamentalmente pensada numa educação pública de qualidade e que vise a formação adequada aos cidadãos. Nessa perspectiva, as questões enfrentadas no ensino no Recôncavo da Bahia, conforme abordado por Lima (2019), é um aspecto crucial que permeou a trajetória educacional da região. Esse cenário se manifestou de diversas maneiras, resultando em impactos negativos no acesso, qualidade e preservação da educação na região.

A primeira faceta da escassez educacional é a desigualdade social e econômica que afetou a oferta de educação no Recôncavo da Bahia. As disparidades econômicas entre as diferentes camadas da população contribuíram para a falta de acesso igualitário à educação, ou seja, as crianças de famílias mais abastadas tinham mais chances de receber uma educação de qualidade, enquanto as famílias mais carentes enfrentavam dificuldades para garantir o acesso à escolarização. Desse modo, a qualidade do ensino foi prejudicada pela escassez de recursos, pois a região enfrentou desafios na obtenção de financiamento adequado para a manutenção das escolas, na formação profissional dos

professores e na aquisição de materiais didáticos apropriados, resultando em um ensino que, muitas vezes, não conseguia atender aos padrões desejáveis (BONSUCESSO *et. al.*, 2019).

Bonsucesso, Silva, Paixão e Lima (2019) enfatizam que a falta de investimento em pesquisa e preservação da educação agravou ainda mais a tensão do ensino na região. A ausência de fontes históricas documentando o cotidiano escolar nas bibliotecas e arquivos públicos dificultou a compreensão e a preservação da rica história educacional do Recôncavo da Bahia. Essa lacuna na documentação histórica limita a capacidade de aprendizado com base na experiência educacional passada e pode resultar na perda de conhecimento valioso sobre o desenvolvimento da educação na região.

Neste viés, torna-se evidente que a educação no Recôncavo possui um histórico marcado por desigualdades sociais e econômicas que influenciaram a oferta e a qualidade do ensino na região. Esse contexto histórico moldou a trajetória educacional local e criou uma série de desafios, entre os quais se destaca a necessidade de incorporar a educação financeira no currículo escolar, uma vez que é urgente para lidar com essas desigualdades, e é fundamental que as escolas da região assumam um papel ativo na promoção da educação financeira entre os alunos.

## 2.2. CONCEITOS E DEFINIÇÕES DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA

O Ministério da Educação entende que educação financeira é um conjunto de conhecimentos e habilidades que envolvem temas como finanças pessoais, orçamento, planejamento, previdência social, sistema financeiro e investimentos, buscando capacitar as pessoas a tomar decisões financeiras mais conscientes e prepará-las para um futuro financeiramente mais estável, de modo a promover a compreensão das finanças e incentivar comportamentos financeiramente responsáveis.

Buscando incrementar o ensino financeiro no Brasil, criou-se estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF) com o Decreto 7397/2010, publicado no Diário Oficial de União de 22 de dezembro de 2010, que define Educação Financeira da seguinte maneira:

Educação Financeira é o processo mediante o qual os indivíduos e as sociedades melhoram a sua compreensão em relação aos conceitos e produtos financeiros, de maneira a que, com informação, formação e orientação, possam desenvolver os valores e as competências necessários para se tornarem mais conscientes das oportunidades e riscos neles envolvidos e, então, poderem fazer escolhas bem-informadas, saber onde procurar ajuda e adotar outras ações que melhorem o seu bem-estar. Assim, podem contribuir de modo mais consistente para a formação de indivíduos e sociedades responsáveis, comprometidos com o futuro (OCDE, 2005).

Ainda em se tratando compreender as nuances que circundam as definições de educação financeira, Cordeiro, Costa e Silva (2018) explicam Educação Financeira é um processo de aprendizagem ligado às finanças pessoais, que visa proporcionar à sociedade uma visão crítica sobre

o uso do dinheiro, estando relacionada ao pleno desenvolvimento da pessoa e ao seu preparo para o exercício da cidadania, conforme estabelecido na Constituição brasileira.

Sob essa ótica, entende-se que ela tem como objetivo principal capacitar as pessoas a lidar de forma mais assertiva com situações que envolvem dinheiro, tais como investimento, aposentadoria, parcelamento, endividamento, entre outros. Além disso, ela busca simplificar o entendimento das atividades financeiras e construir, a longo prazo, uma consciência diferenciada quanto ao uso do dinheiro. Dessa forma, a Educação Financeira contribui para a formação de indivíduos e sociedades responsáveis, comprometidos com o futuro, e auxilia os consumidores a orçar e gerir sua renda, poupar e investir, evitando tornarem-se vulneráveis às armadilhas impostas pelo capitalismo.

### 2.3. OS BENEFÍCIOS DA EDUCAÇÃO FINANCEIRA NO ENSINO MÉDIO

A origem do estudo das Finanças Comportamentais no contexto do ensino médio remonta aos esforços pioneiros de Kahneman e Tverski (1979), que se dedicaram a explorar como as pessoas se comportam e tomam decisões em situações de risco. Suas pesquisas revelaram um achado crucial: as pessoas tendem a sentir a frustração da perda de forma mais intensa do que o prazer de um ganho, mesmo quando essas perdas e ganhos têm o mesmo valor. Isso ressalta a importância de compreender nossas reações emocionais e psicológicas em relação ao dinheiro, uma valiosa lição para a educação financeira no ensino médio, cuja missão é compreender como esses agentes tomam suas decisões e se comportam, especialmente quando as circunstâncias envolvem algum tipo de risco.

Nesse sentido, a introdução da alfabetização econômica pode ajudar a capacitar os alunos a tomar decisões financeiras mais informadas, enfrentando os desafios econômicos com maior habilidade (SAVOIA, SAITO, SANTANA, 2007). No entanto, os obstáculos históricos enfrentados pela região, como a falta de recursos e a escassez de formação adequada de professores, podem se refletir na implementação efetiva da educação financeira. Para superar esses desafios, é preciso um compromisso com a capacitação de professores e a criação de materiais educativos adaptados à realidade local.

Além disso, a incorporação da conscientização financeira deve levar em consideração as diferentes correntes pedagógicas que influenciaram as instituições educativas da região, como o positivismo, o catolicismo e o liberalismo. Essas influências históricas podem moldar a abordagem e o conteúdo da instrução econômica, tornando-a relevante e significativa para os alunos, contribuindo para a construção de uma base mais sólida para o futuro financeiro dos alunos, ajudando a mitigar as desigualdades socioeconômicas que marcaram a história da região.

Ao fazer uma leitura de senso comum, no Brasil a realidade financeira de grande parte da população é caracterizada por um profundo desconhecimento e descontrole em relação às finanças pessoais. A falta de uma cultura de estudo sobre a vida financeira e a ausência de habilidades

para administrar o dinheiro levam a consequências prejudiciais, como o endividamento crescente e a incapacidade de planejar e realizar sonhos, mesmo para aqueles que têm uma renda considerável.

Sob essa lógica, Graciani e Silva (2020) evidenciam que a educação financeira surge como uma solução essencial para combater esse cenário de descontrole financeiro, independentemente da classe social, podendo ser a chave para o sucesso na gestão do dinheiro. Sendo capaz de oferecer aos estudantes a capacidade de delimitar e ajustar a realidade financeira de acordo com o poder de compra e o perfil de cada indivíduo.

Dentro dos lares brasileiros, o tema do dinheiro frequentemente só é abordado em momentos de crise financeira, quando se torna necessário realizar cortes drásticos no orçamento, muitas vezes afetando até mesmo itens básicos de sobrevivência. Essa abordagem reativa demonstra a falta de estudo e planejamento para evitar o agravamento da situação financeira, criando uma ideia equivocada sobre as finanças. Ademais, Graciani e Silva (2020) ainda explicam que a educação financeira não é apenas sobre economizar dinheiro por economizar, mas ainda envolver o entendimento abrangente de como lidar com o dinheiro em todas as áreas da vida, visando um equilíbrio financeiro que afeta diretamente o convívio social, a vida familiar e até o bem-estar psicológico do indivíduo. Sendo preciso ainda entender que ela não está vinculada ao poder aquisitivo, mas sim ao conhecimento e à consciência financeira. Muitas vezes, as pessoas com boa renda não sabem como administrá-la adequadamente, enquanto outras, com recursos limitados, conseguem administrar suas finanças de forma eficaz.

Outrossim, é importante notar que a educação financeira não é um conceito novo; há mais de 15 anos, organizações internacionais como a OCDE (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico) destacam sua importância. Segundo a OCDE, a educação financeira envolve a melhoria da compreensão dos conceitos financeiros, capacitando as pessoas a tomar decisões informadas e conscientes sobre seu dinheiro.

Na mesma linha de raciocínio, Scapin e Kamphorst (2012) demonstram que para implementar uma educação financeira eficaz nas escolas, é fundamental estabelecer objetivos financeiros, controlar gastos, buscar maneiras de aumentar a renda e, finalmente, investir, sendo o controle dos gastos é um ponto crucial, e ferramentas como planilhas de Excel podem ajudar a entender para onde o dinheiro está indo. Ou seja, a educação financeira não se limita a economizar, cortar gastos e acumular dinheiro, indo além da Matemática Financeira, visando proporcionar qualidade de vida no presente e segurança para o futuro.

Modernell (2011) reforça que a Educação Financeira promove hábitos financeiros saudáveis, como pesquisar preços, controlar despesas e evitar dívidas, proporcionando tranquilidade e segurança. Indicando ainda que o consumo consciente ajuda a equilibrar prazeres no presente e segurança financeira no futuro. A Educação Financeira é essencial para todas as camadas sociais,

proporcionando controle do orçamento, disciplina e conhecimento para melhorar a situação econômica.

O processo de corte de gastos, embora desafiador, é necessário para atingir metas financeiras maiores. Com economias sólidas, a etapa da multiplicação dos recursos financeiros se torna viável. Nesse estágio, é importante entender os tipos de investimentos, seus retornos e prazos, de modo a garantir segurança e crescimento financeiro.

Em suma, a educação financeira é um elemento-chave para melhorar a qualidade de vida das pessoas e garantir segurança financeira em momentos críticos. Ela envolve o desenvolvimento de habilidades e conhecimentos necessários para tomar decisões financeiras conscientes, equilibrar as finanças e atingir objetivos financeiros. Com a devida educação financeira, o descontrole financeiro pode ser evitado, e o dinheiro se torna uma ferramenta para construir um futuro mais estável e próspero.

Em outras palavras, as problemáticas da educação no Brasil têm raízes profundas, e a falta de uma educação pública de qualidade tem sido uma constante desde os primórdios da nação. A exemplo disso, as questões enfrentadas no ensino no Recôncavo da Bahia são aspectos cruciais que permearam a trajetória educacional da região. A desigualdade social e econômica tem sido uma primeira faceta da escassez educacional que afetou a oferta de educação na região, com crianças de famílias mais abastadas tendo mais chances de receber uma educação de qualidade, enquanto as famílias mais carentes enfrentam dificuldades no acesso igualitário à educação. No entanto, a educação financeira pode desempenhar um papel importante na superação dessas desigualdades socioeconômicas e desafios históricos, sendo uma ferramenta essencial para capacitar os alunos a tomar decisões financeiras mais informadas, enfrentando os desafios econômicos com maior habilidade, contribuindo para a construção de uma base sólida para o futuro financeiro dos alunos e ajuda a mitigar as desigualdades socioeconômicas que marcaram a história da região.

Conclui-se, portanto, que a Educação Financeira, além de seu papel crucial na formação de cidadãos financeiramente conscientes e responsáveis, deve ser considerada como parte integrante do currículo escolar nas escolas do Recôncavo da Bahia. É uma ferramenta vital para promover o equilíbrio econômico e social na região, capacitando os alunos a enfrentar os desafios financeiros do presente e do futuro. Sua implementação eficaz requer um esforço conjunto de educadores, gestores escolares e autoridades públicas, que devem reconhecer a importância de fornecer aos alunos as ferramentas necessárias para uma vida financeira saudável e próspera.

# METODOLIGIA

O presente artigo se trata de um estudo de caso realizado em uma turma do 2º ano do ensino médio. De acordo com Pereira; Godoy; Terçariol (2009, p. 425) “O Estudo de Caso baseia-se em várias fontes de evidências e, como qualquer outra estratégia de pesquisa, apoia-se nas proposições teóricas pré-estabelecidas para conduzir a coleta e a análise dos dados”.

A pesquisa teve uma abordagem mista, que envolve a coleta e análise de forma qualitativa e quantitativa, de acordo com Ferreira, Barbieri, Almeida, Winckler (2020, p. 3) Os métodos mistos de pesquisa são definidos como um processo de recolhimento, análise e “mistura” de dados quantitativos e qualitativos durante determinado estágio da pesquisa em um único estudo.

Para atingir os objetivos propostos, foi realizada uma pesquisa de campo, utilizando como método o estudo de caso. Selecionou-se uma escola no Recôncavo Baiano (Colégio Adventista da Bahia) que implementou em agosto de 2021 o programa de educação financeira em sua grade curricular. Foram aplicados questionários para os alunos do 2º ano (turma A) do ensino médio após a implementação do programa, a fim de avaliar a percepção dos alunos sobre a importância da educação financeira e identificar possíveis mudanças em seu comportamento financeiro.

A turma do 2º ano A tem 40 alunos. Foi disponibilizado para todos os alunos responderem. Apesar do convite, lembrete e insistência para a resposta, apenas 11 alunos responderam ao questionário; por conseguinte, os dados coletados foram analisados quantitativamente e qualitativamente, tabulados e dispostos na seção dos resultados desse trabalho. A coleta de dados foi realizada em agosto de 2023.

Foi utilizado o google forms como plataforma de pesquisa. A tabulação e gráficos foram gerados por esta plataforma.

## 4. ANÁLISE DE RESULTADOS

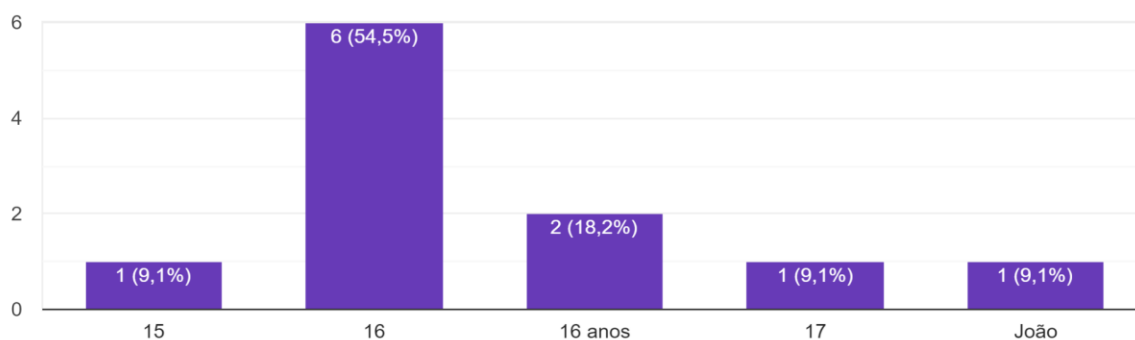
A seguir apresentamos algumas informações a partir dos dados contidos nos questionários aplicados junto aos alunos do 2º ano do ensino médio.

A primeira resposta ao questionário apresenta a distribuição dos entrevistados em termos de gênero, com duas categorias: feminino e masculino. De acordo com os dados apresentados, 54,5% das pessoas entrevistadas se identificaram como femininas, enquanto 45,5% se identificaram como masculina.

Gráfico 1 - Idade dos respondentes.

Idade

11 respostas

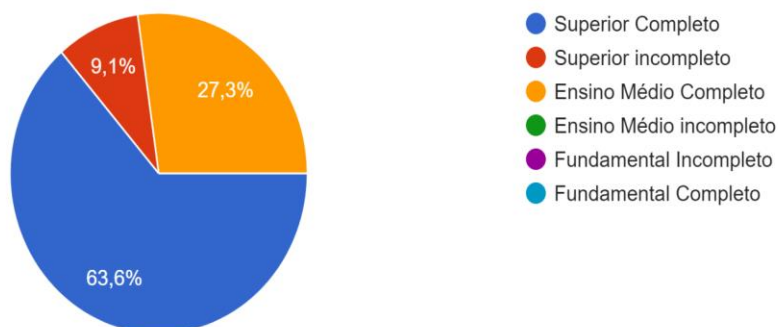


FONTE: Dados da pesquisa, 2023

Gráfico 2 - Escolaridade da mãe.

