



INSTITUTO FEDERAL DE
EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA
CEARÁ



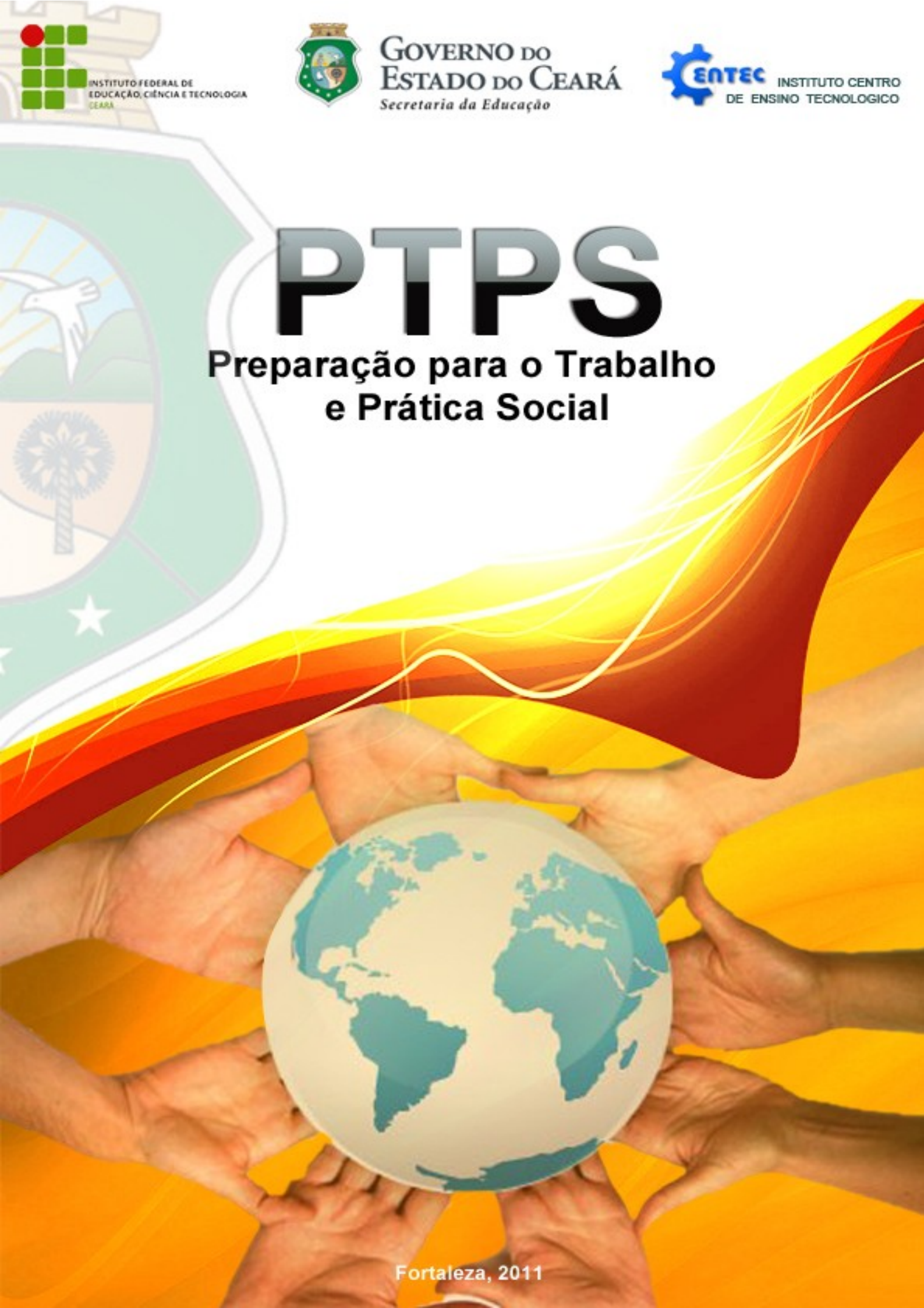
GOVERNO DO
ESTADO DO CEARÁ
Secretaria da Educação



CENTEC INSTITUTO CENTRO
DE ENSINO TECNOLÓGICO

PTPS

**Preparação para o Trabalho
e Prática Social**



Fortaleza, 2011

Apresentação do Projeto

O Projeto e-Jovem é uma iniciativa do Governo do Estado do Ceará, através da Secretaria de Educação - SEDUC, cuja proposta visa integrar a Educação Profissional às diferentes modalidades de educação e às dimensões do trabalho, da ciência e da tecnologia, oferecendo formação complementar em Tecnologia da Informação - TIC, empreendedorismo e cooperativismo, possibilitando as condições de inserção no mundo do trabalho e geração de emprego e renda para os alunos jovens concluintes do ensino médio e egressos da rede pública estadual.

O projeto foi criado em 2007 com o objetivo de contribuir com a formação da cidadania e do social, mediante a inclusão e a formação dos jovens, através da universalização da “cultura digital” e do apoio à continuidade dos estudos.

Atualmente, o projeto é desenvolvido em dois módulos onde os conteúdos são agrupados em: Módulo I: composto por linguagens básicas, nas áreas de Inglês Instrumental, Informática Básica e Preparação para o Trabalho e Prática Social. Já no Módulo II, o projeto oferece uma formação tecnológica e profissional nas áreas de web, rede, hardware e programação, observando as políticas de software livre, através da universalização da “cultura digital”. Desde a sua criação, o projeto já qualificou mais de 8000 mil alunos em 180 escolas da rede estadual de ensino em 80 municípios.

O projeto tem como princípios o trabalho coletivo, a cooperação produtiva, com ênfase no protagonismo e empreendedorismo juvenil como formas de inserção da população jovem do Ceará no mundo trabalho, ao mesmo tempo em que oferece uma formação social e humana, despertando nos jovens as potencialidades necessárias para ser um agente de transformação na sua comunidade e na sociedade

APRESENTANDO A DISCIPLINA DE PREPARAÇÃO PARA O TRABALHO E PRÁTICA SOCIAL

Caros jovens, sejam bem vindos (as) ao módulo disciplinar de **Preparação para o Trabalho e Prática Social – PTPS** do Projeto e-Jovem.

Esta é uma das disciplinas do módulo I do projeto que traz uma proposta para capacitação de vocês alunos, de modo a ampliar suas competências e habilidades que facilitem seu ingresso no mercado de trabalho formal, além de proporcionar a vivência em atividades sociais que serão desenvolvidas por vocês no decorrer das atividades regulares do curso. Esta disciplina aborda, de forma integrada e dinâmica, as seguintes doze temáticas principais: Introdução à Empregabilidade, Postura Sócio profissional, Empreendedorismo, Identidade, Cidadania, Comunicação, Planejando a Execução, Lidando com Finanças, Preparação, apresentação e avaliação do trabalho prático, Mundo do Trabalho, De olho no Emprego, Avaliação do Curso e outras temáticas transversais, possibilitando a vocês a ampliação dos seus conhecimentos sobre o mundo do trabalho e a construção de habilidades, saberes e atitudes necessários para o seu desenvolvimento individual, social e profissional. Essas temáticas estão distribuídas em 40 aulas, totalizando 160h/a ao final da disciplina.

Esta disciplina foi pensada a partir do conceito de transversalidade, ou seja, buscando integrar temas relacionados a diversas disciplinas que pudessem contribuir para um objetivo comum: formar jovens preparados para o mercado de trabalho e capazes de se reconhecerem como agentes ativos e transformadores da comunidade local, e da sociedade como um todo. Assim, a nova disciplina está pautada com a seguinte base: Empregabilidade e Empreendedorismo Social. Com a Empregabilidade, temos a contribuição da reflexão em torno dos requisitos necessários para um bom profissional, capaz de ser proativo e dinâmico na sua área de atuação, além de ser um sujeito ético, capaz de se relacionar bem com sua equipe. Já com o Empreendedorismo Social, temos a noção básica de protagonismo juvenil, buscando despertar no jovem os talentos e aptidões que muitas vezes ele mesmo ignorava, mas que, postos em ação, são capazes de causar grandes transformações sociais, e claro, para o crescimento pessoal.

Avaliação

A disciplina contará com a seguinte estrutura avaliativa: 1) Teste de Sondagem: este teste ocorrerá no início e ao final da disciplina, e compreende numa análise sobre como vocês viam as temáticas sugeridas na disciplina, e como passaram a vê-las ao final do curso; 2) Seminário: nesta atividade, a ser trabalhada na temática de Comunicação, vocês receberão todo o suporte teórico e prático para desenvolverem ainda mais a comunicação escrita e verbal, não apenas para a apresentação do seminário, mas preparando-se também para a apresentação do Projeto Social. Os temas para o seminário serão trabalhados pelo seu educador; 3) Avaliação online: será realizada na Plataforma Moodle, e contemplará o conteúdo estudado até a aula 20 do Guia do Aluno, será uma avaliação que contemple o estilo das questões do ENEM; 4) Projeto Social: em equipe de no máximo 5 integrantes, vocês deverão desenvolver ações voltadas para um contexto social, de modo que este seja contemplado com o projeto a partir da área de atuação escolhida pela equipe. A comunidade a ser contemplada pelo projeto pode ser o próprio bairro em que vocês moram, ou uma instituição, ONG, associação, a escola, em fim, em lugares que permitam uma ação social que cause impacto positivo; 5) Dia do Protagonismo Juvenil: esse é o dia em que a sua turma produzirá um evento na escola em que vocês estudam; é um dia de atividades culturais, empreendedoras, de tecnologia, etc., vários temas podem ser trabalhados e desenvolvidos por vocês. Na aula 39 deste Guia, vocês encontrarão todas orientações sobre o Dia do Protagonismo. Além disso, teremos nove atividades avaliativas complementares que aconteceram intercaladas nas atividades descritas acima. Elas serão descritas no decorrer das aulas.

Pretendemos oferecer a vocês uma experiência que contemple aspectos relevantes para a formação humana, como criatividade, trabalho em equipe, fortalecimento e descobrimento de talentos, postura profissional e ética, etc., de modo que ao final da disciplina, vocês possam com mais segurança, estabelecer objetivos e concretizá-los, bem como pensarem no seu no Projeto de Vida, no qual vocês poderão pensar desde o primeiro dia de aula, através de diversas prévias que se estenderão ao longo do curso.

Esse é o início de um grande desafio e toda a equipe e-Jovem está empenhada em tornar sua trajetória bastante rica, dinâmica e prazerosa. Como contra partida, esperamos de vocês compromisso, responsabilidade e disposição nesta jornada.

Sucesso!

Apresentação do Projeto

Matriz curricular da disciplina de Preparação para o Trabalho e Prática Social - PTPS

Carga total de aulas: 40.

Carga Horária: 160h/a.

1. Introdução à Empregabilidade

Objetivos: Aprender o conceito de empregabilidade e suas contribuições para o mundo do trabalho.

2. Postura sócio-profissional

Objetivos: Construir um contrato de convivência com a turma, possibilitando a transformação do meu comportamento social e profissional. Analisar a postura individual no ambiente social e profissional.

3. Comunicação

Objetivos: Desenvolver o conceito de comunicação e seus componentes. Aprimorar a comunicação em público. Explorar a comunicação nas redes sociais. Analisar e interpretar textos. Conhecer e escrever documentos comerciais.

4. Empreendedorismo

Objetivos: Entender o conceito de Empreendedorismo. Diferenciar Empreendedorismo de Negócios, Empreendedorismo Social e Negócio Social. Conhecer características do empreendedor.

5. Identidade

Objetivos: Identificar as minhas habilidades e competências. Integrar-me com a turma. Discutir o meio social que estou inserido (comunidade, bairro, cidade). Acentuar o conceito de liderança e protagonismo juvenil. Redigir linha da vida.

6. Cidadania

Objetivos: Debater o conceito de cidadania; Destacar as diversidades existentes nas comunidades. Elaborar um questionário para pesquisar a comunidade. Apresentar os resultados obtidos com a pesquisa para a turma.

7. Planejando a execução

Objetivos: Conhecer o Plano de Ação. Criar as etapas do planejamento escrito e seus atributos. Redigir uma ata e um relatório.

8. Lidando com Finanças

Objetivos: Aprender a planejar um orçamento. Conhecer conceitos sustentáveis e financeiros.

9. Preparação, apresentação e avaliação do trabalho prático

Objetivos: Finalizar o Plano de ação. Simular e organizar as apresentações dos projetos sociais. Avaliar o Painel de Apresentação.

10. Mundo do Trabalho

Objetivos: Conhecer conceitos, leis e atitudes referentes ao mundo trabalho.

Apresentação do Projeto

11. De olho no Emprego

Objetivos: Conhecer o SINE/IDT. Simular uma entrevista individual e coletiva. Construir o meu currículo e a carta de apresentação.

12. Avaliação do curso (Momento e-Jovem)

Objetivos: Organizar o dia do protagonismo juvenil na minha escola. Concluir o Projeto de Vida. Compartilhar experiências. Avaliar o ciclo do e-Jovem.

Sumário

Capítulo 1. Introdução a Empregabilidade.....	11
1.1. - Entendendo o que é Empregabilidade	11
1.1.1. O Mercado de trabalho Hoje.....	11
1.1.2. Vamos ver!.....	11
1.1.3. Competências e habilidades:.....	12
1.1.4. Os Desafios da Empregabilidade:.....	12
1.1.5. As Seis bases de sustentação da Empregabilidade:.....	13
1.1.6. Mas qual é a importância do Autoconhecimento?.....	14
Capítulo 2. Aula 2 – O Mercado de Trabalho e suas exigências.....	15
2.1. Mas... O que é o Mercado de Trabalho?.....	15
2.1.1. Perfil de um bom profissional.....	15
2.1.2. Vamos refletir sobre o texto e procurar responder as seguintes questões:.....	16
2.1.3. Entrevista de Max Gheringer com o famoso Reynold Remhn.....	16
2.1.4. Exclusão digital!.....	16
2.1.5. SAIBA MAIS.....	17
Capítulo 3. 2. Postura Sócio profissional.....	18
3.1. Aula 3 – As relações no ambiente profissional e social.....	18
3.1.1. Vamos refletir sobre as nossas relações no Ambiente de trabalho:.....	18
3.1.2. Valorize as suas relações de trabalho:.....	18
3.1.3. Para isso é preciso desenvolver as seguintes qualidades:.....	18
3.1.4. Principais Qualidades para um excelente desempenho profissional.....	19
3.1.5. A crítica no ambiente de trabalho.....	20
3.1.6. Dificuldades para a análise crítica.....	20
3.1.7. Atividade.....	20
3.2. Aula 4 - Conduta sócio profissional adequada.....	22
3.2.1. Ética.....	22
3.2.2. Ética no Ambiente Sócio profissional.....	22
3.2.3. Texto reflexivo:.....	25
Capítulo 4. 3. Comunicação.....	26
4.1. Aula 5: A comunicação e seus componentes.....	26
4.1.1. Comunicação.....	26
4.2. Componentes do processo comunicacional:.....	26
4.2.1. Interlocutores:.....	26
4.2.2. Linguagem.....	26
4.2.3. Código.....	27
4.2.4. Comunicação Oral e escrita.....	27
4.2.5. Presente de grego.....	29
4.3. Aula 6: Adequando a comunicação.....	30
4.3.1. Vamos ler o texto:.....	30
4.3.2. No momento da comunicação EVITE:.....	30
4.3.3. Dicas para tornar-se um Ouvinte Dinâmico.....	31
4.4. Aula 7: Falando em público com sucesso.....	32
4.4.1. Seja um verdadeiro comunicador:.....	32
4.4.2. A estética da fala:.....	32
4.4.3. Dicas para falar de improviso.....	33
4.4.4. Fatores que contam ponto na Comunicação Verbal.....	34
4.4.5. Texto Auxiliar:	34
4.5. Aula 8: A Comunicação na era digital e as Redes Sociais.....	37
4.5.1. Redes Sociais.....	37
4.5.2. As redes Sociais podem ser divididas em 3 tipos:.....	38
4.5.3. Dados importantes:.....	39

4.5.4. As formigas agora têm megafones: Comunicação na Web 2.0.....	40
4.5.5. Comunicação Alternativa x Mídia Tradicional.....	40
4.5.6. As empresas estão de olho no meu perfil do orkut ou do facebook? Confira o texto na íntegra em: http://migre.me/571x8	41
4.5.7. Diferenças.....	41
4.5.8. Possibilidades das Redes Sociais Virtuais.....	41
4.5.9. COMUNICAÇÃO: Como divulgar nosso projeto social?.....	42
4.6. Aula 9: Comunicação escrita.	44
4.6.1. Interpretação e produção de textos.....	44
4.6.2. TEXTO 01:.....	45
4.6.3. TEXTO 02:.....	45
4.6.4. TEXTO 03:.....	46
4.7. Aula 10: Documentos técnicos.....	48
4.7.1. 1 – OFÍCIO.....	48
4.7.2. 2 – CARTA COMERCIAL.....	50
4.7.3. Os elementos de uma Carta Comercial são:.....	50
4.8. 3 - E-mail Profissional.....	52
4.8.1. e-mail profissional e pessoal.....	53
4.8.2. Assinatura de E-mail.....	54
Capítulo 5. 4. Empreendedorismo.....	57
5.1. Aula 11: Introdução ao conceito de Empreendedorismo	57
5.1.1. Características de uma Postura Empreendedora.....	58
5.1.2. Conhecendo o Empreendedorismo Econômico ou de Negócios.....	59
5.2. Aula 12: Empreendedorismo Social: Conhecendo a Metodologia GMM.....	63
5.2.1. O que é empreendedorismo social?.....	63
5.2.2. Outros conceitos de Empreendedorismo Social.....	63
5.2.3. Principais diferenças entre Empreendedorismo de Negócios e o Empreendedorismo Social.....	64
5.2.4. Um sonho que se realiza: A Geração que Muda o Mundo.....	64
5.2.5. Visão da Ashoka.....	65
5.2.6. Negócio Social: o que é?.....	65
Capítulo 6. 5. Identidade e Sociedade.....	68
6.1. Aula 13: Contexto social: Mundo e Realidade.....	68
6.1.1. Identidade.....	68
6.1.2. Seis regras básicas para analisar a auto-estima.....	69
6.1.3. Projeto de Vida - 4º Etapa: Linha da Vida e Mini-projeto de Vida.....	70
6.1.4. Algumas Definições Importantes e Perguntas Norteadoras para o Projeto de Vida.....	70
6.1.5. Identidade e Sociedade	71
6.2. Aula 14: Identidades da Equipe.....	72
6.2.1. A Importância do Trabalho em Equipe.....	72
6.2.2. Mas o que é trabalho em equipe?.....	72
6.2.3. O dia “D”	73
6.2.4. Eixo de atuação.....	73
6.2.5. Áreas de atuação.....	73
6.3. Aula 15: Trabalhando bem em equipe.....	75
6.3.1. Grupalizar para transformar.....	75
6.4. Aula 16: Liderança: Ser líder e Protagonismo Juvenil.....	78
6.4.1. Conceito de Protagonismo Juvenil.....	78
6.4.2. Protagonismo Juvenil e o Voluntariado.....	78
6.4.3. Uma Ação Voluntária que deu certo - Grupo Fantasia.....	79
6.4.4. Protagonismo Juvenil no desenvolvimento de Projetos Sociais - Exemplos Práticos.....	80

6.4.5. Ser Líder: Liderança no mercado de trabalho.....	81
6.4.6. Como posso saber se tenho Habilidades para liderar pessoas?.....	81
6.4.7. Os doze maiores atributos da Liderança.....	82
6.4.8. O Empreendedor Social e o Planejamento de objetivos.....	83
Capítulo 7. 6. Cidadania	86
7.1. Aula 17: O que é ser Cidadão.....	86
7.1.1. Conceito de Cidadania.....	86
7.1.2. O cidadão - Direitos e deveres.....	86
7.1.3. O Estado.....	87
7.1.4. Consciência política.....	88
7.2. Aula 18: Acolhendo a diversidade.....	89
7.2.1. O que é diversidade?.....	89
7.2.2. Visões de diversidade.....	90
7.2.3. Diversidade de pessoas = Diferentes ideias no ambiente profissional.....	91
7.2.4. O que é bullying?.....	92
Quais são as formas de bullying? Normalmente, existem mais meninos ou meninas que cometem bullying?.....	92
Existe alguma forma de bullying que seja mais maléfica? O cyberbullying é pior do que o bullying tradicional?.....	92
Qual a influência da sociedade atual neste tipo de comportamento?.....	93
Como os pais e professores podem ajudar as vítimas de bullying a superar o sofrimento?.....	93
7.3. Aula 19: Pesquisando a comunidade.....	94
7.3.1. A comunidade:.....	94
7.3.2. Pesquisando a comunidade:.....	94
7.3.3. Roteiro básico de pesquisa:.....	94
7.3.4. A pesquisa:.....	95
7.4. Aula 20: Resultado da pesquisa.....	97
Capítulo 8. 8. Planejamento e execução.....	98
8.1.1. Aula 21: Escrita sócio-empresarial: Instrumentais de execução.....	98
8.1.2. Plano de Ação: Projeto Social.....	98
8.1.3. Dados Gerais:.....	99
8.2. Aula 22: Gestão de reuniões.....	104
8.3. GERANDO REUNIÕES PRODUTIVAS.....	104
8.3.1. O que é e para que serve uma ATA?.....	105
8.3.2. Uma ata contém:.....	105
8.3.3. Modelo de Ata:.....	106
Capítulo 9. 9. Lidando com finanças.....	108
9.1. Aula 23: Sustentabilidade: planejando-se para o Projeto Social.....	108
9.1.1. Planejando para Mobilizar.....	108
9.1.2. Querem entender melhor o VAI ou levá-lo para a sua cidade? Veja m.....	109
9.1.3. Estes são alguns benefícios que vocês podem oferecer para as fontes de recursos:.....	110
9.2. Aula 24: Conhecendo as finanças.....	111
9.3. Aula 25: Orçamento.....	115
9.3.1. Lidando com finanças	115
9.3.2. Você sabe o que é um orçamento?.....	115
9.3.3. Taxa nominal de juros.....	116
9.3.4. Como reduzir as despesas?	117
9.3.5. Quanto pesa nosso sonho?.....	119
9.3.6. Quanto pesa o seu cinema? Quanto pesa a sua pizza? Quanto é a sua educação?	119

9.3.7. Peso relativo.....	121
9.3.8. CILADAS COM CARTÃO OU CHEQUE.....	121
9.3.9. O Orçamento para o projeto social.....	122
Capítulo 10. 10. Preparação, apresentação e avaliação do trabalho prático.....	125
10.1. Aula 26: Finalização do Plano de Ação.....	125
10.2. Aula 27: Preparação para a apresentação.....	125
10.3. Aula 28: Apresentação dos Projetos.....	126
10.4. Aula 29: revisão pós-apresentação.....	127
10.5. Aula 30: FOFA.....	129
Capítulo 11. 11. Mundo do trabalho.....	132
11.1. Aula 31: Conhecendo melhor o mundo do trabalho.....	132
11.1.1. Trabalho x Emprego.....	132
11.1.2. Reflexão:.....	132
11.1.3. CLT.....	133
11.1.4. A CLT trata:	133
11.1.5. Contrato de Trabalho.....	134
11.2. Aula 32: Desvendando questões do mundo do trabalho.....	136
11.3. Carteira de Trabalho e Previdência Social.....	136
11.3.1. Contracheque.....	137
11.3.2. Reflexão.....	138
11.3.3. Por dentro da Lei: Os direitos do trabalhador em caso de demissão.....	139
Capítulo 12. 12. De olho no emprego.....	141
12.1. Aula 33: Conhecendo o SINE/IDT.....	141
12.1.1. O que é o SINE?.....	141
12.2. O que é o IDT?.....	142
12.2.1. O que fazemos.....	142
12.2.2. Abrangência Geográfica do SINE/IDT.....	142
12.2.3. Rede de atendimento.....	143
12.3. Aula 34: Processo Seletivo.....	146
12.3.1. Dicionário do processo seletivo.....	146
12.4. Principais competências de um bom profissional e que são bastante avaliadas em processos seletivos.....	147
12.4.1. Criatividade.....	149
12.4.2. Cuidando da sua criatividade.....	149
12.4.3. Para ter boas ideias.....	149
12.4.4. Atitudes que favorecem uma produção criativa no trabalho.....	150
12.4.5. Proatividade.....	150
12.4.6. Diferenças entre pessoas PROATIVAS e pessoas REATIVAS.....	151
12.5. Aula 35: Construção de um Currículo.....	152
12.5.1. Currículo.....	152
12.5.2. Elaborando um bom currículo.....	152
12.5.3. Dicas gerais:.....	153
12.5.4. Erros mais Comuns em Currículos:.....	153
12.5.5. Modelo de Currículo preenchido:.....	155
12.5.6. Modelo de Currículo em Branco:.....	156
12.6. Aula 36: Entrevista de Emprego.....	158
12.6.1. A entrevista.....	158
12.6.2. Como se preparar para uma Entrevista de Emprego.....	158
12.6.3. Durante a entrevista de Emprego.....	158
12.6.4. Roteiro de perguntas mais comuns em entrevistas:.....	159
12.6.5. Após a Entrevista:.....	161
12.6.6. Algumas características que os selecionadores observam através das Dinâmicas de Grupo:.....	161

12.6.7. Comportamentos inadequados mais comuns:.....	161
12.7. Aula 37: Revisão e criação de uma carta de apresentação.....	164
12.7.1. Carta de Apresentação:.....	164
12.7.2. Como produzir uma Carta de Apresentação.....	164
Capítulo 13. 13. Avaliação do curso.....	165
13.1. Aula 38: Finalizando o Projeto de Vida.....	165
13.2. Aula 39: Dia do protagonismo juvenil.....	166
13.2.1. Construindo o evento.....	166
13.2.2. Momentos que devem acontecer.....	166
13.3. Aula 40: Encerramento e Avaliação do Módulo.....	173
13.3.1. Atividade 1:.....	173
13.3.2. Atividade 2:.....	174
13.3.3. Bibliografia	176
Capítulo 14. Introdução ao DBDesigner.....	177
14.1. Instalação e Configuração.....	177
14.1.1. Possíveis problemas de compatibilidade com Linux.....	177

1. Introdução a Empregabilidade

Aula 1 - Entendendo o que é Empregabilidade

I. O Mercado de trabalho Hoje

O Brasil é uma nação que atualmente vem se destacando no cenário da economia mundial como um dos países que mais crescem. Novas oportunidades se apresentam a todo o momento no mercado de trabalho. Porém as grandes desigualdades na distribuição de renda e nas oportunidades de acesso à educação de qualidade ainda são muito intensas. Como consequência desse panorama, é crescente a dificuldade encontrada por muitos em situação socioeconômica desfavorável para inserir-se em um mercado que exige cada vez mais qualificação.

Todos os dias ouvimos falar que “está cada vez mais difícil conseguir um emprego”, principalmente quando não se tem experiência. Surge a necessidade de uma formação que amplie as chances do trabalhador de acessar este disputado mercado. Esta formação denomina-se de EMPREGABILIDADE.

O termo empregabilidade, segundo Almeida (2006) baseia-se na recente nomenclatura dada à capacidade de adequação do profissional ao mercado de trabalho. Quanto mais adaptado o profissional, maior sua empregabilidade.

O desenvolvimento de competências e habilidades torna-se uma premissa para o ingresso de profissionais em um mercado tão competitivo e veloz. A sociedade contemporânea e os avanços tecnológicos contribuem para a visão e atenção a esse novo olhar voltado para a formação em empregabilidade.

Segundo Chiavenato (1999), a empregabilidade surgiu devido o alto índice de desemprego. Ela provém, portanto, da diferença entre a velocidade das mudanças tecnológicas, as quais exigem do indivíduo novos conhecimentos e habilidades e a velocidade da reaprendizagem.

A empregabilidade do profissional bem como sua atuação necessita estar em constante reflexão e atualização para que não seja considerado ultrapassado.

Cabe ao profissional, de qualquer área, estar preparado e consciente de sua atuação, caso contrário estará automaticamente fora das exigências deste mercado de trabalho.

II. Vamos ver!

Dentro dessa relação de trabalho apresentada no texto, com você se vê dentro desse sistema? Será que esse modelo poderia ser diferente? Que habilidades seriam importantes desenvolver para se adquirir empregabilidade?



Olá galera!

Eu sou o Júlio e, assim como vocês, eu sou aluno do projeto e-Jovem. Vamos estar juntos neste módulo de **Preparação para o Mundo do Trabalho e Desenvolvimento de Práticas Sociais**.

Para começar, vamos entender um pouco mais sobre **EMPREGABILIDADE**.

Empregabilidade é...

...a aquisição de um conjunto de habilidades e competências necessárias para ser desejado pelo mercado de trabalho.

Desenvolver habilidades de **EMPREGABILIDADE** é ter ampliado as possibilidades para a inserção, permanência e **desenvolvimento** no mundo do trabalho.

III. Competências e habilidades:

Inicialmente seria importante explicar os termos competência e habilidade, pois ambos estão diretamente relacionados com a empregabilidade. Conforme Almeida (2006), a competência representa o saber efetivo da matéria enquanto a habilidade relaciona-se à sua execução, ou seja, sua prática.

A empregabilidade relaciona-se com a realidade de todo e qualquer profissional. Para ser inserido no mercado de trabalho é importante que o profissional tenha consciência de suas verdadeiras competências e habilidades. Portanto, não basta apenas ter um diploma, a empregabilidade exige mais do que isso.

O profissional que tem competências e habilidades diversas é capaz de atuar em qualquer ambiente organizacional, proporcionando mudança e visão renovada. Portanto não basta apenas o conhecimento técnico da área em que atua, mas o conhecimento de outras habilidades outras como relações interpessoais, capacidade de aceitar e adequar-se a mudanças, empreendedorismo e comprometimento.

Diante do mundo atual e globalizado, o mercado de trabalho exige constantes mudanças e atualização dos profissionais, por isso o ideal é preparar-se para exercer novas funções, caso contrário o profissional será considerado ultrapassado e sem valor para o mercado de trabalho.

IV. Os Desafios da Empregabilidade:

Hoje existem três desafios básicos a serem enfrentadas e para cada um deles existe uma estratégia para se vencer:

1. Ingressar no Mercado de Trabalho.
2. Preservar o Estágio ou Emprego.
3. Reconquistar um Emprego.

Nesses desafios, o certo é que para se conquistar um emprego nos processos convencionais de enviar currículo, se registrar em agências de emprego, fazer entrevistas, e procedimentos similares, já não são eficazes. O mesmo acontece com a manutenção do emprego, pois muitas pessoas são

dispensadas, ou se demitem, por não terem conseguido se ajustar às características da organização onde trabalhavam.

Dos três desafios o mais difícil de ser enfrentado é a reconquista de emprego, e por esse motivo é tão importante preservar o atual. Quanto mais tempo a pessoa fica fora do mercado de trabalho mais difícil o retorno pelos métodos convencionais.

Há, entretanto, um aspecto positivo nessa competição. Os candidatos a emprego e os que estão empregados, geralmente não tiveram formação em empregabilidade. Poucas instituições educacionais preparam para o exercício de uma atividade remunerada. Assim, quem tem uma formação em empregabilidade leva uma grande vantagem sobre o universo do desemprego, e assume uma vantagem na preservação do seu emprego, **sem perder de vista outras possibilidades de trabalho autônomo ou de atividades** empresariais.