Escolaridade da Mãe

11 respostas



FONTE: Dados da pesquisa, 2023

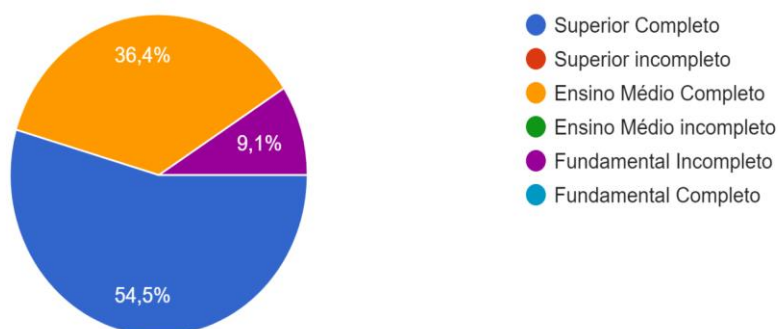
O gráfico 2 apresenta que a maioria das mães (63,6%) possuem a escolaridade de nível superior completo. Somando a isto os que tem incompleto, passa dos 70%, um número significativo.



Gráfico 3 - Escolaridade do pai.

Escolaridade do Pai

11 respostas



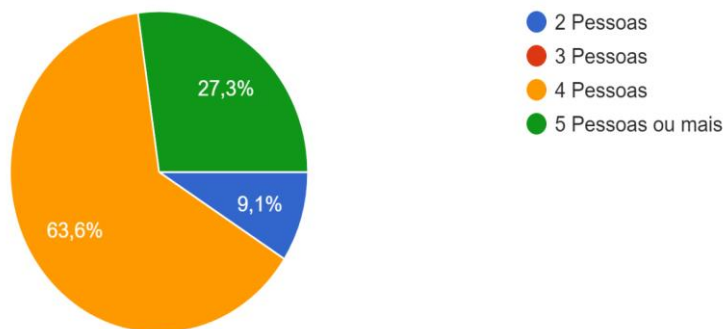
FONTE: Dados da pesquisa, 2023

O gráfico 3 apresenta que a maioria dos pais (54,5%) possuem escolaridade de nível superior completo. O que é considerado alto, pois de acordo com o IBGE, no Brasil a porcentagem de pessoas com nível superior é de 19,2%.

Gráfico 4 - Quantidade de membros na família.

Quantidade de membros na Família

11 respostas



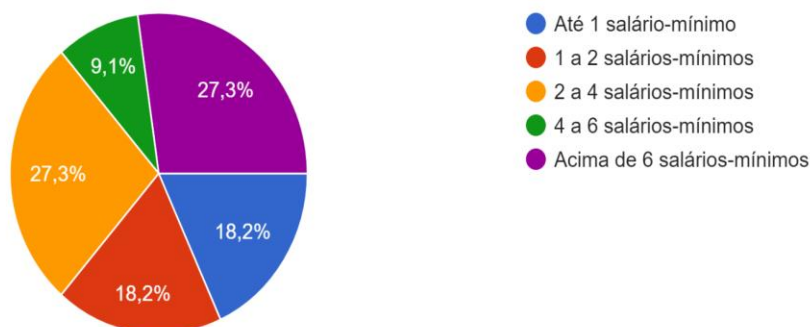
FONTE: Dados da pesquisa, 2023

O gráfico 4 demonstra que 90,9% dos alunos possuem 4 ou mais membros familiares.

Gráfico 5 - Renda familiar.

Renda familiar

11 respostas



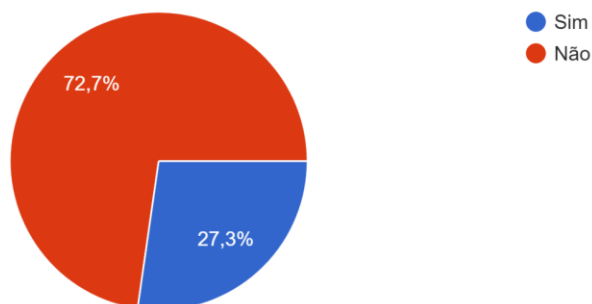
FONTE: Dados da pesquisa, 2023

O gráfico 5 mostra que 54,6% dos alunos possuem renda familiar acima de 2 salários-mínimos. A renda mensal média no Brasil conforme os dados da Pnad Contínua - Rendimento de todas as fontes do IBGE mostra que a base da pirâmide é relativamente homogênea — 90% dos brasileiros têm renda inferior a R\$ 3,5 mil por mês (R\$ 3.422,00) e 70% ganham até dois salários mínimos.

Gráfico 6 - Participação dos alunos em aulas de educação financeira.

Antes de estudar no CAB, você já havia participado de aulas de educação financeira oferecido por outro colégio?

11 respostas



FONTE: Dados da pesquisa, 2023

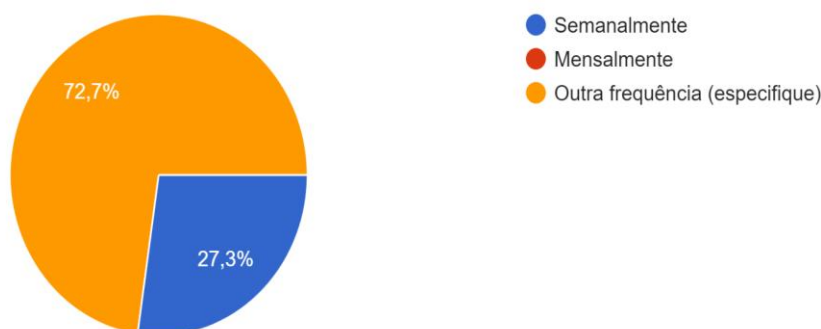
Esses dados indicam que a grande maioria dos alunos (72,7%) nunca participou de aulas de educação financeira em outro colégio, o que pode ser um indicativo da falta de importância dada ao assunto nas escolas. Enfatizando a importância da educação financeira nas escolas a autora Kern (2009, p.12) salienta que:

“Nos currículos, temos uma infinidade de conteúdos que precisamos ensinar aos nossos jovens, mas poucas escolas, ou quase nenhuma, contemplam em seu plano de estudos sobre Educação Financeira. A escola precisa trabalhar com temas que auxiliem o futuro cidadão a conhecer e gerenciar suas necessidades cotidianas. Demo (2003, p,17) ressalta “o que se aprende na escola deve aparecer na vida”. Nossos jovens passam onze anos (agora serão doze) de sua jornada de estudantes tendo que aprender conteúdos de disciplinas como História, Geografia, Química, Matemática e todas as demais pertinentes à série de ensino, sem que se faça uma relação dos temas tratados com o contexto em que vive o aluno” (Kern, 2009, p. 12).

### Gráfico 7 - Participação em outros programas de educação financeira.

Se você participou de outros programas de educação financeira, qual foi a frequência das aulas?

11 respostas



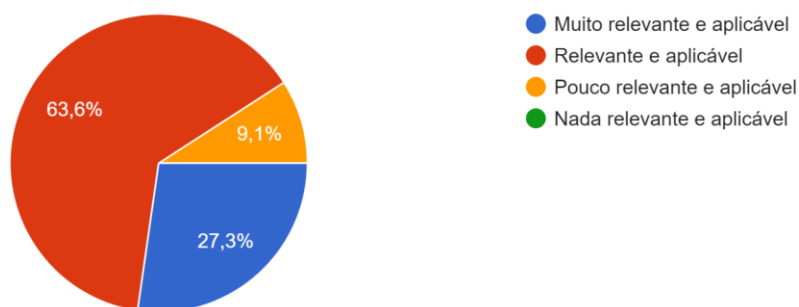
FONTE: Dados da pesquisa, 2023

A partir dos dados apresentados no gráfico 7, pode-se observar que apenas 27,3% dos alunos já haviam participado de aulas de educação financeira.

### Gráfico 8 - Como os alunos avaliam o conteúdo de educação financeira

Como você avalia o conteúdo de educação financeira em termos de sua relevância e aplicabilidade para a vida cotidiana?

11 respostas

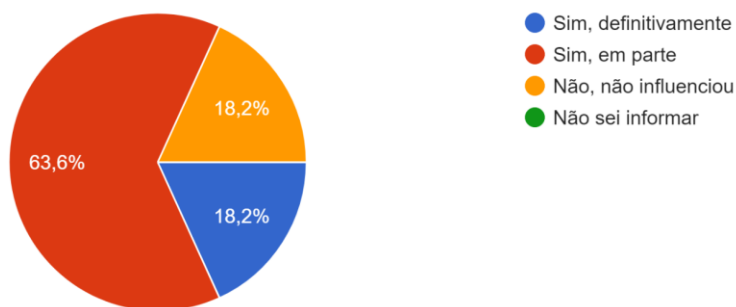


FONTE: Dados da pesquisa, 2023

Os dados apresentados no gráfico 8 mostram que a maioria dos alunos (63,6%) avaliou o conteúdo de educação financeira como relevante e aplicável para a vida cotidiana.

### Gráfico 9 - influência da educação financeira

Você acredita que o conteúdo de educação financeira tenha influenciado positivamente sua compreensão sobre conceitos financeiros, como orç...poupança, investimentos, dívidas, entre outros?  
11 respostas

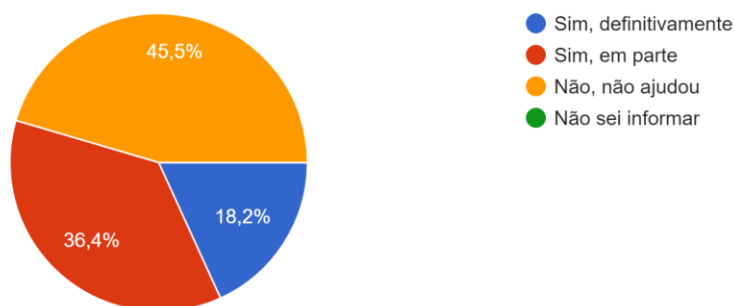


FONTE: Dados da pesquisa, 2023

O gráfico 9 mostra que 81,8% dos alunos acreditam que o conteúdo de educação financeira influenciou positivamente sua compreensão sobre conceitos financeiros. Os dados comprovam o que foi dito por Cordeiro; Costa; Da Silva (2018, p. 66) “O programa Educação Financeira nas Escolas é uma ação relevante e estratégica para toda a sociedade brasileira, contribuindo para o desenvolvimento da cultura de planejamento, prevenção, poupança, investimento e consumo consciente ao inserir a EF na formação dos estudantes”. Isto destaca a importância de capacitar os alunos com conhecimentos necessários para tomar decisões financeiras informadas e responsáveis ao longo de sua vida.

### Gráfico 10 - Melhora nas habilidades de tomada de decisões financeiras.

Você acredita que o conteúdo de educação financeira tenha ajudado a melhorar suas habilidades de tomada de decisões financeiras, como o planeja... consciente do dinheiro e o controle de gastos?  
11 respostas



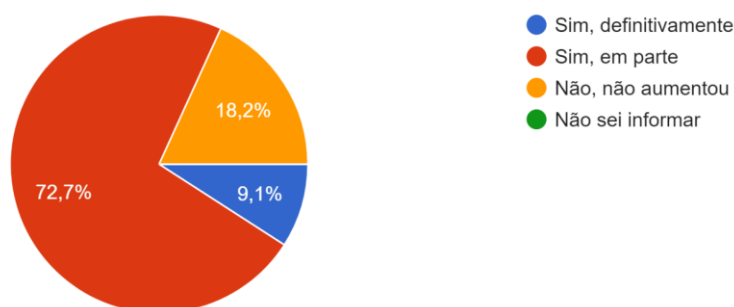
FONTE: Dados da pesquisa, 2023

O gráfico 10 revela que boa parte dos alunos (54,5%) acredita que o conteúdo de educação financeira sim definitivamente ou em parte ajudou a melhorar suas habilidades de tomada de decisões financeiras.

### Gráfico 11-Aumento da confiança.

Você sente que o conteúdo de educação financeira aumentou sua confiança em lidar com questões financeiras na sua vida cotidiana?

11 respostas



FONTE: Dados da pesquisa, 2023

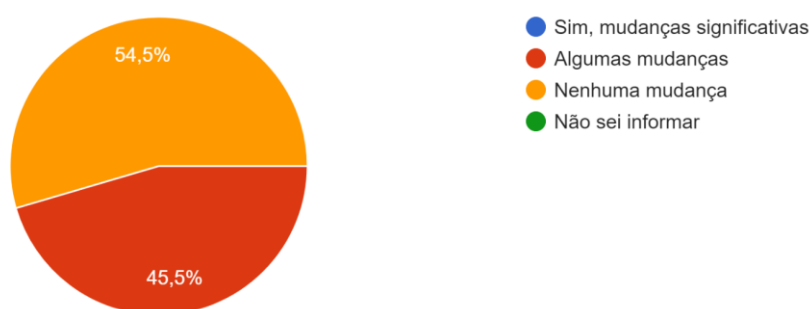
De acordo com o gráfico 11, 90,9% dos alunos disseram que sim, definitivamente ou em parte que o conteúdo de educação financeira aumentou sua confiança em lidar com questões financeiras na sua vida cotidiana.

O conhecimento sobre educação financeira é fundamental no mundo atual, como afirmam Mavlutova; Sarnovics; Armbruster (2015, p. 161). “O conhecimento financeiro é, especialmente, importante em tempos, nos quais os produtos financeiros estão cada vez mais facilmente disponíveis para a população e, nas últimas décadas, os serviços financeiros têm se tornando mais compreensíveis”.

### Gráfico 12 - Mudança dos hábitos

Você notou alguma mudança em seus hábitos de consumo ou de gastos após participar das aulas de educação financeira?

11 respostas



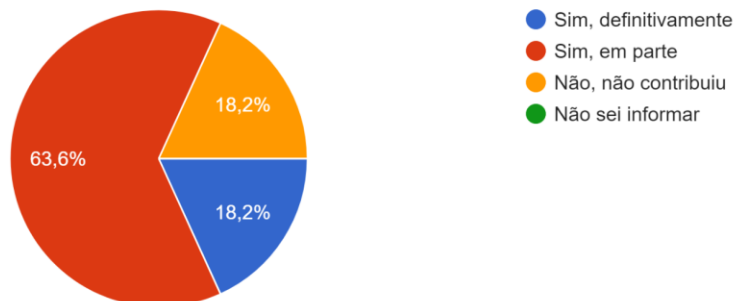
FONTE: Dados da pesquisa, 2023

A partir dos dados apresentados no gráfico 12, é possível perceber que 45,5% dos alunos notaram mudanças em seus hábitos de consumo.

### Gráfico 13 - Contribuição do conteúdo.

Você sente que o conteúdo de educação financeira contribui/contribuiu para o desenvolvimento de uma atitude mais responsável e consciente em relação ao dinheiro e às finanças pessoais?

11 respostas



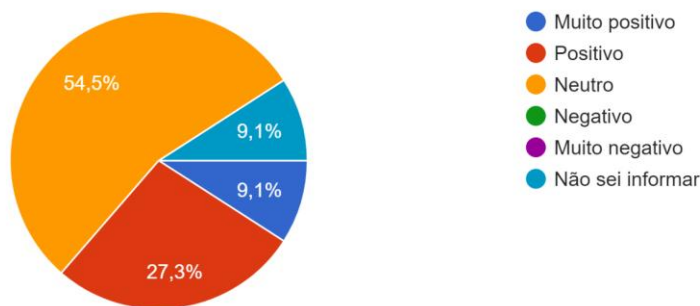
FONTE: Dados da pesquisa, 2023

A análise dos dados do gráfico 13 revela que a maioria dos alunos (81,8%) sentem que o conteúdo de educação financeira contribuiu para o desenvolvimento de uma atitude mais responsável e consciente em relação ao dinheiro e às finanças pessoais.

### Gráfico 14 - Impacto do conteúdo de educação financeira.

Como você avalia o impacto do conteúdo de educação financeira na sua vida financeira atual?

11 respostas



FONTE: Dados da pesquisa, 2023

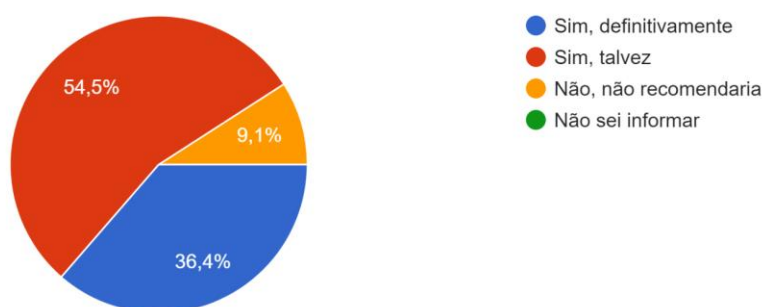
Considerando a análise do gráfico, pode-se observar que 36,4% dos alunos avaliaram o impacto do conteúdo de educação financeira na sua vida atual como positivo ou muito positivo.

Como aponta Vieira (2022 p.10) “a educação financeira pode contribuir de modo mais consistente para a formação de indivíduos e sociedades responsáveis, comprometidos com o futuro”.

## Gráfico 15 - recomendação do conteúdo de educação financeira

Você recomendaria o conteúdo de educação financeira do colégio para outros estudantes?

11 respostas



FONTE: Dados da pesquisa, 2023

De acordo com a análise dos dados do gráfico 15, a maioria dos alunos (90,9%) recomendaria o conteúdo de educação financeira do colégio para outros estudantes.

Os dados indicam que os alunos aprenderam a aprender sobre finanças na escola. Mesmo para aqueles sem experiência anterior nesse assunto, os resultados sugerem que esse aprendizado é benéfico. A maioria dos estudantes percebe que isso os ajuda a tomar decisões financeiras melhores, influenciando positivamente suas escolhas de gastos. Quase todos os participantes recomendaria que outros colegas também aprendessem sobre finanças. Essas descobertas destacam a relevância de incluir educação financeira no currículo escolar, proporcionando aos alunos as habilidades necessárias para uma gestão financeira mais sólida no futuro.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo se concentrou na relevância da educação financeira para estudantes do ensino médio e seu impacto nas finanças pessoais desses jovens. Para tanto, a contribuição teórica-acadêmica reside na apresentação de um estudo de caso que avaliou a implementação de um programa de educação financeira em uma escola no Recôncavo Baiano, com o intuito de identificar alterações no comportamento financeiro dos alunos e avaliar a percepção deles sobre a importância da educação financeira.

Os objetivos específicos foram alcançados com sucesso, uma vez que é possível constatar melhorias no comportamento financeiro dos alunos após a implementação do programa de educação financeira, além de confirmar que os alunos reconhecem a importância desse tipo de formação. Além disso, coletamos dados quantitativos e qualitativos que podem ser úteis para avaliar a eficácia do

programa e identificar oportunidades de aprimoramento para futuras implementações. Desse modo, os resultados sugerem que a introdução do programa de educação financeira teve um impacto positivo na vida econômica dos alunos, com a maioria deles relatando melhorias em seu comportamento financeiro e uma maior conscientização sobre suas finanças pessoais. Ademais, os estudantes também reconhecem a importância contínua da educação financeira e apoiam a manutenção desse programa na grade curricular da escola.

Os instrumentos de coleta de dados utilizados neste estudo foram questionários aplicados aos alunos do 2º ano do ensino médio do Colégio Adventista da Bahia. Esses questionários foram analisados tanto quantitativamente quanto qualitativamente, possibilitando a obtenção de dados precisos e a identificação de tendências e padrões.

É importante reafirmar, por fim, que a hipótese de que a implementação do programa de educação financeira teria um impacto positivo na vida financeira dos alunos foi confirmada pelos resultados da pesquisa. O problema de pesquisa, que questionava como a implementação do programa de educação financeira influenciou a vida financeira dos alunos do 2º ano do ensino médio do Colégio Adventista da Bahia, foi respondido com base nos resultados da pesquisa.

Este estudo apresenta algumas limitações. A pesquisa foi conduzida em uma única escola no Recôncavo Baiano, envolvendo apenas uma turma do 2º ano do ensino médio. Portanto, os achados podem não ser generalizáveis para outras instituições educacionais ou níveis de ensino. Além disso, a amostra de participantes foi reduzida, com apenas 27,5% dos alunos respondendo o questionário.

## REFERÊNCIAS

BONSUCESSO, Ana Carolina N. Cardoso; SILVA, Caroline Ribeiro; PAIXÃO, Leticia Souza da; LIMA, Solyane Silveira. **A EDUCAÇÃO BÁSICA NO RECÔNCAVO BAIANO: análises, perspectivas e desafios sob um olhar docente**. V encontro estadual do ensino da história - UNEB. Eunápolis, BA, 2019.

CORDEIRO, Nilton José Neves; COSTA, Manoel Guto Vasconcelos; SILVA, Marcio Nascimento da. **Educação Financeira no Brasil: uma perspectiva panorâmica**. *Ensino da Matemática em Debate* (ISSN: 2358 - 4122), São Paulo, v. 5, n. 1, p. 69 – 84, 2018.

GRACIANI, Carollini Silva Thomaz; SILVA, Leonardo Dias da. **EDUCAÇÃO FINANCEIRA NAS ESCOLAS COMO INSTRUMENTO DE CONSCIÊNCIA SOCIAL PARA ADOLESCENTES**. VII Congresso Nacional de Educação - Educação como (re)existência: mudanças, conscientização e conhecimentos. Centro Cultural de Exposições Ruth Cardoso, Maceió - AL, 2020.

KAHNEMAN, Daniel, TVERSKI, Amos. **Prospect Theory: an analysis of decision under risk**. *Econometrica - Journal of The Econometric Society*, v. 47, n. 2, p. 263-291, Mar. 1979

KERN, Denise Teresinha Brandão. **Uma reflexão sobre a importância de inclusão de Educação**



**Financeira na escola pública.** 2009. Dissertação (Mestrado) – Curso de Ensino de Ciências Exatas, Universidade do Vale do Taquari - Univates, Lajeado, 23 jun. 2009. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10737/87>

LIMA, Solyane Silveira. **HISTÓRIA DAS INSTITUIÇÕES EDUCATIVAS NO RECÔNCAVO DA BAHIA (1891-1980).** ANPUH - Brasil. 30º Simpósio Nacional de História. Recife, 2019.

MAVLUTOVA, I.; SARNOVICS, A.; ARMBRUSTER, C. **Financial literacy of young generation in changing european environment: evidence from germany and latvia.** Anais do Management, Knowledge and Learning, Bari, Italy, 2015.

MODERNELL, Álvaro. **Afinal, o que é educação financeira?.** 2011. Disponível em <<https://ucho.info/2011/09/08/afinal-o-que-e-educacao-financeira/>> Acesso em: 23 out. 2023, às 11:34.

ORGANIZAÇÃO DE COOPERAÇÃO E DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO - OCDE. **Recommendation on Principles and Good Practices for Financial Education and Awareness,** 2005. Disponível em: <<http://www.oecd.org/finance/financial-education/35108560.pdf>> Acesso em: 06. nov. 2023.

PEREIRA, Laís de Toledo Krücken; GODOY, Dalva Maria Alves; TERÇARIOL, Denise. **Estudo de caso como procedimento de pesquisa científica: reflexão a partir da clínica fonoaudiológica.** Psicologia: Reflexão e crítica, v. 22, p. 422-429, 2009.

SAVOIA, José Roberto Ferreira; SAITO, André Taue; SANTANA, Flávia de Angelis. **Paradigmas da educação financeira no Brasil.** Rev. Adm. Pública 41 (6) • Dez 2007.

SCAPIN, Julia; KAMPSORST, Carmo Henrique. **EDUCAÇÃO FINANCEIRA E SUA IMPORTÂNCIA NO ENSINO.** IV Jornada Nacional de Educação Matemática/ XVII Jornada Regional de Educação Matemática. Universidade de Passo Fundo, Passo Fundo - RS, 2012.

SILVA, A. M.; POWELL, A. B. **Um programa de educação financeira para a matemática escolar da educação básica.** In: Encontro Nacional de Educação Matemática, 11, Curitiba - PR Anais....Curitiba, PR, PUCPR, 2013.

VIEIRA, Pabline Martins. **O impacto da educação financeira no comportamento dos jovens brasileiros.** 2022.

# CAPACIDADES DINÂMICAS E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL: UM ESTUDO DE CASO EM UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR.

**Joamerson Araujo Silva** - [joamerson.as@gmail.com](mailto:joamerson.as@gmail.com) ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-8433-5396>

Graduando em Ciências Contábeis Centro Universitário Adventista do Nordeste (UNIAENE).

Bacharel em Administração pela Faculdade Adventista da Bahia (FADBA).

Pós-graduando em Comunicação e Marketing digital pela Faculdade do Líbano.

**Marcos Silva Santos** - [marcos\\_adventos@hotmail.com](mailto:marcos_adventos@hotmail.com) ORCID - <https://orcid.org/0009-0009-6236-0769>.

Bacharel em Administração. Faculdade Adventista da Bahia (FADBA).

**Jó Santos da Silva** - [jo\\_santos@live.com](mailto:jo_santos@live.com)

Mestre em Administração. Universidade Católica de Salvador (UNIFACS). Docente do Centro Universitário Adventista de Ensino do Nordeste (UNIAENE)

**Társila do Carmo Santos Silva** - [tarsilcarmo@gmail.com](mailto:tarsilcarmo@gmail.com) ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-7530-6075>

Graduanda em Administração Centro Universitário Adventista do Nordeste (UNIAENE).

Graduanda em Jornalismo Centro Universitário Adventista de São Paulo (UNASP)

**Sara Ellen Lima Leal** - [saraleal1116@gmail.com](mailto:saraleal1116@gmail.com) ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-3472-4594>

Graduanda em Psicologia Centro Universitário Adventista de Ensino do Nordeste (UNIAENE).

Graduanda em Jornalismo Universidade Estácio de Sá.

**Resumo:** O presente estudo adotou uma abordagem metodológica básica e descritiva, concentrando-se na coleta de dados quantitativos com arcabouço otimizado de informações. Com o objetivo de ampliar o conhecimento sobre capacidades dinâmicas e transformação digital em uma Instituição de Ensino Superior (IES), fundamentou-se em um referencial teórico destacando capacidades adaptativas, absorptivas e inovativas. A metodologia desenvolveu-se por meio de uma revisão bibliográfica embasada em teses, dissertações e artigos científicos. Adicionalmente, o estudo incorporou uma abordagem empírica quantitativa, aplicando 35 questionários aos membros nos níveis organizacionais, visando compreender o objeto de estudo na área educacional. Os resultados destacaram a "Capacidade Inovativa" como a mais proeminente na IES, com eficiência tecnológica e uso de plataformas digitais para inovação, elementos-chave na estratégia de transformação digital da instituição. Essas descobertas contribuem para a compreensão das capacidades dinâmicas e fornecem insights valiosos para gestores e pesquisadores.

**Palavras Chave:** Capacidade Dinâmica. Transformação Digital. Inovação.

**Abstract:** The present study adopted a basic and descriptive methodological approach, focusing on the collection of quantitative data within an optimized information framework. Aiming to expand the knowledge of dynamic capabilities and digital transformation in a Higher Education Institution (HEI), it was grounded in a theoretical framework emphasizing adaptive, absorptive, and innovative capabilities. The methodology was developed through a literature review based on theses, dissertations, and scientific articles. Additionally, the study incorporated a quantitative

empirical approach, applying 35 questionnaires to members at the institutional, tactical, and operational levels, aiming to understand the subject of study in the educational field. The results highlighted "Innovative Capability" as the most prominent in the HEI, with technological efficiency and the use of digital platforms for innovation identified as key elements in the institution's digital transformation strategy. These findings contribute to the understanding of dynamic capabilities and provide valuable insights for managers and researchers.

**Keywords:** Dynamic Capability. Digital Transformation. Innovation.

# INTRODUÇÃO

No cenário atual de rápidas mudanças tecnológicas, as organizações enfrentam riscos crescentes de comprometer suas capacidades. Adaptar-se e realinhar-se tornou-se essencial para conquistar vantagens competitivas. As mudanças organizacionais e os desafios da tecnologia digital, que podem dificultar a reação eficaz e rápida, são cruciais neste contexto. Este estudo visa explorar as capacidades dinâmicas nas organizações e como as Instituições de Ensino Superior (IES) se adaptam às demandas da transformação digital.

O problema de pesquisa que guia este estudo é: Quais são as capacidades dinâmicas mais relevantes e os principais fatores da transformação digital em uma IES? O objetivo geral é compreender as capacidades dinâmicas que mais influenciam essas instituições, bem como identificar os elementos-chave da transformação digital. Essas capacidades, expressas em rotinas e experiências, são essenciais para a organização detectar o ambiente, aproveitar oportunidades e promover mudanças.

A escolha do tema se justifica pela relação intrínseca das instituições com aspectos regulatórios e mecanismos de controle. Para investigar essa complexidade, foi adotada uma abordagem metodológica descritiva. A pesquisa inclui trinta e cinco questionários aplicados a membros de diferentes níveis organizacionais, além de uma revisão da literatura e análise de dados disponíveis online, utilizando triangulação para validar os resultados.

Os achados serão apresentados na conclusão, com sugestões para promover mudanças positivas no cenário organizacional. Este estudo espera contribuir para a literatura científica, dado o impacto significativo do tema nos resultados institucionais.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 CAPACIDADES DINÂMICAS

As capacidades dinâmicas, são as habilidades de uma empresa em integrar, construir e reconfigurar competências internas e externas em ambientes de mudança rápida, que são essenciais

para enfrentar os desafios do mercado em constante evolução. De acordo com uma definição inicial proposta por Teece et al. (1997), essas capacidades envolvem a integração, construção e reconfiguração de competências externas e internas, compostas por rotinas e processos organizacionais específicos e difíceis de imitar. Tais capacidades são fundamentadas em processos, posições e trajetórias da organização. Os processos referem-se às rotinas e práticas correntes, enquanto as posições estão relacionadas aos ativos, estrutura de governança e relações externas. Além disso, a trajetória da organização inclui o histórico de decisões e oportunidades tecnológicas e de mercado. É a combinação desses elementos que determina a essência das capacidades dinâmicas de uma empresa.

Ao longo do tempo, diversos autores propuseram diferentes definições de capacidades dinâmicas, enfatizando aspectos como inovação, reação às mudanças do ambiente e integração de recursos.

Quadro 1 - Definições de Capacidades dinâmicas

Conceito	Autores
Habilidade da firma em integrar, construir e reconfigurar competências externas e internas em ambientes de mudança rápida.	Teece et al. (1997, p. 516),
Capacidades para operar, estender, modificar ou criar capacidades comuns.	Winter (2003)
Capacidade de uma organização criar, estender ou modificar sua base de recursos propositadamente.	Helfat et al. (2007)
Capacidade em inovar mais rapidamente ou de forma melhor do que a concorrência.	Collis (1994)
Capacidades dinâmicas são aquelas que habilitam a organização a renovar suas competências-chave conforme ocorrem mudanças no ambiente operacional.	Andreeva e Chaika (2006)
Processos de ativar estruturas distribuídas de conhecimento e redes fragmentadas de procedimentos e entendimentos soltos que desenvolvem práticas mais eficientes que não são facilmente imitáveis.	Bygdas (2006)
Capacidades dinâmicas como um feixe de outras capacidades (capacidades de geração de ideias; de introdução de rupturas no mercado; e capacidades de desenvolvimento de novos produtos, serviços inovadores e novos processos).	McKelvie e Davidson (2009)

Fonte: Camargo e Meirelles (2012)

Todas essas definições ressaltam a importância da capacidade da empresa em adaptar-se, reconfigurar-se e aprender para se manter competitiva em um ambiente dinâmico. De acordo com Zollo & Winter (2002, p. 340), "uma capacidade dinâmica é 'um padrão aprendido e estável de atividade coletiva por meio da qual a organização sistematicamente gera e modifica suas rotinas operacionais buscando melhorar sua efetividade'". Essa definição destaca a importância dos processos organizacionais estáveis e repetitivos na geração e modificação das rotinas operacionais, visando à melhoria contínua da efetividade da organização.

Portanto, as capacidades dinâmicas desempenham um papel crucial no sucesso das empresas, permitindo-lhes adaptar-se, inovar e aprender continuamente diante das demandas de um mercado em constante transformação. Assim, as capacidades dinâmicas são essenciais para a existência de

uma empresa em ambientes de mudança rápida. De acordo com a abordagem inicial sobre capacidades dinâmicas proposta por Teece *et al.* (1997), essas capacidades são definidas com base na habilidade da empresa de integrar, construir e reconfigurar competências internas e externas para enfrentar ambientes em constante mudança. Nesse contexto, o autor argumenta que três capacidades fundamentais sustentam as capacidades dinâmicas: (a) a capacidade de perceber e compreender o contexto do ambiente; (b) a capacidade de identificar e aproveitar oportunidades; e (c) a capacidade de gerenciar ameaças e transformações.

Wang e Ahmed (2007) destacam a importância das habilidades que sustentam o desenvolvimento das capacidades dinâmicas, as quais são fundamentais para o sucesso das organizações em um ambiente em constante mudança. Essas habilidades são: capacidade adaptativa, capacidade absorptiva e capacidade inovativa, que serão discutidas detalhadamente a seguir.

### 2.1.1 CAPACIDADE ADAPTATIVA

Seguindo a perspectiva de Wang e Ahmed (2007), "a capacidade adaptativa é a habilidade da empresa em identificar e capitalizar as oportunidades emergentes de mercado". Nesse contexto, Cappellari (2020) complementa destacando que organizações com capacidade de adaptação não apenas identificam oportunidades, mas também aprendem de forma mais rápida, experimentam novos projetos e podem efetivamente captar oportunidades de mercado e tecnologias para o desenvolvimento e a implementação de ideias inovadoras. Portanto, a capacidade adaptativa, tanto em níveis organizacionais quanto individuais, emerge como uma qualidade valiosa, possibilitando às entidades se ajustarem a novas circunstâncias, aproveitarem oportunidades e evitarem ameaças. A abordagem de Dalacosta (2017, p. 39) reforça a importância da capacidade adaptativa ao salientar que:

“adaptar-se significa prospectar um futuro e buscar conhecimento externo para aliar os recursos internos, e consequentemente criar novos processos e rotinas para responder às mudanças ambientais, sem prejudicar a sustentabilidade organizacional. Portanto, a habilidade da capacidade de adaptação é identificar e buscar as oportunidades emergentes de mercado.”