V. As Seis bases de sustentação da Empregabilidade:

Vamos agora entender as principais bases que sustentam a empregabilidade:

- Adequação vocacional.
- Competência profissional.
- Idoneidade de caráter.
- Saúde física e mental.
- Reserva financeira.
- Redes alternativas de relacionamentos (networking).

A união de todas elas dá segurança ao profissional, confere empregabilidade, isto é, a capacidade de gerar trabalho, de trabalhar e ganhar.

Estas bases precisam estar coesas e articuladas, elas funcionam num grau de interdependência. De nada adianta ter adequação profissional, competência ou estar atualizado em sua profissão se não for idôneo, se não possuir bons relacionamentos, se a saúde estiver fraca ou se não dispuser de reservas financeiras.

Atingir a empregabilidade é algo que vai além de ter competências e habilidades bem estabelecidas. É necessário seguir estas bases com equilíbrio e assim será possível não apenas atingir a empregabilidade, mas mantê-la, o que parece mais complexo.

- Comunicação;
- Postura profissional;
- Apresentação Pessoal;
- Liderança;
- Criatividade;
- Proatividade;
- Trabalho em Equipe e relação interpessoal;
- Empreendedorismo e Administração de empreendimentos;
- Escrita Profissional.
- Entre outras temáticas transversais.

Olá galera!
Vamos agora descobrir que
habilidades e competências
definem um profissional de
empregabilidade.



Estas respostas vão revelar o nosso nível de Autoconhecimento e nos fornecer a base para nosso desenvolvimento profissional e pessoal.

VI. Mas qual é a importância do Autoconhecimento?

Fonte: http://www.mulherdeclasse.com.br/trabalhe_sua_imagem.htm.

A maior parte das pessoas acreditam que se conhecem, mas na verdade se conhece muito pouco. Você ama alguém, confia em alguém que pouco conhece? Geralmente amamos e confiamos apenas em quem conhecemos muito! **E se você não se conhece como quer acreditar mais em sua própria capacidade? Como quer ir em busca de seus sonhos se não acredita ser capaz? E por que não acredita ser capaz?**

O único caminho para atingir o autoconhecimento é a profunda reflexão das experiências obtidas na vida, pois podemos analisar nosso comportamento e compreender nossas ações. Agindo dessa forma, tendemos a evitar a repetição de erros, tais como: sempre brigarmos pela mesma coisa, termos o mesmo desfecho em todos os relacionamentos ou no trabalho.

É importante desenvolver a capacidade e a consciência de saber que **o que você faz** é o reflexo de **quem você é**. Ao reconhecer seus pontos negativos, poderá mudar um por um. E, reconhecendo seus pontos positivos, se sentirá mais confiante em sua capacidade de conseguir o que quer que deseje, independente das críticas ou opiniões que terão sobre você, pois acreditará **ser capaz de conseguir tudo o que deseja!** E ainda que ninguém o aprove, você terá autoconhecimento suficiente para se aprovar e, principalmente, se amar!

Aula 2 - O Mercado de Trabalho e suas exigências

I. Mas... O que é o Mercado de Trabalho?

O mercado de trabalho representa uma troca de serviços onde o trabalho seria a mercadoria e o preço do trabalho é representado pelo salário. Os trabalhadores são os ofertantes de trabalho e os capitalistas os demandantes. Quando a demanda por trabalho é maior que a oferta os salários aumentam. Mercado de Trabalho é basicamente a lei da Oferta e da Procura. É o espaço onde existe a procura e a oferta de emprego, quando a oferta por trabalho é maior que a demanda, os salários diminuem.

A formação de profissionais ou a falta destes profissionais interfere no custo da produção, pois em determinado momento pode ocorrer uma deflação ou em momento de escassez pode ocorrer uma inflação dos salários. Como por exemplo, um Médico para trabalhar na Região Norte do Brasil. Seu salário é 5 vezes maior que no Sul do País.

II. Perfil de um bom profissional

PASSADO	ATUAL
1. Especialista	1. Generalista / habilidades múltiplas
2. Valorização da experiência	2. Valorização da capacidade de flexibilidade e adaptação
3. Trabalho individual	3. Trabalho em equipe
4. Uma vez qualificado = pronto	4. Capacitação contínua e rodízio de tarefas
5. Ênfase na informação	5. Ênfase na formação
6. Foco na organização	6. Foco no mercado e na sociedade
7. Visão burocrática	7. Visão do sistema
8. Visão de curto prazo	8. Visão estratégica
9. Carreira numa empresa	9. Vários empregos
10. Funcional	10. Criativo
11. Emprego estável	11. Trabalhos e projetos
12. Preso à infraestrutura	12. Virtual

Enumeramos a seguir algumas referências fundamentais para se desenvolver no mercado de trabalho:

1 – **Busque o autoconhecimento:** faça uma simples e prática pesquisa sobre si mesmo. Pergunte a três ou quatro pessoas com quem você convive o que pensam sobre o seu comportamento, a sua postura, se é bom conviver com você, se gostariam de trabalhar com você, quais os seus pontos positivos e aqueles que podem e devem desenvolver. Faça um pequeno mergulho na relação auto percepção e percepção alheia.

2 – **Aperfeiçoar-se:** descubra o que você faz de melhor e busque melhorar, aumentar sua autoconfiança, inovar para tornar mais perceptíveis as suas qualidades. Tenha modelos, escolha pessoas que admira e procure descobrir um pouco mais sobre a vida delas, a forma de atuação profissional e a história de carreira. Não tente imitar, mas se inspirar.

3 – **Não bitole:** não fique o tempo todo investindo somente no que você tem de melhor, no que faz melhor, pois a sua vida profissional não pode ser baseada apenas em algumas características. Tenha interesse em aprender e desenvolver outras habilidades que podem estar aí dentro, escondidinhas, loucas para serem descobertas e fazer uma grande revolução em sua carreira. Nunca é tarde para mudar e aprender! Encontre uma nova visão de mundo, sempre.

III. Vamos refletir sobre o texto e procurar responder as seguintes questões:

- Como se destacar e achar o seu espaço no mercado de trabalho?
- Qual o seu diferencial no mercado de trabalho?
- Como descobrir e aprimorar o que você tem de melhor?

IV. Entrevista de Max Gheringer com o famoso Reynold Remhn.

“Existem muitos gurus que sabem dar respostas criativas às grandes questões sobre o mercado de trabalho”. Aqui vai um resumo da entrevista com o famoso Reynold Remhn.

Pergunto: Ainda é possível ser feliz num mundo tão competitivo?

Resposta: *Quanto mais conhecimento conseguimos acumular, mais entendemos que ainda falta muito para aprendermos. É por isso que sofremos. A felicidade só existe para quem souber aproveitar agora os frutos do seu trabalho.*

Segunda pergunta: O profissional do futuro será um individualista?

Resposta: *Pelo contrário. O azar será de quem ficar sozinho, porque se cair, não terá ninguém para ajudá-lo a levantar-se.*

Terceira pergunta: Que conselho o Sr. dá aos jovens que estão entrando no mercado de trabalho?

Resposta: *É melhor ser criticado pelos sábios do que ser elogiado pelos insensatos. Elogios vazios são como gravetos atirados em uma fogueira.*

Quarta pergunta: E para os funcionários que tem Chefes centralizadores e perversos?

Resposta: *Muitas vezes os justos são tratados pela cartilha dos injustos, mas isso passa. Por mais poderoso que alguém pareça ser, essa pessoa ainda será incapaz de dominar a própria respiração.*

Última pergunta: O que é exatamente sucesso?

Resposta: *É o sono gostoso. Se a fartura do rico não o deixa dormir, ele estará acumulando ao mesmo tempo, sua riqueza e sua desgraça.*

Belas e sábias respostas. Eu só queria me desculpar pelo fato de que não existe nenhum Reynold Remhn. Eu o inventei.

Todas as respostas, embora extremamente atuais foram retiradas de um livro escrito há 2.300 anos: o ECLESIASTES, do Velho Testamento (Bíblia).

Mas, se eu digo isso logo no começo, muita gente, talvez, nem tivesse interesse em continuar ouvindo.

(Max Gheringer para a rádio CBN)

V. Exclusão digital!

A **exclusão digital** refere-se à distância entre indivíduos, famílias, empresas e regiões geográficas, em diferentes níveis sócio-econômicos, no que diz respeito, simultaneamente, às suas oportunidades de acesso às tecnologias da informação e comunicação e ao uso da *internet* para uma ampla variedade de ações e atividades. A exclusão digital não está restrita ao fator renda (apesar de ser limitada por ela). Por exemplo, algumas pessoas, ainda que com renda compatível para o acesso e uso da *internet*, não fazem uso das novas tecnologias por resistência ou mesmo por desconhecimento ou desconfiança. É mais uma forma de desigualdade social, e precisa ser combatida para que todas as pessoas tenham o direito de ampliar a sua leitura de mundo e as possibilidades de interferir na sua realidade.

Para Gabriela E. **Possolli Vesce** a exclusão digital pode ser vista da seguinte forma:

- 1 - A problemática da exclusão digital apresenta-se como um dos grandes desafios deste início de século, com importantes consequências nos diversos aspectos da vida humana na contemporaneidade. As desigualdades há muito sentidas entre pobres e ricos entram na era digital e tendem a se expandir com a mesma aceleração novas tecnologias.
- 2 - Pierre Lévy, filósofo francês, pensador da área de tecnologia e sociedade, afirmou que: “toda nova tecnologia cria seus excluídos”. Com essa afirmação não está atacando a tecnologia, mas quer lembrar que, por exemplo, antes dos telefones não existiam pessoas sem telefone, do mesmo modo que ao se inventar a escrita não existiam analfabetos.
- 3 - Com relação ao uso da mídia como via de acesso para aquisição e concretização da cidadania, percebe-se a existência de algumas iniciativas, no entanto, essas iniciativas ainda são pouco abrangentes quando se considera toda a potencialidade que poderia ser explorada neste sentido.
- 4 - Vê-se claramente que apenas o acesso às mídias e tecnologias de informação e comunicação não é suficiente para assegurar aos cidadãos a efetivação de seus direitos e o exercício de uma cidadania plena, no entanto, o não acesso agrava ainda mais o quadro de exclusão e desigualdade social.
- 5 - Na atualidade o mercado de trabalho procura por um novo tipo de trabalhador, que deve ser alguém com capacidade de aprendizagem constante, que se adapte a mudanças com facilidade, que saiba trabalhar em grupo e que domine a linguagem das novas tecnologias de comunicação e informação. Dessa forma, o profissional hoje requerido deve ser alfabetizado não apenas nas letras, mas também do ponto de vista digital.

A **Tecnologia da Informação (TI)** pode ser definida como o conjunto de todas as atividades e soluções providas por recursos de computação que visam permitir o armazenamento, o acesso e o uso das informações; a TI tem fundamental importância para se pensar na exclusão ou na inclusão digital, é ele que fomenta hoje o desenvolvimento da Informática, ampliando seus usos para a Internet, recursos pedagógicos como lousa digital, datashow, recursos adaptados para deficientes físicos como mouse e teclado, além de sistemas operacionais como o Dosvox.

VI. SAIBA MAIS...

O DOSVOX é um sistema para microcomputadores da linha PC que se comunica com o usuário através de síntese de voz, viabilizando, deste modo, o uso de computadores por deficientes visuais, que adquirem assim, um alto grau de independência no estudo e no trabalho. O sistema realiza a comunicação com o deficiente visual através de síntese de voz em Português, sendo que a síntese de textos pode ser configurada para outros idiomas. O que diferencia o DOSVOX de outros sistemas voltados para uso por deficientes visuais é que no DOSVOX, a comunicação homem-máquina é muito mais simples, e leva em conta as especificidades e limitações dessas pessoas. Ao invés de simplesmente ler o que está escrito na tela, o DOSVOX estabelece um diálogo amigável, através de programas específicos e interfaces adaptativas. Isso o torna insuperável em qualidade e facilidade de uso para os usuários que vêm no computador um meio de comunicação e acesso que deve ser o mais confortável e amigável possível. Para saber mais e fazer download do sistema, acesse: <http://intervox.nce.ufrj.br/dosvox/intro.htm>.

2. Postura Sócio profissional

Aula 3 - As relações no ambiente profissional e social

Fonte: <http://www.calabriaveiculos.com.br/noticia/16>.

O ambiente reflete no ser humano? Bem, podemos, por exemplo, observar um shopping center e a maneira como as pessoas normalmente se comportam quando estão lá dentro, a limpeza, o clima, a decoração, as pessoas bem vestidas ou não, fazem com que ajamos de certa maneira, podemos também ir à praia e veremos como as pessoas estão se comportando, ou em uma igreja, um clube, uma noitada ou o contrário um casamento formal e poderíamos dar tantos outros exemplos. Mas é claro que não seria só o tipo do ambiente que pode influir em nosso comportamento, também deve influenciar a forma em que o ambiente é moldado, decorado, o tipo de roupa permitido, a climatização, o visual, as cores das paredes, flores no ambiente, obras de arte, quadros, conforto em geral, entre tantos outros fatores. Além disso, ao pensar no termo “postura sócio-profissional”, devemos ter em conta que o indivíduo é um só, não podemos afirmar que cada pessoa é diferente em cada ambiente em que atua. Não; nossas características se repetem nos diversos ambientes que vivemos e atuamos, daí a importância de desenvolvermos uma postura que possa ser adequada à maior parte dos ambientes.

Portanto podemos supor que o ambiente de trabalho também deve influir no comportamento das pessoas e, por conseguinte, influenciar nas **relações interpessoais** e supostamente nos resultados das empresas em todos os sentidos.

I. Vamos refletir sobre as nossas relações no Ambiente de trabalho:

O **relacionamento com colegas de trabalho** nada mais é do que um casamento de características pessoais e profissionais que, como outro qualquer, exige muita dedicação, flexibilidade e força de vontade para fazer o relacionamento dar certo. Muitos profissionais se esquecem de que as relações no ambiente de trabalho funcionam de forma muito parecida com os relacionamentos afetivos e, por isso, podem enfrentar problemas de incompatibilidade.

Respeitando a Diversidade:

A diversidade engrandece o ambiente, nos faz ir além, buscar mais, superar a nós mesmos. Ela traz a soma de forças. Mas é preciso saber cultivá-la. Dentro de um contexto diversificado, encontramos personalidades diferentes que, juntas, formam uma personalidade maior: a empresa, cujo objetivo e meta devem estar em sintonia com os objetivos pessoais.

II. Valorize as suas relações de trabalho:

Há quem diga que a diferença entre dois profissionais não está no trabalho que desenvolvem, mas sim, na dimensão que cada um dá ao seu trabalho. Dessa forma, seu *networking* (rede de relacionamentos) e a inteligência emocional influenciarão diretamente a busca do sucesso.

III. Para isso é preciso desenvolver as seguintes qualidades:

Entusiasmo: Uma pessoa feliz e simpática, com paixão pelo que faz, transmite isso aos colegas e torna-se uma grande companhia. Contagia as pessoas com seu otimismo e influencia o outro a agir da mesma forma, trazendo mais resultados concretos para a empresa.

Autoconsciência: É preciso conhecer-se bem e conhecer o outro, entender as suas razões e emoções, para poder identificá-las nos outros e lidar com elas de forma positiva.

Atitude positiva: Acreditar no que você faz é meio caminho andado para o sucesso. Quem tem energia positiva faz as coisas acontecerem e não se deixa desmotivar por pequenas adversidades.

Comprometimento e lealdade: Você tem que ter admiração pela empresa e pelo companheiro de trabalho, caso contrário a parceria não funciona. Comprometimento significa conhecer a fundo

o negócio da empresa, o departamento, o chefe e sua forma de trabalho, podendo auxiliá-lo de forma proativa e com iniciativa, pensando no impensado e fazendo antes que algo seja dito.

Atenção aos detalhes: Todo profissional deve ser detalhista e prover o chefe com o maior número possível de informações. A relação fica melhor quando este pode dar, em troca, informações significativas para uma atuação mais participativa e assertiva de sua equipe.

Discrição e confiabilidade. Para haver transparência é necessário que haja confiança, de ambos os lados, de que tudo que é discutido no escritório é confidencial e diz respeito apenas a quem está envolvido no processo.

Comunicação aberta. Um canal de comunicação sincero, honesto, objetivo e claro é fundamental para qualquer relacionamento, especialmente o profissional, em que tempo significa negócios e dinheiro.

Humildade: Para saber ouvir, saber pedir ajuda e saber reconhecer seus próprios erros.

Serenidade: Para enfrentar períodos de estresse e tensão, de grande volume de trabalho e sobrecarga emocional em função de prazos e da importância dos projetos.

IV. Principais Qualidades para um excelente desempenho profissional.

Fonte: [Catho Online: Relacionamento profissional também exige esforço.](#)

Reflexão:

Para quem busca uma recolocação no mercado de trabalho, usar de seus contatos é importante e em muitos casos, fundamental. Saber calçar sua carreira com um histórico de amizades e coleguismo é importante, afinal todo mercado de trabalho funciona como ciclos, se em algum momento você é chefe ou colega, em outro poderá ser subordinado. Com essa visão mais global e sempre olhando para o futuro, evite confrontos inúteis e sempre busque ajudar os colegas, subordinados e superiores, pois do dia de amanhã ninguém sabe. Quem você ajuda hoje, poderá te ajudar em um futuro não muito distante.

Marketing Pessoal

Marketing Pessoal hoje, é a ferramenta mais eficiente de fazer com que seus pensamentos e atitudes, sua apresentação e comunicação, trabalhem a seu favor no ambiente profissional. Além desses detalhes o cuidado com a ética e a capacidade de liderar, a habilidade de se auto-motivar e de motivar as pessoas a sua volta, também fazem parte do Marketing Pessoal. Mas, não esqueça, o marketing pessoal não pode ser feito a qualquer custo no ambiente profissional; muitos profissionais incorrem no erro de projetarem-se a partir dos erros cometidos pelos seus colegas de trabalho, além de ser anti-ético, quando a equipe percebe tal estratégia, normalmente o profissional perde credibilidade, tanto do ponto de vistas técnico (já que precisa do erro alheio para destacar-se), como do ponto vista ético (as pessoas ficam receosas de estabelecerem relações com esse profissional, pois sua conduta não passa confiança).

As empresas de hoje analisam muito mais do que sua experiência profissional. A preocupação com o capital intelectual e a ética, são fundamentais na definição do perfil daqueles que serão parceiros/colaboradores.

Como cuidar da sua imagem

Ninguém, a princípio, está interessado em “conhecer” você profundamente; as pessoas só vão se interessar por você se você “construir” uma imagem que desperte interesse. Portanto, alguns cuidados básicos:

1 - Mantenha sua imagem intimamente ligada a **símbolos primários de boa educação, inteligência e honestidade**. Sempre!

2 - A sua imagem **jamais pode sugerir inferioridade**. As pessoas gostam, apreciam e favorecem sempre as pessoas de referência. Porém, estas mesmas pessoas, tendem a rejeitar indivíduos arrogantes e pretensiosos. Assim, passe uma imagem de “importância” mas na medida exata da “simplicidade”.

3 - **Elogie sempre, ajude sempre, parabenize sempre.** E jamais, jamais faça qualquer comentário negativo sobre quem quer que seja, principalmente se a pessoa estiver ausente.

4 - Esforce-se para **ser MELHOR a cada dia, porém não O MELHOR.** Esta avaliação cabe somente aos outros. Saiba que a imagem de “o melhor” sofre muitas contestações e é permanentemente questionada.

5 - Em caso de derrota, **elogie o vencedor** ao invés de criticá-lo. Na sua vitória, **elogie o derrotado** ao invés de menosprezá-lo. É por aí que se estabelecem boas relações inter-pessoais.

E, **por fim**, o grande segredo para se consolidar uma imagem forte e carismática: **Em qualquer situação e diante de qualquer circunstância, preserve a integridade do seu caráter!** A sua honra e a sua dignidade devem ser mais importantes do que qualquer cifra, qualquer bem, qualquer vantagem. **Um homem ou mulher que se troca por dinheiro, por favores, que participa de manobras inescrupulosas, que tenta subir na vida às custas dos outros, não tem o menor crédito como ser humano. Nem diante da própria consciência.** Sua imagem pública - embora muitas vezes sem perceber - é a pior possível.

V. A crítica no ambiente de trabalho

Criterion, em grego, significa separar, no sentido de escolher. Ou seja, significa fazer a seleção do que se conhece previamente. Críticas é separar o que “serve” e o que “não serve” a partir de um determinado ponto de vista. Normalmente as pessoas tendem a interpretar a palavra “crítica” num sentido negativo, mas na verdade, criticar é analisar, é raciocinar sobre uma situação. Ter senso crítico é exatamente estar disposto a sair do lugar comum na apreciação da vida e do mundo.

Parece ser consenso que a crítica **é fundamental** para **orientar, motivar, reforçar comportamentos e evitar passos pouco efetivos.** Com a crítica, espera-se que o indivíduo possa se orientar melhor para atingir os objetivos com os quais ele se envolve.

VI. Dificuldades para a análise crítica

- Poucas pessoas gostam de dialogar sobre as próprias dificuldades.
- Os envolvidos muitas vezes não são suficientemente autoconfiantes para lidar com críticas.
- A crítica pode ser utilizada como instrumento de poder.
- A crítica pode ser deliberadamente destrutiva, ao invés de construtiva.

Importante:

A crítica não deve ser sobre a pessoa, e sim sobre um comportamento específico. Se o indivíduo se sentir criticado na forma de ser, provavelmente, reagirá negativamente à crítica. Se, por outro lado, perceber que é apenas uma ação/atitude/comportamento que está sendo objeto do comentário, terá mais facilidade em ouvir.

VII. Atividade

Com base na reflexão abaixo, faça um ensaio sobre como produzir uma crítica. Fique atento (a) às dicas que envolvem os processos da crítica a ser produzida. Descreva os passos planejados por você.

Como você faria uma crítica construtiva a esse comportamento, considerando os seguintes aspectos:

Antes de fazer a crítica:

- Identifique o comportamento que você está criticando;
- Identifique as consequências do comportamento acima;
- Quais as mudanças que você gostaria que ocorressem em situações futuras?

Durante o processo da crítica:

- Que estratégias utilizariam para deixar claro que você não é o dono da verdade, mas está relatando apenas a sua percepção do problema?
- Dê exemplos que ilustrem o comportamento que está criticando;
- Dê uma compensação positiva, citando as coisas boas que a sua sócia faz;
- Para que ela não se sinta sozinha e saiba que você está disponível para ajudá-la a superar essa situação, sugira possíveis soluções;
- Deixe claro o resultado que tem em mente ao fazer a crítica e os benefícios futuros caso a sua sócia concorde em mudar o comportamento;
- Agora, releia o exercício que acabou de fazer. Percebeu? O discurso já está pronto, é só praticar.

[illegible]

Aula 4 - Conduta sócio profissional adequada

Fonte: <http://www.brasilecola.com/sociologia/o-que-etica.htm>

I. Ética



Fonte:

<http://www.brasilecola.com/sociologia/o-que-etica.htm>

Para Aristóteles o homem deveria ser correto virtuoso e ético

“A palavra ética é de origem grega derivada de *ethos*, que diz respeito ao costume, aos hábitos dos homens. Teria sido traduzida em latim por *mos* ou *mores* (no plural), sendo essa a origem da palavra moral. Uma das possíveis definições de ética seria a de que é uma parte da filosofia (e também pertinente às ciências sociais) que lida com a compreensão das noções e dos princípios que sustentam as bases da moralidade social e da vida individual. Em outras palavras, trata-se de uma reflexão sobre o valor das ações sociais consideradas tanto no âmbito coletivo como no âmbito individual.”

“Segundo alguns filósofos, nossas vontades e nossos desejos poderiam ser vistos como um barco à deriva, o qual flutuaria perdido no mar, o que sugere um caráter de inconstância. Essa mesma inconstância tornaria a vida social impossível se nós não tivéssemos alguns valores que permitissem nossa vida em comum, pois teríamos um verdadeiro caos. Logo, é necessário educar nossa vontade, recebendo uma educação (formação) racional, para que dessa forma possamos escolher de forma acertada entre o justo e o injusto, entre o certo e o errado.”

“Assim, segundo o autor é preciso desenvolvermos tanto o senso moral como a consciência moral para nos ajudar no processo de educação de nossa vontade. Pois aquele que possui uma postura de passividade apenas aceita influências de qualquer natureza. Assim, consciência e responsabilidade são condições indispensáveis à vida ética ou moralmente correta.”

II. Ética no Ambiente Sócio profissional

Já a **ética organizacional** – é o conjunto de regras e valores que orientam o comportamento dos funcionários de uma determinada organização - pode ser entendida como um valor da organização que assegura sua sobrevivência, sua reputação e, consequentemente, seus bons resultados, além de relações positivas no ambiente de trabalho.

É relevante ter consciência de que **toda a sociedade vai se beneficiar** através da ética aplicada dentro da empresa: seus clientes, fornecedores, sócios, funcionários e o governo, entre outros atores. Se a empresa agir dentro dos padrões éticos, ela só tende a crescer estruturalmente e promover o crescimento dos que a compõem. A ética na empresa visa também garantir que a convivência no ambiente de trabalho seja respeitosa e agradável, afinal, estamos falando de **relações humanas**.

Adotar uma postura ética não parece exigir muito de quem se propõe a investir nisso. Algumas dicas simples podem ajudar muito no crescimento profissional e pessoal.

(1) Apresentação pessoal: A vestimenta deve ser discreta e harmoniosa. As mulheres devem evitar roupas complicadas e coloridas, assim como os excessos de detalhes e bijuterias, os decotes, as roupas justas, transparentes e ousadas. Os homens devem estar sempre com barba bem feita, cabelos curtos, sem brincos. Para não errar, é recomendável fazer a opção pelo figurino básico. Para ambos os sexos, a pele, os cabelos, a roupa e a própria postura têm uma enorme importância na construção de uma boa impressão. Os jovens devem evitar trabalhar de calça jeans surrada demais, desbotada ou rasgada, assim como tênis sujo ou furado. Tatuagens e *piercings* não são bem aceitos em grande parte das empresas, por isso não os deixe em exposição. No trabalho, o fundamental é transmitir sobriedade, estilo e, principalmente, respeito e afinidade com o ambiente.

(2) Pontualidade: Chegar na hora é sinal de respeito com o outro. Se você sempre se atrasar, poderá ser considerado indigno de confiança e perder boas oportunidades de carreira.

(3) Responsabilidade e administração do tempo. Administração do tempo não é uma técnica, mas sim um comportamento: Um dos grandes problemas que as pessoas percebem na administração do tempo é não saber diferenciar três elementos distintos: **urgência, importância e prioridade. Urgência.** Executamos muitas tarefas no nosso dia-a-dia, principalmente aquelas que não têm urgência e nem importância e que, se não as fizessemos, não faria a mínima diferença. Mas, muitas vezes, continuamos a fazê-las por não saber dizer “não”, seja para o nosso interlocutor, seja para nós mesmos. Temos que entender que isto só prejudica a administração do nosso tempo. Temos que ter coragem para negar essas coisas “alienantes”, dizendo “não” da melhor forma possível, não criando nenhum choque de relacionamento, mas com convicção, coerência e com a argumentação certa.

Alguns recursos como a agenda, a secretária eletrônica e o e-mail são ferramentas que auxiliam muito na administração do tempo. Porém, saiba a melhor forma de utilizá-los para que os mesmos não se voltem contra você.

(4) Cordialidade e boa educação: O importante é saber que ser cortês é uma prática mais fácil do que se imagina. Fique atento quanto à sua maneira de cumprimentar as pessoas, de andar, de se sentar, suas atitudes, gestos, movimentos, o tom de voz e a forma de se expressar. Vivemos numa época em que bons vínculos são um ativo importante para o profissional: ajuda a trabalhar em equipe, a desenvolver uma rede de relações, a acessar informações.

(5) Relações interpessoais: Um ótimo relacionamento interpessoal no trabalho é imprescindível para o profissional que almeja o sucesso. Porém, cuidado com as famosas “panelinhas”. Procure se manter neutro aos “burburinhos”. Jamais seja “pombo correio” de informações. O que falarem para você, guarde para si, principalmente se vierem falar mal de outras pessoas. Não alimente a fofoca. Não fale **de** pessoas, fale **com** pessoas; não fale de pessoas, fale de princípios. Nessas horas, procure apenas dizer algo como: “Isso é complicado, mas cada um sabe o que faz”. Você vai perceber que, quando passa a não alimentar certos comportamentos, as pessoas param de trazer esse tipo de “informação”, pois já que você não toma partido, simplesmente perde-se a graça. E com essa atitude você irá conseguir manter uma postura neutra e profissional.

Atenção: caso trabalhe com alguém de quem não gosta, troque cumprimentos, mantenha distância e não comente com outros a antipatia que sente. Isso minimiza os atritos e evita que os outros reparem a incompatibilidade e façam fofocas.

(6) Relações Emocionais ou amorosas entre colegas de trabalho: Este assunto foi, é e sempre será muito polêmico, pois dependendo da diferença de hierarquias entre o casal, com certeza surgirão comentários maldosos. Portanto, ao se relacionar com um colega de trabalho tome os seguintes cuidados: **você e um colega** se apaixonaram: se a empresa **não proíbe** namoro entre funcionários e vocês são **desimpedidos**, não vale à pena esconder. Os colegas desconfiam, descobrem e fofocam; enquanto estiver na empresa evite os apelidos carinhosos e telefonemas melosos. Nada de “fofo”, “lindinha”, “bebê” e “neném”; não constranja os colegas nem cause falatório criando situações para ficar a sós com seu amado ou sua amada; cenas de ciúme e bate-boca são péssimas para sua imagem na empresa; se brigar com ela (ele), deixe a cara fechada e a reconciliação para fora da empresa. Seu romance não é novela para ser acompanhado capítulo a capítulo; não polície os horários da (o) sua (seu) parceira (o) e muito menos crie empecilhos para

que ela (ele) almoce com colegas ou superiores.

(7) Uso do telefone: Ao se utilizar o telefone na empresa devemos tomar alguns cuidados, tais como: dar toda a atenção à pessoa que ligou sem ficar distraído com outras atividades em paralelo; evitar intimidades com a pessoa que está do outro lado da linha, pois isso poderá causar constrangimentos com os colegas que estão ao seu redor; ao falar ao telefone, você é julgado pela dicção, capacidade de articular pensamentos e por tratar os outros com cortesia ou não. A voz deve ser alegre, clara, calorosa e em bom-tom, nem alta nem baixa demais; ao atender telefonemas alheios, anote o recado escrevendo o nome da pessoa que ligou, o número do telefone, o assunto e a hora; não faça ligações pessoais demoradas; não entre em discussões por telefone; retorne as ligações, mesmo que você não conheça quem deixou recado; se estiver ocupado, não tenha medo de interromper a conversa, diga que não pode falar e que ligará em seguida e não esqueça de retornar a ligação.

O uso do celular deve ser extremamente restrito no ambiente corporativo. É imprescindível que o profissional dê preferência a toques discretos a musiquinhas e sons chamativos. O volume da campainha também deve ser o mais baixo possível.