Essa perspectiva destaca a importância não apenas da identificação de oportunidades, mas também da proatividade na busca de conhecimento externo e na reestruturação interna para enfrentar as transformações do ambiente, consolidando assim a capacidade adaptativa como uma estratégia essencial para a sustentabilidade organizacional em um cenário dinâmico.

### 2.1.2 CAPACIDADE ABSORTIVA

CA Capacidade Absortiva, conforme Cohen e Levinthal (1990), refere-se à habilidade de uma empresa em reconhecer o valor das informações provenientes de fontes externas, integrá-las e utilizá-las para inovação. Cassol et al. (2017) a definem como a competência para avaliar novos conhecimentos e adaptá-los ao contexto interno da empresa.

Em um ambiente de rápida evolução tecnológica e constante mudança, a capacidade de aprender com parceiros, clientes, fornecedores e a comunidade científica é crucial para a inovação e adaptação das empresas. Demuner Flores (2023) ressalta que a dependência exclusiva do know-how interno limita a criação de valor, destacando a importância de se engajar com fontes externas.

Além disso, Dalacosta (2017) destaca que a comunicação interna desempenha um papel fundamental na Capacidade Absortiva, facilitando a conexão entre fatores internos e externos e permitindo uma absorção mais eficaz do conhecimento externo para promover inovação e adaptação organizacional.

### 2.1.3 CAPACIDADE INOVATIVA

A capacidade de inovação, conforme definida por Djoumessi et al. (2019, p. 23), refere-se à habilidade de uma organização para institucionalizar, implementar e promover a inovação. Isso não apenas resulta em um aumento na produção de soluções inovadoras, mas também contribui para o aprimoramento do desempenho organizacional. Esta definição abrange não apenas a geração de novas ideias, mas também a capacidade de integrar efetivamente essas ideias na prática.

Como complemento a essa perspectiva, Do Nascimento Welter, Sausen e Cappellari (2018) destacam que a capacidade de inovação vai além da simples introdução de novos produtos no mercado. Na verdade, é a capacidade geral de uma empresa em identificar novos mercados para atuar. Essa capacidade é alcançada mediante a combinação estratégica de comportamentos e processos inovadores por parte dos empreendedores e gestores. Dessa forma, a inovação não é apenas um resultado, mas um processo dinâmico que exige uma abordagem holística. Froehlich e Konrath (2019) afirmam que a capacidade de inovação está intrinsecamente ligada ao alinhamento das práticas inovadoras com as estratégias organizacionais. Este processo, na maioria das vezes, ocorre de maneira deliberada, sistematizada e faz uso de um ou mais modelos para desenvolver a inovação. Esse alinhamento estratégico não apenas aumenta a eficácia da inovação, mas também a incorpora como um elemento central nas operações organizacionais.

Assim, a capacidade de inovação não é apenas um ato isolado, mas um ciclo contínuo de institucionalização, implementação, promoção e alinhamento estratégico, fundamentado na

interseção entre criatividade, estratégia e práticas organizacionais.

## 2.2 TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

A transformação digital refere-se a uma mudança fundamental nas organizações, impulsionada pela adoção de tecnologias digitais (Matkovic, 2018). Esse conceito tem atraído significativa atenção acadêmica e profissional (Morakanyane, 2017; Kutzner, 2018), mas carece de uma definição consensual, sendo frequentemente confundido com a digitalização (Legner, 2017; Osmundsen, 2018). A necessidade de adaptação dos modelos de negócio para atender às demandas dos clientes é um desafio central desse processo (Herriette, 2015).

As transformações digitais impactam os modelos de negócio, exigindo decisões estratégicas sobre modelos a serem adotados, treinamento de colaboradores, reformulação de processos e estratégias de marketing (Kutzner, 2018; Spear, 2019). Essas mudanças resultam em melhorias significativas no desempenho organizacional, experiência do cliente, otimização de processos e vantagem competitiva (Schallmo & Williams, 2018).

Além disso, o impacto no relacionamento com os clientes é crucial, proporcionando feedbacks em tempo real e permitindo ajustes ágeis em um ambiente de negócios dinâmico (Sahu et al., 2018; Gurbaxani & Dunkle, 2018). A automatização dos processos operacionais também é um aspecto-chave, facilitando o trabalho remoto, a comunicação em tempo real e a colaboração, promovendo maior eficiência e autonomia organizacional (Westerman et al., 2011).

## METODOLOGIA

Este estudo adotou uma abordagem metodológica básica e descritiva, com foco na coleta de dados quantitativos para explorar um fenômeno específico e identificar ferramentas capazes de gerar informações em tempo real. Foram aplicados 35 questionários a membros dos níveis organizacionais institucional, tático e operacional.

A revisão bibliográfica embasou-se em teses, dissertações e artigos científicos especializados. Os questionários estruturados forneceram dados quantitativos de uma amostra não probabilística, composta por profissionais dos departamentos de Marketing, Comercial e Central de Atendimento.

Os dados foram analisados no software SPSS, utilizando técnicas de análise descritiva, média e desvio padrão para identificar tendências e padrões. A metodologia também incluiu um estudo de caso, seguindo Mendonça (2014), para investigar detalhadamente a gestão administrativa em sistemas integrados.

Embora a amostra não probabilística limite a generalização dos resultados, a abordagem

adotada oferece uma compreensão abrangente do tema e insights valiosos para a gestão administrativa em sistemas integrados.

#### 4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nesta seção, apresentamos a análise dos resultados obtidos na investigação das capacidades dinâmicas relevantes para a Instituição de Ensino Superior (IES) e os componentes da transformação digital que se destacam. A pesquisa buscou identificar qual capacidade demonstra maior relevância e uma compreensão mais aprofundada sobre como esses elementos impulsionam a evolução digital na instituição educacional.

#### 5. CAPACIDADES DINÂMICAS

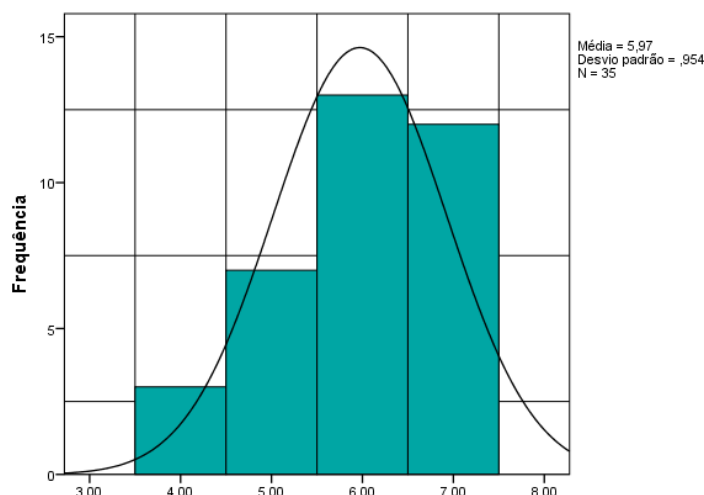
Quadro 1 - Capacidade absorptiva (CABS)

DAS CAPACIDADES DINAMICAS				
	CÓDIGO	FATORES	MÉDIA	DESVIO PADRÃO
	CABS1	Em nossa organização há um forte foco na habilidade de funcionários e voluntários para os planos de longo prazo?	5,31	1,231
	CABS2	Em nossa organização somos capazes de identificar e adquirir conhecimentos interno e externo?	5,83	1,043
	CABS3	Em nossa organização temos as habilidades necessárias para colocar em prática os novos conhecimentos adquiridos?	5,80	1,158
	CABS4	Em nossa organização temos competências para usar os novos conhecimentos adquirido?	5,97	0,954
	CABS5	Em nossa organização temos habilidades para identificar, valorizar e incorporar conhecimentos externos de organizações parceiras?	5,57	1,065
	CABS6	Em nossa organização temos habilidades para assimilar novas tecnologias e inovações que sejam úteis em nossos projetos e ações sociais?	5,97	0,857
	CABS7	Em nossa organização conseguimos aplicar com sucesso conhecimentos e informações, tanto externos como internos, em novos projetos e ou atuações sociais?	5,80	1,052
	CABS8	Em nossa organização efetivamente utilizamos conhecimento em novos produtos e ou serviços sociais?	5,74	1,336

Fonte: Dados da pesquisa (2023)

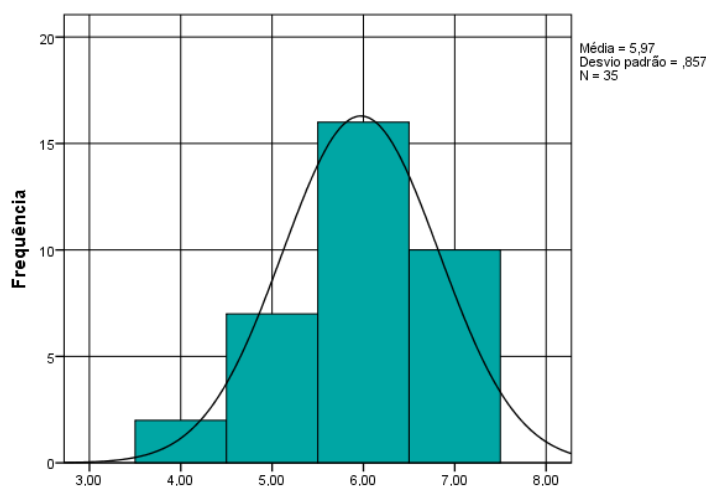


Gráfico 1 - Competências para usar os novos conhecimentos



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Gráfico 2 - Habilidades para assimilar novas tecnologias e inovações que sejam úteis em nossos projetos e ações sociais.



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

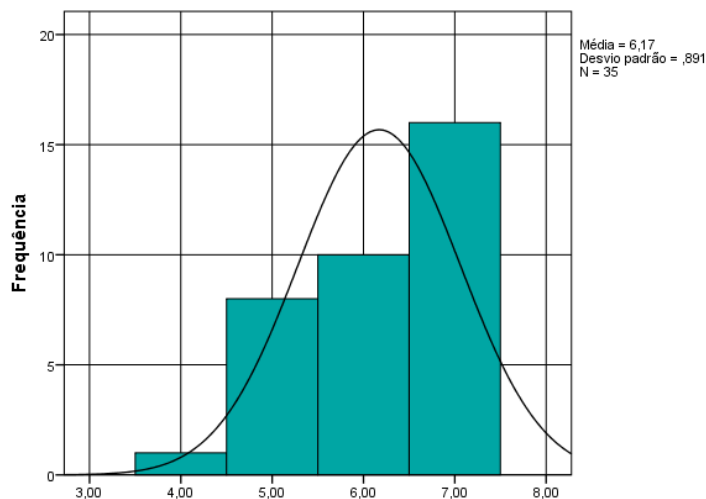
As dimensões **CABS4** e **CABS6** emergem como notáveis elementos na análise, apresentando as mais elevadas médias, ambas registrando 5,97. Além disso, os índices de desvio padrão, 0,954 e 0,857, indicam o quão próximas as respostas dos participantes estão da média, sugerindo uma concordância consistente. Isso aponta para uma sólida capacidade da organização em absorver e aplicar eficientemente conhecimentos, tanto de forma geral quanto especificamente relacionados a tecnologias e inovações em projetos e ações sociais.

Quadro 2 - Capacidade inovativa (CINV)

DAS CAPACIDADES DINAMICAS				
	CODIGO	FATORES	MÉDIA	DESVIO PADRÃO
	CINV1	Em nossa organização somos criativos em nossas atividades?	5,91	1,095
	CINV2	Em nossa organização procuramos novas maneiras de realizar as atividades?	6,14	1,033
	CINV3	Em nossa organização apoiamos as pessoas que tentam novas formas de realizar as atividades?	6,17	0,891
	CINV4	Em nossa organização a habilidade dos funcionários em inovar é valorizada pelos gestores?	5,74	1,291

Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Gráfico 3 – Sobre apoio às novas formas de realizar atividades



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

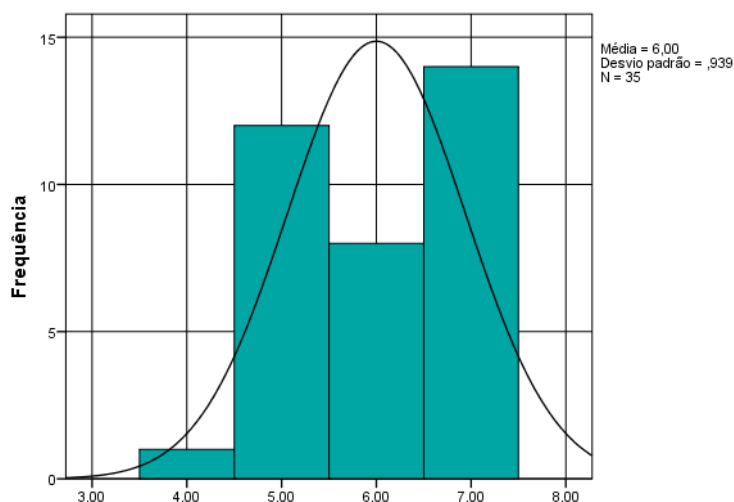
A maior força, com base nas médias fornecidas, é encontrada na dimensão **CINV3**, com média de 6,17. Isto indica uma percepção bastante positiva por parte dos funcionários em relação ao apoio ativo à inovação na organização. Além disso, o desvio padrão relativamente baixo de 0,891 sugere uma consistência notável nas respostas, reforçando a ideia de que essa dimensão é a mais robusta entre as quatro analisadas. No entanto, a capacidade de apoiar novas abordagens e formas de realizar atividades destaca-se como a maior força na cultura inovativa da organização, com potencial para impulsionar ainda mais a inovação e a criatividade entre os membros da equipe.

Quadro 3 - Capacidade adaptativa

DAS CAPACIDADES DINAMICAS				
	CODIGO	FATORES	MÉDIA	DESVIO PADRÃO
	CADAP1	Em nossa organização somos flexíveis o suficiente para responder rapidamente as mudanças em nossa área de atuação social?	5,57	1,092
	CADAP2	Em nossa organização desenvolvemos respostas rápidas às mudanças na nossa área de atuação?	5,74	0,98
	CADAP3	Em nossa organização somos capazes de reagir de acordo com as mudanças em nossa área de atuação social?	6,00	0,939
	CADAP4	Em nossa organização somos capazes de adaptar competências existentes para outras áreas de atuação social?	5,94	1,027

Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Gráfico 4 - Capacidade de reagir às mudanças para atuação social



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

A análise dos indicadores de capacidade adaptativa da organização revela que a maior força se encontra no indicador **CADAP3**, que avalia a capacidade de reação de acordo com as mudanças em sua área de atuação social. Com uma média de 6,00 e um desvio padrão relativamente baixo de 0,939, a organização é percebida como altamente capaz de se adaptar eficazmente a novas circunstâncias. Isso sugere que a cultura organizacional favorece a agilidade e eficiência na resposta a mudanças.

Quadro 4. Capacidades Dinâmicas

DAS CAPACIDADES DINAMICAS				
CAPACIDADE	CÓDIGO	FATOR	MÉDIA	DESVIO PADRÃO
ABSORTIVA	CABS4	Em nossa organização temos competências para usar os novos conhecimentos adquiridos?	5,97	0,954
	CABS6	Em nossa organização temos habilidades para assimilar novas tecnologias e inovações que sejam úteis em nossos projetos e ações sociais?	5,97	0,857
INOVATIVA	CINV3	Em nossa organização apoiamos as pessoas que tentam novas formas de realizar as atividades?	6,17	0,891
ADAPTATIVA	CADAP3	Em nossa organização somos capazes de reagir de acordo com as mudanças em nossa área de atuação social?	6,00	0,939

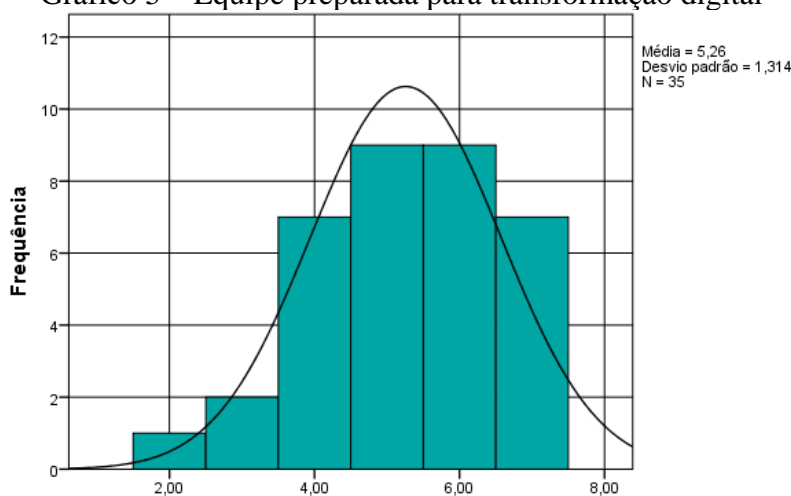
## 6. TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

Quadro 5 – Do ambiente interno

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL				
	CODIGO	FATORES	MEDIA	DESVIO PADRÃO
	TDABITN1	A nossa cultura da organização é ideal para suportar uma cultura digital?	5,23	1,516
	TDABITN2	A equipe de TI da nossa organização é vista como um fornecedor de serviços internos e trabalha em estreita parceria com aqueles que lideram nossos esforços de transformação digital?	5,26	1,314
	TDABITN3	Decisões de tecnologia (sistemas e infraestrutura) são feitas de forma colaborativa dentro da nossa organização?	5,11	1,641

Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Gráfico 5 – Equipe preparada para transformação digital



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

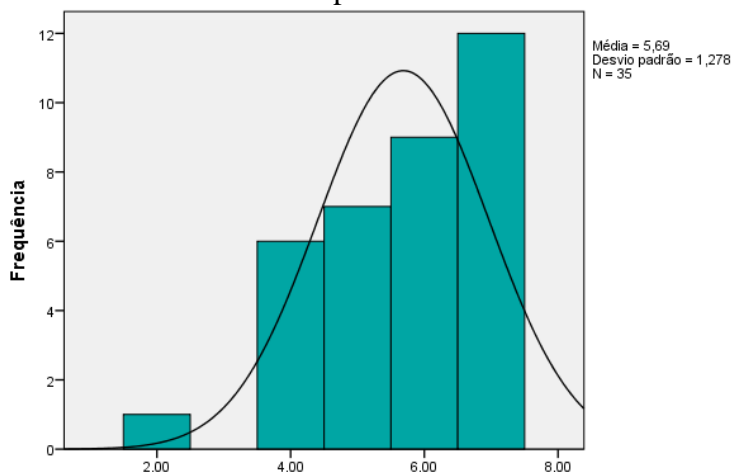
Na análise do ambiente interno, a maior força identificada é refletida em **TDABITN2**, que avalia a percepção da equipe de TI como fornecedora de serviços internos e sua colaboração com os líderes na transformação digital. Com uma média de 5,26 e um desvio padrão de 1,314, indica-se uma sólida cooperação e consistência nas respostas. Esta dimensão revela uma forte integração entre a equipe de TI e os líderes, sinalizando uma base robusta para impulsionar eficazmente os esforços de transformação digital na organização.

Quadro 6 – Da ética

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL				
	CODIGO	FATORES	MEDIA	DESVIO PADRÃO
	TDETC1	Na nossa organização existem regulamentos e políticas focadas na orientação ética para promover um serviço digital de forma justa, equitativa e confiável?	5,57	1,441
	TDETC2	Todos em nossa organização sabemos quais dados podem ou não ser compartilhados com nossos parceiros?	5,66	1,282
	TDETC3	Temos em nossa organização um procedimento de solicitação do consentimento das pessoas, que esclarece o uso dos dados fornecidos por elas?	5,69	1,278

Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Gráfico 6 – Sobre o compartilhamento correto de dados



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

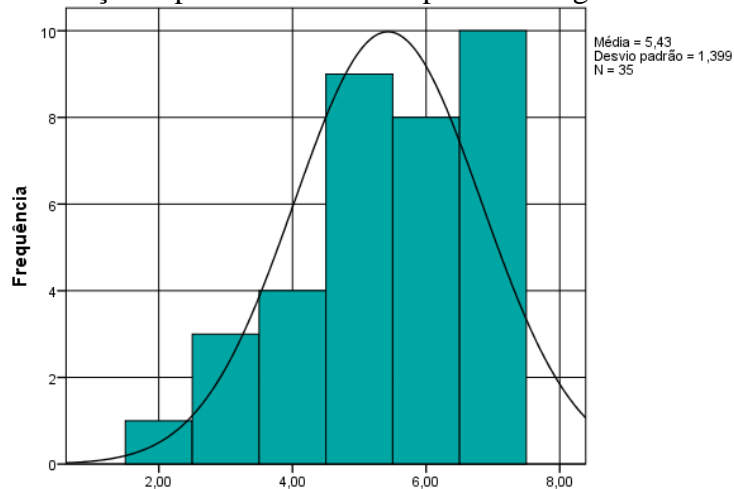
Na análise da ética na transformação digital, a maior força identificada é refletida em **TDETC3**, que investiga a existência de um procedimento de solicitação de consentimento esclarecedor sobre o uso dos dados fornecidos pelas pessoas. Com uma média de 5,69 e um desvio padrão de 1,278, indica-se uma forte prática ética na organização em relação à transparência no tratamento de dados. Esta dimensão revela uma sólida base ética, indicando que a organização possui um procedimento claro para obter o consentimento das pessoas, esclarecendo eficazmente o uso de seus dados na era da transformação digital.

Quadro 7 – Da inovação (TDINVC)

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL				
	CÓDIGO	FATORES	MÉDIA	DESVIO PADRÃO
	TDINVC1	Somos rápidos e decisivos quando se trata de novas iniciativas digitais?	5,17	1,403
	TDINVC2	Encorajamos a experimentação e compartilhamos dados <u>proativamente</u> as lições aprendidas com nossa experiência digital?	5,43	1,339
	TDINVC3	Nós incentivamos e recompensamos indivíduos e equipes por desenvolver novas ideias e experimentos digitais?	4,97	1,723

Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Gráfico 7 - Encorajamos a experimentação e compartilhamento de dados proativamente das lições aprendidas com a experiência digital



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

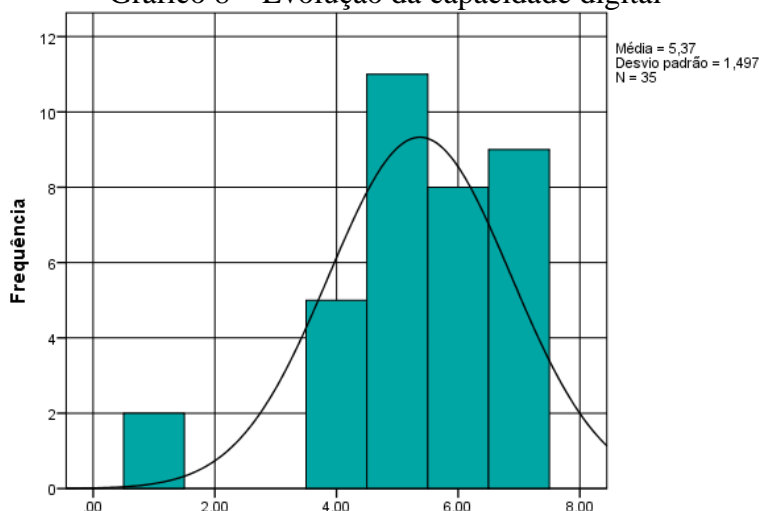
A maior força identificada na análise da inovação para a transformação digital é refletida na dimensão **TDINVC2**. Esta dimensão aborda a promoção da experimentação e o compartilhamento proativo de dados e lições aprendidas na experiência digital, com uma média de 5,43 e um desvio padrão de 1,339. Indica-se uma propensão mais consistente e positiva em relação à experimentação e ao compartilhamento de experiências digitais na organização. Este resultado sugere que a organização possui uma cultura que encoraja ativamente a inovação por meio da experimentação, facilitando a disseminação eficaz de conhecimentos adquiridos no contexto da transformação digital.

Quadro 8 – Das pessoas

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL				
CÓDIGO	FATORES	MÉDIA	DESVIO PADRÃO	
TDPSAS1	Temos claramente articulados as habilidades e talentos necessários para tornar nossas ambições digitais uma realidade na nossa organização?	5,14	1,498	
TDPSAS2	Evoluir a capacidade digital da nossa organização é um objetivo compartilhado por nossa equipe de liderança?	5,34	1,494	
TDPSAS3	Nossos líderes e gerentes têm a mesma compreensão de como a tecnologia digital está atingindo nossos negócios?	5,37	1,497	

Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Gráfico 8 – Evolução da capacidade digital



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

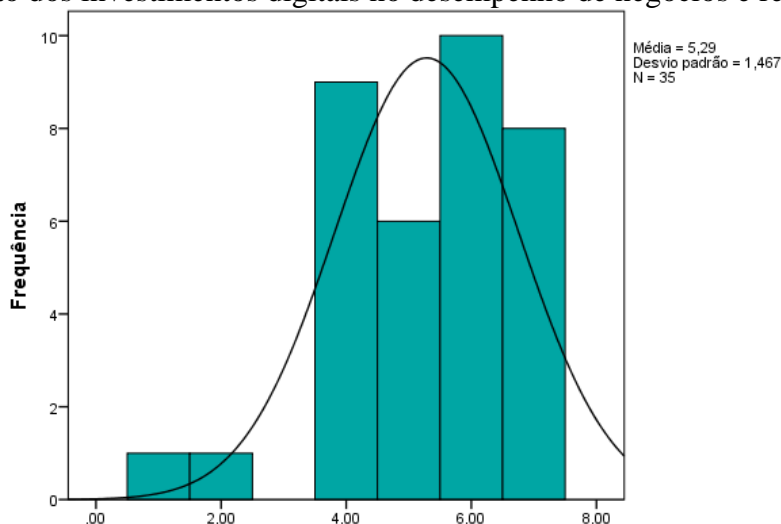
Ao considerar o desvio padrão como um indicador mais crucial na avaliação das dimensões relacionadas às pessoas na transformação digital, destaca-se a dimensão **TDPSAS2**. Com uma média de 5,34 e um desvio padrão de 1,494, a menor dispersão nas respostas dos participantes sugere uma consistência mais acentuada na percepção sobre o objetivo compartilhado de evoluir a capacidade digital da organização entre os membros da equipe de liderança. Apesar da média ligeiramente inferior em comparação com outras dimensões, a menor variabilidade nas respostas indica uma convergência mais robusta de opiniões, enfatizando a importância da evolução da capacidade digital como um objetivo unificado pela equipe de liderança na organização.

Quadro 9 – Dos recursos (TDRCSO)

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL				
	CÓDIGO	FATORES	MÉDIA	DESVIO PADRÃO
	TDRCSO1	Direcionamos recursos, orçamentos e planos de toda a organização para garantir nossa visão digital?	4,94	1,748
	TDRCSO2	Nosso desempenho nos negócios e nossos resultados financeiros podem ser associados a investimentos em iniciativas digitais?	5,29	1,467
	TDRCSO3	Adaptamos nosso ambiente de trabalho e nosso processo de recrutamento para atrair pessoas que apresentem habilidades digitais?	5,26	1,578

Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Gráfico 9 – Impacto dos investimentos digitais no desempenho de negócios e resultados financeiros



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

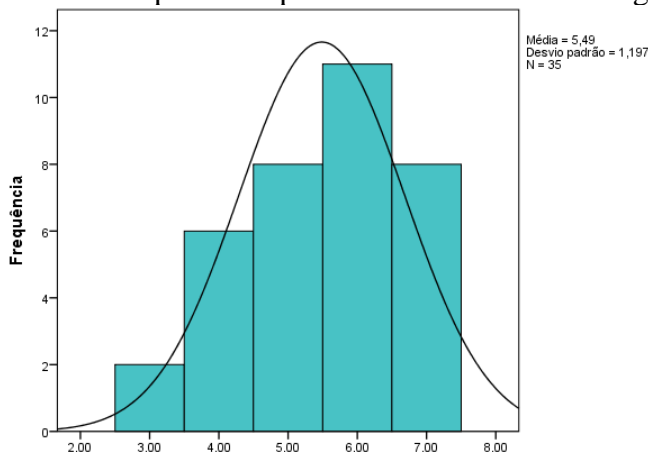
A maior força identificada na análise dos recursos para a transformação digital é encontrada na dimensão **TDRCO2**, com uma média de 5,29 e um desvio padrão de 1,467. Isso indica que a organização, em média, associa efetivamente seu desempenho nos negócios e resultados financeiros aos investimentos em iniciativas digitais. A menor variabilidade nas respostas sugere uma consistência mais acentuada na percepção sobre essa correlação, destacando a capacidade da organização de direcionar recursos de maneira estratégica para impulsionar a transformação digital.

Quadro 10 – Dos stakeholders (TDSTKHDS)

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL				
	CÓDIGO	FATORES	MÉDIA	DESVIO PADRÃO
	TDSTKHDS1	Capturamos e analisamos dados identificar as soluções de que os clientes mais precisam?	5,06	1,533
	TDSTKHDS2	Estamos focados em melhorar a experiência dos nossos clientes por meio de <u>ferramentas</u> digitais?	5,49	1,197
	TDSTKHDS3	Compartilhamos nosso conhecimento com parceiros em desenvolvimentos digitais?	5,69	1,278

Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Gráfico 10 - Experiência por meio de ferramentas digitais



Fonte: Dados da pesquisa (2023)



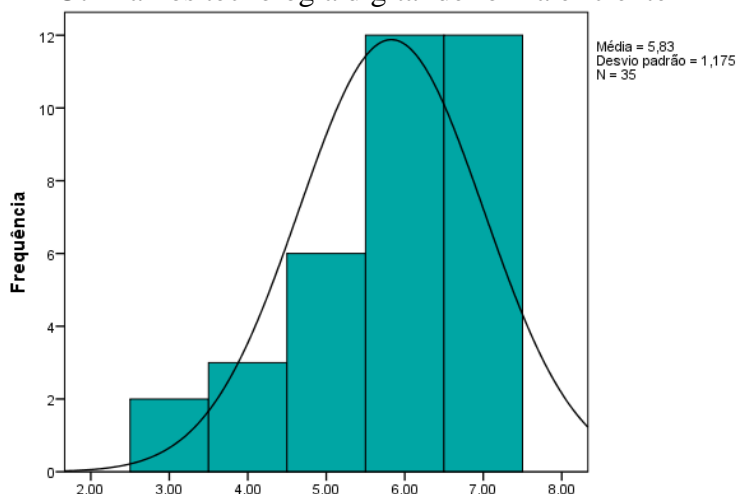
A dimensão **TDSTKHDS2**, centrada na melhoria da experiência dos clientes por meio de ferramentas digitais, destaca-se como a maior força na análise dos stakeholders para a transformação digital. Com uma média de 5,49 e um desvio padrão de 1,197, a menor variabilidade nas respostas sugere uma consistência maior na percepção sobre o compromisso da organização nessa área. Isso indica uma convergência sólida de opiniões sobre a importância de aprimorar a experiência do cliente por meio de soluções digitais.

Quadro 11 – Da tecnologia (TDTECLG)

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL				
	CÓDIGO	FATORES	MÉDIA	DESVIO PADRÃO
	TDTECLG1	Organizamos, <u>gerenciamos</u> e compartilhamos nossos dados para serem utilizados no dia a dia de nossas operações?	5,29	1,426
	TDTECLG2	Utilizamos tecnologia digital de forma eficiente no local de trabalho para melhorar o dia a dia dos funcionários?	5,83	1,175
	TDTECLG3	Utilizamos plataformas digitais e a <u>internet</u> para inovação?	5,91	1,358

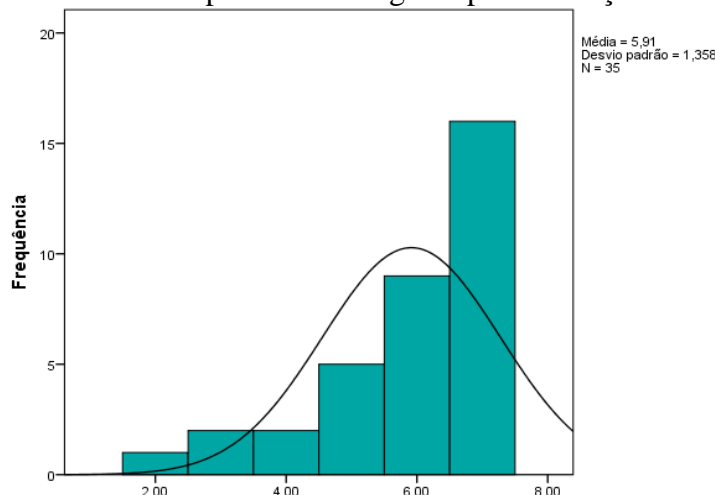
Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Gráfico 11 - Utilizamos tecnologia digital de forma eficiente



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Gráfico 12 - Utilizamos plataformas digitais para inovação



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

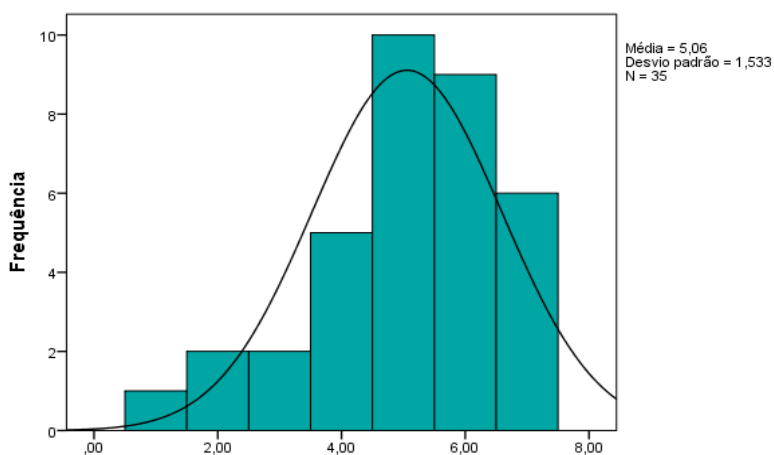
As duas maiores forças identificadas na análise da tecnologia para a transformação digital são **TDTECLG2** e **TDTECLG3**. Para TDTECLG2, que avalia a eficiência da tecnologia no local de trabalho, a média é 5,83, com desvio padrão de 1,175. Já para TDTECLG3, que investiga o uso de plataformas digitais e internet para inovação, a média é 5,91, com desvio padrão de 1,358. Ambas apresentam médias elevadas e desvios padrão moderados, indicando um uso consistente e eficaz da tecnologia no ambiente de trabalho e uma abordagem sólida na utilização de plataformas digitais e internet para inovação. Essas dimensões destacam-se como as principais forças na estratégia de transformação digital da organização.