(8) Uso da Internet: O acesso à Internet e o uso de e-mail tornaram-se parte indispensável do trabalho, abrindo uma porta para distrações. Um número crescente de funcionários de empresas usa suas contas de e-mail para enviar mensagens de conteúdo pessoal e a Internet para, por exemplo, fazer compras. Várias empresas começaram a reprimir esse tipo de conduta, impondo regras para o uso das conexões de alta velocidade de que geralmente dispõem. O esforço tornou-se ainda mais importante quando empresas começaram a ser atingidas por vírus de computador levados para dentro de suas redes por e-mails ou por navegação irregular na Internet. Sobre a má utilização da Internet durante o expediente, sabe-se inclusive de casos de demissão por justa causa devido ao acesso a sites impróprios. Também se contesta sobre o uso indevido do e-mail fornecido pela empresa apenas para uso estritamente profissional. O entendimento - quando o e-mail tem no domínio o nome da empresa - é de que não se trata de uma correspondência particular do funcionário, mas **uma correspondência encaminhada a empresa aos cuidados do funcionário**. No mesmo sentido é a conclusão acerca da utilização da Internet: tal ferramenta deve ser utilizada exclusivamente para assuntos relacionados à atividade profissional desenvolvida pelo empregado.

No aspecto Internet, a utilização do e-mail é algo extremamente polêmico e atualmente se discute muito sobre o direito das empresas monitorarem os e-mails de seus funcionários, violando assim sua privacidade. Então, é importante que se tenha alguns cuidados ao se utilizar o e-mail fornecido pela empresa: nunca escreva algo que possa constrangê-lo depois, evite intimidades e escreva aquilo que você falaria pessoalmente para a pessoa; verifique sempre a gramática e a ortografia do texto antes de enviá-lo, pois não existe nada pior do que um texto cheio de erros; seja claro e objetivo, pois hoje em dia ninguém tem tempo para ler textos extensos demais ou ficar pensando em palavras fora de contexto; jogue fora todos aqueles e-mails que não servem para nada, como malas diretas, correntes e piadinhas infames e só responda àqueles que realmente mereçam sua atenção; não mande correntes, piadas – obscenas ou não - e pegadinhas por e-mail.

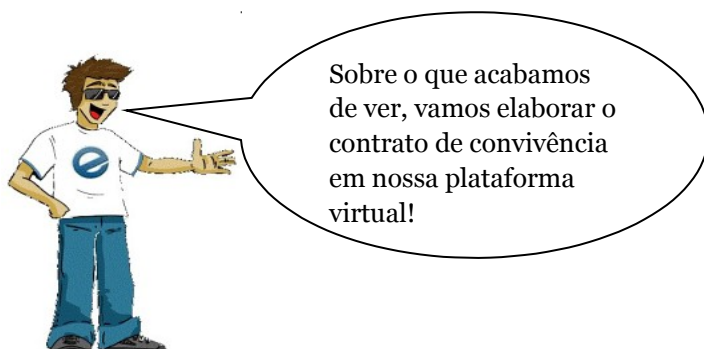
(9) No exercício do cargo / função: Jamais use seu cargo, função, atividade, posição ou influência com o fim de obter qualquer favorecimento para si ou para outros. Busque o melhor resultado mantendo sempre uma atitude transparente, de respeito e colaboração com os colegas de trabalho. Procure saber como seus superiores trabalham e como gostam que seus colaboradores exerçam suas atividades, pois dessa maneira você poderá guiar suas atitudes e reações; deixe claro quais são as suas funções, principalmente se elas incluírem obrigações pessoais e particulares. Sobretudo, no caso de secretárias e assistentes que são encarregados de controlar as contas do chefe, organizar agenda, comprar presentes para os familiares, etc.; caso tenha afinidades ou amigos em comum com o seu chefe, não há mal algum em fazer comentários pessoais, mas seja discreto e tome cuidado para não parecer inconveniente nem puxa-saco; reconheça os erros, mas não exagere no arrependimento nem na culpa. A fala correta é: “não foi um erro intencional, isso não vai ocorrer de novo e vou remediar o acontecido”.

(10) Intimidações: Jamais tolere ameaças ou assédios de qualquer tipo; não se submeta a situações de assédio moral (entendido como o ato de desqualificar repetidamente, por meio de palavras, gestos ou atitudes, a autoestima, a segurança ou a imagem do empregado em função do vínculo hierárquico) e denuncie o assediador; respeite a hierarquia, porém informe imediatamente

à gerência superior qualquer comportamento irregular, desde que devidamente fundamentado; comunique imediatamente aos seus superiores hierárquicos, para que tomem as providências cabíveis, qualquer aliciamento, atitude ou omissão que julgue contrários ao interesse da empresa; não ceda a pressões que visem a obtenção de vantagens indevidas.

(11) E, balizando tudo isso, ter **uma conduta ética** irrepreensível, o que significa saber que tudo o que fazemos e falamos em relação a nós mesmos, ao colega, à empresa, à sociedade, funciona, para quem nos ouve, como credencial. Se não for de boa qualidade, todo mundo nota. Ser ético o é antes de tudo ser honesto em qualquer situação, nunca fazer algo que não possa assumir em público, ser humilde, tolerante e flexível. Ser ético significa, muitas vezes, abrir mão de algumas coisas e perder algo.

Mas é bom não esquecer: **nada disso tem sentido se a postura profissional não estiver refletindo uma maneira pessoal legítima de se comportar**. Você não conseguirá sustentar por muito tempo uma “personagem” desenvolvendo um papel. É fundamental o seu empenho para internalizar conscientemente a postura adequada e agir naturalmente.



Sobre o que acabamos de ver, vamos elaborar o contrato de convivência em nossa plataforma virtual!

III. Texto reflexivo:

Um bom comportamento em sociedade: gentileza urbana

(Fonte: <http://www.brasil.gov.br/sobre/cidadania/gentileza-urbana-digital>)

O respeito ao próximo e o cultivo dos bons hábitos de convivência são as bases para a construção de uma sociedade mais justa e solidária. Atitudes simples, mas que nem sempre são colocadas em prática por todos os cidadãos, são fundamentais para o convívio saudável e construção de um caráter ético social que, na maioria das vezes se reflete também na vida profissional.

O meio social nos exige um comportamento ético onde quer que estejamos. Em sua escola, respeite colegas e professores. Num ônibus lotado, ceda o lugar a idosos, pessoas com deficiência, gestantes e mães com criança de colo. Não fure filas; isso gera confusões que podem se estender por um longo tempo. Se estiver dirigindo, tenha respeito no trânsito e pratique a direção defensiva(ou direção segura). A maioria dos acidentes é causada por negligência do homem, e não pelo acaso.

Ao ouvir música no carro ou no transporte coletivo, lembre-se de que há também outras pessoas ao redor. Por isso, ouça o rádio num volume razoável e fones de ouvido quando estiver em um ambiente público. Evite barulhos excessivos também dentro de casa, para não incomodar os vizinhos. Se houver problemas, converse educadamente ao invés de iniciar uma discussão.

Uma atitude correta que sempre vale a pena relembrar: jogue o lixo no lixo. A sujeira das ruas entope bueiros, o que provoca enchentes. As enchentes atrapalham o trânsito e causam engarrafamentos. Os engarrafamentos fazem com que muitas pessoas fiquem mal-humoradas, e por aí vai. O ciclo não para.

Mas a boa notícia é que as coisas são assim também do jeito inverso: uma boa ação gera outra boa ação, que gera outra, que gera outra...

Então, é só começar!

3. Comunicação

Aula 5 - A comunicação e seus componentes

I. Comunicação

A **comunicação** ocorre quando há pelo menos duas pessoas, os chamados interlocutores, interagindo por meio de uma linguagem. Cada pessoa é, portanto, **interlocutor**, e troca informações baseadas em seu **repertório cultural**, sua **formação educacional**, **vivências**, **emoções**, toda a “bagagem” que traz consigo.

O processo de comunicação prevê um **emissor** e um **receptor**. Cada qual tem seu repertório cultural exclusivo e, portanto, elaborará a informação segundo seu **conjunto** de **particularidades**.

Na comunicação também existem as ferramentas, podemos considerar a **fala**, a **mímica**, os **computadores**, a **escrita**, a **língua**, os **telefones** e o **rádio**. A escolha dos **meios de comunicação** e a utilização das ferramentas disponíveis devem ser observadas de modo a facilitar todo o processo com o menor índice de ruídos possível. Uma vez transmitida a informação, o receptor a processa e, segundo seus objetivos, transforma-a em **conhecimento**. O importante na comunicação é o **cuidado** e a preocupação dos **interlocutores** com a transmissão dos **dados** ou das informações em questão para que se obtenha sucesso no processo desejado.

II. Componentes do processo comunicacional:

a. Interlocutores:

Emissor: é o locutor, aquele que diz algo a alguém. Este, em dado momento, emite uma **mensagem** para um **receptor**, ou destinatário. Antes de enviar ou até mesmo produzir a mensagem, o emissor normalmente procura descobrir qual o nível de conhecimento do receptor, a sua cultura, a sua **instrução**, em outras palavras, descobrir o **repertório** dos receptores da mensagem.

Receptor: é o alocutário, Aquele com quem o locutor se comunica, aquele a quem se dirige a mensagem, aquele que recebe a informação e a decodifica. Isto é, transforma os impulsos físicos (sinais) em mensagem recuperada.

Mensagem: é, no sentido geral, o objeto da comunicação, o que foi transmitido entre os interlocutores: é o texto. O termo pode se aplicar tanto ao conteúdo da informação, quanto à sua forma de apresentação. Refere-se a qualquer pensamento, ideia ou informação expressa brevemente em uma linguagem ou código, preparada numa forma possível de transmissão por qualquer meio de comunicação.

Canal de propagação: aparato tecnológico utilizado no processo comunicacional, o meio físico que conduz a mensagem ao interlocutor.

Contexto: o ambiente em que a comunicação ocorre, as pessoas no processo, a situação em que se encontram a finalidade e o objetivo da comunicação.

b. Linguagem

Linguagem humana é todo e qualquer sistema de **signos** que serve de meio de **comunicação** entre **indivíduos humanos**, e pode ser percebido pelos diversos **órgãos dos sentidos**, o que leva a distinguirem-se vários tipos de linguagem: visual, auditiva, tátil, etc. Os elementos

constitutivos da linguagem são, pois, **gestos, sinais, sons, símbolos** ou **palavras**, usados para representar conceitos de **comunicação**, ideias, significados e pensamentos.

Tanto na linguagem escrita quanto na linguagem oral, é preciso haver **sintonia** entre os participantes do processo para o **sucesso da comunicação**. A sintonia pressupõe **adequação da linguagem usada pelo emissor** (vocabulário, nível de formalidade, etc.) **a linguagem do receptor** e domínio de áreas de conhecimento semelhantes.

c. Código

Um **código** é um **sistema** de **sinais** ou de **símbolos** que, por convenção prévia, é utilizado para enviar uma **mensagem**. Exemplos de códigos são as **línguas naturais, o código Morse, o Braille**, sinais de trânsito. O código pode ser formado de sinais de natureza diferente: **sons** (código lingüístico), **signos escritos** (código gráfico), **sinais gestuais, cores** (semáforos), etc. Podemos, então, dizer que um **código é um conjunto de signos e de regras de utilização**. Para que haja **comunicação** é necessário que o **emissor e o receptor conheçam o código utilizado**, os signos e as respectivas regras de utilização.

Linguagem escrita e linguagem oral são dois códigos diversos, cada qual com suas características, seus recursos expressivos, seu campo de ação.

A **expressividade da linguagem oral** se apresenta por meio da **ênfase**, da **entonação**, das **pausas**, da **fluência**, da **mímica**, dos **gestos** e do **vocabulário** empregado.

Na **linguagem escrita**, o emprego do **discurso direto**, das **normas ortográficas**, da **acentuação** e da **pontuação** se sobressaem como **traços de expressividade**.

É importante notar que a pontuação tem, também, função lógica: evita erros de interpretação; na **linguagem oral**, a **falta de sintonia prejudica o diálogo**, e, na **linguagem escrita**, provoca **textos inadequados** (por exemplo, em termos do vocabulário utilizado) e, até mesmo, **incompreensíveis**, podendo provocar inclusive, **distorções na interpretação do leitor**.

d. Comunicação Oral e escrita

Os seres humanos usam diversos meios para se expressarem: o gesto, o olhar, a palavra, os símbolos... As palavras, elementos de comunicação com o mundo e de interação entre as pessoas, são empregadas nos processos de comunicação oral e escrita. Estão presentes nos livros, nas cartas, nos documentos oficiais, faxes, e-mails, nas conversas nos bares, lares e locais de trabalho, bem como nas contações de histórias, nas opiniões expressas, dentre outras situações.

Vivemos no mundo das palavras. É necessário, no entanto, conhecer alguns detalhes que vão ajudá-lo a lidar com a palavra e os textos, orais e escritos, nas mais diversas situações de comunicação. Através da aquisição e prática desses conhecimentos, esperamos que você possa agir e interagir com outras pessoas, argumentar e persuadir, reivindicar e protestar, informar e se informar sobre o mundo que o cerca ou relatar suas vivências e sensações particulares, transmitir e narrar histórias, fazer seu interlocutor ler por prazer, imaginar, sonhar, se divertir, e se emocionar; progredir em seus estudos escolares, acadêmicos,, realizar produções comunicativas satisfatórias, orais ou escritas, em seu ambiente de trabalho, ou seja, conhecer e produzir textos oficiais. Enfim, esperamos que as informações dadas a seguir possam ajudá-lo a se apropriar de diferentes tipos de textos que circulam socialmente e são usados nas mais variadas situações de interação verbal e escrita.

É importante destacar que no processo de comunicação, oral ou escrita, há o uso diferenciado de linguagens: familiar, como o próprio nome sugere, é aquela usada em nosso contexto social, cotidiano. Comum, é aquela que está presente em jornais, revistas etc. Popular, usada tipicamente pelos moradores nativos das cidades interioranas, os quais chamamos de sertanejos. Cuidada é aquela estruturalmente polida e correta. Oratória, que está presente no discurso oral, isto é, nos diversos sons e onomatopeias. Todos esses tipos de linguagem podem se apresentar com um diferencial em termos de estrutura linguística, ou seja, podem seguir uma norma padrão, segundo as regras estruturais cultas da língua em questão, ou não padrão, no falar popular.

Quando fazemos linguagem, oral ou escrita, produzimos certos tipos de texto, que, com poucas variações, se repetem no conteúdo, no tipo de linguagem e na estrutura – são chamados de gêneros textuais. Esses gêneros foram historicamente criados pelo ser humano a fim de atender as mais variadas necessidades de interação. Por isso, de acordo com o momento histórico, pode nascer um gênero de pouco uso ou, ainda, um gênero pode sofrer mudanças até transformar-se em um novo gênero. O telegrama é um bom exemplo de mudança de gênero textual, pois está praticamente em desuso nos dias atuais. Outro exemplo que está em vias de extinção é a carta pessoal. Ambos, em virtude do avanço tecnológico das redes de comunicação, foram substituídos pelo e-mail e pelo SMS (mensagens pelo celular). O diário é também um bom exemplo de mudança, uma vez que foi quase que totalmente substituído pelo *blog* e pelo *Twitter*.

No processo comunicativo, a escolha do gênero textual é feita de acordo com os diferentes elementos que participam do contexto, tais como: quem está produzindo o texto, para quem, com que finalidade, em que momento histórico, em que suporte etc.

Vejam um caso mais prático. Se você ou sua comunidade, por exemplo, estão insatisfeitos porque a rua onde mora tem sofrido constantes enchentes e alagamentos, ao tentar resolver o problema, é necessário que uma reclamação seja feita oficialmente às autoridades competentes.

Nesse caso, você poderia escrever uma carta argumentativa de reclamação à regional da sua área, à prefeitura ou ao governo do Estado. Contudo, esse não é um problema só seu. Logo, o documento teria mais força se tivesse o apoio de outros moradores da rua ou do bairro. Nesse caso, vocês poderiam lançar mão de um abaixo-assinado ou de uma carta aberta dirigida à população e aos governantes. A escolha dependeria de outros fatores, como o número de pessoas que poderiam assinar, se a carta aberta seria divulgada numa assembleia ou manifestação, se haveria cobertura da imprensa etc.

Concluí-se, então, que a escolha de um determinado gênero textual depende em grande parte da situação de produção, ou seja, de fatores como a finalidade do texto a ser produzido, quem são o(s) locutor(es) e os interlocutor(es), o suporte disponível para a veiculação etc.

É importante destacar que no momento da escolha de um determinado gênero textual - carta, diário, relatório, receita culinária, memorando, procuração, reportagem, peça teatral; assim como os gêneros orais – debates, entrevistas, seminários, dentre outros – tenhamos conhecimento dos aspectos linguísticos essenciais para a criação e uso eficaz dos mais variados gêneros textuais, ou seja, tenhamos conhecimento do vocabulário adequado para cada gênero, assim como, da estrutura gramatical correta, da forma. É o *layout* do texto e do contexto em que a comunicação ocorrerá.

Observem então alguns exemplos de gêneros textuais para que vocês possam perceber a diferença e o uso de vocabulário, estruturas gramaticais, *layouts* e contextos presentes em cada um deles:

Receita de Pudim de Leite

Ingredientes

- 3 ovos
- 2 colheres (sopa) de amido de milho
- 2 xícaras (chá) de leite
- 1/2 xícara (chá) de queijo ralado
- 10 colheres (sopa) de açúcar

Modo de preparo

- Coloque todos os ingredientes no liquidificador.
- Bata bastante.
- Em seguida, despeje em forma caramelada e deixe assar por cerca de 45 minutos em banho-maria.

Fonte: <http://www.culinaria-receitas.com.br/pudins/pudim-de-leite.html#ixzz1RESAhS1y>

Convite de aniversário

Charge

quinta-feira, 10 março de 2011

III. Presente de grego

Por Borega

Parte superior do formulário

Parte inferior do formulário

Através desta explanação esperamos ampliar a sua competência linguística e discursiva, para assim capacitá-los em bons leitores e produtores de todos os tipos de texto, orais e escritos, além de contribuir para enriquecer a sua compreensão crítica da realidade, apresentando-lhes, portanto, formas concretas de participação social. Conclui-se que o uso correto dos processos e dos elementos de comunicação social favorece a formação educacional e profissional dos estudantes, além de favorecer também a formação cidadã reflexiva que se reverterá em benefícios e progresso para a nossa sociedade. Os conhecimentos adquiridos trazem benefícios pessoais e sociais, uma vez que a sociedade em sua totalidade se beneficia e se transforma através da educação.

Aula 6 - Adequando a comunicação

I. Vamos ler o texto:

“Em uma fábrica de automóveis, o Presidente precisou enviar um comunicado para os funcionários. Por respeito à hierarquia, transmitiu o comunicado, oralmente, para o Diretor, solicitando que repassasse urgentemente para o Gerente e este, para o Supervisor, que por sua vez passaria para o Chefe da equipe de funcionários.”

As respectivas falas são:

Do Presidente para o Diretor:

“Na próxima sexta-feira, às 17 horas, o cometa Halley estará passando por esta área. Trata-se de um evento que ocorre a cada 78 anos. Assim, por favor, reúna os funcionários no pátio da fábrica, todos usando capacete de segurança, quando explicarei o fenômeno. Se chover, não veremos o raro espetáculo a olho nu.”

O Diretor repassou o comunicado para o Gerente:

“A pedido do Presidente, na sexta-feira, às 17 horas, o cometa Halley vai aparecer sobre a fábrica. Se chover, por favor reúna os funcionários, todos com capacete e os encaminhe ao refeitório, onde o raro fenômeno terá lugar, o que ocorre a cada 78 anos a olho nu.”

O Gerente então transmitiu ao Supervisor:

“A convite do nosso querido Presidente, o cientista Halley, de 78 anos, vai aparecer nu na fábrica, usando capacete, quando irá explicar o fenômeno da chuva para os seguranças, no pátio.”

Por fim, o Supervisor reuniu os funcionários e comunicou:

“Pessoal, todo mundo nu, na próxima sexta-feira, às 17 horas, pois o mandachuva do Presidente, um tal de senhor Halley, estará lá para apresentar um raro fenômeno, que só ocorre a cada 78 anos, que é o filme Dançando na Chuva. Caso comece a chover mesmo, coloquem o capacete, por motivo de segurança.”

(Júlio vai fazer algumas observações) Quais?

É fato que nos relacionamos e nos comunicamos com as pessoas o tempo todo, até nos momentos mais simples, como quando compramos um pão na padaria perto de casa, ou caminhamos pela rua, até quando se participa de uma reunião na empresa para a solução de um problema que decidirá o destino da organização. Assim sendo, é de total importância que tenhamos uma comunicação precisa e eficaz que vise o sucesso e bem estar dos grupos com os quais convivemos e nos relacionamos.

II. No momento da comunicação EVITE:

1. Respirar mal;
2. Falar muito baixo ou muito alto;
3. Pronunciar mal as palavras;
4. Falar muito depressa ou muito lentamente;
5. Usar vícios de linguagem como “tá?”, “né?”, “ai”, “certo?”, “é isso aí!”, “tipo assim”, “macho”, entre outros...
6. Embolar as palavras;
7. Organizar mal as ideias e apresentações;
8. Expressar-se sem objetividade e clareza;
9. Querer falar “bunito” demais;
10. Usar gírias ou contar piadas;

11. Perder-se em detalhes;
12. Olhar para o teto, chão, ou fugir do olhar de quem está a sua frente;
13. Engolir sílabas ou letras ao final das palavras;
14. Entre outros...
15. Arte de ouvir

No processo da comunicação saber falar corretamente é tão importante quanto o saber calar oportunamente. Perceber, reconhecer, entender, compreender, valorizar, dar atenção, respeitar...

São vários nomes diferentes para um processo tão simples, mas ao mesmo tempo tão difícil de ser praticado: ouvir, de fato, o outro.

Ouvir não significa simplesmente escutar os sons da voz ou acompanhar o raciocínio do interlocutor. Significa, antes de tudo, ter paciência e tolerância para aceitar a outra pessoa como ela é, com suas qualidades e seus defeitos, crenças e emoções, com sua aparência, quer nos seja agradável ou desagradável, sem pré-julgamentos. Concordo com quem disse que esse não é um processo fácil, embora pareça tão elementar.

III. Dicas para tornar-se um Ouvinte Dinâmico

1. Ouça sem julgamento. Ouvir bem é ver o mundo a partir da posição da outra pessoa. Quando estamos realmente ouvindo, recebemos as atitudes da outra pessoa de uma maneira aberta, sem emitir julgamentos. lembre-se: *respeitar* e *aceitar* o outro não exige, necessariamente, a *concordância* com o que ele está dizendo.

2. Faça uso do silêncio. É importante que você tente não interromper a pessoa para falar sobre uma situação semelhante que você enfrentou, por exemplo. Só faça isso após ter ouvido até o fim o que ela tem a dizer.

3. Faça concessões. É importante ter disposição para considerar o ponto de vista da outra pessoa e para fazer algumas concessões, se necessário. Isto significa que, às vezes, é preciso desistir de “estar certo”, com o objetivo de se aproximar da interpretação do outro, analisando-a a partir do lugar que ele ou ela se encontra, e não do seu próprio lugar.

4. Seja sensível. Fique atento aos sentimentos que estão presentes na fala, pois podem ser responsáveis por alguns ruídos na comunicação. Mas lembre-se: o que você conseguirá é, no máximo, **supor** os sentimentos que a pessoa pode ter. Uma boa maneira de checar se o que compreendeu é exatamente o que o outro quis comunicar, é iniciar dizendo: “se eu compreendi bem o que você falou, ...”

Aula 7 - Falando em público com sucesso

Nos dias atuais, a **comunicação humana precisa ser eficiente, gentil e rápida**, especialmente a **linguagem verbal**. Não tenha dúvidas: além da aparência pessoal, muitas vezes o sucesso de suas pretensões depende da maneira como você se comunica. Assim, esteja atento às virtudes de estilo ou qualidades da boa linguagem.

A **inibição para falar**, dirigir ou participar de reuniões, atender clientes, defender ideias, é um problema da comunicação oral que **pode ser superado com técnica, muita prática**. Falar em público é uma tarefa que o profissional de hoje tem que estar sempre apto a realizar com total destreza, pois essa é uma habilidade bastante cobrada não só no ambiente profissional, como em muitos processos seletivos.

Aqui vão algumas **dicas** para que você tenha um melhor desempenho e consiga falar em público com sucesso.

- Saiba **fazer perguntas de forma apropriada**: use perguntas fechadas, que produzem respostas rápidas, se sua intenção for criar um ambiente favorável para iniciar a conversa (Quem...? Há quanto tempo...? Onde...?). Se o seu propósito for motivar as pessoas e estimular a sua participação, lance mão de perguntas abertas, que produzam respostas de raciocínio mais elaborado (Por que...? De que maneira...? O que...?).
- Tenha **bom humor**, mas tome cuidado com os exageros.
- **Não caia em provocações**. Se no meio de uma conversa você perceber que as vozes começaram a se alterar e que cada um se fechou em suas próprias ideias, deixe a vaidade de lado e tome a iniciativa de ceder, concordando de maneira genérica com a opinião divergente da sua, como estratégia para continuar o processo e acalmar os ânimos.
- **Seja gentil**. A gentileza pode estar no tom amável da voz, na generosidade das palavras, na honestidade dos princípios e da ética.

I. Seja um verdadeiro comunicador:

- **Fale com emoção**: demonstre legitimidade e crença naquilo que está falando. Se você falar como se estivesse apenas cumprindo uma tarefa, não conseguirá envolver nem tocar as pessoas.
- **Seja natural**. Por mais que domine técnicas, fale sempre preservando seu estilo e respeitando suas características.
- **Seja coerente**. Fique atento para ver se não está falando por falar, usando palavras ocas, que não representam exatamente o que você pensa, acredita, sente ou faz.
- **Conheça os ouvintes** e se aproxime de suas características:
- Procure saber qual é o **nível intelectual** predominante e o **grau de conhecimento** que eles têm sobre o tema que você vai tratar.
- Fique atento à **faixa etária do público**, para adequar a linguagem.

II. A estética da fala:

- Fale com o **volume** de voz adequado.
- Use a **velocidade** certa, para não acelerar demais e ficar incompreensível, mas também para não ficar pausado demais e se tornar enfadonho.
- Tenha **ritmo**, utilizando o volume e a velocidade para tornar sua fala mais “colorida” e atraente.
- **Pronuncie bem** as palavras.
- Utilize **vocabulário adequado**: nada de gírias e palavrões; evite vocabulário rebuscado e pouco usual; só utilize termos técnicos se o seu interlocutor tiver o domínio deles.

- Cuide da **expressão corporal**, mensagens que podemos enviar de forma não-verbal.

O início: procure conquistar seu interlocutor e minimizar suas resistências, conquistando seu interesse e atenção. Para isso, pode utilizar algumas dicas: conte uma pequena história que tenha relação com o tema que será tratado; inicie com uma frase que provoque impacto; faça uma citação de um autor respeitado pelo seu interlocutor; levante uma reflexão.

ATENÇÃO:

Não é aconselhável que você: se desculpe por estar com problemas físicos (gripe, dor de cabeça, etc) ou por não estar devidamente preparado para falar; conte piadas; tome partido sobre assuntos polêmicos; comece com “chavões” já desgastados pelo uso (“A união faz a força”, “uma andorinha só não faz verão”).

O meio: apresente sinteticamente o que irá abordar; apresente as etapas e a estrutura do que irá desenvolver; desenvolva o assunto utilizando exemplos, dados, estatísticas, comparações, enfim, tudo que puder fortalecer o conteúdo da sua fala.

O fim: faça uma breve recapitulação ou um resumo do que apresentou; utilize alguns dos recursos sugeridos para o início; agradeça e despeça-se.

Pratique bastante: Exercite sempre que puder aproveite a oportunidade para falar. Não esqueça também que o bom comunicador deve saber ouvir.



Acho que agora já me sinto mais preparado para falar em público. E vocês?

Não podemos esquecer que toda palestra, oratória ou apresentação, tem um **Início, Meio e Fim...**

Vamos aprender algumas dicas para melhorar nossa fala em cada uma dessas etapas.

III. Dicas para falar de improviso

Uma coisa é você se preparar para se apresentar em uma reunião, apresentar um seminário na escola, apresentar um produto novo para os clientes. Outra coisa é você ser solicitado a falar, sem que tenha tido tempo para se preparar adequadamente, ou sobre um assunto que não tem domínio.

Abaixo estão relacionadas algumas **dicas** que poderão ser úteis:

- Em primeiro lugar, só é possível falar de improviso **quando se tem algum conhecimento, mínimo que seja, sobre o assunto**. Portanto, se o assunto for totalmente desconhecido, é melhor não emitir opinião. Nem pense em enrolar os seus interlocutores; é fácil perceber quando a pessoa desconhece o assunto.
- Faça um **esquema mental** dos temas mais importantes do assunto a ser abordado.
- Estruture a sua comunicação **do geral para o específico**. Por exemplo:

*Ceará como sub-sede da Copa do Mundo de Futebol. **Estrutura da Fala:** Saudação – A importância da Copa do Mundo de Futebol (geral); Benefícios para o Ceará com a vinda da copa*

do mundo para o estado (específico); Perspectiva de muitos empregos e novas categorias de serviço (mais específico ainda) – conclusão.

IV. Fatores que contam ponto na Comunicação Verbal

Correção – É a conformidade com a norma dita “cultura”, padrão linguístico definido socialmente. Quem quiser ascender socialmente deve dominá-lo, caso contrário, estará “excluído”. O emprego da norma culta é requerido nas escolas, nas repartições e empresas públicas, na imprensa e nas manifestações linguísticas orais e escritas, embora a norma culta comporte dois padrões: o **formal (escrito)** e o **coloquial (oral)**, que apresentam diferenças. A correção ortográfica e gramatical facilita a formação de imagem

Favorável junto aos receptores das mensagens. A correção gramatical obtém-se com muita leitura e com muito exercício.

Concisão – É a objetividade na expressão de forma a **transmitir o máximo de ideias com o mínimo de palavras**. Evite a “enrolação” e seja direto. A linguagem direta, sem rebuscamentos e excesso de adjetivações, comunica melhor. O contrário da concisão é a *prolixidade*.

Clareza – Trata-se de virtude essencial da comunicação, e seu oposto é a *ambiguidade*. A clareza permite na **transmissão adequada do pensamento e a indubitável expressão da vontade e dos desejos**. O ideal é o falante ser “**poliglota na sua própria língua**”, ou seja, ter o domínio de variações linguísticas do seu próprio idioma, para se adequar ao público.

Precisão – Na construção do texto (oral ou escrito), procure **colocar a palavra certa no lugar certo**.

A expressão precisa é importante para você atingir o objetivo de comunicar exatamente o que pretende e evitar mal-entendidos. A prática constante da leitura e da escrita, além de exercícios com sinônimos, ajudam a desenvolver a precisão.

Naturalidade – É a **fluência da comunicação verbal sem preocupação exagerada com a correção**.

Para alcançar a naturalidade, deve-se evitar a linguagem rebuscada – e, na expressão oral, o linguajar próprio do padrão formal (língua escrita). Imagine, por exemplo, em bate-papo num barzinho, alguém dizer “você **ver-se-á** em maus lençóis se continuar a insistir naquilo”.

Originalidade – Procure ser original ou, como se costuma dizer, “ser você mesmo”. É claro que o que é bom pode ser utilizado, mas de forma moderada, sem cair na imitação. A originalidade na expressão **revela o estilo de cada um**.

Nobreza – É atributo da **linguagem livre de palavras e expressões vulgares**, ou mesmo obscenas. O texto nobre é aquele que qualquer pessoa pode ler ou ouvir “sem censura”. A gíria, salvo situações particulares e justificadas, deve ser evitada.

Colorido e elegância – Atributos que valorizam a expressão verbal pela **adequada seleção vocabular** e, entre outros fatores, pelo **emprego comedido e adequado das figuras de linguagem**. A contínua leitura e a prática constante da escrita possibilitam a aquisição destas virtudes. Portanto, você já sabe: muita leitura e muito exercício.

Afetividade/efetividade: utilizar termos e atitudes que demonstrem afetividade sem, com isso, perder o foco na efetividade da comunicação. Por exemplo: substituir termos que possam ter conotações violentas, como “discutir” por “dialogar”; agradecer às colocações dos educandos, etc.

V. Texto Auxiliar:

Dicas de como preparar um Seminário

Adaptado de: <http://revistaescola.abril.com.br/lingua-portuguesa/pratica-pedagogica/fala-se-ensina-423559.shtml>.

Por alguns instantes, volte ao passado: algum professor ajudou você a saber como falar? Salto para o presente: na sua prática em sala, você se preocupa em abordar conteúdos da oralidade? É possível que a resposta às duas perguntas seja a mesma: um sonoro “não”.

A razão é compreensível. Existe a ideia corrente de que não é papel da escola ensinar o aluno a falar - afinal, isso é algo que a criança aprende muito antes, principalmente com a família. Meia verdade. Há nessa concepção um erro grave de reduzir a oralidade à fala cotidiana, informal, representada pelos bate-papos e pelas conversas do dia-a-dia. O fato é que, sob a denominação genérica de "linguagem oral", encontram-se diversos gêneros: entrevistas, debates, exposições, diálogos com autoridades e dramatizações. Em relação a todos eles, o professor tem um papel importante.

"Cabe à escola ensinar o aluno a utilizar a linguagem oral nas diversas situações comunicativas, especialmente nas mais formais", afirmou o psicólogo suíço Bernard Schneuwly em entrevista à NOVA ESCOLA em 2002. Considerado um dos maiores estudiosos sobre o Desenvolvimento da oralidade, ele defende que os gêneros da fala têm aplicação direta em vários campos da vida social - o do trabalho, o das relações interpessoais e o da política, por exemplo.

Pontos Importantes:

(1) No seminário, como em qualquer outro gênero, o fundamental é conseguir que ele faça sentido aos alunos. Para isso, o professor deve debater com a turma o propósito da atividade: **por que estamos fazendo essa pesquisa? Quais os critérios para selecionar o que aprendemos e merece ser apresentado? De que forma ele pode interessar ao público?** "O seminário tem de ter uma finalidade maior do que ser apenas uma apresentação. Caso contrário, o trabalho corre o risco de se tornar desmotivante", explica Roxane Rojo, professora do Departamento de Linguística Aplicada da Universidade de Campinas.

(2) No momento em que o aluno (você) vai pesquisar, por exemplo, não adianta reunir um monte de indicações bibliográficas ou simplesmente copiar trechos de sites da internet, além de estudar o conteúdo, é preciso sistematizá-lo, de modo a ficar claro com a apresentação.

(3) Uma apresentação de sucesso tem:



Fonte: <http://www.ritaalonso.com.br/wp-content/uploads/2009/03/10.jpg>

ROTEIRO PRECISO

Uma cola com tópicos pode ajudar a encaminhar a apresentação. Não vale ler os cartazes nem decorar o trabalho.

DISCURSO SEGURO

As falas devem ser claras, coerentes e concisas: é preciso passar todo o conhecimento no tempo combinado

APOIO CERTEIRO

Recursos visuais devem trazer informações simples e diretas para facilitar a compreensão do tema geral da apresentação.

O que ensinar nos seminários: Quem disse que uma apresentação se aprende espontaneamente? Um seminário possui uma série de procedimentos formais que devem ser

abordados em sala. Primeiro, é preciso estudar a fundo o assunto a ser apresentado por meio de pesquisas e leituras. Em seguida, é necessário triar as informações e preparar a exposição, estruturando-a para que ela seja assimilada pelos colegas. Só então chega o momento de partir para a apresentação propriamente dita. Nessas etapas, há quatro aspectos que não podem ser esquecidos:

Planejamento do texto: além de cuidar do conteúdo (uma preocupação comum a todas as situações comunicativas), um seminário exige a preocupação com a forma como as informações são passadas, que não pode ser a mesma usada com os colegas no dia-a-dia. Por isso, é necessário trabalhar as diferenças entre a língua formal e a informal.

Estrutura da exposição: o conteúdo precisa ser apresentado de forma clara e coerente - o objetivo é facilitar a compreensão de seu sentido geral. Para que isso ocorra, o texto oral deve ter uma sequência organizada: fase de abertura, introdução ao tema, desenvolvimento, conclusão e encerramento.

Características da fala: o tom e a intensidade da voz do expositor devem criar um clima propício para a interação com a plateia.

Postura corporal: olhares, gestos, expressões faciais e movimentos corporais são importantes para complementar as informações transmitidas pela fala. Esses recursos auxiliam a mobilizar a escuta atenta.

Aula 8 - A Comunicação na era digital e as Redes Sociais

I. Redes Sociais



Fonte: <http://www.blogwmp.com/wp-content/uploads/2010/02/doodle.gif>

O homem é um ser social, já nos afirmava **Aristóteles** na Grécia Antiga, ou seja, é impossível pensarmos na Humanidade formada de seres isolados uns aos outros; ao contrário, temos visto o homem cada vez mais vivendo em rede. A socialidade iniciou quando o homem deixou de ser nômade, e passou a buscar residência fixa em uma determinada localidade, o que criou os primeiros agrupamentos humanos fixos. O elemento básico da socialidade do homem é a comunicação, que, muito mais do que uma necessidade, se tornou para o homem um meio, a forma pela o qual estabelecemos as relações sociais.

Uma rede social não existe se não for composta por pessoas, que se comunicam, se relacionam, em torno de algo comum à elas. Por isso, o conceito de rede social está diretamente ligado ao homem, suas (inter) relações e, consequentemente, suas formas de comunicação. As redes sociais não são uma novidade, visto que o homem sempre precisou de seus pares tanto para conviver em grupo, como para sentir-se pertencente à uma comunidade.

Esse fenômeno ocorre desde a pré-história, onde os homens das cavernas viviam em comunidades pequenas, por conta da sobrevivência, o que os levava a se unirem em torno de um objetivo comum. Neste sentido, não existe rede social sem a presença do homem, na medida em que uma rede social implica em interação humana. Várias são as redes sociais existentes em nossas vidas – **família, amigos, colegas da faculdade, profissionais com os quais trabalhamos, vizinhos**, entre outras. Porém, essas redes são as chamadas de redes **offline**, por não necessitarem de nenhuma tecnologia específica, muito menos das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC's) para existirem.

A partir dessa questão, é preciso fazer uma importante diferenciação: **redes sociais** e **redes sociais virtuais**; enquanto as primeiras são redes consideradas offline, as segundas caracterizam-se por serem **online**, ou seja, por terem como mediadoras a internet e a plataforma web, em sua versão mais intuitiva, que é a web 2.0.

As **Redes Sociais Virtuais** são grupos ou espaços específicos na Internet, que permitem partilhar dados e informações, sendo estas de caráter geral ou específico, das mais diversas formas (textos, arquivos, imagens fotos, vídeos, etc.). Há também a formação de grupos por afinidade, formando **comunidades virtuais**, com ou sem autorização, e de espaços abertos ou não para discussões, debates e apresentação de temas variados (comunidades, fóruns, [twitter](#), sites de relacionamento, etc.). Contudo, para ser diversificada em seus recursos, foram produzidas para a plataforma web 2.0, as chamadas **mídias sociais**.

As **Mídias Sociais** fazem parte de um grupo de aplicações para Internet construídas com base nos fundamentos ideológicos e tecnológicos da Web 2.0, e que permitem a criação e troca de **Conteúdo Gerado pelo Utilizador** (CGU). Essas tecnologias e práticas on-line podem ser usadas por pessoas e/ou organizações para disseminar conteúdo, opiniões, ideias, experiências e perspectivas. Hoje, as Mídias Sociais podem englobar textos, imagens, áudios, e vídeos, e mais: elas permitem grande integração entre as redes sociais virtuais, de tal modo que não nenhuma rede isolada, todas apresentam algum ícone que direciona algum tipo de compartilhamento com outra rede. Você já deve ter visto alguma rede social virtual com alguns botões de compartilhamento,

como na imagem a baixo:



Fonte: blog.maisestudo.com.br

II. As redes Sociais podem ser divididas em 3 tipos:

1) Rede Social Genérica ou Informal (Orkut, Facebook)

Essas redes sociais foram criadas inicialmente com características bastante informais, mas aos poucos buscam suprir as necessidades dos usuários, tornando seus aplicativos mais intuitivos e oferecendo serviços que vão mais além do que meramente postar vídeos e fotos, ou de realizar bate-papo. Assim como as redes sociais virtuais focadas no trabalho, elas podem ser utilizadas para a gravação de dados profissionais, com foco no trabalho, no entanto, tem o caráter mais genérico, pessoal, onde as pessoas utilizam como ferramenta de apoio na comunicação com amigos, familiares, etc.. Não que não possa ser utilizada como base de consulta à contratação de profissionais, e na verdade, isso hoje é um recurso utilizado pelas empresas para identificar melhor o perfil dos profissionais a quem elas querem contratar, mas veremos esse aspecto em tópico específico desta aula.

2) Rede Social de Negócios e Emprego (LinkedIn)

O LinkedIn é um site de negócios que possui o formato de uma rede de relacionamento. Por este motivo, muitos se referem a LinkedIn como uma rede social. O site foi fundado em 2002, porém, seu lançamento ocorreu no ano seguinte, em 2003, na Califórnia. O principal objetivo do site é reunir profissionais, através de uma listagem abrangente ou mesmo detalhada de vários contatos, sendo pessoas ou empresas. Desta forma, permitindo a interatividade entre os profissionais. O LinkedIn já possuía uma grande aceitação pelos brasileiros, porém, com o lançamento da versão em português em 2010, o número de usuários vem crescendo diariamente. Estima-se que há mais de dois milhões de usuários ativos no país. O Brasil, por sua vez, passou a pertencer ao grupo de países que mais pratica “networking” no serviço (Leia mais no Oficina da Net: [O que é o LinkedIn?](#)).

3) Rede Social Intermediária (Twitter e Blog)

As redes sociais intermediárias são aquelas que possuem características que permitem toda a comunicação básica da primeira geração de redes sociais, mas, em se aperfeiçoando, passaram a assumir outras funcionalidades que lhes permite uma gama de recursos diferenciados e potencializados; o **Twitter**, por exemplo, mantém a forma de relacionamento online, mas agrega poder de síntese nas suas postagens (até 140 caracteres), e é uma ótima fonte de informação já que

jornais, professores, pensadores, Ong's e células do governo utilizam seus recursos para divulgar suas informações. O **Blog** é outro exemplo: a primeira geração de blogs era idêntica à geração 1.0 da Internet, eram fontes de informação passiva, em que pesquisávamos seus conteúdos mas sem interação, hoje, os blogs permitem grande interação em seus conteúdos internos e desenvolveram atributos que lhes permite agregar pessoas também, através de perfis pessoais que os usuários criam..

III. Dados importantes:

Segundo a **Ibope Nielsen Online**, em 2009, o Brasil gastou cerca de **50 horas e 26 minutos** por internauta em ambientes doméstico/residencial. No Brasil, **79%** dos internautas fazem parte das redes sociais e ficam cerca de **6 horas** por mês conectados nesses ambientes.

De 2006 para 2009 houve aumento crescente de praticamente todas as atividades envolvendo Mídias Sociais. As cinco atividades que mais cresceram foram:

1. Assistir vídeos pela internet;
2. Escutar músicas/rádios online ao vivo;
3. Criar perfil em alguma rede social;
4. Criar blogs, ler e comentar em outros blogs;
5. Fazer upload de fotos pessoais em algum site de compartilhamento de fotos.

O compartilhamento de conteúdo na internet alcançou um papel de destaque no dia-a-dia dos internautas, eis alguns dados sobre os conteúdos mais utilizados:

63% desses usuários já criaram perfil em algum site de relacionamento;

57% possuíam perfil em redes sociais;

76% fazem upload de fotos;

33,1% publicam vídeos;

29,1% mantêm um blog;

71% buscam informações em blogs.

De acordo com a **E-life e a InPress Porter Novelli**, o **Orkut** não é mais a rede social número um no Brasil. Esse posto agora pertence ao Twitter. Entrevistou-se 1300 pessoas, que afirmaram acessar o Twitter de sete a cinco vezes por semana, contra quatro a duas vezes o Orkut no mesmo período. Apesar de estar em segundo lugar no tempo de uso dos internautas, o Orkut é a rede social com mais cadastrados no Brasil, já que 89,6% dos entrevistados afirmaram ter conta no Orkut. Em seguida vem o Twitter, com 80,1%; a terceira posição ficou com o YouTube, com 79,6% e apenas 57,6% dos entrevistados têm conta no Facebook.

É preciso mencionar que as relações mantidas pelas redes sociais virtuais apresentam todas as características básicas das relações presenciais: amizade e inimizade, sinceridade e enganação, amor e ódio, bom tratamento de [ciberbullying](#) etc.. Essas pares de contrários ainda fazem parte dos costumes humanos, e, estes, ao se relacionarem, reproduzem o comportamento que mantém normalmente. Além disso, o ambiente virtual é propício a se fazer o que se quer sem temer consequências, o que estimula a certas atitudes de alguns internautas.

Daí ser necessário observar nas vivências virtuais:

- a) A segurança na internet;
- b) A responsabilidade de opinião do internauta;
- c) A responsabilidade de conteúdo produzido;
- d) A responsabilidade no trato com as pessoas;
- e) O ciberbullying;
- f) As relações que envolvem afetividade via internet;

g) A valorização da diversidade cultural, religiosa, étnica, afetivo-sexual;

h) Cuidado com o uso da imagem pessoal

As redes sociais na internet são Ambientes Virtuais, que congregam pessoas online, e oferecem serviços multimídia que fomentam seu uso. Mas qual a diferença de um Ambiente Virtual para um Ambiente Virtual de Aprendizagem?

O **AVA – Ambiente Virtual de Aprendizagem**, é local próprio para a aquisição de conhecimento, é onde ficam hospedados cursos **EaD**, e oferecem fóruns, material didático, vídeos, etc.. São exemplos de Ambientes Virtuais de Aprendizagem: **Moodle**, **Sócrates**, **Teleduc**, etc.. Do ponto de vista formal, uma rede social não é considerada um local que favoreça a aprendizagem, no entanto, há diversas ferramentas das mídias sociais, que permitem transformar as redes em locais agradáveis de conhecimento.

IV. As formigas agora têm megafones: Comunicação na Web 2.0

Atualmente há formas bem diferenciadas de estabelecer fontes de informação e comunicação via web 2.0; nesse espaço, as formigas têm megafones. Cada usuário, de posse das dezenas de formas de opinar, divulgar, criticar e informar, através de vídeos, slides, textos, twitters, etc., possui agora grande força individual, que somada à força coletiva, cria uma rede gigantesca de usuários autônomos, que criam conteúdos, independente da grande mídia tradicional televisiva ou jornalística.

As empresas, de olho no desenvolvimento na forma de utilizar os recursos em rede, agora ficam atentas a todo movimento dos internautas, procurando saber sobre o que falam delas, analisando a sua imagem, bem como desenvolvendo divulgação de produtos de acordo com os novos mecanismos da web 2.0 (Para saber mais sobre as redes sociais nas empresas, acesse: <http://migre.me/570og>).

V. Comunicação Alternativa x Mídia Tradicional

A comunicação alternativa é o termo que atualmente designa o novo momento do uso das redes sociais, modificando profundamente a maneira como se estabelece as relações virtuais entre os indivíduos, destes com a mídia tradicional, e ainda com as empresas e corporações. Na mídia tradicional, a informação é hierarquizada, determinada tanto na forma como no conteúdo, pela redação responsável em pensar as pautas. Com a comunicação alternativa, a informação vem de todos os lados, de diversas formas, sem hierarquias e sem pautas determinadas. Outra diferença capital é que a produção de conteúdo também é profundamente modificada, e ocorre numa velocidade incomensurável via web 2.0, enquanto que na mídia tradicional, mesmo nas mais informatizadas, a produção está agregada a uma grade de horários, portanto, se torna limitada em possibilidades.

Segundo Perruzzo (2009),

“a comunicação alternativa pretende ser uma opção como canal de expressão e de conteúdos infocomunicativos em comparação à grande mídia comercial e à mídia pública de tendência conservadora”.

VI. As empresas estão de olho no meu perfil do orkut ou do facebook? Confira o texto na íntegra em: <http://migre.me/571x8>

Opiniões e informações devem ser padronizadas em diferentes redes sociais? Consultor em recursos humanos Rogério Sepa defende flexibilidade na criação de conteúdo, mas alerta para uso do bom senso.

Defender uma convicção política no Twitter e opinar contrariamente no Orkut, manter uma experiência profissional como vigente no LinkedIn e divulgar outro emprego como o atual no Facebook. Afinal, qual é o limite para ter informações desencontradas ou com falta de alinhamento entre as suas redes sociais? Existe uma obrigação de manter uma padronização de informações de

perfis, opiniões, convicções entre as diferentes redes sociais? Os recrutadores atentam para isso?

Segundo o consultor em Recursos Humanos e transição de carreiras da DBM, Rogério Sepa, a resposta a esse questionamento é subjetiva. “Esse é um dos grandes dilemas existentes hoje, a mistura do lado pessoal e do profissional nas redes sociais. Na maioria das redes sociais, excetuando-se o LinkedIn, o uso é majoritariamente pessoal, então o que deve-se evitar em todas as redes sociais é ter comunidades, redes e comentários que sejam preconceituosos, falem mal ou façam referências negativas a empregadores”, recomenda.

VII. Diferenças

Segundo o especialista, não há problemas no fato de o profissional possuir contradições partidárias, comentários sobre futebol ou brincadeiras em seus perfis no Orkut, Twitter e Facebook. “Tudo depende da intensidade com que determinado assunto é tratado, o quanto ele interfere de forma direta na atuação de um profissional, aí existe o risco de um recrutador ter alguma ressalva”, analisa Sepa.

Segundo o consultor, antes de sair colocando conteúdo, criando perfis e pensando em fórmulas para as redes sociais, os profissionais devem se perguntar: “como eu gostaria de ser encontrado?”. “É a partir desse momento que você define que conteúdo você quer inserir, que palavras chaves você vai usar”, analisa.

Para Sepa, essa realidade é muito mais clara no LinkedIn, rede social voltada justamente para o mundo corporativo. “Nessa rede, o uso de palavras chaves é imprescindível. No nosso trabalho de orientação a profissionais em transição de carreiras, orientamos a construção de um perfil que diferencie o profissional, traga uma grande carga de informações sobre sua formação, atuação e conteúdo”.

VIII. Possibilidades das Redes Sociais Virtuais

Outras ideias: o **Blog**, por exemplo, tem, entre outras vantagens, a possibilidade de publicar gratuitamente informação, centrando-se no conteúdo e não na interface devido à facilidade de edição. Nele, podem ser ‘postadas’ imagens e vídeos. O **Flickr** é uma ferramenta que permite a partilha de imagens e possibilita a criação de álbuns para armazenamento de fotografias, vídeos, como os provenientes do **YouTube**. Permite assim aos utilizadores carregar, assistir e compartilhar podendo, esse material, ser disponibilizado em blogues e sites pessoais. O **Del.icio.us** é um serviço que permite organizar uma coleção de sites favoritos online, em que os links, organizados por tags (palavras-chave), permitem a criação de um grupo de favoritos.

Exemplos gerais do uso das redes sociais na educação

Informar e manter-se informado;

Denunciar e/ou criticar;

Produzir conteúdo, analisar o conteúdo produzido;

Postar vídeos e/ou produzi-los;

Conhecer novas culturas e divulgar a sua;

Aprender a ver e respeitar a diversidade;

Na web 2.0 o usuário tem megafone;

Formar comunidades de estudos;

Realizar mobilização social em prol de uma causa maior

Dica: Os dez melhores usos do twitter na educação

Acesse: <http://leitorvelhonavegador.blogspot.com/2010/12/os-dez-melhores-usos-do-twitter-na.html>

IX. COMUNICAÇÃO: Como divulgar nosso projeto social?

Texto extraído do Guia do Educador de Empreendedorismo Social 2010 - Ashoka e Projeto e-Jovem.

Vocês já pensaram que, tão importante quanto a mobilização de recursos ou o plano de negócios, para a sobrevivência do projeto também é a comunicação? Uma estratégia de comunicação bem elaborada pode trazer muitos benefícios ao seu projeto como um todo. Não basta estar bem na fita e na foto. É preciso estar bem também na mídia. Isso pode significar muito mais do que a simples divulgação do que a equipe está fazendo. Pode reforçar a legitimidade do seu trabalho, a prestação de contas à comunidade, e a credibilidade diante de seus financiadores, beneficiários, voluntários, parceiros e aliados. Além disso, estar bem na mídia pode favorecer novas oportunidades de parcerias, em especial com empresas privadas. Somem tudo isso e vocês verão que a comunicação pode trazer recursos financeiros e humanos e ajudar seu projeto. O primeiro passo para que a comunicação seja incorporada como estratégia é fazer com que todos os integrantes estejam conscientes da importância de um trabalho como esse na sustentabilidade e visibilidade do projeto.

Marketing possibilita que vocês criem sua mensagem própria e distribuam para um público definido por vocês, iniciando um relacionamento com ele.

A seguinte lista contém **20 dicas para divulgar seu projeto social**. Algumas dessas opções podem ser mais importantes para seu projeto do que outras. Esta lista não é finita: sejam criativos e desenvolvam novas maneiras de fazer as pessoas conhecerem seu projeto social!

1. Criem um site/blog do seu projeto social (isso pode ser feito através do site do GMM);
2. Escrevam um boletim informativo periodicamente - por e-mail ou correio - para atualizar as pessoas das atividades desenvolvidas;
3. Mantenham um blog do seu projeto social. Blog é como se fosse um diário na internet;
4. Criem um logotipo para que as pessoas reconheçam e se associem com seu projeto;
5. Faça camisetas, canetas, e outros produtos com seu nome e logotipo;
6. Criem cartazes e peçam permissão para pendurá-los nas escolas, universidades, empresas locais e pela cidade;
7. Desenvolvam cartões de visitas. São cartões com informações para entrarem em contato com o projeto (nome de um dos representantes, telefone, e-mail, endereço e logotipo);
8. Aprendam a falar de forma sucinta e clara sobre seu projeto social;
9. Usem depoimentos - uma pessoa pode oferecer apoio com uma frase relevante sobre seu projeto social - então, incluam nos folhetos, boletins e outros materiais promocionais;
10. Criem um vídeo que mostre as atividades realizadas;
11. Façam eventos que sejam interessantes para todos os tipos de pessoas;
12. Escrevam uma sugestão de pauta (press-release) toda vez que realizarem eventos ou atividades grandes, e mande para os jornais locais, canais de TV e outros tipos de meios de comunicação;
13. Convidem os jornais locais para os eventos do seu projeto social;
14. Façam propaganda, dos próximos eventos, nas rádios locais ou jornal;
15. Liguem para pessoas diretamente, e falem sobre os próximos eventos;
16. Realizem propagandas gratuitamente pela internet;
17. Tirem fotos de todos os eventos- estas fotos podem ser muito úteis quando vocês estiverem fazendo brochuras ou folhetos, ou até mesmo mobilizando recursos!
18. Contatem organizações que estejam dispostas a falar sobre seu projeto social.

-
19. Envie folhetos e brochuras através do correio ou e-mail;
 20. Crie vales promocionais para produtos ou serviços para atrair parceiros (por exemplo, compre um ingresso para o nosso show e ganhe um convite para um acompanhante).
-

Aula 9 - Comunicação escrita.

I. Interpretação e produção de textos

Para que possamos trabalhar o empreendedorismo e desenvolver os projetos em nossas comunidades, precisamos aprender a utilizar bem a nossa língua portuguesa. Sem o domínio do seu uso é impossível nos comunicarmos bem e realizarmos tarefas de integração comunitária.

Nesta unidade, portanto, vamos realizar uma prática de ensino voltada para a aquisição de uso das normas de linguagem adequadas às diversas situações de comunicação, oral ou escrita.

Em nosso cotidiano, convivemos com textos, orais ou escritos. Devemos, portanto, ter conhecimento das diversas tipologias e gêneros textuais para assim realizarmos um processo comunicativo de forma eficiente e eficaz.

A tipologia textual, de acordo com Marcuschi (2002, p.22), designa uma espécie de sequência definida pela natureza linguística predominante de sua composição (aspectos lexicais, sintáticos, tempos, verbais, relações lógicas). Quando se classifica um certo texto como narrativo, descritivo ou dissertativo, determina-se uma tipologia predominante. Os tipos textuais abrangem a narração, a dissertação, a explicação, a descrição, a predição, dentre outros, e estão presentes nos diferentes gêneros textuais de circulação social.

Marcuschi (2002, p. 19-23) define os gêneros textuais como os textos encontrados em nossa vida diária e que apresentam padrões sociocomunicativos caracterizados pela composição funcional, objetivo enunciativo e estilo realizados na integração de forças históricas, sociais e institucionais. Desta forma, os gêneros textuais contribuem para ordenar e estabilizar as atividades comunicativas do nosso dia a dia. Eles podem se expressar em diversas designações, podendo-se mesmo dizer que são ilimitados. Alguns exemplos de gêneros textuais são: telefonema, sermão, carta comercial, carta pessoal, romance, conto, bilhete, reportagem jornalística, reunião de condomínio, lista de compras, editorial, resenha, resumo, esquema, e-mail, piada, horóscopo, receita culinária, bula de remédio, edital de concurso, cardápio de restaurante, notícia jornalística, aula expositiva.

É importante destacar que as tipologias textuais, presentes nos gêneros, os tornam, em geral, tipologicamente heterogêneos.

A carta pessoal, por exemplo, pode conter uma sequência narrativa, uma argumentativa ou uma descritiva. Observem as características principais de cada tipo textual.

O **texto narrativo** é caracterizado pelo relato de um fato, num tempo definido e num espaço concreto. Na narrativa há a predominância de termos concretos que se referem ao mundo real. Há também a mudança de um estado para outro, e por isso, entre os enunciados, existe uma relação de anterioridade e posterioridade. O tempo verbal predominante é o pretérito perfeito do indicativo. A narração também pode ser construída utilizando o pretérito imperfeito, o mais que perfeito e o futuro do pretérito do indicativo.

O **texto dissertativo** apresenta uma questão que é desenvolvida através de uma argumentação coerente e consistente, construindo-se uma opinião. O tempo verbal predominante é o presente do indicativo.

De acordo com Delforce (1992), a dissertação é a construção de uma opinião no exame fechado de uma questão. Dissertar, segundo o autor, é demonstrar o que se pensa com uma opinião progressivamente construída, examinando-se, antes, todas as opiniões-resposta que a pergunta possibilita, avaliando-se sua pertinência e validade. Na dissertação, não se apresenta imediatamente uma resposta à questão formulada, como em uma entrevista.

O **texto descritivo** caracteriza-se pela descrição de um personagem a partir de um processo linear de observação. Nesse texto há relações de anterioridade e posterioridade, inexistindo uma progressão temporal entre os enunciados. Observam-se o acúmulo de adjetivos ou locuções adjetivas e a predominância do pretérito imperfeito.

Na descrição, relatam-se as propriedades e os aspectos de um objeto particular concreto, um processo, um mecanismo, etc., situados em um certo momento estático de tempo.

O **texto explicativo** responde a um problema da ordem do saber a partir da investigação de uma evidência, ou seja, de um fenômeno normal que se torna objeto de investigação. O tempo verbal predominante é o presente do indicativo.

O texto explicativo também pode partir de um paradoxo que se refere a algo aparentemente incompatível com o sistema estabelecido de explicação do mundo. Exemplo: Por que o sol parece ser do mesmo tamanho da lua? (na verdade, o sol é 400 vezes maior que a lua).

O **texto preditivo** pode ser utilizado para prever acontecimentos, eventos, situações e comportamentos com base na causalidade ou simplesmente na casualidade. É usado em asserções sobre o futuro, horóscopos, profecias, boletins meteorológicos, previsões em geral, prenúncios de eventos, comportamentos e situações. Os tempos verbais possuem perspectiva indicativa de futuro e há a presença de adjetivos, e ausência de conectores.

Para nos certificarmos do entendimento sobre as tipologias textuais, vamos, a seguir, realizar as atividades propostas.

II. TEXTO 01:

O CAMPONÊS E A COBRA

Certo dia, na casa de um camponês, uma serpente venenosa insinuou-se e disse-lhe bem maneiras:

- Vizinho, salve! Hoje eu te trouxe uma boa notícia. Vamos ser amigos! Não será mais preciso temeres a mim, porque regenerarei-me, estou mudada. Vê, minha pele até já está trocada, sou outra, diferente de antes!

Porém, o camponês, muito sábio, não se enganou com a lábia do animal, e disse, com um pau na mão:

- Tua pele é nova, mas teu coração ainda é o mesmo.

E, com uma porretada, liquidou a cobra venenosa.

(Adaptado de KRYLOV. Fábulas Russas. Melhoramentos. São Paulo, 1990.)

A – O texto narra, descreve ou comenta a respeito de um assunto?

B – O texto refere-se a objetos do mundo real?

C – Há um fato concreto no texto?

D – Há um espaço? Qual?

E – O texto está situado em um tempo? Qual?

F – Há mudanças de anterioridade e posterioridade? Como isso é explicitado?

G – Qual é o tempo verbal predominante? Exemplifique.

H – A partir desses aspectos, a que tipologia textual pertence o texto analisado?

III. TEXTO 02:

Rosa respirou fundo o cheiro das paredes, de tábuas ainda verdes. Era a casa, a sua casa. Tinha três por quatro metros, uma janela na frente e outra nos fundos, mas parecia enorme. O piso era de terra batida e a mesa, de tábua áspera, mais parecia mesa de carpinteiro. Não importava, era dela a casa. Da janela via os troncos chamuscados e, ao fundo, a mata fechada. Ali, pensou, nesse pedaço de terra limpa, podia plantar temperos e algumas flores. Aurélio desatava o galo e as três galinhas e os prendia na gaiola de taquara. Teriam um galo para cantar de manhã cedo e galinha para o caldo, quando nascesse a criança. Se algum bicho não os comesse antes.

(Adaptado de POZENATO, José Clemente. A Cocanha. Mercado Aberto. Porto Alegre, 2000.)

A – O texto foi construído com termos concretos ou abstratos?

B – Qual é o tempo verbal predominante? Exemplifique.

C – Há uma progressão temporal no texto?

D – O que mostra o texto?

E – A partir dos aspectos analisados, a que tipologia textual pertence o texto analisado?

IV. TEXTO 03:

EDUCAÇÃO

Ninguém discute que a educação é o alicerce da sociedade. O grande problema do Brasil é valorizar demais a quantidade e esquecer a qualidade. Para que se apresentem estatísticas com baixos índices de repetência, criam-se programas como a progressão continuada, que faz com que os alunos não repitam o ano mesmo sem ter aprendido. Sendo os fundamentos educacionais baseados em números, e não em qualidade, será improvável uma sociedade bem estruturada, justa e democrática.