Quadro 12 – Da visão (TDVSO)

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL				
	CÓDIGO	FATORES	MÉ DIA	DESVIO PADRÃO
	TDVSO1	Todos em nossa organização têm o mesmo entendimento de que “ser digital” significa para nossos negócios?	5,09	1,755
	TDVSO2	Mantemos um compromisso contínuo de comunicar nossa visão digital e atualizar todos os colaboradores sobre o progresso e o desempenho das iniciativas digitais?	5,06	1,533
	TDVSO3	Temos claramente articulada a necessidade do negócio se transformar em negócio verdadeiramente digital?	5,46	1,578

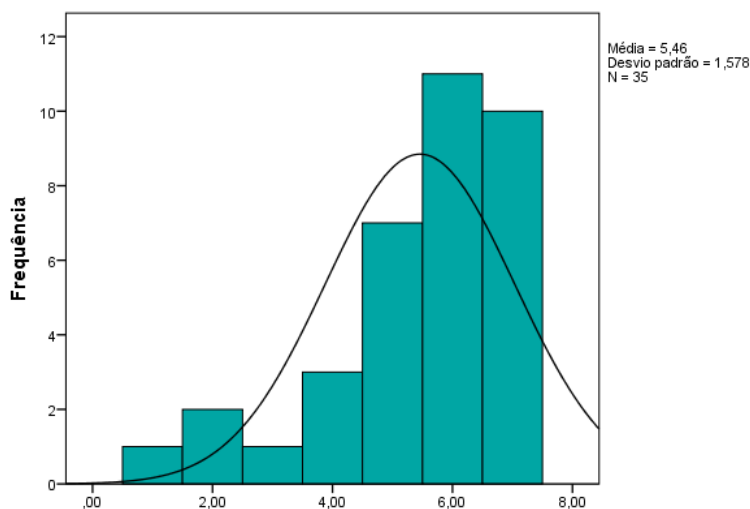
Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Gráfico 13 - Compromisso em comunicar nossa visão digital



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Gráfico 14 - Transformar o negócio em digital



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Nas dimensões de visão para a transformação digital, as maiores forças, considerando a estabilidade nas respostas (desvio padrão), são **TDVSO2** e **TDVSO3**. Para TDVSO2, que trata da comunicação contínua da visão digital, a média é 5,06, com um desvio padrão de 1,533. Em TDVSO3, que avalia a clara articulação da necessidade de transformação para um modelo verdadeiramente digital, a média é 5,46, com um desvio padrão de 1,578. Ambas as dimensões apresentam desvios padrão moderados, indicando consistência nas respostas. Assim a TDVSO2 e a TDVSO3 são as principais forças na estratégia de visão para a transformação digital, destacando o compromisso contínuo de comunicação e a clara articulação da necessidade de transformação digital como elementos-chave nesse contexto.

Quadro 13. Transformação Digital

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL				
TRANSFORMAÇÃO	CODIGO	FATOR	MEDIA	DESvio PADRÃO
AMBIENTE INTERNO	TDABITN2	A equipe de TI da nossa organização é vista como um fornecedor de serviços internos e trabalha em estreita parceria com aqueles que lideram nossos esforços de transformação digital?	5,26	1,314
ÉTICA	TDETC3	Temos em nossa organização um procedimento de solicitação do consentimento das pessoas, que esclarece o uso dos dados fornecidos por elas?	5,69	1,278
INOVAÇÃO	TDINVC2	Encorajamos a experimentação e compartilhamos dados proativamente as lições aprendidas com nossa experiência digital?	5,43	1,339
PESSOAS	TDPSAS2	Evoluir a capacidade digital da nossa organização é um objetivo compartilhado por nossa equipe de liderança?	5,34	1,494
RECURSOS	TDRC SO2	Nosso desempenho nos negócios e nossos resultados financeiros podem ser associados a investimentos em iniciativas digitais?	5,29	1,467
STAKEHOLDERS	TDSTKHDS2	Estamos focados em melhorar a experiência dos nossos clientes por meio de ferramentas digitais?	5,49	1,197
TECNOLOGIA	TDTECLG2	Utilizamos tecnologia digital de forma eficiente no local de trabalho para melhorar o dia a dia dos funcionários?	5,83	1,175
	TDTECLG3	Utilizamos plataformas digitais e a internet para inovação?	5,91	1,358
VISÃO	TDVSO2	Mantemos um compromisso contínuo de comunicar nossa visão digital e atualizar todos os colaboradores sobre o progresso e o desempenho das iniciativas digitais?	5,06	1,533
	TDVSO3	Temos claramente articulada a necessidade do negócio se transformar em negócio verdadeiramente digital?	5,46	1,578

Fonte: Dados da pesquisa (2023)

# CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise das capacidades dinâmicas e da transformação digital em uma Instituição de Ensino Superior (IES) demonstrou uma sólida convergência teórica, evidenciando a relevância das capacidades adaptativas, absorptivas e inovativas como pilares essenciais da transformação digital. A capacidade adaptativa destacou-se como uma competência crítica, alinhando-se às abordagens de Wang e Ahmed (2007), enquanto a capacidade absorptiva confirmou sua importância na assimilação de conhecimento externo e na promoção da inovação, em consonância com os trabalhos de Cohen e Levinthal (1990). A capacidade inovativa emergiu como a dimensão mais robusta, refletindo um forte comprometimento organizacional com a promoção e institucionalização de novas ideias, conforme defendido por Djoumessi et al. (2019). No contexto da transformação digital, a pesquisa sublinhou a importância da eficiência tecnológica e do uso estratégico de plataformas digitais como elementos-chave na adaptação e inovação contínua da IES.

Os achados do estudo validam o objetivo de identificar as capacidades dinâmicas presentes na IES e os principais componentes da transformação digital, destacando áreas de excelência que consolidam o compromisso da instituição com a inovação e a eficiência tecnológica. Entretanto, o estudo reconhece suas limitações, particularmente o foco em uma única instituição, sugerindo a necessidade de ampliar o escopo para incluir uma amostra mais abrangente. Ademais, dada a rápida evolução do cenário digital, recomenda-se a realização de estudos longitudinais para capturar essas mudanças ao longo do tempo. Futuros estudos deverão explorar mais detalhadamente a relação entre as capacidades dinâmicas e diferentes aspectos da transformação digital, fornecendo uma base sólida para o desenvolvimento de estratégias organizacionais avançadas no contexto educacional.

## REFERÊNCIAS

CAMARGO, AAB de; MEIRELLES, Dimária Silva. Capacidades Dinâmicas: o que são e como identificá-las. XXXVI Anpad, 2012.

CASSOL, Alessandra; ZAPALAI, Jaqueline; CINTRA, Renato Fabiano. Capacidade absorptiva como propulsora da inovação em empresas incubadas de Santa Catarina. Revista Ciências Administrativas, v. 23, n. 1, p. 9-41, 2017.

CAPPELLARI, Gabriela et al. CAPACIDADE ADAPTATIVA: UMA ANÁLISE DO SEU DESENVOLVIMENTO NO SEGMENTO METALOMEC NICO. Revista Alcance, v. 27, n. 2, p. 165-182, 2020.

COHEN, Wesley M.; LEVINTHAL, Daniel A. Absorptive capacity: A new perspective on learning and innovation. Administrative science quarterly, p. 128-152, 1990.

DALACOSTA, ROSIANE. CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO–PPGADM MESTRADO PROFISSIONAL EM ADMINISTRAÇÃO ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: ESTRATÉGIA, INOVAÇÃO E TECNOLOGIA. 2017. Tese de Doutorado. UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE DO PARANÁ.

DE FRANÇA, Lorena Abs; DE OLIVEIRA, Rodrigo César Reis. ADOÇÃO DE TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL EM EMPRESAS JUNIORES E CENTROS ACADÊMICOS, EM CONTEXTO DE PANDEMIA COVID19.

DEMUNER FLORES, María del Rosario. Nível tecnológico na relação entre capacidade de absorção e capacidade de resposta em empresas de manufatura. RAM. Revista de Administração Mackenzie, v. 24, p. eRAMR230174, 2023.

DJOURMESSI, Armand; CHEN, Shu-Ling; CAHOON, Stephen. Desconstruindo o conceito de capacidade de inovação de Lawson e Samson: uma avaliação crítica e um refinamento. Revista internacional de gestão da inovação , v. 06, pág. 1950053, 2019.

DOBELIN, Silvio; GALINA, Simone Vasconcelos Ribeiro. DESAGREGANDO AS CAPACIDADES DINAMICAS: ANÁLISE CONCEITUAL PARA MELHOR COMPREENSÃO DE UMA REALIDADE COMPLEXA.

FREITAS, Henrique et al. O método de pesquisa survey. Revista de Administração da Universidade de São Paulo, v. 35, n. 3, 2000.

FROEHLICH, Cristiane; KONRATH, Karoline. A capacidade de inovação em uma empresa do segmento químico Innovation capability in a chemical company. Revista Capital Científico-Eletrônica (RCCe)-ISSN 2177-4153, v. 17, n. 2, p. 5-22, 2019.

RODRIGUES, Sara Caldas. A transformação digital nas instituições de ensino superior: Um estudo de caso. 2021. Tese de Doutorado. Instituto Politecnico do Porto (Portugal).

SOLON, Josilane Sousa do Nascimento. Análise da constituição das capacidades dinâmicas a partir do desenvolvimento de inovação organizacional e de processo em uma instituição de ensino superior no contexto da pandemia da Covid-19. 2022.

WANG, Catherine L.; AHMED, Pervaiz K. Dynamic capabilities: A review and research agenda. International journal of management reviews, v. 9, n. 1, p. 31-51, 2007.

DO NASCIMENTO WELTER, Clarice Vepo; SAUSEN, Jorge Oneide; CAPPELLARI, Gabriela. O desenvolvimento da capacidade inovativa: o caso da Fratelli indústria metalúrgica e energias renováveis–Santa Rosa/RS. Revista Ibero Americana de Estratégia, v. 17, n. 3, p. 100-115, 2018.

ZANELLA, Liane Carly Hermes et al. Metodologia da pesquisa. SEAD/UFSC, 2006.

MENDONÇA, Ana Waley. Metodologia para estudo de caso: livro didático. Palhoça: Unisul Virtual, 2014.

## MEDICALIZAÇÃO DA VIDA: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA.

**Hellen Mercês Silva Soares** - [hellen.soares@faama.edu.br](mailto:hellen.soares@faama.edu.br) ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9758-1387>

Psicóloga no Colégio e Internato Adventista da Amazônia. Graduação em Psicologia pelo Centro Universitário Adventista de Ensino do Nordeste (UNIAENE); Especialista em Andragogia e Educação de Adultos pela mesma instituição.

**Wiriandson Pinto Siqueira** - [wirispinto@gmail.com](mailto:wirispinto@gmail.com) ORCID - <https://orcid.org/0009-0002-0430-4610>

Graduação em Psicologia pelo Centro Universitário Adventista do Nordeste.

**Ana Flávia Soares Conceição** - [ana.soares@adventista.edu.br](mailto:ana.soares@adventista.edu.br) ORCID - <https://orcid.org/0000-0002-6654-0785>

Graduação em Psicologia pela Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB - 2011). Doutoranda e Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Psicologia (POPSI - UFBA) na linha de Psicologia do Desenvolvimento. Especialização em neuropsicologia - FTC (2012). Atualmente é professora dos cursos de graduação e assessora técnica do curso de pós-graduação lato sensu em neuropsicologia da Faculdade Adventista da Bahia (FADBA).

**Resumo:** Atualmente o biopoder influencia vários contextos, como o da saúde e educação. Isso contribui para a perpetuação da patologização e medicalização dos sujeitos, o que descarta a compreensão da subjetividade. Para compreender como isso afeta a prática do psicólogo e influência na perpetuação da cultura medicalizante infantil, utilizamos uma revisão sistemática da literatura com o objetivo de desenvolver uma reflexão crítica sobre sua atuação. Os resultados obtidos apresentaram uma necessidade de futuros estudos sobre a prática do psicólogo, mas concluímos que é do contexto escolar onde vem as principais demandas de psicodiagnósticos, e que mais contribui para essa visão medicalizadora.

**Palavras Chave:** Medicalização. Patologização. Infância. Transtornos de aprendizagem. Atuação do psicólogo.

**Abstract:** Currently, biopower influences several contexts, such as health and education. This contributes to the perpetuation of pathologization and medicalization of subjects, which rules out the understanding of subjectivity. In order to understand how this affects the psychologist's practice and influence in the perpetuation of the child's medicalizing culture, we used a systematic literature review in order to develop a critical reflection on their performance. The results obtained showed a need for future studies on the psychologist's practice, but we concluded that it is from the school context that the main demands for psychodiagnoses come from, and that it most contributes to this medicalizing view.

**Keywords:** Medicalization. Pathologization. Childhood. Learning. Learning disorders. Psychologist's performance.

# INTRODUÇÃO

A psicologia no Brasil, foi exercida inicialmente por médicos, que compreendiam os problemas sociais valendo-se da relação entre clima, raça e personalidade, aumentando essa presença, com os médicos higienistas que passaram a lecionar nos locais de formação dos psicólogos, tendo a sua legalização a partir da promulgação da Lei 4.119, em 1962, que também concedeu aos psicólogos brasileiros a atuação profissional (FIRBIDA e VASCONCELOS, 2019).

A aproximação entre a medicina e a educação exerceu uma forte influência na constituição da Psicologia, conseqüentemente, sua atuação se dá em um meio medicalizante, que se iniciou com o processo de higienização social e depois mental, principalmente das crianças (FIRBIDA e VASCONCELOS, 2019).

Conforme as bases históricas da Psicologia brasileira, a atuação do psicólogo tende a justificar os comportamentos dos indivíduos que não se ajustam à sociedade, deslocando o foco do problema para uma intervenção biologizante. Diante disso, sem o entendimento rigoroso e bem fundamentado daquilo que se passa na subjetividade e nas relações intersubjetivas numa sociedade concreta e sem a consciência da imensa responsabilidade de suas práticas, esses profissionais podem lesar direitos fundamentais dos indivíduos e, no limite, colaborar para a negação de seu direito à vida (MELLO e PATTO, 2008).

Em suma, conforme a análise da constituição histórica, cultural e social que transforma dificuldades de aprendizagem e de comportamento em problemas individuais, de cunho biológico e/ou orgânico, objetivamos compreender como a atuação do psicólogo pode influenciar na perpetuação dessa prática medicalizante.

## METODOLOGIA

Foi realizada uma revisão sistemática, visto que é um método que permite maximizar o potencial de busca, encontrando o maior número possível de resultados de uma maneira organizada. Constituindo em um trabalho reflexivo, crítico e compreensivo a respeito do material analisado.

O primeiro passo realizado foi a delimitação da questão a ser pesquisada, sabe-se que as ciências psicológicas em seu fazer científico, político e filosófico, estão diante de supostas patologias relacionadas ao processo de aprendizagem, e estas se relacionam com o deslocamento do foco do problema escolar em direção a supostos transtornos de aprendizagem. Sendo assim, surge a pergunta: estamos vivenciando uma falha na prática de nossos psicólogos?

Em seguida, foram escolhidas as seguintes bases de dados, com base nos descritores em ciências da saúde, para compor a revisão sistemática: EBESCO; SciELO; PePSIC; Periódicos Capes e BVS. Posteriormente, foram eleitas as palavras-chaves para que fossem sintetizadas as variáveis principais investigadas objetivando uma busca rápida e bem-sucedida, foram elas: Medicalização; Patologização; Infância; Aprendizagem; Transtornos de aprendizagem; Atuação do Psicólogo.

Feito isto, a realização da busca dos dados foi feita por dois juízes no mesmo intervalo de tempo, a fim de minimizar o viés no processo de busca, utilizando-se a string ‘AND’. Em vista disso, os artigos foram selecionados conforme os títulos, resumos e periódicos publicados no intervalo de 2012 a 2022, a qual totalizou 60 artigos selecionados.