(Adaptado de SOUSA, L.M. de. Educação. Veja, Cartas. São Paulo, 2003.)

A – O texto narra um fato, descreve algo ou constrói uma opinião?

B – A respeito de que fala o texto?

C – Há relações de anterioridade e posterioridade no texto?

D – O texto situa-se em um tempo definido?

E – Qual é o tempo verbal predominante? Exemplifique.

F – Quanto à tipologia textual, como se classifica o texto?

Vamos reforçar os nossos estudos sobre as tipologias textuais. Numere os seguintes textos, conforme o que segue: (1) narrativo; (2) descritivo; (3) dissertativo; (4) explicativo; (5) preditivo:

A – () Por que o ferro precisa estar quente para passar a roupa?

O calor do ferro põe a estrutura do tecido em ordem. Quando uma peça de roupa é lavada, as fibras que formam o pano ficam amassadas e desalinhadas. O que o calor faz é organizá-las paralelamente, homogeneizando tudo. A temperatura ideal para fazer esse trabalho varia de uma fibra para outra. No caso de uma roupa toda de algodão, ela fica em torno de 100 graus Celsius. Já para o poliéster e a microfibra, é melhor aquecer o ferro entre 30 e 40 graus Celsius. Se a temperatura não for adequada, a paralelização não acontece.

(Super Interessante. São Paulo, 1998.)

B – () Leão – (22/07 a 22/08)

Vênus aumentará as chances de você se envolver com alguém muito especial

(Semanário. 2003)

C – () Em busca do sucesso

O padre Marcelo Rossi lança nesta semana seu novo CD tendo um desafio pela frente – impulsionar as vendas de seus produtos que andam fracas. Ano após ano, seus novos discos têm tido vendas menores que as dos anteriores. O último CD alcançou 350.000 fiéis compradores no ano passado – muito para os comuns mortais, mas pouco para quem em 1998 chegou à antesala do céu com 3,2 milhões de discos vendidos.

(Veja. São Paulo, 2003.)

D – () Área ligada à memória fabrica células funcionais

Cientistas americanos do Instituto Salk mostraram que o hipocampo, porção do cérebro ligada à memória, é capaz de produzir células novas e funcionais mesmo em animais adultos. O estudo, que saiu na “Nature” (<http://www.nature.com/>), abre novo caminho para curar doenças neurológicas.

(Folha de São Paulo. São Paulo, 2002.)

E – () A casa de Aurora era de uma só peça. No meio dela, no chão, um pau de lenha queimava, enchendo tudo de fumaça e cheiro de fuligem. Ao redor, junto às paredes, estavam os estrados cobertos de trapos sujos, onde devia dormir toda a família. Aurora, deitada na meia escuridão, tossia. Rosa chegou a sentir uma revolta no estômago.

(POZENATO, J.C. A Cocanha. Mercado Aberto. Porto Alegre, 2000.)

F – () Enchentes por monções na Índia matam ao menos 43

As monções (ventos periódicos do sul da Ásia) provocaram enchentes e mataram 43 pessoas em áreas montanhosas no norte da Índia. Militares foram convocados para ajudar as equipes de resgate.

(Folha de São Paulo. São Paulo, 2002.)

G – () O Brasil não ficou totalmente estagnado na corrida da educação. Sua taxa de analfabetismo caiu, praticamente, todas as crianças estão matriculadas no ensino fundamental e o número de estudantes no ensino superior subiu. E por que há uma diferença tão grande na escolaridade entre o Brasil e a Coreia? A diferença está no investimento que cada nação faz. Quanto maior o capital investido, melhor a qualidade do ensino.

(Veja. São Paulo, 2003.)

H – () Empossada na Academia Brasileira de Letras a escritora Ana Maria Machado. Ela foi eleita em abril para a cadeira de número 1, que foi ocupada pelo jurista Evandro Lins e Silva, morto no ano passado. Dia 29, no Rio de Janeiro.

(Veja. São Paulo, 2003.)

I – () Por que salivamos diante de uma comida apetitosa?

Isso acontece porque o organismo já está se preparando antecipadamente para a digestão. A visão do prato e seu cheiro estimulam o cérebro, que, por vez, aciona as glândulas produtoras de saliva, secreção que tem a função de ajudar o aparelho digestivo a decompor a comida ingerida. (...) O curioso é que a quantidade de salivação varia de acordo como estado motivacional da pessoa. “Um indivíduo faminto tende a salivar muito mais diante de um prato de comida do que alguém com menos fome”, afirma a fisiologista Sara Shammah Lagnado, da Universidade de São Paulo (USP).

(Superinteressante. São Paulo, 2002.)

Dando continuidade aos nossos estudos sobre tipologias textuais, elabore uma questão que tenha como resposta o texto explicativo abaixo:

O psiquiatra é o único que pode receitar remédios, por isso é obrigatório que seja formado em medicina. Para o psicólogo, basta a graduação em psicologia, mas é ele o de atuação mais abrangente: atende não só em consultórios, mas também em empresas, fazendo orientação de recursos humanos, testes vocacionais ou dinâmicas de grupo; e podendo seguir dezenas de linhas ou métodos diferentes. “Estamos falando de duas profissões – psiquiatria e psicologia – e de uma técnica da psicologia, a psicanálise”, afirma o psiquiatra paulista Wilson Gonzaga. O psicanalista é, assim, o mais específico – tanto que sua formação dispensa a faculdade, substituída pelo curso de especialização da Sociedade Brasileira de Psicanálise. Essa técnica de investigação, em sessões individuais de 50 minutos, foi criada pelo austríaco Sigmund Freud, a partir da descoberta do inconsciente, manifesto, por exemplo, nos sonhos.

(Superinteressante. São Paulo, 2001.)

Para finalizarmos e consolidarmos os nossos estudos sobre as tipologias textuais, produzam um texto explicativo, respondendo a seguinte questão: qual é a diferença entre os textos 1, 2 e 3 apresentados no início das atividades propostas? Justifique com dados dos próprios textos.

Aula 10 - Documentos técnicos

Além de todas as competências que já vimos anteriormente, o profissional de hoje tem que conhecer e ter no mínimo uma base de uma ferramenta utilizada principalmente por empresas hoje. A Redação Comercial.

Vamos conhecer e aprender a confeccionar os seguintes documentos comerciais:

1 – Ofício

2 – Carta Comercial

3 - E-mail profissional

I. OFÍCIO

O ofício nada mais é que uma correspondência oficial enviada a alguém, normalmente funcionário ou autoridade pública. É muito semelhante à carta. A diferença é que o endereçamento ao destinatário vai ao final, após o endereço do remetente, e colocado na margem esquerda.

Um ofício deve:

Iniciar com o **local de onde se escreve e a data** da correspondência;

Conter um **vocativo**, isto é, uma fórmula de cortesia **indicando a pessoa a quem se escreve**; colocasse alguns espaços abaixo, na margem esquerda;

Conter o **texto** em si, **mais formal que uma carta**. Pula-se o mesmo número de espaços e inicia-se o texto, evitando palavras desnecessárias, indo direto ao assunto;

Uma **cortesia** no final.

Assinatura e endereço do remetente.

Modelo de Ofício:

Timbrado

Ofício nº 001/2010

Senhor Francisco Lima

Supervisor dos transportes

Empresa XXX

Eu, Francisco Lima, brasileiro, (estado civil), (profissão), inscrito no CPF sob o nº (informar), residente e domiciliado à (informar endereço), sirvo-me do presente para solicitar a Vossa Excelência a liberação de um ônibus com a finalidade de transportar aproximadamente 40 alunos do curso E-jovem para uma aula de campo.

Limitado ao exposto, fique com meus votos de estima e consideração.

Fortaleza, 15 de dezembro de 2010

(Assinatura)

II. CARTA COMERCIAL

A carta comercial faz parte de um sistema de comunicação, com o seu emissor, sua mensagem e seu receptor. Está, conseqüentemente, sujeita a uma engrenagem, a todos os dispositivos, a todos os requisitos indispensáveis à comunicação **para propagar, agrupar, propor negócios e criar imagem**. É um instrumento de comunicação que se restringe a determinada área empresarial e/ou comercial, razão por que tem características próprias. As especificidades da carta comercial são as seguintes:

Clareza: a falta de clareza do texto impede a comunicação imediata e dá margem a interpretações que podem levar a desentendimentos e mesmo a prejuízos financeiros.

Linguagem: simples, atual, precisa, correta, com exata observância das normas gramaticais, **concisa**, informando com economia de palavras, **impessoal**, com o máximo de objetividade, pois a carta comercial não é instrumento adequado para manifestações subjetivas e sentimentais.

a. Os elementos de uma Carta Comercial são:

Cabeçalho ou timbre: com todos os elementos que identifiquem a firma. Hoje, o cabeçalho já vem impresso e há casos em que simplesmente não aparece.

Destinação ou endereçamento com:

- **localidade:** deve-se prestar atenção à tendência atual que é colocar o local à esquerda, no alto; não se abrevia o nome do lugar, escreve-se São Paulo; não S. Paulo; após o nome da cidade, usa-se a vírgula; **Data:** lembrando de: nome do mês com minúscula; após a data, segue-se ponto final; os numerais designativos de ano não se separam por ponto ou espaço; assim, deve-se escrever 1999 e não 1.999 ou 1 999; os numerais de uma data separam-se por hífen e não por barra. Então, 30-11-99 e não 30/11/99.

Destinatário: nome, endereço, localidade.

Invocação: Na invocação é de praxe a expressão “Prezado(s) senhor (es)”, seguida de dois pontos. Outras fórmulas: Prezado Amigo, Senhor Diretor, Senhor Gerente, Caro Cliente, Senhores, etc.

Início: há uma série de fórmulas, mas nada impede que o redator crie outras. Como exemplos:

“Em atenção ao anúncio publicado...”; “Em atenção ao pedido...” ; “Com relação à carta do dia...”; “Atendendo à solicitação da carta...” ; “Em cumprimento às determinações...”; “Participamos-lhe que...”; “Servimo-nos da presente para...” ; “Solicitamos-lhes a fineza de...”.

Explicação do assunto: É variável, de acordo com o que se pretende. É comum o uso de formas de tratamento abreviadas, como V.Sas.; V.S.^a; V.S.as; V.Exa.; V.Ex.^a; Exmo. Sr. e outras.

Fecho: é a parte que encerra a carta, com uma série de fórmulas já estabelecidas, como: “Atenciosamente”; “Com elevado apreço”; “Com elevada consideração (ou estima)”; “Cordiais saudações (Saudações cordiais)”; “Cordialmente”; “Saudações atenciosas (Atenciosas saudações)”; “Antecipadamente somos agradecidos”.

Assinatura / Função

Modelo de Carta Comercial:**Timbrado**

Para (destinatário / empresa)

Assunto (Do que se trata esta comunicação)

Prezados Senhores,

Somos uma empresa de representações e temos em nosso quadro apenas profissionais altamente capacitados na área de informática e desenvolvimento de softwares, motivo pelo qual manifestamos nosso interesse em representá-los, com exclusividade, na cidade de (informar).

Caso haja interesse por parte de sua empresa, colocamo-nos à disposição para novos contatos, em que possamos detalhar nossa proposta.

Agradecemos antecipadamente a atenção.

Atenciosamente,

(assinatura)

Sua Empresa

Seu Nome - Seu Cargo

III. E-mail Profissional

Fonte: <http://migre.me/5jb5j>

O advento da Internet tornou comunicações empresariais mais fáceis e mais eficientes. Também bombardeou a maioria das caixas de e-mail com dezenas, se não centenas, de mensagens eletrônicas diárias a respeito de tudo, desde serviços de namoro até café gratuito. Como fazer com que a sua mensagem seja notada no meio desta montanha de correios eletrônicos? Um e-mail comercial deve conter os componentes padrão de uma carta comercial: uma saudação, o corpo e o encerramento. E-mails de negócios, porém, também têm necessidades especiais. Considere o seguinte:

- **Seja profissional.** Só porque você está escrevendo uma mensagem eletrônica ao invés de uma carta escrita comum não significa que a sua comunicação não deve ser tão profissional. Resista à vontade de ser excessivamente casual. Se você não conhece o seu correspondente, dirija-se a ele como o Sr. ou Sra. (ou Dr.). Use a mesma linguagem que você usaria em uma carta comercial padrão. Evite gírias ou frases construídas casualmente.
- **Seja conciso.** Lembre-se que o seu leitor provavelmente tem dezenas de outras mensagens para ler e outras tarefas concorrem para a sua atenção. Não se exceda. A maioria dos assuntos pode ser coberta em três a cinco tópicos. Se o seu leitor fica com receio da duração de sua mensagem quando abre o email, é mais provável que ele a exclua sem ler.
- **Sempre use o campo do assunto.** A proliferação de spam e vírus enviados por e-mail tem deixado as empresas cautelosas ao abrir e-mails de pessoas que não conhecem. Informe o seu leitor sobre o que você está escrevendo no campo de assunto do e-mail. Dessa forma, é menos provável que a mensagem seja confundida com "spam". Um campo de assunto adequado só precisa de poucas palavras; palavras demais ficarão confusas quando a linha do assunto aparece na caixa de e-mail do destinatário. Os exemplos de bons campos de assunto incluem:
 - Assunto: Pedido de entrevista
 - Assunto: Consulta: "Possíveis nomes do artigo"
 - Assunto: Resposta ao anúncio em "Mundo dos Escritores"
- **Não Enviar Anexos, exceto se forem solicitados.** Anexos podem conter vírus que danificam o computador. Algumas empresas até bloqueiam os funcionários de abrirem anexos em computadores da empresa. Além disso, o upload de anexos - especialmente arquivos de imagem - a partir de um computador mais antigo ou usando uma conexão dial-up pode demorar muito tempo. Se você quiser enviar um documento de texto (como algum documento do Microsoft Word), é melhor colá-lo no corpo do seu e-mail em vez de anexá-lo.
- **Revise sua Mensagem.** Isto nem precisaria ser dito, mas é muito fácil de clicar em "enviar" antes de estar realmente pronto para enviar sua mensagem. Mais uma vez, trate a correspondência da mesma maneira que trataria uma carta. Certifique-se de que não tem erros de ortografia, digitação e gramaticais antes de colocá-lo na internet. Lembre-se: Em muitos casos, o seu e-mail é a primeira impressão que uma empresa associa a você. Faça com que seja positiva.

IV. e-mail profissional e pessoal

Separar e-mail pessoal e profissional?



Fonte:

<http://kitmegaafiliados.lojaodaweb.com/images/email4.jpg>

Há muita diferença entre um e-mail pessoal e um e-mail profissional. No primeiro, você irá manter conversações sobre sua vida pessoal, família, amigos, vida social em geral, jogos online e tudo mais que necessitar de cadastro de e-mail em sites e programas.

No e-mail profissional são tratados somente assuntos de trabalho. Em geral, o e-mail profissional sequer deverá ser divulgado entre as pessoas do seu círculo social, mas somente pessoas relacionadas à empresa diretamente. Na maioria das vezes, o seu e-mail profissional será criado pela equipe de T.I. da sua empresa, se o seu cargo exigir.

Portanto sempre mantenha uma separação absoluta do que é tratado no e-mail da empresa e no e-mail pessoal. Ao criar o e-mail pessoal, não adicione todos os colegas de trabalho, clientes e fornecedores, mas sim as pessoas que realmente fazem parte da sua vida pessoal.

Ao criar o e-mail profissional, não o divulgue a quem não precisa se relacionar com a empresa em que trabalha. Faça apenas uso profissional deste e-mail.

Qual será o meu e-mail principal?

Com a enorme diversidade de serviços que exigem o e-mail com identificação principal, às vezes somos tentados a ter vários endereços de e-mail, e às vezes isto é mesmo necessário. Porém, um dos serviços de e-mail deve ser o principal, para o qual todos os outros serão redirecionados. Assim, você não precisará verificar várias caixas de e-mail todos os dias. Será necessário apenas verificar 1, que conterà todos os e-mails das outras.

Vale a pena ter mais de 1 endereço de e-mail?

Se você tem que fazer algum tipo de separação importante sobre qual endereço de e-mail será divulgado em cada situação, é bom ter mais de um endereço. Por exemplo: se você tem um site, convém ter um e-mail diferente do seu pessoal para responder às mensagens enviadas pelo site. O mesmo vale para quem tem uma banda, um grupo de teatro, ou um pequeno negócio. Vale a mesma regra de separar o profissional do pessoal.

Em qual provedor ou empresa devo criar? Gmail? Yahoo? Hotmail? UOL? Terra?... etc.

O Gmail é um dos serviços de e-mail de melhor qualidade, sendo o endereço de e-mail a identificação dos usuários para todos os outros produtos do Google (Orkut, Docs, Agenda e muitos outros). Se você está começando agora e precisa de decidir, comece pelo Gmail.

O Yahoo também oferece um bom serviço, mas nem sempre compara com o Gmail em termos de integração entre outros serviços da empresa.

O Hotmail é bem mais limitado em termos de funcionalidades, porém tem grande aceitação devido aos **usuários do MSN acharem que é necessário ter um email no Hotmail para ter um MSN**. Não precisa: use o seu e-mail do Gmail para criar um MSN, e concentre suas atividades neste e-mail. Fica bem mais simples.

UOL, Terra e qualquer outro e-mail de provedores são uma cilada! Porque? Porque se um dia você não quiser ou não precisar mais daquela empresa como provedor, vai se sentir pressionado a continuar pagando somente para não perder o e-mail @uol.com.br ou @terra.com.br, etc...

Somente utilize o e-mail do seu provedor para falar com o próprio provedor. Assim, quando tiver que sair, não terá nada a perder deixando este e-mail de lado. Todos os provedores justificam a necessidade de um e-mail deles com argumentos de antivírus, antispam, maior capacidade de armazenamento... etc. Mas acredite, se não sabe exatamente o que quer dizer cada item que

oferecem, também terá discernimento para perceber que os serviços gratuitos oferecem os mesmos serviços de maneira ainda mais abrangente. Em outras palavras: não crie e-mails em provedores. Se já tem, mude para um serviço gratuito como o Gmail.

Como escolher o endereço de e-mail?

São muito comuns endereços como renatasilva19@.... ou romulonarciso39@..., ou então marceloEjuliana@.... ou mesmo fdbbdbnm@...

Não faça isto: o primeiro e o segundo tem a idade da pessoa no endereço. Então no ano seguinte, tem que fazer outro e-mail? Fica no mínimo inconsistente. O segundo também não é bom por motivo semelhante. Se o Marcelo se separa da Juliana, algum deles vai continuar a receber as mensagens do outro, pro exemplo. Além disso, um e-mail deve ser pessoal. Não costuma ser uma boa ideia ter um “e-mail conjunto”. E a última opção, fdbbdbnm@..., não é fácil de pronunciar, e pode ser quase impossível de decorar ou dizer ao telefone.

Para escolher um bom nome seja simples, sucinto e pense que o e-mail deve ser perene. Deve fazer sentido mesmo daqui a 20 anos, caso alguém lhe pergunte. Deve ser um nome que você não terá vergonha de pronunciar caso lhe perguntem em qualquer ocasião. Por exemplo, se uma pessoa se chama Francisco Alves, e pretende ter um e-mail simples e que mantenha um bom padrão, poderia criar o seguinte: franciscoal@, franciscoalves@, franalves@, franciscoa@; enfim, as possibilidades são muitas, e veja que em todas essas opções, o padrão de estilo é mantido de modo que fique claro para quem ele compartilhar seu endereço. Se precisar ter o nome da empresa em que você trabalha no corpo do endereço de e-mail, normalmente ele virá após o @, exemplo: franciscoalves@e-jovem.com.

V. Assinatura de E-mail



Fonte: <http://migre.me/5ETMV>

A assinatura de e-mail é uma ótima ferramenta para mostrar todas as suas informações de contato, bem como sua posição profissional e/ou acadêmica. O problema é que são muitos os erros numa assinatura, como enfeites e figuras truncados em HTML ou o uso de poucos dados sobre sua profissão, ou ainda dados excessivos sobre a pessoa.

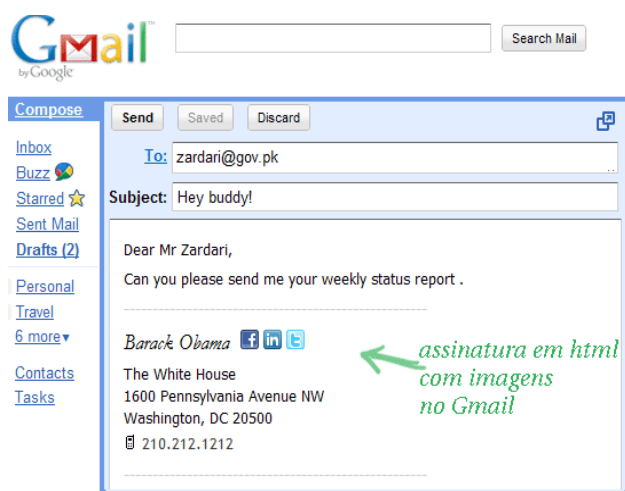
Para melhor lhe orientar sobre isso, damos as sugestões a seguir (<http://migre.me/5jcxid>) :

14 dicas para criar uma assinatura de e-mail adequada

- Faça uma assinatura curta, mas com toda a informação útil possível (04 linhas é um tamanho mais que suficiente);
- Condense sua informação em poucas linhas usando colunas (|) ou barras (/) para separar o texto;
- Lembre-se que um texto simples é sempre melhor! Não use muitas cores, figuras e coisas do gênero;
- Use o já aceito delimitador de assinatura (--) para que ela seja reconhecida facilmente por

outros;

- Cuidado com a formatação HTML porque ela pode não aparecer em todo tipo de conta de e-mail;
 - Teste sua assinatura antes de usá-la em e-mails importantes;
 - Se for fornecer endereços como twitter e orkut, prefira usar a URL em vez de hyperlink para garantir que todos cheguem ao seu site;
-
- Evite fornecer muitas fontes de contato como vários números de telefone - escolha o principal;
 - Só forneça seu MSN e Skype se você quiser realmente que lhe adicionem;
 - Não forneça seu endereço residencial ou profissional - nem todos querem ou deveriam ter acesso a isso;



Fonte: <http://migre.me/5ETBB>

- Use seus perfis de redes sociais virtuais (orkut, facebook, twitter) quando apropriado;
- Tenha várias versões de assinatura (uma mais curta para respostas, por exemplo);
- Cuidado ao fazer citações - nem sempre elas são convenientes e podem ser mal interpretadas;
- Forneça o link do seu Currículo Lattes*, caso tenha.

***Referência sobre o Currículo Lattes:** O Currículo Lattes é um instrumento que registra informações profissionais de cientistas, professores, pesquisadores, estudantes de pós-graduação e graduação, profissionais autônomos, funcionários de empresas, governos e organizações civis, etc.. Qualquer pessoa pode criar e atualizar o seu Currículo Lattes, bastando acessar a Plataforma Lattes no site do CNPq (www.cnpq.br). Os currículos inseridos na Plataforma Lattes podem ser usados individualmente pelos seus titulares e podem ser acessados por terceiros por via de um sistema de buscas. As informações registradas no Currículo Lattes incluem formação educacional, publicações, atividades exercidas, vínculos institucionais atuais e passados, participações em congressos e eventos, produtos gerados e patenteados, bolsas e financiamentos obtidos, etc..

4. Empreendedorismo

Aula 11 - Introdução ao conceito de Empreendedorismo



Fonte: <http://portalananindeua.com.br/blogs/wp-content/uploads/2011/04/empreendedorismo.jpg>

Talvez uma das palavras que mais expressem o senso criatividade e a iniciativa seja **“Empreendedorismo”**. Para Dornelas¹ conceitua empreendedorismo como o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam a transformação de ideias em oportunidades, levando a criação de negócios de sucesso. Para Dornelas (2001), em qualquer definição de empreendedorismo, encontram-se os seguintes aspectos referentes ao empreendedor:

1. Iniciativas para criar um novo negócio e paixão pelo que faz;
2. Utiliza recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde vive;
3. Aceita assumir riscos calculados e a possibilidade de fracassar.

Conforme visto, as razões do empreendedorismo, é que ele busca a auto realização de quem utiliza este método de trabalho, estimula o desenvolvimento como um todo, e o desenvolvimento local, apoiando a pequena empresa, ampliando a base tecnológica, ou atuando com impacto social positivo.

Dolabela² conclui que o empreendedorismo é visto também como um campo relacionado e de maneira intensa, com o processo de entendimento e construção da liberdade humana.

O autor enfatiza algumas atividades primordiais no empreendedorismo, resumindo as formas em que ele se apresenta:

1. A disseminação da cultura empreendedora no sistema do ensino formal de todos os níveis;
 2. A disseminação da cultura empreendedora e apoio à ação empreendedora entre grupos sociais tais como desempregados minorias, aliados do processo econômico;
 3. O empreendedorismo comunitário, em que as sociedades desfavorecidas se articulam para enfrentar a diversidade;
 4. A sensibilidade das forças da sociedade para a importância do empreendedorismo e da pequena empresa;
- A geração do auto - emprego;
 - A criação de empregos;

1 DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo Transformando Idéias em Negócios. Rio de Janeiro: Elsevir, 2001, 1ª impressão.

2 DOLABELA, Fernando. Oficina do Empreendedor. São Paulo: Ed. Cultura, 1999.

- A identificação, criação e busca de oportunidades para empregos existentes e novas;
- O financiamento de organizações emergentes e daquelas ameaçadas de desaparecimento;
- O estudo do papel do empreendedorismo em grandes organizações;
- O estabelecimento de redes de relações com universidades e com todas as forças sociais.

“**Empreendedorismo** é o principal fator promotor do desenvolvimento econômico e social de um país. Identificar oportunidades, agarrá-las e buscar os recursos para transformá-las em negócio lucrativo, com impacto econômico e social: esse é o papel do empreendedor. A palavra “empreendedorismo” foi utilizada pelo economista Joseph Schumpeter, em 1950, como sendo a qualidade de uma pessoa criativa e capaz de fazer sucesso com inovações” (Para saber mais sobre Empreendedorismo, acesse: <http://migre.me/5aHSv>).

“**Empreendedor** é o termo utilizado para qualificar, ou especificar, principalmente, aquele indivíduo que detém uma forma especial, inovadora, de se dedicar às atividades de organização, administração, execução; principalmente na geração de riquezas, na transformação de conhecimentos e bens em novos produtos – mercadorias ou serviços; gerando um novo método com o seu próprio conhecimento. É o profissional inovador que modifica, com sua forma de agir, qualquer área do conhecimento humano. Também é utilizado – no cenário econômico – para designar o fundador de uma empresa ou entidade, aquele que constroi tudo a duras custas, criando o que ainda não existia” (<http://migre.me/5aHSv> - acessado em 27/06/11).



Fonte: <http://migre.me/5aI3J>

“O conceito de empreendedorismo vem sofrendo constantes inovações. Ainda relacionado a práticas pró-ativas e inovadoras, gradativamente se abandona uma visão reducionista do empreendedorismo associado exclusivamente ao exercício de uma atividade econômica e se passa a lhe associar a qualquer atividade humana; como, aliás, pode-se observar em todas as áreas do saber, que paulatinamente fazem do ser humano sua razão e seu fim. Os empreendedores são encontrados, agora, em casa, na comunidade, dentro de uma organização ou no meio de uma assembléia sindical, ou seja, em qualquer lugar onde existam pessoas. Em situações de crise, a presença do empreendedorismo ganha contornos ainda mais fortes, já que a adversidade lhe é um ambiente ainda mais propício de aparição. O cenário global atual aponta, portanto, não só para alternativas econômicas inovadoras, mas, principalmente, para estratégias de promoção do desenvolvimento que estimulem e, de certa forma, dependam do empreendedorismo. Assim o é o desenvolvimento territorial, que, ademais, realiza uma abordagem que parte do local para o global e reforça o planejamento produtivo pela própria comunidade, com aproveitamento das vocações e potenciais locais” (<http://migre.me/5aI3J> - acessado em 27/06/11).

I. Características de uma Postura Empreendedora

Iniciativa e busca de oportunidades. Ficar atento e perceber, no momento certo, as oportunidades que o mercado oferece e reunir as condições propícias para a realização de um bom negócio. O empreendedor é um indivíduo curioso e atento a informações, pois sabe que suas chances melhoram quando seu conhecimento aumenta.

Assumir riscos. Esta é uma das maiores qualidades do verdadeiro empreendedor. Arriscar conscientemente é ter coragem de enfrentar desafios, de tentar um novo empreendimento, de buscar, por si só, os melhores caminhos. É ter autodeterminação, persistência. Os riscos fazem parte de qualquer atividade e é preciso aprender a lidar com eles.

Conhecimento, organização e independência. Quanto maior o domínio sobre um ramo de atividades, maior será sua chance de êxito. Esse conhecimento pode vir da experiência prática, de informações obtidas em jornais, revistas ou publicações especializadas na atividade alvo, em centros de ensino, ou mesmo de “dicas” de pessoas que tiveram experiências semelhantes. Possuir senso de organização, ou seja, ter capacidade de utilizar recursos humanos, materiais, financeiros e tecnológicos de forma racional. É bom não esquecer que, na maioria das vezes, a desorganização,

principalmente no início do empreendimento, compromete seu funcionamento e seu desempenho. Determinar seus próprios passos, abrir seus próprios caminhos, enfim, buscar a independência é meta importante na busca do sucesso. O empreendedor deve ser livre, evitando protecionismos que, mais tarde, possam se transformar em obstáculos.

Tomar decisões. O sucesso de um empreendedor, muitas vezes, está relacionado com a capacidade de decidir corretamente. Tomar decisões acertadas é um processo que exige o levantamento de informações, análise fria da situação, avaliação das alternativas e escolha da solução mais adequada. O verdadeiro empreendedor é capaz de tomar decisões corretas, na hora certa.

Liderança, dinamismo e otimismo. Liderar é saber definir objetivos, orientar tarefas, combinar métodos e procedimentos práticos, estimular as pessoas rumo às metas traçadas e favorecer relações equilibradas dentro da equipe de trabalho, em torno do empreendimento. Dentro e fora da empresa, o empreendedor faz contatos, seja com clientes, fornecedores ou empregados. Assim, a liderança tem que ser uma qualidade sempre presente. Um empreendedor de sucesso nunca se acomoda, para não perder a capacidade de fazer com que simples ideias se concretizem em negócios efetivos. Manter-se sempre dinâmico e cultivar certo inconformismo diante da rotina é um de seus lemas preferidos. O otimismo é uma característica das pessoas que enxergam o sucesso, em vez de imaginar o fracasso. Capaz de enfrentar obstáculos, o empreendedor sabe olhar além, e acima das dificuldades.

Planejamento e plano de negócios. Existe uma importante ação que somente o próprio empreendedor pode e deve fazer pelo seu empreendimento: planejar, planejar e planejar. No entanto, é notória a falta de cultura de planejamento do brasileiro, que, por outro lado, é sempre admirado pela sua criatividade e persistência. Os fatos devem ser encarados de maneira objetiva. Não basta apenas sonhar, deve-se transformar o sonho em ações concretas, reais, mensuráveis. Para isso, existe uma simples técnica que transforma sonhos em realidade: o planejamento.

“Tino empresarial”. O que muita gente acredita ser um “sexto sentido”, intuição, faro empresarial, típicos de gente bem-sucedida nos negócios é, na maioria das vezes, a soma de todas as qualidades descritas até aqui. Se o empreendedor reúne a maior parte dessas características terá grandes chances de êxito.

Empreendedor é o indivíduo que **possui ou busca desenvolver** uma atitude de **inquietação, ousadia e proatividade** na relação com o mundo, motivado por características pessoais, pela cultura ou pelo ambiente, que favorece a interferência criativa e realizadora no seu entorno, conquistando ganhos econômicos e sociais.

II. Conhecendo o Empreendedorismo Econômico ou de Negócios

Vamos ler a história de Soichiro:

“Existia um homem chamado Soichiro, que perdeu o grande amor da sua vida, sua esposa, e um dia resolveu investir tudo o que tinha em uma pequena oficina. Trabalhava dia e noite, dormindo apenas quatro horas por dia, ali mesmo, entre um pequeno torno e algumas ferramentas espalhadas para concluir algo que ele mesmo havia criado.

Para continuar seus negócios, ele teve que empenhar os únicos bens que possuía, deixados como herança: sua casa e as jóias da sua falecida esposa.

Finalmente, acreditando estar pronto, Soichiro resolve apresentar o resultado do seu trabalho a uma grande empresa, que infelizmente, lhes dão a resposta de que o seu produto não despertou o interesse da empresa, principalmente por não atender o padrão de qualidade

exigido...”

- Na sua opinião, o que o homem faz? Ele desiste?

- E você, se fosse Soichiro, o que faria nessa situação?

Continuando então,

“...O homem, então, ao invés de se sentir ofendido ou diminuído pela resposta recebida, olha de forma crítica para o seu próprio produto e decide voltar à escola por mais dois anos, sendo motivo de chacota para os seus colegas e até para alguns professores, que o consideram ‘louco’. Dois anos depois, Shoichiro conclui o curso de qualidade, e apresenta novamente sua invenção a empresa que o recusou, que dessa vez aceitou o produto. A invenção de Soichiro era o anel de pistão e a empresa que acabara de fechar contrato com ele, era a Toyota. A maior empresa de automóveis da época. Seis meses depois, quando a sua fábrica inicia um período de prosperidade, vem a guerra. Sua fábrica é bombardeada duas vezes e é praticamente destruída. Não bastando isso, vem logo em seguida um terremoto e a fábrica é totalmente arrasada...”

- E agora, após tantos infortúnios, o que você acha que Soichiro faz? Desiste dessa vez?

- E você, o que faria agora?

A história continua...

“Soichiro se abate, mas se reergue e reconstrói a sua fábrica! Imediatamente após a guerra há uma escassez de gasolina em todo o país e ele fica sem ter como usar seu automóvel, mesmo que para comprar alimentos para a sua sobrevivência. Como, numa situação dessas, a sua fábrica pode prosperar? As pessoas não estão conseguindo nem o básico. O homem, então, pensa: assim como eu estou tendo essa dificuldade de locomoção na cidade devastada pela guerra, as outras pessoas também estão. O que posso fazer para resolver o problema e, ao mesmo tempo, começar a reerguer a minha fábrica?

Usando a criatividade, ele adapta um pequeno motor a sua bicicleta e sai às ruas para comprar alimentos e fazer o marketing da sua nova invenção. Logo, os vizinhos ficaram maravilhados com a invenção e todos querem as tais ‘Bicicletas motorizadas’. A demanda por motores aumenta e ele começa a não dar conta de atender a todos os pedidos. E não tem capital para ampliar o negócio.”

- E agora, como será que Soichiro fez para não desapontar seus clientes, atendendo a demanda?

- Será que não era melhor dispensar os clientes que não dava conta de atender e ficar apenas com um grupo menor, mas dentro das condições que pudesse garantir?

- E você, o que faria agora?

“...Soichiro percebe, então, que precisa montar uma fábrica mais bem equipada, para acolher e comercializar a novíssima invenção. Como não tem capital, elabora um prospecto de apresentação da sua ideia, destacando as vantagens, as diferentes possibilidades de utilização, os ganhos que poderão ser obtidos, e o envia para mais de 15.000 lojas espalhadas em todo país, pedindo ajuda para financiamento.

Como a ideia é muito bem apresentada e parece excelente, ele consegue a ajuda de 3.500 lojas, às quais lhe adiantam uma pequena quantidade de dinheiro cada uma; caso não dê certo a ideia, não terão grande prejuízo. A ideia dá muitíssimo certo, a fábrica prospera e hoje a [Honda Corporation](#) é um dos maiores impérios da indústria automobilística.”

Conceito: o Empreendedorismo Econômico ou de Negócios visa a produção de bens para o mercado, seu foco e sua medida de desempenho é o lucro; está inteiramente relacionado à estrutura do mundo do trabalho atual, o que ainda gera desigualdades econômicas e sociais, entre patrões e empregados. O exemplo de Soichiro traz um homem que supera seus desafios individuais, mas o impacto social geral é limitado, e isso é uma das grandes diferenças para o Empreendedorismo Social, que veremos na aula 06. Porém, o Empreendedorismo de Negócios oferece desenvolvimento econômico para as regiões em que atua, capacitando pessoas, gerando emprego e contribuindo para o desenvolvimento tecnológico. Para tentar resolver as contradições entre os dois tipos de Empreendedorismo, foi construído o conceito de **Negócio Social**, com o qual o empreendedor tem uma opção para desenvolver um empreendimento econômico e ao

mesmo tempo gerar impacto social.

Saiba Mais: Além dos conceitos estudados acima, é importante pensarmos no conceito de Responsabilidade Social, desenvolvido nas empresas, que aproxima as mesmas da sociedade, na medida em que atuam como agentes que propõem parcerias com diversas instituições públicas ou privadas, para atingirem um determinado contexto social.

“As transformações sócio-econômicas dos últimos 20 anos têm afetado profundamente o comportamento de empresas até então acostumadas à pura e exclusiva maximização do lucro. Se por um lado o setor privado tem cada vez mais lugar de destaque na criação de riqueza; por outro lado, é bem sabido que com grande poder, vem grande responsabilidade. Em função da capacidade criativa já existente, e dos recursos financeiros e humanos já disponíveis, empresas têm uma intrínseca responsabilidade social” (<http://migre.me/5eH3H> - acessado em 12/07/11).

“A ideia de responsabilidade social incorporada aos negócios é, portanto, relativamente recente. Com o surgimento de novas demandas e maior pressão por transparência nos negócios, empresas se vêem forçadas a adotar uma postura mais responsável em suas ações. Infelizmente, muitos ainda confundem o conceito com filantropia, mas as razões por trás desse paradigma não interessam somente ao bem estar social, mas também envolvem melhor performance nos negócios e, conseqüentemente, maior lucratividade” (<http://migre.me/5eH3H> - acessado em 12/07/11).

A busca da responsabilidade social corporativa tem, de modo geral, as seguintes características:

- **É plural, com possíveis parcerias.** Nesse contexto, tanto a empresa pode atuar sozinha, como pode estabelecer parcerias que permitam-na desenvolver suas ações voltadas ao contexto social. O termo corporativo diz respeito a duas ou mais empresas que podem atuar juntas.
- **Produz bens e serviços para si e para a comunidade.** Mesmo continuando sua política de comercialização de produtos, muitas vezes, nascem novos produtos a partir da relação da empresa com a comunidade. Como exemplo podemos citar o seguinte: uma empresa desenvolve um projeto numa comunidade, que tenha relação com o meio-ambiente, no decorrer do processo, é possível que a empresa possa desenvolver um produto comercial totalmente sustentável, valorizando matérias-primas que agredam menos a Natureza.
- **É sustentável.** Responsabilidade social anda de mãos dadas com o conceito de desenvolvimento sustentável. Uma atitude responsável em relação ao ambiente e à sociedade, não só garante a não escassez de recursos, mas também amplia o conceito a uma escala mais ampla. O desenvolvimento sustentável não só se refere ao ambiente, mas por via do fortalecimento de parcerias duráveis, promove a imagem da empresa como um todo e por fim leva ao crescimento orientado. Uma postura sustentável é por natureza preventiva e possibilita a prevenção de riscos futuros, como impactos ambientais ou processos judiciais.
- **É transparente.** A globalização traz consigo demandas por transparência. Não mais nos bastam os livros contábeis. Empresas são gradualmente obrigadas a divulgar sua performance social e ambiental, os impactos de suas atividades e as medidas tomadas para prevenção ou compensação de acidentes. Nesse sentido, empresas serão obrigadas a publicar relatórios anuais, onde sua performance é aferida nas mais diferentes modalidades possíveis. Muitas empresas já o fazem em caráter voluntário, mas muitos preveem que relatórios sócio-ambientais serão compulsórios num futuro próximo.
- **Tem foco no mercado e atende à comunidade conforme sua missão.** Aqui, há duas questões importantes: 1) a responsabilidade social de um empresa não está separada de um compromisso com o mercado, pois há diversos tipos de

retornos quando uma empresa decide agir socialmente, é quase como uma “propaganda social” indireta; 2) Normalmente, a atuação social da empresa está ligada à sua missão enquanto instituição, mas não raro, encontramos empresas atuando em projetos sociais bem diferentes de sua área de atuação.

- **Sua medida de desempenho é o retorno aos envolvidos no processo (Stakeholders).** Compreende todos os envolvidos no processo: parceiros públicos e/ou privados e sociedade em geral. É uma forma de avaliar o grau de satisfação das partes envolvidas. A palavra stakeholders, em português significa parte interessada, assim, os stakeholders são todos os envolvidos na decisão de uma determinada empresa agir socialmente.
- **Visa agregar valor estratégico ao negócio e a atender expectativas do mercado e da percepção da sociedade/consumidores.** Por tudo o que dissemos até aqui, esse item se torna auto-explicativo, pois a responsabilidade social está pautada: no retorno que a empresa é chamada naturalmente a dar à sociedade, e serve ao mesmo tempo, para favorecer a imagem da empresa/grupo frente à sociedade como um todo e aos seus consumidores espífcicos.

Muito do debate sobre a responsabilidade social empresarial já foi desenvolvido mundo afora, mas o Brasil tem dado passos largos no sentido da profissionalização do setor e da busca por estratégias de inclusão social através do setor privado.

Aula 12 - Empreendedorismo Social: Conhecendo a Metodologia GMM

I. O que é empreendedorismo social?

(Adaptado do The Meaning of Social Entrepreneurship by J. Gregory Dees)

Fonte: www.gsb.stanford.edu/csi/SEDefinition.html

Muitos de vocês já ouviram falar de empreendedores. Comumente este termo se refere a uma pessoa que começa um negócio; um novo empreendimento para ganhar lucro e renda. Mas a palavra “empreendedor” não se limita à área de negócios. Veio da língua francesa e significa alguém que se encarrega ou se compromete com um projeto ou atividade significativa. A palavra foi associada aos indivíduos que estimularam o crescimento econômico por encontrarem diferentes e melhores maneiras de fazer as coisas. Em vez do tipo do empreendimento que o indivíduo tem, a palavra descreve uma postura, comportamento e conjunto de qualidades. **Empreendedores veem possibilidades, e não problemas, para provocar mudanças na sociedade e não se limitam aos recursos que têm num momento.**

Empreendedores sociais têm características semelhantes aos empreendedores de negócios, mas possuem uma missão social onde o objetivo final não é a geração de lucro, mas o impacto social; **são os agentes de transformação no setor social.** Não se contentam em atuar apenas localmente. São extremamente visionários e pensam sempre em inspirar a sociedade com as suas ideias e como colocá-las em prática. São persistentes e, ao invés de desistir ao enfrentar um obstáculo, os empreendedores sociais se perguntam “como posso ultrapassar este obstáculo?” e seguem com determinação suas respostas.

Empreendedores são inovadores. Eles criam novos paradigmas e possibilidades e são pioneiros de novas abordagens. Isto não significa que criem algo completamente novo. Muitas vezes, transformam algumas ideias já existentes; utilizam a criatividade para aperfeiçoar ou reinventar processos. É um processo criativo e contínuo de explorar, aprender e melhorar.

II. Outros conceitos de Empreendedorismo Social

Um empreendedor social é um "indivíduo com experiência na área social, desenvolvimento comunitário ou de negócios, que persegue uma visão de empoderamento econômico através da criação de empreendimentos sociais voltados para prover oportunidades àqueles que estão à margem ou fora da economia de um país". (Jed Emerson e Fay Twersky, editores do livro "New Social Entrepreneurs: the success, challenge and lessons of Non-Profit Enterprise creation") (The Roberts Foundation, São Francisco, 1996).

Empreendedores sociais são como empresários nos métodos que eles utilizam, mas eles são motivados por objetivos sociais ao invés de benefícios materiais... Sua grande habilidade é que eles, com frequência, fazem as coisas a partir de quase nada, criando formas inovadoras de promoção de bem estar, saúde, habitação, que são tanto de baixo custo, quanto efetivas se comparadas aos serviços governamentais tradicionais. (Charles Leadbeater, autor de "The rise of the Social Entrepreneur") (Demos, Inglaterra).

Empreendedores sociais são executivos do setor sem fins lucrativos que prestam maior atenção às forças do mercado sem perder de vista suas missões (sociais) e são orientados por um propósito duplo: empreender projetos que funcionam e são disponíveis às pessoas e se tornar menos dependentes do governo e da caridade. (The National Center for Social Entrepreneurs).

“Os empreendedores sociais criam valores sociais pela inovação, pela força de recursos financeiros em prol do desenvolvimento social, econômico e comunitário. Os fundamentos básicos do empreendedorismo social são sinceridade, paixão pelo que faz, clareza, confiança pessoal, valores centralizados, boa vontade de planejamento, capacidade de sonhar e uma habilidade para o

improviso.” (Mafoane Odara, Area de Juventude da Ashoka Brasil).

III. Principais diferenças entre Empreendedorismo de Negócios e o Social

Empreendedorismo de Negócios	Empreendedorismo Social
É plural e corporativo.	É coletivo e integrado.
Produz bens e serviços para o mercado financeiro.	Produz bens e serviços para a comunidade, local e global.
Tem o foco no mercado financeiro.	Tem o foco na busca de soluções para os problemas sociais e necessidades da comunidade.
Sua medida de desempenho é o lucro.	Sua medida de desempenho são o impacto e a transformação social.
Visa a satisfazer necessidades dos clientes e a ampliar as potencialidades do negócio.	Visa resgatar pessoas da situação de risco social, promovê-las, e a gerar capital social, inclusão e emancipação social.

IV. Um sonho que se realiza: A Geração que Muda o Mundo



Fonte: <http://migre.me/5ERDC>

Geração MudaMundo é um programa de incentivo e apoio ao potencial do jovem como agente de transformação, desenvolvido pela área de Juventude da **Ashoka Empreendedores Sociais** (organização internacional de fomento a iniciativas sociais de jovens) em parceria com organizações reconhecidas que trabalham com juventude (pertencentes, ou não, a rede de empreendedores sociais da Ashoka).

Este programa foi constituído a partir de grandes avanços já realizados no âmbito da participação e do protagonismo juvenil no

país, tanto na sociedade civil como nos setores público e privado. Assim, o Geração MudaMundo surge como uma iniciativa da Ashoka com o propósito de fortalecer o conceito e a prática do empreendedorismo social na temática da juventude no Brasil, estimulando que jovens criem iniciativas próprias, partindo dos seus sonhos e anseios e das mudanças que gostariam de ver no mundo e a transformando em um empreendimento que gere impacto social positivo. Assim, a Ashoka mantém parceria com a **Secretaria de Educação do Estado do Ceará**, incentivando práticas criativas e inovadoras dos jovens no **Projeto e-Jovem**.

O Geração MudaMundo (GMM) foi lançado no Brasil em agosto de 2006 nas cidades de São Paulo, Sorocaba e Florianópolis e apoiou mais de 60 empreendimentos sociais liderados por jovens. Exemplos dessas iniciativas foram projetos de biblioteca, rádios e jornais comunitários, meio ambiente, criação de web sites para movimentos sociais, oficinas de mangá e grafite, reutilização de vidros para confecção de jóias e apresentações de dança e teatro comunitários. Para 2007, o GMM quadruplicou o número de projetos apoiados. Foram apoiados projetos em São Paulo (SP), Sorocaba (SP), Belo Horizonte (MG), Fortaleza e macro-regiões do Ceará e Florianópolis (SC). Para o GMM o melhor caminho para propiciar o empoderamento e o desenvolvimento pessoal dos jovens é dar-lhes a oportunidade de criar e liderar seus próprios empreendimentos com impacto



Fonte: <http://www.ashoka.org.br/>

positivo nas suas comunidades. Isso porque o GMM acredita que durante a juventude, as pessoas passam por experiências de iniciar e liderar esforços para enfrentar um problema social, têm maior probabilidade de continuar fazendo isso durante a sua vida.

A Área de Juventude aposta num mundo onde todos são agentes de transformação, através de uma cultura global de jovens iniciando transformações positivas e duradouras contribuindo assim para a visão da Ashoka de que: **"Todo mundo pode mudar o mundo"**.

V. Visão da Ashoka

Sobre o Mundo	Sobre os Jovens
A melhor maneira de mudar o mundo é aumentar de maneira significativa a quantidade de pessoas com habilidades, empatia e confiança para liderar as mudanças necessárias.	As pessoas que, durante a juventude, têm uma experiência de tomar iniciativa e liderar um esforço para enfrentar um problema social têm maior probabilidade de continuar tomando iniciativa durante a sua vida.
O Mundo tornou-se tão complexo e interdependente que precisa de mais pessoas assumindo responsabilidade e enfrentando desafios sociais.	Para o GMM, o melhor caminho para propiciar o empoderamento dos jovens é dar-lhes a oportunidade de criar e liderar seus próprios empreendimentos com impacto positivo nas suas comunidades.
O fator chave para sucesso de qualquer sociedade, organização e pessoa é uma sociedade onde todo mundo é agente de mudança	Organizações ou comunidades onde uma grande porcentagem de pessoas iniciam soluções para problemas sociais - agentes de mudança - têm maior possibilidade de crescimento.

Para saber mais acesse: <http://www.ashoka.org.br/>

VI. Negócio Social: o que é?

Texto extraído de: <http://exame.abril.com.br/pme/noticias/como-criar-um-negocio-social>.

O tempo em que a etiqueta “sem fins lucrativos” vinha necessariamente atrelada a uma operação com propósitos sociais ficou para trás. Hoje, as organizações que querem contribuir para a construção de um mundo melhor podem fazê-lo sem abrir mão de gerar receita e operar dentro das melhores práticas de gestão e eficiência do mercado.

Os “negócios sociais” começam a se consolidar como uma opção para quem quer empreender e, ao mesmo tempo, gerar impacto social. “É usar o potencial empreendedor para resolver questões de qualidade de vida de populações mais vulneráveis”, explica Maure Pessanha, diretora executiva do Centro de Formações em Negócios Sociais da Artemisia, aceleradora de negócios sociais.

Entre os exemplos de iniciativas neste modelo estão negócios voltados a consumidores de classes C, D e E, como serviços de saúde e educação a baixo custo. “Tem que gerar receita, mas tem que resolver um problema social”, resume Rodrigo de Mélo Brito, co-fundador e diretor executivo da Aliança Empreendedora.

Confira a seguir algumas dicas dos especialistas para criar um negócio social:

Pesquise o público-alvo

Para ser relevante, um negócio social precisa atender às necessidades reais do seu público. Isso exige um contato muito próximo com os consumidores dos produtos e serviços a serem oferecidos. Não presuma que uma demanda existe – busque verificar através de pesquisas e contatos constantes com os usuários exatamente o que eles querem. “É preciso entender muito bem do

problema para poder traçar a estratégia de trás para a frente. Quanto o cliente está disposto a pagar pelo produto? Que tipo de meio de pagamento ele tem à disposição? É respondendo a essas perguntas que você poderá chegar a uma oferta ideal”, detalha Brito.

Ao lidar com um público de menor patamar de renda, um erro fatal é ter uma postura paternalista ou condescendente. Como em qualquer negócio, o consumidor deve vir em primeiro lugar. “É preciso deixar a arrogância de lado e ouvir o que o cliente tem a dizer”, ele acrescenta.

Encontre um modelo de negócio

Não há um consenso a respeito da constituição jurídica ideal para este tipo de negócio. Muitos nascem a partir de iniciativas de ONGs que precisam de recursos para se autofinanciar. Mas, cada vez mais, tornam-se comuns projetos que já nascem como negócios sociais. Neste caso, é importante pensar desde o início em um modelo que permita que o negócio seja autossustentável – se não a curto prazo, pelo menos em um futuro não muito distante.

“O capital inicial para começar um negócio pode vir de várias fontes, inclusive doações. O que não pode acontecer é contar doação como faturamento, isso é uma ilusão. No longo prazo, é preciso gerar receita”, destaca Maure. Os modelos de negócios são variados. Algumas empresas faturam com a venda dos próprios produtos e serviços oferecidos. Em outros casos, treinamentos e consultoria podem entrar como uma fonte de receita para sustentar um atendimento gratuito ao público.

Faça um bom plano de negócios

Como qualquer negócio que almeja o sucesso, um negócio social deve ter um plano de negócios, o documento que vai detalhar e traduzir em números qual será a oferta da empresa, o mercado em que ela vai atuar, seus concorrentes e projeções de ganhos e gastos potenciais. “O negócio social tem que ser, antes de tudo, um bom negócio, muito bem estruturado e administrado”, destaca Maure. Além de ajudar na hora de buscar recursos, este documento será útil na gestão do dia-a-dia do negócio.

Conduza um piloto

Para fazer os ajustes finos necessários no projeto e mostrar a potenciais investidores que a ideia é boa, fazer um piloto é um caminho interessante. “Teste o seu mercado assim que possível e veja se o produto tem valor para a comunidade”, recomenda Maure.

Busque recursos

A oferta de capital para negócios sociais vêm crescendo no Brasil. Fundos internacionais e até brasileiros, como a Voz Capital e a Sitawi, injetam recursos em projetos promissores em troca de uma fatia do negócio. Como muitos negócios sociais ainda nascem a partir de um modelo híbrido – ONGs que acabam migrando para o setor 2,5 gradativamente, em busca de sustentabilidade –, também é possível captar recursos tradicionalmente disponíveis para o terceiro setor, como verbas de institutos e fundos sociais de empresas. Outra opção é ir atrás de recursos dos programas de subvenção econômica governamentais.

Tenha paixão e perseverança

Um negócio social algumas vezes leva mais tempo para decolar que um negócio tradicional, por isso é fundamental que o empreendedor acredite muito na ideia e tenha persistência. “É importante ter uma visão, uma consciência do impacto do negócio”, diz Maure. Embora, no longo prazo, a remuneração de um executivo responsável por um negócio social possa se equiparar aos valores de mercado, assim como em qualquer empreendimento, e empreendedor terá que apertar o cinto até que o negócio se consolide. “Mesmo negócios tradicionais levam anos para ter escala. É preciso ter paciência”, aconselha Britto. “A boa notícia é que até o investidor está disposto a esperar mais e ganhar menos, porque investe pelo impacto social”, conclui.

Fique por dentro: [Muhammad Yunus](#) é um exemplo bem sucedido de um empreendedor que apostou no Negócio Social como forma de gerar renda ao mesmo tempo em que agia no contexto social. Yunus é economista e banqueiro, em 2006 foi contemplado com o **Prêmio Nobel da Paz**, pretendendo acabar com a pobreza através do banco que fundou, do qual é presidente e o governo de [Bangladesh](#) é o principal acionista, o [Grameen Bank](#), que oferece ativamente microcrédito para milhões de famílias. Yunus afirma que é impossível ter paz com pobreza.

5. Identidade e Sociedade

Aula 13 - Contexto social: Mundo e Realidade

I. Identidade

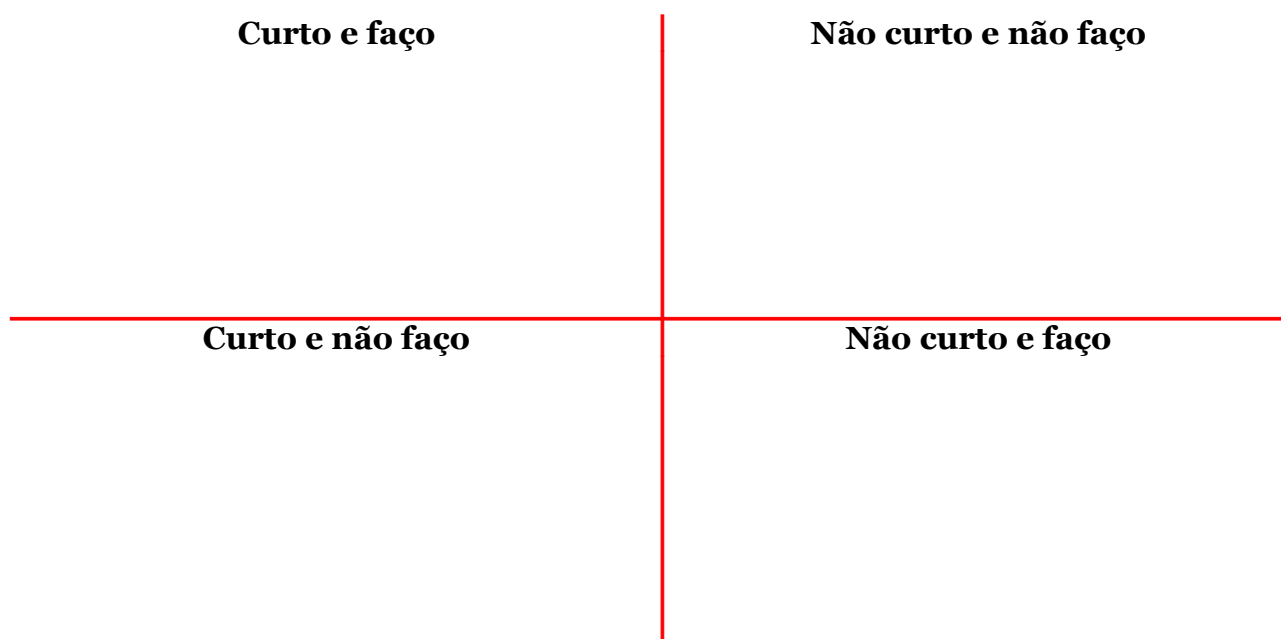
Para pensarmos na relação entre identidade e sociedade, é preciso antes analisarmos o ser humano individualmente, no que podemos chamar de **identidade única**. Ter identidade é saber quem você é; é você compreender-se e aceitar-se como é, para, então, procurar ir transformando-se naquilo que você quer ser. Somente uma pessoa que se conhece bem pode aceitar-se de uma maneira plena, daí a necessidade do conhecimento de si mesmo. Conhecer-se a si mesmo envolve questões como perceber seus gostos, suas qualidades e imperfeições, e sobretudo aceitá-las e reconhecê-las, mas buscar sempre a transformação quando for necessário.

Além dessas questões, há ainda a importância da autoestima para que o indivíduo se constitua como um ser social. Isto é, gostar de si mesmo, é querer buscar o seu próprio bem. É saber cuidar-se, é saber preservar-se daquelas ações e daqueles pensamentos que afetam negativamente a sua saúde, e desviam a sua vida da realização plena, do seu potencial como ser humano, como estudante, como trabalhador, como cidadão. Mas, ter auto-estima elevada não quer dizer que devemos ignorar os outros ou diminuir sua importância enquanto seres humanos, mas é realizar um equilíbrio entre a convivência com o outro e a forma como esse outro nos vê, e a forma como nos vemos a nós mesmos. É como o filósofo francês **Jean Paul Sartre** nos diz: “O importante não é o que fizeram de nós, mas o que nós faremos com aquilo que fizemos de nós”. Além disso, como nos relata o psicólogo da Universidade de Rutgers, nos Estados Unidos, Daniel Hart, novas pesquisas apontam que é possível que uma pessoa oscile entre auto-estima positiva e negativa; por exemplo: um indivíduo pode ter confiança plena em si próprio no ambiente profissional, mas se sentir diminuído no ambiente pessoal, e vice-versa.

Michel de Montaigne, filósofo francês, em seu livro *Ensaaios*, nos diz que “a pior desgraça para nós é desdenhar aquilo que somos”, ou seja, devemos assumir quem somos, para podermos superar o sentimento de desconforto que experimentamos quando nosso comportamento é desaprovado por alguém e para reconhecer quem somos, com qualidades e imperfeições.

Uma boa forma de se perceber melhor é através do **Curtigrama**. Pense um pouco sobre a figura abaixo, e destaque o que se pede:

Curtigrama



II. Seis regras básicas para analisar a auto-estima

1) Examinar o passado: Esse é o momento em que você pode fazer uma retrospectiva e perceber que alguns erros do passado podem ser corrigidos e outros não, e, ao se deparar com o que não pode ser mudado, o melhor é aceitar a situação, e se concentrar no que pode ser melhorado.

2) Achar um meio-termo: Desligue-se da ideia de “tudo ou nada”. Há muita diferença entre dizer “tentei e não consegui” e “nunca conseguirei”. Uma tarefa que não saiu perfeita pode ser melhorada no futuro, e uma tarefa que foi bem realizada, talvez não seja perfeita.

3) Dar um sentido à vida: Um estudo do Instituto de Envelhecimento da Universidade da Flórida concluiu que pessoas que dão um sentido à vida, prestando serviços comunitários ou investindo numa segunda carreira, se sentem mais satisfeitas consigo mesmas e apresentam auto-estima elevada e estável.

4) Focar os aspectos positivos: A pessoa que sofre com a baixa auto-estima, normalmente tende a focar nos aspectos negativos das coisas, tanto em relação a elas mesmas como em relação com as outras pessoas; contudo, ao se concentrar nos pontos positivos, temos uma visão diferenciada do problema resolver.

5) Comentar com a família e os amigos as realizações positivas: Embora um estudo publicado no Jornal da Associação Americana de Psicologia tenha concluído que alardear a próprio sucesso ajude a reforçar a autoconfiança, temos que dizer que comentar as realizações pessoais não significa destacá-las a todo momento ou dar a elas uma dimensão maior do que realmente têm.

6) Fazer ginástica: Vários estudos indicam que praticar exercícios físicos ajuda a elevar a auto-estima, pois melhora a saúde e a qualidade de vida em geral.

Salientamos que essas dicas são apenas indicações e não absolutas, o mais importante é a pessoa estar constantemente num exercício de auto-aprendizagem, e cada um terá um caminho todo especial a construir consigo e com os outros.

III. Projeto de Vida - 4ª Etapa: Linha da Vida e Mini-projeto de Vida

Texto adaptado do Guia do e-Jovem Plus, 2009.

É hora de você pensar agora sobre seu planejamento pessoal, o que envolve questões relacionadas aos aspectos: 1) formativos, em que você deve imaginar sobre seu desenvolvimento escolar até chegar à faculdade, por exemplo; 2) há os momento significativos da sua vida, como exemplo, casamento, quantidade de filhos, onde e como morar, etc.; 3) profissional, que guarda importante relação com o aspecto formativo, pois é através da sua formação escolhida, que você irá desenvolver profissionalmente, aliando a isso, claro, a experiência no ambiente profissional. Iniciaremos o planejamento de vida proposto pela disciplina, com a Linha da Vida, é uma prévia, na qual você pode pensar sobre questões diversas de sua vida, entre as quais estão aquelas que você já deve ter pensado, e outras que ainda não analisou.

Exemplo de linha da vida:

1 – meu nascimento, em 12/09/1994.