Em seguida, os artigos selecionados foram filtrados, excluindo aqueles que não possuíam descritores em comum, resultando em 42 artigos (Tabela 1). Uma vez realizada a busca e a seleção dos artigos, o próximo passo foi a realização da extração dos dados desses artigos selecionados que foram feitos por dois juízes, objetivando reduzir os possíveis vieses. Posteriormente, realizou-se uma catalogação dos dados mais gerais dos artigos. Utilizou-se o delineamento qualitativo, junto com uma estratégia de metassíntese. Por fim, os resultados foram categorizados com o objetivo de comparar os estudos, explorando as similaridades e diferenças.

Tabela 1 – Artigos selecionados e descritos por título, ano, autores, objetivos e tipo de estudo.

Título	Ano	Autor	Objetivo	Tipo de estudo
A constituição da subjetividade na criança com diagnóstico de TDAH	2020	Signor e Oliveira	Analisar implicações subjetivas decorrentes do processo de patologização da educação.	Pesquisa de campo
A construção do conhecimento na psicologia: a legitimação da medicalização	2019	Firbida e Vasconcelos	Desvelar o papel que as relações entre essas duas áreas do conhecimento que desempenharam historicamente para a construção do processo medicalizante no contexto educacional brasileiro.	Revisão Bibliográfica
A droga da obediência: medicalização, infância e biopoder - Notas sobre clínica e política	2013	Decotelli, Bohrer e Bicalho	Este artigo propõe uma reflexão acerca do não aprender, analisando de que forma isso é tomado como um problema, sendo a infância, ela mesma, forjada e apreendida sob o escopo da Medicina.	Revisão bibliográfica
A fabricação da loucura na infância: psiquiatrização do discurso e medicalização da criança	2013	Kamers	Refletir sobre a psiquiatrização do discurso e a medicalização na infância.	Revisão bibliográfica



A medicalização da educação: implicações para a constituição do sujeito/aprendiz	2017	Signor, Berberian e Santana	Pretende refletir sobre a construção social do TDAH (da entrada na escola ao diagnóstico médico) e suas implicações para a subjetividade, socialização e aprendizagem do aluno considerado resistente ao que a escola propõe.	Pesquisa de campo
A medicalização nas relações saber-poder: um olhar acerca da infância medicalizada	2015	Ferreira	Tem como foco o estudo da medicalização na sociedade construída por meio de estratégias normatizadoras. Visa compreender os processos de medicalização na sociedade, pautados principalmente nas relações de poder-saber, e os discursos que delas advêm.	Revisão bibliográfica
A menina dança: práticas patologizantes em tempo integral	2017	Abreu e Figueiredo	Traz a por meio de uma narrativa, análises das práticas de medicalização/patologização das crianças no contexto escolar.	Pesquisa de campo
A produção de conhecimento e a implicação para a prática do encaminhamento, diagnóstico e medicalização de crianças: contribuições da psicologia histórico-cultural	2016	Colaço	Compreender o fenômeno da Medicalização, problematizando as contradições existentes entre a prática diagnóstica/prescrições para transtornos de aprendizagem e a produção de conhecimento nas áreas da Medicina, Educação e Psicologia da Universidade de São Paulo (USP), a partir do referencial teórico da Psicologia Histórico-Cultural.	Pesquisa de campo
Ações de psicólogos escolares de João Pessoa sobre queixas escolares	2013	Cavalcante e Aquino	Teve como objetivo conhecer concepções e práticas de psicólogos escolares de João Pessoa relacionadas às queixas escolares.	Pesquisa de campo
Atuação do psicólogo escolar educacional em proposições legislativas contra medicalização da educação: suas representações sociais	2019	Costa, Araújo e Negreiros	Buscou apreender as representações sociais de graduando do curso de Psicologia em relação à atuação do psicólogo escolar educacional em proposições legislativas contra o fenômeno da medicalização da educação.	Pesquisa de campo
Diagnóstico na infância: quais as implicações possíveis?	2016	Silva e Sant'Anna	Abordar as especificidades do processo diagnóstico nas psicopatologias na infância a partir de uma revisão de literatura.	Revisão bibliográfica
Diálogos sobre medicalização da infância e educação: uma revisão de literatura	2019	Beltrame, Gesser e Souza	Revisar a produção científica brasileira sobre medicalização no âmbito da educação.	Revisão bibliográfica

Dificuldade de aprendizagem na infância e o encaminhamento para psicoterapia: um estudo de caso	2016	Reis e Pezzi	Buscou entender as dificuldades de aprendizagem na infância e o encaminhamento para a psicoterapia, na percepção de uma criança, sua família e sua professora.	Pesquisa de campo
Educação medicalizada: estudo sobre o diagnóstico de TDAH em um dispositivo de saúde	2016	Vizotto e Ferrazza	Pesquisar, a partir da análise de prontuários de crianças e adolescentes de um serviço de saúde mental, as principais características daquela população com queixas relacionadas às dificuldades de aprendizagem e problemas de comportamento escolar, com especial atenção aos aspectos relacionados à classificação diagnóstica: ao encaminhamento escolar, ao gênero e à faixa etária.	Pesquisa de campo
Educação, patologização e medicalização: é possível quebrar essa corrente?	2019	Santana e Gonçalves	O objetivo é refletir sobre os princípios epistemológicos de esse saber biologizante/classificatório e as consequências de seu exercício para as compreensões em torno das práticas educativas com foco na patologização de crianças.	Revisão bibliográfica
Equipes de saúde mental e o medicar da infância e adolescência	2021	Silva, Mueller e Moraes	Compreender e analisar as experiências e os saberes das equipes dos serviços públicos de saúde mental que atendem crianças e adolescentes acerca do tratamento medicamentoso.	Pesquisa de campo
Fracasso escolar e dificuldades na alfabetização: relato de experiência de atendimento psicológico e novas intervenções	2016	Prioste	Discutir o papel do psicólogo no atendimento às crianças com dificuldades na aprendizagem, em especial na alfabetização, contribuindo com a discussão sobre o fracasso escolar nas instituições públicas brasileiras por meio do relato de experiências no âmbito de uma UBS.	Relato de experiência
Infância e aprendizagem: um estudo sobre a patologização no âmbito escolar	2021	Pereira	Analisar, a partir de produções científicas, os possíveis efeitos que a patologização escolar podem trazer à vida e à aprendizagem da criança.	Revisão bibliográfica
Infância e medicalização da vida: uma análise sobre a produção diagnóstica e seus nexos com os processos de escolarização	2020	Oliveira, Silva e Baptista	Propõe a analisar a medicalização da vida infantil e a produção diagnóstica que se vincula aos processos de escolarização.	Revisão bibliográfica
Infância e patologização: contornos sobre a questão da não aprendizagem	2020	Barbosa e Leite	Refletir acerca de alguns aspectos relacionados aos processos patologização/medicalização da infância, alinhados a uma perspectiva psicopedagógica, cultural, social e médica criando algumas conexões desta	Revisão bibliográfica

			temática com os conceitos de biopolítica, rostidade e das práticas de poder que operam na perspectiva de um efetivo controle sobre a vida e a existência humana.	
Infância tarja preta: sentidos da medicalização atribuídos por crianças diagnosticadas com TDAH	2021	Balbinotti, Costa e Aosani	Identificar os sentidos atribuídos por cinco crianças diagnosticadas com TDAH ao uso de medicamentos psicotrópicos.	Pesquisa de campo
Interlocuções entre os discursos médico e psicanalítico: por uma leitura sobre a desmedicalização em psiquiatria	2020	Azevedo	Propõe uma reflexão acerca dos discursos médico e psicanalítico no que se refere ao processo de medicalização.	Revisão Bibliográfica
Medicalização da queixa escolar e o uso de psicofármacos como resposta a questões comportamentais	2018	Silva, Rodrigues e Mello	Investigar o uso de psicofármacos em crianças com queixas escolares.	Pesquisa de campo
Medicalização das infâncias: entre os cuidados e os medicamentos	2018	Azevedo	Propõe uma articulação, à luz da teoria psicanalítica, entre a noção de cuidado e a medicalização da infância.	Revisão bibliográfica
Medicalização dos modos de ser e de aprender	2015	Christofari, Freitas e Baptista	Analisa os modos de ser e aprender na escola, considerando a medicalização como dispositivo que transforma comportamentos da vida humana em patologias.	Revisão bibliográfica
Medicalização e patologização: desafios à psicologia escolar e educacional	2020	Scarin e Souza	Consiste na análise da produção do discurso médico-científico que consolida bases de interpretação do referente às dificuldades de aprendizagem enquanto problemas médicos ou psicológicos, tanto quanto na organização das informações em uma Linha do Tempo, acerca de como os The Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (DSM) vêm tratando as dificuldades de aprendizagem desde a sua primeira edição.	Revisão bibliográfica
Medicalização no sistema de progressão continuada: inclusão ou omissão?	2020	Santos e Tuleski	Teve como objetivo abordar o processo de medicalização da infância, realizando um mapeamento dos alunos do primeiro ciclo do ensino fundamental da rede municipal de uma cidade paranaense, que foram diagnosticados e medicados devido aos	Pesquisa de campo

			ditos transtornos de aprendizagem, entre eles o Transtorno de Déficit de Atenção e Hiperatividade (TDAH). Teve como intuito, também, discutir como o sistema de progressão continuada influencia o processo de escolarização destes alunos.	
--	--	--	---	--

Mercado-ciência e infância: a psicanálise no debate sobre medicalização e ato educativo	2020	Garbarino	Visa mapear suas contribuições e refletir acerca de que modo o discurso da medicalização é apropriado pelos educadores produzindo mudanças nos ideais de infância.	Revisão bibliográfica
O caso transtorno do déficit de atenção e hiperatividade e a medicalização da educação	2016	Cruz, Okamoto e Ferrazza	Pretende trazer o relato de pais e professores de uma escola pública do interior de São Paulo sobre alunos, com idade entre sete e 11 anos, diagnosticados com Transtorno do Déficit de Atenção e Hiperatividade (TDAH) e relacioná-lo com as discussões acerca do processo de medicalização na atualidade.	Pesquisa de campo
O movimento higienista como política pública: aspectos históricos e atuais da medicalização escolar no Brasil	2017	Colombani e Martins	Destina-se a discutir o processo de patologização e medicalização da infância e suas implicações no campo das políticas públicas à luz da teoria genealógica de Michel Foucault.	Revisão bibliográfica
O sintoma da criança na história da psicanálise e na contemporaneidade: contribuições para uma prática despatologizante	2016	Almeida, Freire e Souza	Problematiza as contribuições da psicanálise para a compreensão hodierna que implica amordaçamento e exílio do sujeito de seu próprio adoecimento.	Revisão bibliográfica

### 3. RESULTADO E DISCUSSÃO

Com os conteúdos adquiridos por intermédio da análise do que foi coletado, foi realizada uma categorização dos resultados: palavras-chave; objetivos; desenho da pesquisa; marco teórico de referência. As categorias são apresentadas a seguir.

A revisão sistemática buscou analisar os artigos publicados sobre a temática nos últimos dez anos, sendo assim, os resultados mostram que o ano de 2021 obteve cinco publicações, a seguir, o ano de 2020 com 9 publicações, e os anos de 2019, 2018, 2017 tiveram apenas 4 publicações, 2016 surge com oito publicações, 2015 obteve duas publicações, 2014 com uma publicação, 2013 com três publicações e por fim, 2012 com duas publicações.

A análise acerca dos descritores usados para levantamento de dados, foram obtidos os seguintes resultados, em maior frequência, com 33% aparece o termo Medicalização, em seguida, com 31% aparece o termo Infância, Patologização e Aprendizagem apresentam 15%, enquanto os termos Atuações do Psicólogo e Transtorno de aprendizagem, aparecem com 4% e 2%, respectivamente. Diante disso, é possível identificar a necessidade de produções científicas sobre a atuação do psicólogo diante do cenário medicalizante e patologizante da aprendizagem infantil. É possível identificar também, a convergência entre a grande produção de artigos científicos sobre medicalização, infância, patologização e aprendizagem, e a alta taxa de diagnósticos e prescrições medicamentosas em crianças com possíveis transtornos de aprendizagem.

Do mesmo modo, por meio da pesquisa sistemática, foi possível visualizar os objetivos que os artigos e/ou teses buscavam desenvolver. Sendo assim, os objetivos foram divididos em 4 categorias, sendo elas: 1. Descrever/Caracterizar (quatro artigos); 2. Estabelecer relações/ Relacionar (cinco artigos); 3. Explicar/ Relação Causa (quatro artigos); 0. Outros - Quaisquer objetivos que não entrou nas demais categorias.

Os artigos que não se encaixaram nas categorias 1, 2 e 3, e que foram categorizadas como “0. Outros”, os objetivos apareciam como: analisar (8), refletir (8), compreender (3), problematizar (2), articular (1), investigar (1) e discutir (1). Sendo assim, os artigos que propuseram utilizar da análise como objetivo, tiveram como finalidade analisar as práticas de medicalização da vida e a patologização da educação, enfatizando o discurso médico e como este perpassa o cenário da educação. Enquanto os que tinham reflexão como objetivo, se propuseram a refletir sobre o discurso médico e psicanalítico no processo de medicalização, e reflexões sobre a construção do TDAH e o processo de psicopatologização. Ainda por cima, os que objetivaram compreender, buscavam entender o processo de medicalização nas crianças tidas como inconvenientes, na sociedade e nas relações de poder-saber. Acresce os que objetivaram problematizar as práticas de ensino e a contribuição da psicanálise para a compreensão hodierna. Outrossim, articularam a noção de cuidado e medicalização à luz da teoria psicanalítica, bem como investigar o atendimento à queixa escolar e a dificuldade de aprendizagem de psicólogos e por fim, discutir não só os processos de patologização e medicalização, mas também suas implicações.

Diante disso, também identificamos que independente do verbo empregado como objetivo a nortear a pesquisa, portanto buscavam responder sobre o processo de medicalização e patologização da aprendizagem, como também os discursos médicos e produção de críticas embasadas na perspectiva psicanalítica, foucaultinana e vigotskiana, e as implicações destes processos psicopatológicos nas crianças em processo de escolarização.

Com relação aos desenhos de pesquisa, foi percebido que em maior número encontra-se a revisão bibliográfica (23) e pesquisa de campo (14). Porquanto, em sua maioria realizaram uma generalização das amostras de casos, e poucos estudos de casos únicos.

Salienta-se ainda que as produções científicas utilizaram-se, em maior número, os aportes teóricos da Psicanálise: Freud; da filosofia do Foucault; da Psicologia com Vigotski; e autores brasileiros como Patto, Collares e Moysés.

Os artigos encontrados neste estudo têm discutido como a medicina tem se transformado em um dispositivo de controle, a qual o discurso médico tornou-se uma verdade indiscutível e que a escuta do psiquismo, o lugar da subjetividade está sendo assolado por uma “lógica de mercado, onde tempo é dinheiro” (AZEVEDO, 2020. p. 146). Paralelamente a isto, o surgimento dos manuais psiquiátricos tem contribuído para a banalização dos diagnósticos, uma vez que só levam em consideração a dimensão biológica/comportamental do sujeito, desconsiderando os demais aspectos que são intrínsecos de uma sociedade complexa e diversa (DECOTELLI, BOHRER E BICALHO, 2013; SILVA, RODRIGUES e MELLO, 2018).

Além disso, é perceptível nos resultados dos artigos, como o modelo biomédico vem produzindo um processo em larga escala de “adoecimento ao medicalizar as experiências mais comuns e naturais da nossa existência”, argumentando também a presença de uma educação regulamentadora e normatizadora de comportamentos atrelado à saúde (CHRISTOFARI, FREITAS e BAPTISTA, 2015; SILVA, RODRIGUES e MELLO, 2018; FIRBIDA e VASCONCELOS, 2019).

Porquanto, o processo de medicalização vem sendo justificado pelos comportamentos dos indivíduos, nesse contexto, crianças que não se ajustam aos padrões da sociedade, ainda por cima, Christofari, Freitas e Baptista (2015) revelam que tais justificativas também são baseadas nas concepções de uma herança familiar dos males genéticos e de conduta, sendo assim, como escrevem Firbida e Vasconcelos (2019), culmina com a invenção das doenças do não aprender com a medicalização do comportamento e passam a intervir na saúde dos indivíduos de maneira farmacológica para lidar com os possíveis transtornos (AZEVEDO, 2020).

Nesse sentido, Kamers (2013) expõe que o deslocamento do campo dos problemas psíquicos para o dos transtornos, se fundamenta em uma hipótese de etiologia genética e bioquímica, a qual o sofrimento da criança passa a ser interpretado como um transtorno neurobiológico, onde se constitui uma perigosa transformação do campo da psicopatologia na infância: “o apagamento do sujeito em sua dimensão psíquica, histórica e social – em que a medicina se eleva a condição divina” (KAMERS, 2013). Desse modo, como argumentado por Decotelli, Bohrer e Bicalho (2013), existe uma produção de uma subjetividade social e inconsciente, atuando como culpabilização e internalização dos papéis, resultando no silenciamento.