2 – fui para a escola, com _____ anos. Fiz muitos amigos e aprendi a ler, o que gosto de fazer até hoje.

3 – meu pai arranhou um emprego em Sobral, quando eu tinha 10 anos. Senti falta dele, pois fiquei aqui com minha mãe, mas aprendi a ser companheiro e a respeitar minha mãe, pela guerreira que ela é.

4 – meu pai mandou dinheiro para irmos ficar com ele. Eu tinha 14 anos e descobri que o mundo é muito maior do que eu pensava! Aprendi a respeitar opiniões diferentes das minhas, culturas diferentes...

5 – meu pai arrumou outra mulher e nos deixou. Minha mãe teve que trabalhar dobrado para arcar com as despesas, pois não queria que eu trabalhasse para não correr o risco de perder o ano. Mesmo assim, saí do colégio e fui trabalhar como ambulante, pois já estava com 16 anos! Descobri que tenho muita habilidade com vendas para lidar com pessoas. E que poderia ser velocista, pois “rapa” nenhum consegue me pegar!

6 – juntamos dinheiro pra voltar pra cá esse ano, pra ficar com minha vó. Voltei a estudar agora, com 19 anos e estou fazendo essa capacitação, pra trabalhar agora de carteira assinada! O futuro que me aguarde!

IV. Algumas Definições Importantes e Perguntas Norteadoras para o Projeto de Vida

1) Minha missão de vida (o meu propósito, aquilo que preciso fazer para me sentir realizado como ser humano pleno, para que a minha vida seja completa e feliz).

Dica: algumas perguntas para ajudá-los a encontrar a sua missão, pois sabemos que não é tarefa fácil; não são para responder, mas sim para refletir: o que acha que está incompleto em sua vida? Se você tivesse todo o dinheiro que necessita, o que mudaria na sua vida? O que não mudaria por nada no mundo? Como você gostaria de ser lembrado, quando não estiver mais aqui na Terra? Liste por ordem de prioridade, as 5 coisas que você faria se tivesse apenas seis meses de vida?

2) Meus valores, por ordem de prioridade (princípios que guiam nossas ações e nossas vidas. São os valores que irão pautar as nossas respostas frente aos acontecimentos da vida).

3) Minha visão de futuro (meus sonhos, imagens mentais que me inspiram a agir, me direcionam e me ajudam a criar significado na vida. É como eu me imagino no futuro a longo prazo).

4) Meus medos – os três maiores (as minhas inseguranças com relação à minha visão de futuro para os quais, preciso pensar em estratégias para enfrentar).

5) O que faço bem (habilidades que desenvolvi até hoje e que vão ser de extrema importância para alcançar o futuro que imagino. Que tal dar uma olhada na Linha da Vida?).

6) O que preciso implementar (habilidades ainda não desenvolvidas, mas que são fundamentais para que a imagem mental de futuro se concretize).

V. Identidade e Sociedade

Como você analisa o espaço social em que está inserido? Você se questiona sobre a organização social de sua cidade e/ou do seu bairro? Essas são algumas perguntas que norteiam uma reflexão sobre o contexto social o qual fazemos parte. Podemos pensar em contextos sociais os mais diversos, desde a família (que é o primeiro núcleo social) até a cidade ou país em que vivemos, ou, num sentido mais amplo, podemos pensar no contexto mundial, já que somos parte da Humanidade.

Modernamente, costumamos nos achar desvinculados da sociedade, achamos que estamos ocupados demais para nos preocuparmos com o todo, os motivos de tal situação são os mais diversos, porém, devemos perceber que a sociedade começa em nós mesmos; somos nós quem damos à sociedade as características que ela possui, daí vem os costumes de cada povo nacional ou regional. Assim, não são apenas os políticos a se preocuparem com questões sociais, **isso é papel de cada cidadão**. Aristóteles bem nos afirma que homem é um **animal político**, ou seja, é um ser cuja finalidade maior é viver e influir na sociedade.

Uma boa forma de se analisar o contexto social pode ser a tentativa de perceber o todo que forma uma cidade ou um bairro e o que eles oferecem às pessoas: qualidade da educação, lazer, cultura, oportunidades de boa formação (que vão desde o ingresso na faculdade até a conquista do emprego), segurança, saúde, etc.. Porém, é preciso ir mais além, note que esses serviços são

externos, ou seja, embora sejam direitos adquiridos pelas pessoas, vêm de uma instância de poder até chegar a nós. Perante esse fato, é preciso ver o outro lado. Além dessas questões levantadas, é preciso pensarmos no modo pelo qual nos organizamos individualmente e socialmente, lembrando que há uma estreita relação entre o **individual e o social**.

Perceba que, as nossas características individuais são postas diretamente na sociedade a partir do momento em que nos relacionamos com diversas pessoas, seja na família, na escola, no trabalho ou em qualquer ambiente que favoreça a relação inter-pessoal. Ou seja, ao nos relacionarmos com os outros estamos interferindo na sociedade, e essa interferência pode ser positiva ou negativa (por exemplo: um aliciador de menores prejudica a sociedade na medida em que desrespeita a infância; já um professor pode contribuir positivamente, na medida em que trabalha diretamente na formação humana).

Nesse sentido, é importante ponderarmos nossas ações em sociedade e isso traz consigo importantes reflexões: 1) ajo com os outros da mesma forma que gostaria que os outros agissem comigo? 2) assumo a responsabilidade dos meus atos?; 3) sei conviver bem com grupo, espeitando as diferenças? 4) como lido com as dificuldades de convivência com os outros? 5) como analiso as regras de convivência entre as pessoas?. Essas são apenas algumas reflexões, mas poderíamos pensar num contexto muito mais amplo. Temos que analisar que todas essas perguntas, apesar de aparentemente simples, costumam não ser pensadas pelas pessoas, e tanto para jovens como para adultos, elas não são respondidas de uma hora para outra. O mais comum é elas levarem anos para ser respondidas e as respostas mudarem com frequência, pois estamos em plena construção pessoal.

Este esforço reflexivo consiste em **posicionar-se diante de si mesmo e do mundo**, e claro que, pensar no mundo significa pensar nas pessoas e na sociedade, e na forma como as pessoas vivem e se organizam.

Aula 14 - Identidades da Equipe

I. A Importância do Trabalho em Equipe

Fonte: <http://www.artigonal.com/gestao-artigos/a-importancia-do-trabalho-em-equipe-534401.html> - Visita em 24/06/11

O psicólogo Abraham Maslow constatou que os indivíduos têm diversas necessidades, com diferentes forças. Sabemos que necessitamos de alimento, de abrigo, pagar nossas contas, de segurança no emprego, etc., mas também de nos relacionar com os outros e de sermos aceitos por eles. Sem isso nosso trabalho se torna enfadonho e sem graça. Trabalhar em equipe é mais divertido do que trabalhar individualmente, o que pode contribuir para melhorar nosso desempenho.

Há... coisas na terra que são pequenas, mas extremamente sábias: as formigas, criaturas sem força, todavia no verão preparam a sua comida... os gafanhotos não tem rei, porém todos saem, e em bandos se repartem (Provérbios 30:24-27).

Quando falamos em trabalho em equipe, logo nos lembramos das formigas e dos gafanhotos, seres tão pequenos, mas que dão um grande exemplo de união, força e auto-gerenciamento.

As primeiras têm um líder, vivem numa sociedade eficazmente organizada e não precisam receber ordens para executar seu trabalho. Você já viu de perto um formigueiro? Já notou como elas andam em fileiras e sincronia perfeitas e preparam seu alimento no verão para os dias de chuva, quando não podem trabalhar? Já os gafanhotos não têm um líder, porém sabem o que devem fazer exatamente.

II. Mas o que é trabalho em equipe?

Suponha que você e mais duas pessoas estão trabalhando em uma plantação de feijão, onde cada um ganha o salário correspondente ao seu dia de trabalho. O trabalho funciona da seguinte maneira: em fila, você cava o buraco, o segundo joga a semente e o terceiro integrante tapa o buraco. Cada integrante deste grupo se preocupa apenas em realizar a sua tarefa, nada entendendo da importância do trabalho dos outros, "é cada um por si".

Um certo dia o segundo membro da equipe faltou ao trabalho por motivo de saúde, porém a atividade continuou, pois cada um recebia o salário correspondente ao seu dia de trabalho e eles sabiam muito bem qual era sua responsabilidade, sem a necessidade de um líder para orientá-los. Você cavava o buraco, o segundo não jogou a semente (pois havia faltado), mas o terceiro tapava o buraco e assim prossegue o dia inteiro...

Muitas pessoas, que atuam em diversas organizações, estão trabalhando em grupo e não em equipe, como se estivessem em uma linha de produção, onde o trabalho é individual e cada um se preocupa em realizar apenas sua tarefa e pronto. No trabalho em equipe, cada membro sabe o que os outros estão fazendo e sua importância para o sucesso da tarefa. Eles têm objetivos comuns e desenvolvem metas coletivas que tendem a ir além daquilo que foi determinado. Se no exemplo anterior você e os demais integrantes do grupo trabalhassem como equipe, conhecendo a importância do trabalho de cada membro, tendo uma visão e objetivos comuns, certamente vocês diriam: *"nosso colega faltou, vamos ter que substituí-lo ou mudar o modo como estamos plantando, se não nosso trabalho será improdutivo"*.

Toda equipe é um grupo, porém, nem todo grupo é uma equipe. (Carlos Basso, sócio-diretor da Consultoria CR Basso). Grupo é um conjunto de pessoas com objetivos comuns, em geral se reúnem por afinidades. No entanto esse grupo não é uma equipe. Pois, *equipe é um conjunto de pessoas com objetivos comuns atuando no cumprimento de metas específicas.*

Grupo são todas as pessoas que vão ao cinema para assistir ao mesmo filme. Elas não se conhecem, não interagem entre si, mas o objetivo é o mesmo: assistir ao filme. Já equipe pode ser o elenco do filme: Todos trabalham juntos para atingir uma meta específica, que é fazer um bom trabalho, um bom filme. (Suzy Fleury, psicóloga e consultora empresarial e esportiva).

Ter uma equipe altamente eficaz é mais do que ter um grupo de pessoas, visto que o trabalho em equipe precisa ser planejado, elaborado.

III. O dia “D”.

Chegou o momento de definir nossas áreas de atuação e as equipes com as quais trabalharemos juntos. Para que isso aconteça precisamos conhecer alguns passos:

1. Ter uma ideia e querer implementá-la;
2. Definir a área de atuação;
3. Buscar pessoas que tenham a mesma ideia e/ou queiram fazer parte do seu grupo;
4. Pesquisar mais informações sobre a ideia proposta.

IV. Eixo de atuação

Projeto Social: É a área social que agrega pessoas com habilidades de inovação, impacto social e criatividade para a transformação social; é pensado a partir de uma percepção crítica sobre a realidade na qual se está inserido; é realizado com vistas ao melhoramento de um contexto social.

Essa atuação gera as atividades práticas-sociais, em que o aluno não terá apenas uma avaliação para a disciplina de **Preparação para o Trabalho e Prática Social**, mas também ter oportunidade de uma **formação social** em que as potencialidades relacionadas ao **mundo do trabalho** também serão contempladas. Sendo assim, temos três momentos de atividades:

- 1) Escrita de Instrumental (projeto social);
- 2) Realização da atividade (desenvolver o projeto social na comunidade, ou numa instituição);
- 3) Resultados obtidos (amostra dos resultados finais sobre a vivência individual e/ou coletiva da atividade realizada), a ser apresentado no Dia do Protagonismo Juvenil (sobre isso ver aula 39).

V. Áreas de atuação

As áreas de atuação são as temáticas escolhidas para realização da ação voluntária ou do projeto social. Necessariamente, o empreendimento realizado deve estar ligado a uma das áreas descritas abaixo. Caso o aluno queira, não se sentindo contemplado com as áreas propostas, este tem o total direito de criar uma mais adequada.

Áreas

1) Arte Cultura: Gerar produções culturais gratuitas para a sua comunidade e articular diversos atores, como: escola, associações, organizações sociais, igrejas, etc..

2) Educação: Iniciativas que buscam levar algum tipo de conhecimento a partir de vivências educacionais. Por exemplo: um projeto que vise oferecer cursos gratuitos de internet a jovens carentes de uma localidade, possui duas áreas afins: Educação e Tecnologia da Informação e Comunicação. Em síntese, podemos dizer que todo projeto que apresente contexto pedagógico, é educacional.

3) Meio Ambiente: Desenvolver um modelo inovador de preservação ecológica. Projetos relacionados à essa área têm foco em atividades que envolvam conscientização e sustentabilidade ecológica, reciclagem, coleta seletiva de lixo, reaproveitamento de óleo para a produção de sabão, etc..

4) Geração de Renda: Construir formas inovadoras de gerir o próprio negócio, tendo como foco

a sustentabilidade e o impacto social. Exemplo: cooperativas, um negócio social.

5) Direitos Humanos: Aqui, temos projetos relacionados às temáticas que contemplem: Combate às Formas de Discriminação: racial, sexual, social, religiosa, bullying, etc..

6) Participação Cidadã: Essa área propõe atividades sociais que contemplem temáticas cidadãs, além de reflexões sociais, tais como DST's, Saúde, Educação Cooperativa, Documentação Civil de localidades distantes, etc..

7) Esporte e lazer: Esta temática está relacionada a práticas esportivas, bem como ações relacionadas ao bem estar.

8) Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC's): Projetos relacionados à esta área, tem foco nas atividades que envolvam recursos multimídia, internet, informática, etc.. educação mediada pelo computador e internet.

Outros: São atividades inovadoras que não se caracterizam em nenhum dos campos descritos acima.



Aula 15 - Trabalhando bem em equipe

I. Grupalizar para transformar

Célia R. B. Schlithler

Texto adaptado do Guia de Educadores GMM - 2009 - Ashoka

Porque as OSC's (Organizações da Sociedade Civil) ou OSCIP's (Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público) consideram importante saber trabalhar em grupo? Trabalhar em grupo não é novidade para as OSCs: diretores, equipes, voluntários, crianças e jovens atendidos passam boa parte do tempo em grupo, nas organizações. A questão não é estar em grupo, mas saber trabalhar em grupos. Penso que a necessidade de imprimir mais qualidade à gestão das OSCs é um dos motivos. Qualidade não é algo mecânico, e sim o resultado de um processo que envolve pessoas e trabalho em equipe. Entretanto, muitas vezes esquece-se de investir nos processos grupais, e, em vez do trabalho em grupo ser uma ferramenta, um modo de melhorar a qualidade, ele é visto apenas como mais uma moda inventada pelos administradores modernos, como bem coloca H. Fainstein (1998). Acredito também que o verdadeiro trabalho em grupo leva pessoas com objetivos comuns a partirem para ações comuns. Estas ações podem ser transformadoras, e toda OSC existe para provocar mudanças nos indivíduos e na sociedade" como escreve Peter Drucker.

E o que é o verdadeiro trabalho em grupo? A representação que a maioria das pessoas têm de grupo é de um conjunto de indivíduos com os mesmos objetivos. O pensador que nos mostrou que um grupo vai além desta imagem foi **Jean Paul Sartre**, que diferenciou grupo de equipes (ou agrupamento). Agregando ao pensamento de Sartre o olhar de outros autores, podemos elaborar um quadro:

	GRUPO	EQUIPE
Interesses	Exteriores	Fortes e interiorizados
Conhecimento	Anonimato	Profundo
Relacionamento	Superficial	Vincular, interdependente
Comunicação	Indireta e unilateral	Direta e bilateral (feedback)
Objetivos	Em comum (individuais)	Comuns a todos (grupais)
Diversidade	Problema	Riqueza
Atitudes	Autocentrada, sem compromisso, sem confiança, competitiva, passiva	Descentrada, com compromisso, com confiança, cooperativa, pró-ativa
Sentimento	impotência	motivação
Ação	não refletida e circunstancial	integrada com pensamento e emoção transformadora
Relação com o externo	negada	crítica

Transformar agrupamentos em equipes não é um processo espontâneo: exige conhecimento técnico, vontade e coragem para mudar. Sabe-se que no cotidiano das organizações são comuns mal-entendidos e ruídos na comunicação, competição (disfarçada ou não), boicotes e pactos, que acabam impedindo a realização dos objetivos.

Sem falar no clima autoritário, na burocracia e nas dificuldades para assunção e atribuição de cargos e funções. As respostas para essas dificuldades começam na compreensão sobre o que acontece com os sujeitos nos grupos, quais os passos do processo grupal e a importância do papel do coordenador. Se a equipe tem um facilitador (coordenador) que ajuda os integrantes a esclarecer seus conflitos, tendo em vista a realização dos objetivos e não a "briga pela briga", as dificuldades vão sendo superadas, e o grupo percebe que precisa cooperar para crescer.

Do contrário, começa a competir, e seus membros voltam-se cada vez mais para si mesmos. Para a cooperação prevalecer, é preciso incentivar o conhecimento entre os integrantes para que eles se vinculem, sentindo-se importantes e importando-se com os outros.

É assim que surgem a confiança e o compromisso: as pessoas já se conhecem, sabem que o grupo precisa delas para dar conta de sua tarefa e se empenham para participar.

Quando o grupo já consegue lidar com suas diferenças e é capaz de esclarecer os obstáculos, ele fica mais criativo, cresce e caminha em direção à finalidade. É importante ter claro que, como o verdadeiro trabalho em grupo provoca mudanças, ele desperta temores, ansiedades e resistências. Isso acontece porque a situação conhecida, ainda que seja insatisfatória, é segura, enquanto que a desconhecida, mesmo sendo desejada, é ameaçadora.

E, além dessas pressões internas, o grupo sofre pressões externas, tanto em nível organizacional como social. Temos que lembrar que a formação de grupos para se atender a uma finalidade, deve seguir estas reflexões também para o **mundo do trabalho**, pois há limites para a competitividade, e as relações humanas devem ser mediadas de forma a garantir que sejam viáveis.

Não raro, "grupos" formados no ambiente de trabalho, acabam enveredando por caminhos competitivos, em que as diferenças incomodam, ao invés de contribuir de forma positiva (como vimos na tabela anterior), e assim, o grupo perde força e acaba por não concretizar seus objetivos. Vimos que em que um grupo **o interesse coletivo é maior que o individual**.

No cenário atual, o individualismo e a competitividade são valorizados, a comunicação à distância é um fato e a organização em grupos (movimentos sociais) vem sendo desqualificados pelos governos de orientação neoliberal, favorecendo um clima de descrédito na possibilidade de mudança.

Felizmente, o homem não é um ser social historicamente determinado, que é transformado pela sociedade, mas também a transforma. E hoje, no Brasil, estamos vivendo tempos de esperança.... Por isso, mais do que nunca, devemos lutar por nossos sonhos e acreditar na viabilidade da mudança! Vamos, então, sair dos relacionamentos superficiais, da inércia e impossibilidade de atuar dos agrupamentos, grupos ou equipes, para experimentar a liberdade e o prazer de buscar novas soluções em grupo e transformar a realidade!

O mais importante, para qualquer agrupamento, grupo ou equipe, mais do que o conceito, é o contexto que importa; a forma de atuação é que determinará o seu êxito. As qualidades do **trabalho coletivo** apresentadas nas aulas 08 e 09 são verdadeiros indicadores para que qualquer grupo de indivíduos consiga realizar seus objetivos sem impedimentos relacionais, e visando a **colaboração** como um processo de conquista.



Aula 16 - Liderança: Ser líder e Protagonismo Juvenil

I. Conceito de Protagonismo Juvenil

Protagonismo juvenil é a atuação de adolescentes e jovens, através de uma participação construtiva. Envolvendo-se com as questões da própria adolescência/juventude, assim como, com as questões sociais do mundo, da comunidade... Pensando global (O planeta) e atuando localmente (em casa, na escola, na comunidade...) O adolescente pode contribuir para assegurar os seus direitos, para a resolução de problemas da sua comunidade, da sua escola....

Protagonista é...

Aquele ou aquela que protagoniza. A palavra protagonista vem do grego *Protagonistés*, que significa o principal lutador. A personagem principal de uma peça dramática, pessoa que desempenha ou ocupa o primeiro lugar em um acontecimento (Novo Dicionário Aurélio).

No **Estatuto da Criança e do Adolescente ECA** - - Título II Do Direito Fundamental, Capítulo II, do direito à liberdade, ao respeito e à dignidade, o **Art. 15** diz que a criança e o adolescente têm direito à liberdade, ao respeito e à dignidade como pessoas humanas em processo de desenvolvimento e como sujeitos de direitos civis, humanos e sociais garantidos na Constituição e nas leis. O **Art. 16**, diz que toda criança e adolescente tem entre outros, o direito de conviver com a família, participar da vida da comunidade, brincar, praticar esportes. Direito a se expressar e opinar. Portanto é direito de todos os jovens e adolescentes, enquanto cidadãs e cidadãos participarem da definição dos modelos de atendimento aos seus direitos como a escola, a saúde, o lazer...E é dever do Estado, da família, do adulto, abrir espaços para a escuta, a expressão o aprendizado. Só assim podem desenvolver-se, agregar valores e atuar em prol de uma coletividade.

“O jovem foi em todos os tempos um mobilizador de mudanças sociais. Pelo seu temperamento contestador de padrões previamente estabelecidos, suas inquietações, capacidade criativa e ânimo para promover transformações, vêm contribuindo para mudanças nas relações sociais, mudanças no campo da comunicação (linguagem, imagem, formas de expressão), mudanças culturais (músicas, estilos, vestuário), nos esportes (esportes radicais, futevôlei, vôlei de praia) e em muitos outros campos de atuação” (Fonte: www.protagonistajuvenil.com.br).

A atuação social da juventude, seja em organizações ou diretamente em projetos sociais, é um momento de construção de significados, pois lhe é permitido o trabalho teórico-prático com discussões e vivências sobre a dignidade do ser humano, a igualdade de direitos, a recusa de formas de discriminação e preconceitos e a importância da solidariedade, promovendo uma relação mais próxima com a comunidade local do jovem, e com a sociedade em geral. Além disso, a ação social desenvolvida pelo jovem, valoriza a sua auto-estima, a sua liderança e a sua confiança.

II. Protagonismo Juvenil e o Voluntariado

Texto adaptado de: <http://www.educacional.com.br/reportagens/voluntariado/protagonismo.asp>

O Brasil conta hoje com 32 milhões de adolescentes e jovens. Segundo a consultoria Kanitz & Associados, somente 7% deles realizam algum tipo de trabalho voluntário. Não é por falta de boa vontade. O Centro de Pesquisa Motivacional aponta que 67% dos jovens abririam mão de duas horas nos fins de semana para ajudar outras pessoas. Por que então não temos mais jovens voluntários? Na maior parte das vezes, o que emperra o contato com ações voluntárias é simplesmente a falta de informação. Muitos jovens desconhecem as entidades que recrutam voluntários ou não sabem sequer que suas aptidões e talentos e as atividades que lhes dão prazer possam ser úteis a alguém.

Se ligue:

Embora a desinformação ainda impere, uma pequena parcela de jovens se sobressai: não só se tornaram voluntários como também protagonistas juvenis. O que é isso? Protagonista é todo jovem

que não apenas se envolveu em algum **projeto social**, mas é o ator principal de uma iniciativa. Ele participa do planejamento, da execução e da avaliação do trabalho voluntário ou projeto social.

"O protagonismo juvenil é um laboratório da educação para a cidadania", afirma Antonio Carlos Gomes da Costa. Educador especialista em adolescência, ele acredita que a atuação do jovem na escola, no bairro ou na sociedade contribui para romper com a mania de ver a juventude como problema. Em vez de associar o adolescente aos comportamentos de risco - consumo de drogas, violência e prática de sexo sem segurança -, o jovem passa a ser encarado como agente capaz de fazer suas escolhas, atuar ativamente na área social e assumir responsabilidades.

O educador enumera outra vantagem do protagonismo juvenil. Quando estão à frente dos projetos, os jovens estão menos sujeitos a manipulações. "Os protagonistas não são doutrinados a fazer opções políticas; eles convivem com a realidade e tiram suas próprias conclusões", argumenta Gomes da Costa.

O trabalho voluntário, no Brasil, desde 1998, é amparado pela Lei 9.608/98, sendo que, para a sua oficialidade, é necessária a celebração de termo de adesão entre a entidade, pública ou privada, e o prestador do serviço voluntário, dele devendo constar o objeto e as condições de seu exercício (o instrumental específico para o termo de adesão será trabalhado em momento oportuno da disciplina de Preparação para o Trabalho e Prática Social).

III. Uma Ação Voluntária que deu certo - Grupo Fantasia



Fonte: Grupo Fantasia

O **Grupo Fantasia** (de Maracanaú - CE) é um grupo voluntário que, através da figura do palhaço, visa propiciar alegria e uma educação pautada em valores morais, às pessoas, em especial às crianças, assistidas em abrigos infantis, hospitais ou entidades filantrópicas, usando atividades lúdicas do universo infantil e a alegria característica do palhaço, tendo como inspiração o amor e a caridade do Evangelho do Cristo, segundo a visão e a atuação social do **Dr. Patch Adams**. As suas atividades não possuem fins lucrativos e visam multiplicar os valores morais do Cristo, sem a pregação de nenhuma opção religiosa, tendo como intuito dar nossa contribuição para a construção de um mundo melhor.

Princípios norteadores:

Amor ao próximo, Caridade, Trabalho, Alegria, União.

Respeito - *"Sempre é mais valioso ter o respeito, que a admiração das pessoas."* (Rousseau)

Humildade - *"O orgulho divide os homens, a humildade une-os".* (Henri Lacordaire)

Educação - *"Devemos nos convencer de que o objetivo final da educação não é o de aperfeiçoar as noções escolares, mas sim o de preparar para a vida."* (Pestalozzi)

Criatividade - *"A tarefa mais importante de uma pessoa que vem ao mundo é criar algo".* (Paulo Freire)

Amizade - *"Se juntássemos compaixão, amor, humor, empatia, ternura, fé, toque, criatividade e doação, e tivéssemos que usar uma palavra para definir o conjunto, essa palavra seria amizade".* (Patch Adams)

Paz - *"Com o teu esforço, com o meu esforço, vamos construir esse edifício que ninguém há de destruir... A PAZ".* (Marielza Tiscate. Grupo AME)

Para saber mais sobre o Grupo Fantasia, visite o site: <http://www.grupofantasia.org/>

IV. Protagonismo Juvenil no desenvolvimento de Projetos Sociais - Exemplos Práticos

Na visão do Empreendedorismo Social, o melhor caminho para propiciar o empoderamento e o desenvolvimento pessoal dos jovens é dar-lhes a oportunidade de criar e liderar seus próprios empreendimentos com impacto positivo nas suas comunidades. Isso porque, se acredita que pessoas que durante a juventude passam por experiências de participar, iniciar, liderar e gerenciar esforços para enfrentar um **problema social**, têm maior probabilidade de continuar fazendo isso durante a sua vida, e pode se tornar um cidadão mais ativo como agente social atuante e compromissado com a transformação.

Lutando para vencer



Fonte: Grupo Lutando pra Vencer

O projeto social **Lutando pra vencer**, é desenvolvido pelos os alunos do e-Jovem da Escola de Ensino Fundamental e Médio Sales Campos (Jacarecanga/Fortaleza) que proporciona aulas de Taekwondo para jovens e crianças carentes das comunidades adjacentes da escola.

O projeto esta acontecendo desde novembro de 2010, sendo aulas ministradas nas EEFM Sales Campo. Conta com a participação de 80 jovens e do aliado, professor de Taekwondo.

Inter Volei

O Projeto Inter Volei foi idealizado pelos alunos do turno da noite, da escola José Maria Pontes da Rocha, em Caucaia. Está sendo desenvolvido na escola Nair Magalhães Guerra, também em Caucaia. O projeto visa a aprendizagem do voleibol, através do mini-volei, e tem como público beneficiado jovens de 10 a 15 anos da própria escola na qual o projeto ocorre. Um dos alunos do Projeto e-Jovem, que é aluno de Educação Física, ministra as aulas aos meninos. As aulas são compostas por alongamentos, postura física, princípios básicos, etc...



Fonte: Grupo Enter Jovem

Recreart



Fonte: Grupo Recreart

O Projeto Recreart foi criado por alunos da EEM Governador Adauto Bezerra da cidade de Juazeiro do Norte. As atividades visam à recreação e o incentivo a leitura de diversas crianças. Durante as oficinas foram trabalhados pintura, desenho, teatro de fantoches e contação de histórias. A iniciativa é desenvolvida na creche Alayde Oliveira de Andrade na comunidade Triângulo e conta com 25 crianças.

V. Ser Líder: Liderança no mercado de trabalho

Liderança é o processo de “conduzir” um grupo de pessoas. É o poder de **Motivar** e **Influenciar** os liderados para que contribuam da melhor forma para os objetivos do grupo ou da organização. Os líderes influenciam as pessoas graças a seu poder, que pode ser o poder legítimo, obtido com o exercício de um cargo, o poder de referência, em função das qualidades e do carisma do líder, e o poder do saber, exercido graças aos conhecimentos que o líder detém.

A liderança é a influência interpessoal exercida numa situação e dirigida através do processo de comunicação para a consecução de objetivos específicos. Ela é a chave para transformar as pessoas, já que sabemos que todos nós, seres humanos, influenciam e somos influenciados.

Liderar é ter habilidade para inspirar as pessoas a agir. Significa conquistá-las por inteiro: espírito, coração, mente, braços, pernas... e aí está a **diferença entre poder e autoridade**. Quando você tem **poder**, as pessoas fazem a sua vontade mesmo que não desejem. Quando você tem **autoridade**, as pessoas voluntariamente fazem a sua vontade, por causa da sua influência pessoal. Isso é o que faz um grande líder. Líder é aquele que proporciona ao outro que ele se descubra e desenvolva seus talentos. O líder auxilia seus “liderados” a exercerem plena e totalmente suas habilidades e competências.

A liderança não é uma qualidade estática e individualista, num mesmo grupo podemos ter vários líderes que se alternam naturalmente, de acordo com as suas competências e conhecimentos. O bom líder, por isso, não pode ser inflexível, deve reconhecer que sua liderança é rotativa, pois ele não possui todas as competências nem todas as habilidades.

VI. Como posso saber se tenho Habilidades para liderar pessoas?

Bons líderes geralmente tem sempre características em comum. Eles tem **Ambição, Conhecimentos, Energia, Autoconfiança e Iniciativa**. E é exatamente esta última palavra “Iniciativa” que costuma gerar dúvidas. Por que tem gente que prefere ser liderada, e por isso imagina que não vai saber liderar.

Vamos a um exemplo prático: *“Uma Empresa estava precisando de um novo líder em um determinado setor, por isso, promoveu um curso de liderança para seus melhores funcionários. No fim do curso, os 5 funcionários que mais se destacaram foram colocados a beira de um rio onde havia uma balsa amarrada a uma árvore e 5 remos. Os funcionários subiram na balsa e a corda foi solta da árvore fazendo a balsa flutuar lentamente pela fraca correnteza do rio. De repente a balsa começou a tomar mais velocidade e os funcionários puderam ver uma grande queda D’água a aproximadamente 100m.*

A primeira reação geral foi pânico e rapidamente os tripulantes da balsa pegaram cada um seu remo e começaram a remar desesperadamente. Cada um deles remava no próprio ritmo e direção e assim a balsa não ia a lugar nenhum. Não demorou muito e um dos cinco funcionários tomou a frente e começou a orientar os demais a forma correta de remar em conjunto para que saíssem daquela situação. A balsa tomou a direção correta e os funcionários conseguiram levá-la de volta a beira do rio. O líder então foi tirado do barco e novamente a balsa foi jogada para a correnteza com os outros quatro funcionários em cima. Dessa vez, rapidamente um dos quatro tripulantes assim como na primeira experiência, assumiu a liderança e eles conseguiram trazer novamente a balsa a beira do rio. Esse segundo líder também foi tirado da balsa e novamente os outros três funcionários voltaram ao rio e a balsa fez novamente o percurso de volta sem afundar por que um dos três liderou os outros dois funcionários.”