Deste modo, os artigos vão se recorrer às ideias defendidas por Foucault, a qual, vai evidenciar todo o processo de funcionamento pautado no saber e poder médico, como um conjunto de procedimentos que inventam uma sociedade da norma, incluindo também a implementação do biopoder no espaço social.

Nos estudos analisados é possível perceber como o biopoder está presente em vários contextos institucionais. Isso acontece por causa da hegemonia médica e a sua influência para patologização e consequentemente a medicalização do sujeito (SILVA E GOMES, 2021; BARBOSA E PEREIRA, 2020; LEMOS, GALINDO E RODRIGUES, 2014; VIANA, RAMOS E SILVA, 2018; PEREIRA, 2021; ABREU E LOUZADA, 2017; SIGNOR, BERBERIAN E SANTANA, 2017; COSTA, ARAÚJO E NEGREIROS, 2019; COLOMBANI E MARTINS, 2017; SILVA, MUELLER E MORAES, 2021; VIZOTTO E FERRAZZA, 2016; ZANGRANDE, COSTA, AOSANI, 2021; SIGNOR E SANTANA, 2020; PRIOSTE, 2016; LEMOS ET. AL, 2020; SANTOS E TOASSA, 2021; SILVA E GHAZZI, 2016). Entre os estudos, autores como Foucault e Vigotski foram supracitados, demonstrando a relevância dos seus trabalhos para a interpretação do contexto atual.

Podemos destacar a atuação do profissional da psicologia no contexto escolar, que pode trazer mudanças diante das práticas patologizantes e medicalizantes ou favorecê-las, através diagnósticos que rotulam o sujeito e descarta sua subjetividade (PEREIRA, 2021; COSTA, ARAÚJO E NEGREIROS, 2019; PRIOSTE, 2016; MAIA, 2017). Além disso, o mesmo também pode estar atuando em dispositivos de saúde, que recebe uma grande demanda do contexto escolar (SILVA, MUELLER E MORAES, 2021; VIZOTTO E FERRAZZA, 2016; PRIOSTE, 2016; MOREIRA E COTRIN, 2016).

As principais demandas advindas do contexto escolar são as dificuldades de aprendizagem. Entre elas, a que mais se destaca, principalmente pelo grande índice de diagnósticos é o TDAH (SIGNOR, BERBERIAN E SANTANA, 2017; VIZOTTO E FERRAZZA, 2016; ZANGRANDE, COSTA, AOSANI, 2021; SIGNOR E SANTANA, 2020). Em um dos estudos, ficou ainda mais evidente a crueldade que é o processo de medicalização ou de diagnóstico do TDAH. Crianças são limitadas, perdem a sua singularidade para se enquadrar nos moldes criados pelos pais, professores, escola e sociedade. O que choca, além disso, é a passividade das crianças apresentada em seus discursos. O fato de alguém dizer o que eles devem tomar para “conseguir prestar atenção”, “controlar a agressividade”, “ser mais inteligente” é suficiente e não precisa ser contestada. Cada uma das crianças trouxe discursos em alguns pontos similares, mas não iguais. Apesar disso, elas foram forçadas (pois não foram questionadas se queriam utilizar) a participar do tratamento medicamentoso que não se aplica às situações apresentadas. Conforme o estudo, nenhuma delas se encaixava no TDAH de origem orgânica (ZANGRANDE, COSTA, AOSANI, 2021).

# CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em síntese, verificamos a grande produção de materiais científicos sobre o tema medicalização, contudo ainda há uma divergência entre o que está sendo produzido e a atuação dos profissionais, destacamos aqui a prática do psicólogo. Salienta-se que tais produções vêm sendo conduzidas por profissionais da educação, havendo assim uma discrepância com o cenário atual, onde há grandes números de encaminhamentos de queixas escolares para atendimento de profissionais da saúde mental.

Ao considerar que o objetivo principal foi compreender como a prática do psicólogo pode influenciar na perpetuação da cultura medicalizante infantil, foi percebido uma falha na formação de tais profissionais, visto que ao chegar em seu campo de atuação passam a relacionar as queixas escolares a concepções individualistas e patologizantes, sucumbindo o sujeito, colaborando para a negação de seu direito à vida. Os resultados apresentados acerca da atuação do psicólogo no contexto escolar revelam maior direcionamento para as práticas patologizantes, normatizadoras e medicalizantes, que colocam a prática do psicólogo escolar contingenciada à perspectiva clínica arraigada pelo modelo biomédico e biopoder. Os dados encontrados acerca da medicalização e as práticas terapêuticas indicaram que estas se manifestam pelo excesso de diagnósticos e patologização de comportamentos típicos. Tal prática pôde ser observada não apenas em profissionais da saúde, mas também em profissionais da educação e familiares. Ao considerar os impactos negativos que a prática do psicólogo com a visão medicalizante traz para o sujeito, concluímos que a compreensão da subjetividade da criança é limitada e silenciada, por não compreender o contexto que ela se encontra.

Sendo assim, vemos a necessidade e urgência no campo científico de mais produções acadêmicas sobre a relação entre a atuação do psicólogo e o processo de medicalização, visto que, as produções se restringem apenas ao campo escolar e ao discurso médico, sendo de extrema importância produções sobre a temática de forma a abranger o campo de atuação do psicólogo, e como este tem se havido neste cenário. Some-se a isto, as produções científicas encontradas e selecionadas revelam grande número de revisões bibliográficas. Contudo, é necessário encabeçar novos estudos de modo a analisar o problema da medicalização da aprendizagem infantil de modo mais profundo.



# REFERÊNCIAS

- ABREU, Lorena Dias de. LOUZADA, Ana Paula Figueiredo. A menina dança: práticas patologizantes em tempo integral. Revista do Nufen, Belém, v. 9, n. 01, p. 01-09, 2017. Disponível em: < [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2175-25912017000100002#:~:text=Ela%20afirma%20que%20a%20menina,em%20ritmos%20diferentes%20tamb%C3%A9m%20comp%C3%B5em.](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2175-25912017000100002#:~:text=Ela%20afirma%20que%20a%20menina,em%20ritmos%20diferentes%20tamb%C3%A9m%20comp%C3%B5em.)>. Acesso em: 17/08/2022.
- AZEVEDO, Luciana Jaramillo. Interlocuções entre os discursos médico e psicanalítica: por uma leitura sobre a desmedicalização em psiquiatria. Psicologia Argumento, Paraná, v. 38, n.99, p. 137-152, 2020. Disponível em: <<https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/psi-72309>>. Acesso em: 17/08/2022.
- BARBOSA, Mariana de Barros. LEITE, César Donizetti Pereira. Infância e patologização: contornos sobre a questão da não aprendizagem. Psicologia Escolar e Educacional, v. 24, 2020. Disponível em: < <https://www.scielo.br/j/pee/a/bR64Cw5rszyrGckvvHSxFvn/?lang=pt>>. Acesso em: 20/08/2022.
- CHRISTOFARI, Ana Carolina. FREITAS, Claudia Rodrigues. BAPTISTA, Claudio Roberto. Medicalização dos modos de ser e aprender. Educação & Realidade, Porto Alegre, v. 40, n.4, p.1079-1102, 2015. Disponível em: < <https://www.scielo.br/j/edreal/a/Hm54ZmPqwdPSvbpdjBsXbgS/?lang=pt#:~:text=A%20medicaliza%C3%A7%C3%A3o%20C%C3%A9%20a%20produ%C3%A7%C3%A3o,desvio%2C%20dist%C3%BArbio%2C%20como%20patologia.>>. Acesso em: 19/08/2022.
- COLOMBANI, Fabiola. MARTINS, Raul Aragão. O movimento higienista como política pública: aspectos históricos e atuais da medicalização escolar no Brasil. Revista online de Política e Gestão Educacional, v. 21, n. 1, p. 278-295, 2017. Disponível em: < <https://periodicos.fclar.unesp.br/rpge/article/view/9788>>. Acesso em: 13/08/2022.
- COSTA, Tatiane dos Santos. ARAÚJO, Ludgleyson Fernandes de. NEGREIROS, Fauston. Atuação do psicólogo escolar educacional em proposições legislativas contra medicalização da educação: suas representações sociais. Educação & Linguagem, São Paulo, v. 22, n. 2, p. 107-126, 2019. Disponível em: < <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/EL/article/view/9933>>. Acesso em: 19/08/2022.
- DA SILVA, Heloisa Cardoso; GHAZZI, Mercês Sant'Anna. Diagnóstico na Infância: Quais as Implicações Possíveis?. Interação em Psicologia, Curitiba, v. 20, n. 2, 2016. Disponível em: < <https://revistas.ufpr.br/psicologia/article/view/33989/29998>>. Acesso em: 10/08/2022.
- DECOTELLI, Kaly Magalhães. BOHRER, Luiz Carlos. BICALHO, Pedro Paulo. A droga da obediência: medicalização, infância e biopoder - notas sobre clínica e política. Psicologia: Ciência e profissão, Brasília, v. 33, n. 2, p. 446-459, 2013. Disponível em: < <https://www.scielo.br/j/pcp/a/ZJZ5K3CjdSbKhQrvpf9mnjw/?lang=pt>>. Acesso em: 13/08/2022
- FIRBIDA, Fabíola Batista. VASCONCELOS, Mário Sérgio. A construção do conhecimento na psicologia: a legitimação da medicalização. Psicologia escolar e educacional, São Paulo, v.23, 2019. Disponível em: < <https://www.scielo.br/j/pee/a/8YyRvGhQbXxXnD6bYHMqBFk/?lang=pt>>. Acesso 11/08/2022.
- KAMERS, Michele. A fabricação da loucura na infância: psiquiatrização do discurso e medicalização da criança. Estilos da Clínica, São Paulo, v. 18, n.1, p. 153-165, 2013. Disponível em: < [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1415-71282013000100010](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-71282013000100010)>. Acesso em: 10/08/2022.

LEMOS, F. C. S. GALINDO, D., RODRIGUES, R. D. Processos de medicalização de crianças e adolescentes nos relatórios do Unicef. Pesquisas e Práticas Psicossociais. São João del-Rei, v. 9, n. 2, 2014. Disponível em: < [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1809-89082014000200006](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1809-89082014000200006)>. Acesso em: 15/08/2022.

MAIA, Camila Moura Fé. Psicologia escolar e patologização da educação: concepções e possibilidades de atuação. Orientador: Pedroza, Regina Lúcia Sucupira. 2017. 93 p. Dissertação (Mestrado) - Instituto de Psicologia da Universidade de Brasília, Brasília, 2017.

MELLO, Sylvia Leser. PATTO, Maria Helena. Psicologia da violência ou violência da psicologia?. Psicologia USP, São Paulo, 19(4), p. 591-594, 2008. Disponível em: < <https://www.scielo.br/j/pusp/a/f7DFgQnZwwypDvCQTyChpSS/?lang=pt>>. Acesso em: 19/08/2022.

MOREIRA, Gercimeire Ramos. COTRIN, Jane Teresinha Domingues. Queixa escolar e atendimento psicológico na rede de saúde: contribuições para debate. Psicologia Escolar e Educacional, São Paulo, v. 20, n. 1, 2016. Disponível em: < <https://www.scielo.br/j/pee/a/RWTy4f68PvZ5h9bWkq3XBrS/?lang=pt>>. Acesso em: 12/08/2022

PEREIRA, Arla Gleice Aguiar. Infância e aprendizagem: um estudo sobre a patologização no âmbito escolar. Orientadora: Adriana P. Bomfim. Trabalho de conclusão de curso (Graduação) - Centro Universitário Guanambi/BA – UNIFG, Guanambi, 2021.

PRIOSTE, Cláudia. Fracasso escolar e dificuldades na alfabetização: relato de experiência de atendimento psicológico e novas intervenções. Revista Ibero-Americana de Estudos em Educação, São Paulo, v. 11, n. 4, p. 2430-2447, 2016. Disponível em: < <https://periodicos.fclar.unesp.br/iberoamericana/article/view/9201>>. Acesso em: 10/08/2022.

SANTOS, Geane da Silva. TOASSA, Gisele. Produzindo medicalização: uma revisão bibliográfica sobre encaminhamentos da educação escolar à saúde. Psicologia da educação, São Paulo, n. 52, p. 54-63, 2021. Disponível em: <[http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S1414-69752021000100006](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1414-69752021000100006)>. Acesso em: 12/08/2022.

SIGNOR, Rita de Cassia Fernandes. BERBERIAN, Ana Paula. SANTANA, Ana Paula. A medicalização da educação: implicações para a constituição do sujeito/aprendiz. Educação e Pesquisa, São Paulo, v. 43, n. 3, p. 743-763, 2017. Disponível em: < <https://www.scielo.br/j/ep/a/zJX54HZ6LJqPb4s3nfGF6tb/abstract/?lang=pt>>. Acesso em: 19/08/2022.

SIGNOR, Rita de Cassia Fernandes. SANTANA, Ana Paula de Oliveira. A constituição da subjetividade na criança com diagnóstico de Transtorno de Déficit de Atenção e Hiperatividade. Bakhtiniana: Revista de Estudos do Discurso, São Paulo, v. 15, p. 210-228, 2020. Disponível em: < <https://www.scielo.br/j/bak/a/WBVPcq7QpWtf5VXVNZwWmhL/?lang=pt>>. Acesso em: 11/08/2022.

SILVA, Cristiane Moreira. RODRIGUES, Rafael Coelho. MELLO, Letícia Nascimento. Medicalização da queixa escolar e o uso de psicofármacos como resposta a questões comportamentais. Estudos e pesquisas em psicologia, Rio de Janeiro, v. 18, n. 3, p. 738-754, 2018. Disponível em: < <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/revispsi/article/view/40446/28214#:~:text=Restringir%20a%20queixa%20escolar%20C3%A0,de%20pensar%20Dagir%20dos%20professores.>>. Acesso em: 18/10/2022.

SILVA, Túlio César. Gomes, Claudia. Produções sobre neuropsicologia e suas contribuições para a (des) patologização da educação. Revista Psicopedagogia. São Paulo, v. 38, n. 117, p. 397-415, 2021. Disponível em: < [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-84862021000300009#:~:text=INTRODU%C3%87%C3%83O%3A%20Esse%20artigo%20lan%C3%A7a%20como,epistemol%C3%B3gicas%20para%20a%20Educa%C3%A7%C3%A3o%20Inclusiva](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-84862021000300009#:~:text=INTRODU%C3%87%C3%83O%3A%20Esse%20artigo%20lan%C3%A7a%20como,epistemol%C3%B3gicas%20para%20a%20Educa%C3%A7%C3%A3o%20Inclusiva)>. Acesso em: 15/08/2022.

SILVA, Jerto Cardoso. MUELLER, Vitor Henrique. MORAES, Mariana Hintz. Equipes de Saúde Mental e o Mediar da Infância e Adolescência. Arquivos Brasileiros de Psicologia, Rio de Janeiro, v. 73, n. 1, p. 34-51, 2021. Disponível em: < [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1809-52672021000100004](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1809-52672021000100004)>. Acesso em: 18/08/2022.

SILVEIRA LEMOS, F. C., GALINDO, D. C. G., RODRIGUES, R. V., SAMPAIO, A. M., Práticas de medicalização: problematizações conceituais a partir de Michel Foucault. Revista Psicologia, Diversidade e Saúde, Salvador, v. 9, p. 232-244, 2020. Disponível em: < <https://www5.bahiana.edu.br/index.php/psicologia/article/view/2945>>. Acesso em: 17/08/2022.

VIANA, Ana Jakellyne Pecori. RAMOS, Sirlei Mendes de. SILVA, Giseli Souza da. Processo lúdico, medicalização e infância: um estudo descritivo acerca do impacto da medicalização infantil no processo de aprendizagem escolar. Cad. de Pesq. Interdisc. em Psicologia: Registro, v. 2, p. 101-111, 2018. Disponível em < <https://portal.unisepe.com.br/univr/caderno-de-pesquisa-interdisciplinar-em-psicologia-vol-2-2018-2/>>. Acesso em: 20/08/2022.

VIZOTTO, Luana Paula. FERRAZZA, Daniele de Andrade. Educação medicalizada: Estudo sobre o diagnóstico de TDAH em um dispositivo de saúde. Estudos e Pesquisas em Psicologia, Rio de Janeiro, v. 16, n. 3, p. 1013-1032, 2016. Disponível em: < [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S1808-42812016000300019&lng=pt&nrm=iso](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1808-42812016000300019&lng=pt&nrm=iso)>. Acesso em: 17/08/2022

ZANGRANDE, Helen Junara Balbinotti. COSTA, Aline Bogoni. AOSANI, Tânia Regina. Infância tarja preta: sentidos da medicalização atribuídos por crianças diagnosticadas com TDAH. Brazilian Journal of Development, Curitiba, v. 7, n. 3, p. 25317-25336, 2021. Disponível em: <<https://brazilianjournals.com/ojs/index.php/BRJD/article/view/26215>>. Acesso em: 10/08/2022.