Conclusão: Todos os funcionários da balsa mostraram que tinham a capacidade de liderar os demais. A diferença é que, enquanto a maioria fica pensando no que precisa aprender para se tornar um líder, uns poucos já saem liderando. Todos somos líderes. Mas na prática, o verdadeiro líder é aquele que primeiro aproveita as oportunidades para mostrar que é um bom líder.

VII. Os doze maiores atributos da Liderança

Texto adaptado de: <http://www.guiarh.com.br/PAG21C.htm> - Visita em 19/06/11

Disposição para tentar o que não foi tentado antes: Nenhum colaborador deseja ser guiado por um administrador a quem falte coragem e autoconfiança. É o estilo de liderança positiva aquele que ousa nas tarefas e se vale de oportunidade não tentadas anteriormente.

Automotivação: O Gerente que não consegue se auto-motivar não conseguirá motivar outras pessoas.

Uma percepção aguda do que é justo: Esta é uma grande qualidade de um líder eficaz e a fim de ter o respeito da equipe, o gerente deve ser sensível ao que é direito e justo. O estilo de liderança segundo o qual todos são tratados de forma justa e igual sempre cria uma sensação de segurança. Isso é extremamente construtivo e um grande fator de nivelamento.

Planos definidos: O líder motivado sempre tem objetivos claros e definidos e planejou a realização de seus objetivos. Ele planeja o trabalho e depois trabalha o seu plano com a participação de seus colaboradores, contudo, deve considerar um plano flexível, pois normalmente aparecem aspectos outros a serem considerados no planejamento.

Perseverança nas decisões: O gerente que oscila no processo decisório mostra que não está certo de si mesmo, ao passo que um líder eficaz decide depois de ter feito suficientes considerações preliminares sobre o problema. Ele considera mesmo a possibilidade da decisão que está sendo tomada vir a se revelar errada.

Muitas pessoas que tomam decisões erram algumas vezes. Entretanto, isto não diminui o respeito que os seguidores têm por elas. Sejam realistas: um gerente pode tomar decisões certas, mas um líder eficaz decide e mostra sua convicção e crença na decisão ao manter-se fiel a ela, sabendo, no entanto, **reconhecer quando erra**.

O hábito de fazer mais do que aquilo pelo qual se é pago: Um dos ônus da liderança é a disposição para fazer mais do que é exigido do pessoal. O gerente que chega antes dos colaboradores e que deixa o serviço depois deles é um exemplo deste atributo de liderança.

Uma personalidade positiva: As pessoas respeitam tal qualidade. Ela inspira confiança e também constrói e mantém uma equipe com entusiasmo.

Empatia: O líder de sucesso deve possuir a capacidade de colocar-se no lugar de seu liderados, de ser capaz de ver o mundo pelo lado das outras pessoas. Ele não precisa concordar com essa visão, mas deve ser capaz de entender como as pessoas se sentem e compreender seus pontos de vista.

Domínio dos detalhes: O líder bem sucedido entende e executa cada detalhe do seu trabalho e, é evidente, dispõe de conhecimento e habilidade para dominar as responsabilidades inerentes à sua posição.

Disposição para assumir plena responsabilidade: Outros ônus da liderança é assumir responsabilidade pelos erros de seus seguidores. Caso um colaborador cometa um erro, talvez por incompetência, o líder deve considerar que foi ele quem falhou. Se o líder tentar mudar a direção dessa responsabilidade, não continuará liderando e dará insegurança a seus seguidores.

Duplicação: O líder de sucesso está sempre procurando maneiras de espelhar suas habilidades em outras pessoas. Dessa forma ele faz os outros evoluírem e é capaz de "estar em muitos lugares diferentes ao mesmo tempo". Talvez este seja um dos maiores atributos de um líder: ser capaz de desenvolver outros líderes. Pode-se julgar um líder pelo número de pessoas em que ele refletiu os seus talentos e fez evoluir.

Uma profunda crença em seus princípios: A expressão "**A menos que batalhemos por alguma causa, nos deixaremos levar por qualquer causa**" resume bem a importância de ter-se uma causa pela qual valha a pena viver e trabalhar. Nada cuja aquisição tenha valor é muito fácil. O líder de sucesso tem a determinação de atingir objetivos não importando os obstáculos que surjam pelo caminho. Ele acredita no que está fazendo com a determinação de batalhar por sua realização.

VIII. O Empreendedor Social e o Planejamento de objetivos

Quando planejamos, para cada objetivo, meta e suas respectivas ações, há algum tipo de expectativa, algum resultado esperado por um retorno positivo. Ou seja, a gente sempre planeja algo esperando realizar aquilo que planejamos. Algumas vezes, esperamos menos ou mais, dependendo do nosso planejamento. Mas como saberemos se essa expectativa foi alcançada? Para responder essa pergunta, precisamos fazer uma lista de quais são os resultados esperados. Depois, pensar nas pessoas que queremos envolver na avaliação, e as ferramentas que iremos utilizar. E esse é um momento especial também para aprender.

Uma das coisas mais importantes para um **Empreendedor Social** é aprender com suas ações, porque depois ele poderá fazer a mesma coisa de uma forma melhor e mais fácil, conseguindo resultados melhores!

Exemplo

Objetivos	Quem envolver	Como avaliar
EXEMPLOS:		
Conscientizar os estudantes da escola sobre reciclagem de lixo	Estudantes da escola nas séries atingidas	Questionário
Sensibilizar os estudantes para as questões ambientais por meio de palestras	Estudantes que participam das palestras	- Registro das Palestras - Questionário específico de avaliação durante as palestras
Contar com a ajuda para sensibilizar os alunos em sala de aula	Professores e aluno	Questionário

Agora faça com sua equipe um exercício de projeção com base no quadro acima: a partir dos objetivos estabelecidos pela equipe, copie-os no quadro abaixo e complete as informações da colunas “Quem envolver” e “Como avaliar”. Seu educador orientará as equipes. Bom trabalho!

Objetivos	Quem envolver	Como avaliar

6. Cidadania

Aula 17 - O que é ser Cidadão

I. Conceito de Cidadania

A **cidadania** é o conjunto dos direitos políticos de que goza um indivíduo e que lhe permitem intervir na direção dos negócios públicos do Estado, participando de modo direto ou indireto da formação do governo e na sua administração, seja ao votar (direto), seja ao concorrer a cargo público (indireto).

Ser cidadão é ter consciência de ser sujeito de direitos. Direito à vida, à liberdade, à propriedade, à igualdade, enfim, direitos civis, políticos e sociais. Mas este é um dos lados da moeda. Cidadania pressupõe, também, deveres. O cidadão tem de ser consciente das suas responsabilidades como parte integrante do grande e complexo organismo que é a coletividade, a nação, o Estado, para cujo bom funcionamento todos têm de dar sua parcela de contribuição. Muitas vezes, compreendemos os direitos como uma concessão, um favor de quem está em cima para os que estão em baixo. Contudo, a cidadania não nos é dada, ela é construída e conquistada a partir da nossa capacidade de organização, participação e intervenção social.

A cidadania é algo que não se aprende com os livros, mas com a convivência na vida social e pública. É no convívio do dia-a-dia que exercitamos a nossa cidadania, através das relações que estabelecemos com os outros, com a coisa pública e o próprio meio ambiente. A cidadania deve ser perpassada por temáticas como a solidariedade, a democracia, os direitos humanos, a ecologia, a ética.

II. O cidadão - Direitos e deveres

(Adaptado de: <http://www.brasil.gov.br/sobre/cidadania/direitos-e-deveres-individuais>)

O que são os direitos e deveres do cidadão? Antes de qualquer coisa, o que é ser um cidadão? Cidadão é aquele que se identifica culturalmente como parte de um território, usufrui dos direitos e cumpre os deveres estabelecidos em lei. Ou seja, exercer a cidadania é ter consciência de suas obrigações e lutar para que o que é justo e correto seja colocado em prática. Os direitos e deveres não podem andar separados. Afinal, só quando cumprimos com nossas obrigações permitimos que os outros exercitem seus direitos.

Veja alguns exemplos dos direitos e deveres do cidadão:

Deveres	Direitos
- Votar para escolher nossos governantes.	- Homens e mulheres são iguais em direitos e obrigações.
- Cumprir as leis.	- Saúde, educação, moradia, segurança, lazer, vestuário, alimentação e transporte são direitos dos cidadãos.
- Respeitar os direitos sociais de outras pessoas.	- Ninguém é obrigado a fazer ou deixar de fazer alguma coisa senão em virtude de lei.
- Educar e proteger nossos semelhantes.	- A manifestação do pensamento é livre, sendo vedado o anonimato.
- Proteger a natureza.	- Ninguém deve ser submetido à tortura nem a tratamento desumano ou degradante.
- Proteger o patrimônio público e social do País.	- A liberdade de consciência e de crença é inviolável, sendo assegurado o livre exercício dos cultos religiosos e garantida, na forma da lei, a proteção aos locais de culto.
- Colaborar com as autoridades.	- A livre comunicação das ideias e das opiniões; todo cidadão pode, portanto, falar, escrever, imprimir livremente, respondendo, todavia, pelos abusos desta liberdade nos termos previstos na lei.

III. O Estado

O **Estado** é uma instituição organizada política, social e juridicamente, ocupando um território definido, normalmente onde a lei máxima é uma Constituição escrita, e dirigida por um governo que possui soberania reconhecida tanto interna como externamente. Três são os poderes do Estado Brasileiro – **Executivo, Legislativo e Judiciário**, que devem atuar com independência e harmonia. Os membros dos três Poderes definem os rumos da administração pública nos três níveis da República Federativa brasileira – União, Estados-membros e Municípios. Nenhum poder é superior a outro.

O **Executivo** aparece mais porque tem um número maior de funcionários, cuida das obras e dos serviços públicos em geral, recolhe os impostos e realiza as despesas.

O **Legislativo** tem funções também importantes, como discutir e votar as leis e fiscalizar o Executivo. E é nele que se refletem os conflitos e divergências de opinião da sociedade.

Se o **Executivo** ou o Legislativo descumprem a lei e prejudicam alguém, entra em cena o **Judiciário**, mandando os outros Poderes corrigirem seus erros. Também compete a ele resolver os conflitos entre os cidadãos e o Estado.

IV. Consciência política

Um dos aspectos importantes para uma atuação cidadã é a consciência política, tema de que iremos tratar nessa etapa da atividade. Inicie com o famoso texto do poeta e dramaturgo alemão Berthold Brecht:

“O pior analfabeto é o analfabeto político. Ele não ouve, não fala, nem participa dos acontecimentos políticos. Ele não sabe que o custo de vida, o preço do feijão, do peixe, da farinha,

do aluguel, do sapato e do remédio dependem de decisões políticas. O analfabeto político é tão burro que se orgulha e estufa o peito dizendo que odeia a política. Não sabe o imbecil que, da sua ignorância política, nasce a prostituta, o menor abandonado, o assaltante e o pior de todos os bandidos, que é o político vigarista, pilantra, o corrupto e o lacaio das empresas nacionais e multinacionais”.

Será que o afastamento que muitas pessoas fazem de suas vidas e a política é realmente a melhor saída? Se realmente queremos mudar o quadro político que tanto criticamos, temos que conhecê-lo, questioná-lo e buscar uma transformação que seja boa para todos. Não há motivos para descrever na política, mas, sim, nos maus políticos. O cidadão que se omite transfere a outros o seu direito de atuar politicamente. Além disso há uma intensa confusão em torno da palavra político; um ser político, na visão grega antiga, é um cidadão capaz de atuar na Pólis, ou seja, na cidade em que mora. Ora, as formas de atuar positivamente em nossa cidade ou país são tão variadas, que não podemos resumir a palavra “política” ao contexto dos partidos políticos.

Onde há gente, há política. Toda comunidade – local, regional ou nacional - é organizada em torno de objetivos. Fazemos política em casa, ao diminuir os gastos com energia elétrica; na escola, convencendo o colega bagunceiro de que está incomodando o resto da turma; no trabalho quando procuramos fazer uma divisão mais justa de tarefas; na vizinhança, quando alertamos os amigos que jogar lixo na rua não é uma atitude de preservação dos bens públicos; quando alertamos que quanto mais água desperdiçarmos, mais faltará no futuro.

Democracia

É uma palavra de origem grega que significa “governo do povo”. Na Grécia antiga, nas chamadas cidades-estado, como Atenas, as decisões de interesse coletivo eram tomadas em praça pública pelo conjunto dos cidadãos (Ressaltamos que nem todos eram considerados cidadãos e sim, quem nascia em Atenas, filho de pais atenienses e livre). As pessoas mais sábias, mais instruídas ou influentes discursavam, expondo suas ideias e tentando convencer os ouvintes. Ao final, pelo voto da maioria, os cidadãos decidiam sobre leis, comportamentos e medidas referentes à cidade e seus habitantes.

Vem dessa época o conceito de democracia como governo do povo, distinguindo-se, por essa característica, de duas outras formas de governo: a monarquia (governo de um monarca, de um rei, de um só) e aristocracia (governo de poucos, de um grupo).

Aula 18 - Acolhendo a diversidade

I. O que é diversidade?

Diversidade significa diferença, multiplicidade de coisas diferentes. A percepção da diversidade traz consigo uma gama imensa de diferenças físicas, étnico-raciais, culturais, sexuais, religiosas, de aprendizagem, de gênero, de variantes linguísticas, de opiniões, de formas de encarar a vida, etc. e nos desafia a pensar sobre as possibilidades de construção de um projeto de mundo em que as nossas diferenças estabeleçam um diálogo solidário entre os sujeitos. A diversidade implica negociações, conflitos e um necessário diálogo para que seja possível a convivência entre os grupos sociais. Incorporar a diversidade é uma postura movida pela forma como acreditamos que devam ser as relações sociais, para ampliar as nossas potencialidades humanas e sociais.

Suelma Evangelista Fernandes, Gerente de Política Curricular da Superintendência de Ensino e Currículo da SEDUC (MT), nos define diversidade como: Ao consultarmos o dicionário à procura da definição da palavra DIVERSIDADE vamos encontrar diferença, dessemelhança. Isso pode nos levar a pensar que a diversidade diz respeito somente aos sinais que podem ser vistos a olho nu. Porém, se ampliarmos a nossa visão sobre as diferenças e dermos a elas um trato cultural e político poderemos entendê-las de duas formas: 1) as diferenças podem ser materialmente observáveis. 2) as diferenças também são construídas ao longo do processo histórico, nas relações sociais e nas relações de poder. Muitas vezes, os grupos humanos tornam o outro diferente para fazê-lo inimigo, para dominá-lo. Por isso, falar sobre a diversidade cultural não diz respeito apenas ao reconhecimento do outro. **Significa pensar a relação entre o eu e o outro.** Aí está o encantamento da discussão sobre a diversidade. Ao considerarmos o outro, o diferente, não deixamos de focar a atenção sobre o nosso grupo, a nossa história, o nosso povo. Ou seja, falamos o tempo inteiro em semelhanças e diferenças (Texto adaptado. Fonte: <http://pt.scribd.com/doc/7018825/Manual-de-Conceitos-Da-Diversidade>).

Na Declaração Universal dos Direitos Humanos, de 1948, a diversidade é amparada como uma questão que merece toda a atenção de cada indivíduo em particular e da sociedade como um todo, vejamos:

“A presente Declaração Universal dos Direitos Humanos como o ideal comum a ser atingido por todos os povos e todas as nações, com o objetivo de que cada indivíduo e cada órgão da sociedade, tendo sempre em mente esta Declaração, se esforce, através do ensino e da educação, por promover o respeito a esses direitos e liberdades, e, pela adoção de medidas progressivas de caráter nacional e internacional, por assegurar o seu reconhecimento e a sua observância universais e efetivos, tanto entre os povos dos próprios Estados-Membros, quanto entre os povos dos territórios sob sua jurisdição” (Preâmbulo).

E ainda temos os Artigo I e II, em que o assunto é tratado em sua especificidade: “Todas as pessoas nascem livres e iguais em dignidade e direitos. São dotadas de razão e consciência e devem agir em relação umas às outras com espírito de fraternidade (Art. I). Toda pessoa tem capacidade para gozar os direitos e as liberdades estabelecidos nesta Declaração, sem distinção de qualquer espécie, seja de raça, cor, sexo, língua, religião, opinião política ou de outra natureza, origem nacional ou social, riqueza, nascimento, ou qualquer outra condição” (Art. II).

Pelos artigos acima temos a seguinte ideia que se apresenta: independente dos nossos preconceitos e limitações, cada indivíduo é um ser humano idêntico a nós, embora tenha suas diferenças. O professor, o torcedor de futebol, o advogado, a dançarina, o muçulmano, o católico, o espírita, o homoafetivo (o termo homossexual está ultrapassado, pois não define plenamente a condição da orientação afetiva-sexual do indivíduo), a jogadora de futebol, enfim, todos os indivíduos são iguais em sua condição de “ser humano”, ou seja, não faz sentido pensarmos em formas de exclusão se a nossa própria natureza cria uma irmandade natural entre todas as pessoas do mundo. Vencer nossas ideias preconcebidas é um desafio, mas é necessário, não só pela convivência entre as pessoas, mas, se queremos uma sociedade mais justa, a fraternidade precisa iniciar em nós, pois

não há justiça moral ou legal sem a visão isonômica (com igualdade) entre as pessoas.

A filósofa **Hannah Arendt** também contribui para a compreensão do tema, alargando o conceito de diversidade, colocando-o no mesmo grau de importância da identidade individual: “A pluralidade humana, condição básica da ação e do discurso, tem o duplo aspecto da igualdade e diferença. Se não fossem iguais, os homens seriam incapazes de compreender-se entre si e aos seus antepassados, ou de fazer planos para o futuro e prever as necessidades das gerações vindouras. Se não fossem diferentes, se cada ser humano não diferisse de todos os que existiram, existem ou virão a existir, os homens não precisariam do discurso ou da ação para se fazerem entender. Com simples sinais e sons poderiam comunicar as suas necessidades imediatas e idênticas.”

(Fonte: <http://www.citador.pt/pensar.php?op=10&refid=200412112355&author=20360&theme=438>).

II. Visões de diversidade

a) Cultural: A diversidade cultural são diferenças culturais que existem nos grupos humanos. Há vários tipos, tais como: a linguagem, danças, vestuário e outras tradições como a organização da sociedade. A diversidade cultural é algo associado à dinâmica do processo associativo dos povos. Pessoas que por algumas razões decidem pautar suas vidas por normas pré-estabelecidas tendem a esquecer suas próprias misturas de culturas, uma vez que atualmente, praticamente não há culturas isoladas, mas sim encontro entre elas.

b) Racial: Somos uma nação multirracial com uma grande diversidade cultural, porém, ainda precisamos aprender com essa diversidade. Temos, em nossa formação histórica, influências indígenas, portuguesas, holandesas, francesas, africanas, italianas, alemãs, etc., formando uma imensa nação que congrega em si diversas culturas. Quando falamos em raça, não queremos subdividir a espécie humana, mas apenas para compreendermos que negros, brancos, pardos, orientais, árabes, etc., todos fazem parte da mesma família humana.

c) Religiosa: Toda pessoa tem direito à liberdade de pensamento, consciência e religião; este direito inclui a liberdade de mudar de religião ou crença e a liberdade de manifestar essa religião ou crença, pelo ensino, pela prática, pelo culto e pela observância, isolada ou coletivamente, em público ou em particular (Art. XVIII da Declaração Universal dos Direitos Humanos).

d) Ideológica: Ideologia descreve o conjunto de ideias, valores ou crenças que orientam a percepção e o comportamento dos indivíduos sobre diversos assuntos ou aspectos sociais, como, por exemplo, as opiniões e as preferências que os indivíduos têm sobre o sistema político vigente, a ordem pública, o governo, as leis, as condições econômicas e sociais, entre outros. Para o pensador e filósofo alemão Karl Marx, as diversidades ideológicas são produzidas na política, na justiça, nos sistemas econômicos, filosóficos e etc.

e) Homoafetiva: O termo homoafetividade é um neologismo criado para designar as relações onde o afeto é a base formadora de qualquer casal, independente de ser esse casal homossexual ou heterossexual. Assim as uniões homoafetivas nada mais são que a união de duas pessoas do mesmo sexo e que traz consigo todas características de um relacionamento heterossexual (de sexos opostos).

f) Deficientes Físicos e Mentais: Os resultados do censo de 2000, mostram que 14,5 % da população brasileira possui alguma deficiência, são aproximadamente, 24,6 milhões de pessoas. O indivíduo pode nascer ou adquirir ao longo da vida deficiência física e/ou mental. Existem vários tipos de deficiência, divididas em físicos - visual, auditivo, Tetraparalesia ... e mentais relacionados a comunicação, cuidados pessoais, trabalho e etc.

III. Diversidade de pessoas = Diferentes ideias no ambiente profissional

Uma equipe harmoniosa, em que todos adoram trabalhar juntos e se entendem maravilhosamente, certamente garante um ambiente de trabalho muito agradável. Porém, isso não dá garantia de que as iniciativas que ela toma ou as soluções que encontra para os problemas sejam as mais inovadoras.

Muitos líderes enxergam o **conflito** como algo indesejável, quando na verdade ele é **o combustível da criatividade e da quebra de paradigmas**. O questionamento de ideias e o debate de opiniões, uma boa discussão ou diálogo, em que pontos de vista divergentes são colocados e criticamente analisados, são extremamente saudáveis para o trabalho em equipe. É no calor do conflito que, muitas vezes, surgem ideias ousadas e inovadoras, responsáveis pela quebra de paradigmas.

No entanto, para que tais diálogos aconteçam, é preciso **valorizar a diversidade de tipos humanos que compõem** as equipes, pois cada um tem o seu papel e todos os papéis são importantes. Todo grupo tem aquele integrante que fala mais que os outros. Nas reuniões, ele contribui com muita informação. Muitas ideias do falante são criticadas pelo objetivo, aquele que não brinca em serviço e não perde o foco. Enquanto o falante polemiza, o metódico tenta pôr uma ordem no trabalho da equipe e avaliar todas as sugestões, pois só com uma boa análise se pode decidir o que é válido e o que pode ser descartado. Então o apressado começa a pressionar o grupo para ser mais produtivo, pois pelo andar da carruagem o prazo para concluir o projeto irá estourar. Vem o cauteloso criticar o apressado, dizendo que ninguém encontra boas soluções sem ponderar muito bem os prós e contras de cada ideia. O questionador pede a palavra e coloca com muita clareza o que pensa, mesmo que isso signifique criticar a conduta ou as ideias dos colegas. O debate esquenta e o líder tem de atacar de conciliador, pois ninguém está se entendendo e o grupo precisa chegar a um consenso.

E assim transcorre o autêntico trabalho em equipe, que chega a ser tumultuado às vezes, mas é tão fértil em ideias, em análises, em questionamentos! Se o líder vê esses conflitos como consequência natural da diversidade do grupo e sabe tirar proveito dela, tem tudo para conduzir sua equipe aos melhores resultados. Afinal, no meio de um debate, quando menos se espera, alguém pode ter o grande *insight* que encerra as discussões e deixa todos satisfeitos.

Por outro lado, **se o líder fica muito preocupado em manter a harmonia do grupo e não permite que as pessoas dividiram, todos são induzidos a concordar uns com os outros e reprimem opiniões valiosas. A reunião fica muito fluída e cheia de gentilezas, mas pobre em discussões e ideias que quebram paradigmas.**

Nesse mundo de quase 7 bilhões de pessoas, não há um só ser humano igual a outro. **A diversidade de comportamentos, visíveis de mundo, ideias, experiências e atitudes é que faz o planeta ser tão cheio de possibilidades.** Compreender esse fato e ser capaz de lidar com ele é uma das coisas que fazem diferença numa equipe, numa empresa, num negócio ou mesmo numa carreira individual. Cada vez mais, a habilidade de relacionamento na diversidade é necessária e precisa ser valorizada, a começar pelos líderes. Graças a ela, falantes e objetivos, metódicos e apressados, questionadores, conciliadores e outros tantos tipos humanos que encontramos por aí podem trabalhar juntos, contribuindo com suas opiniões e defendendo seus pontos de vista. E mesmo que eles torçam o nariz uns para os outros enquanto debatem ideias, tudo bem: no final do trabalho, é bem provável que cheguem a um consenso – e aí vão todos comemorar seu sucesso com um *happy-hour* depois do expediente.

Afinal, numa equipe como essa, todos conhecem e praticam o lema da diversidade: “O fato de eu não aceitar a sua ideia não significa que eu não aceito você”.

IV. O que é bullying?

O bullying é um termo ainda pouco conhecido do grande público. De origem inglesa e sem tradução ainda no Brasil, é utilizado para qualificar comportamentos agressivos no âmbito escolar, praticados tanto por meninos quanto por meninas. Os atos de violência (física ou não) ocorrem de forma intencional e repetitiva contra um ou mais alunos que se encontram impossibilitados de fazer frente às agressões sofridas. Tais comportamentos não apresentam motivações específicas ou justificáveis. Em última instância, significa dizer que, de forma “natural”, os mais fortes utilizam os mais frágeis como meros objetos de diversão, prazer e poder, com o intuito de maltratar, intimidar, humilhar e amedrontar suas vítimas.

Quais são as formas de bullying? Normalmente, existem mais meninos ou meninas que cometem bullying?

As formas de bullying são:

- Verbal (insultar, ofender, falar mal, colocar apelidos pejorativos, “zoar”)
- Física e material (bater, empurrar, beliscar, roubar, furtar ou destruir pertences da vítima)
- Psicológica e moral (humilhar, excluir, discriminar, chantagear, intimidar, difamar)
- Sexual (abusar, violentar, assediar, insinuar)
- Virtual ou Cyberbullying (bullying realizado por meio de ferramentas tecnológicas: celulares, filmadoras, internet etc.)

Estudos revelam um pequeno predomínio dos meninos sobre as meninas. No entanto, por serem mais agressivos e utilizarem a força física, as atitudes dos meninos são mais visíveis. Já as meninas costumam praticar bullying mais na base de intrigas, fofocas e isolamento das colegas. Podem, com isso, passar despercebidas, tanto na escola quanto no ambiente doméstico.

Existe alguma forma de bullying que seja mais maléfica? O cyberbullying é pior do que o bullying tradicional?

Uma das formas mais agressivas de bullying, que ganha cada vez mais espaços sem fronteiras é o cyberbullying ou bullying virtual. Os ataques ocorrem por meio de ferramentas tecnológicas como celulares, filmadoras, máquinas fotográficas, internet e seus recursos (e-mails, sites de relacionamentos, vídeos). Além de a propagação das difamações ser praticamente instantânea o efeito multiplicador do sofrimento das vítimas é imensurável. O cyberbullying extrapola, em muito, os muros das escolas e expõe a vítima ao escárnio público. Os praticantes desse modo de perversidade também se valem do anonimato e, sem nenhum constrangimento, atingem a vítima da forma mais vil possível. Traumas e consequências advindos do bullying virtual são dramáticos.

Qual a influência da sociedade atual neste tipo de comportamento?

O individualismo, cultura dos tempos modernos, propiciou essa prática, em que o ter é muito mais valorizado que o ser, com distorções absurdas de valores éticos. Vive-se em tempos velozes, com grandes mudanças em todas as esferas sociais. Nesse contexto, a educação tanto no lar quanto na escola se tornou rapidamente ultrapassada, confusa, sem parâmetros ou limites. Os pais passaram a ser permissivos em excesso e os filhos cada vez mais exigentes, egocêntricos. As crianças tendem a se comportar em sociedade de acordo com os modelos domésticos. Muitos deles não se preocupam com as regras sociais, não refletem sobre a necessidade delas no convívio coletivo e, nem sequer se preocupam com as consequências dos seus atos transgressores.

Cabe à sociedade como um todo transmitir às novas gerações valores educacionais mais éticos e responsáveis. Afinal, são estes jovens que estão delineando o que a sociedade será daqui em diante. Auxiliá-los e conduzi-los na construção de uma sociedade mais justa e menos violenta, é obrigação de todos.

Como os pais e professores podem ajudar as vítimas de bullying a superar o sofrimento?

A identificação precoce do bullying pelos responsáveis (pais e professores) é de suma importância. As crianças normalmente não relatam o sofrimento vivenciado na escola, por medo de represálias e por vergonha. A observação dos pais sobre o comportamento dos filhos é fundamental, bem como o diálogo franco entre eles. Os pais não devem hesitar em buscar ajuda de profissionais da área de saúde mental, para que seus filhos possam superar traumas e transtornos psíquicos.

Outro aspecto de valor inestimável é a percepção do talento inato desses jovens. Os adultos devem sempre estimulá-los e procurar métodos eficazes para que essas habilidades possam resgatar sua autoestima, bem como construir sua identidade social na forma de uma cidadania plena.

Aula 19 - Pesquisando a comunidade

Depois de termos escolhido nossas equipes e eixos de atuação, visto os principais elementos da cidadania e como é importante o respeito à diversidade para o nosso dia-a-dia. Agora podemos colocar a mão na massa! É neste momento que nós começaremos a identificar e a procurar subsídios nos lugares que pretendemos atuar, podendo desenvolver uma maior percepção das necessidades reais, assim como as possíveis soluções e ativos existentes. É um momento onde vamos exercitar nosso olhar crítico sobre o espaço que vamos atuar. Hoje elaboraremos um questionário que deverá ser apresentado na próxima aula, contendo informações da comunidade escolhida. Mas antes disso, vamos definir o que é **comunidade**.

I. A comunidade:

Entendemos a comunidade de duas formas. A primeira é o espaço geográfico ou territorial. Ou seja, é a cidade, região, bairro, escola ou vizinhança. A segunda é o sentimento de pertencimento a um lugar ou a um grupo social inserido neste lugar. Enquanto o primeiro é imposto, já que nascemos aqui, moramos aqui e momentaneamente não podemos mudar de lugar. O segundo é uma escolha do sujeito. É o lugar ou grupo que eu me identifico e quero atuar.

II. Pesquisando a comunidade:

Para conhecer melhor a nossa comunidade vamos construir um questionário que deverá ser aplicado na comunidade escolhida e apresentado na próxima aula. Para compreendermos melhor o processo que passaremos neste momento é importante seguir alguns passos até a pesquisa.

Passo 1: Escolha de um tema de projeto social ou a ação voluntária;

Passo 2: Escolha do Eixo Temático e a Área de atuação;

Passo 3: A partir do tema escolhido faremos uma pesquisa na comunidade;

Passo 4: Com os dados colhidos, apresentaremos na próxima aula e teremos uma ideia melhor da forma que podemos atuar na comunidade. Ai vale o início do planejamento do **empreendimento social** proposto.

III. Roteiro básico de pesquisa:

Agora que cada Equipe já definiu a ideia, pode pensar quais ações ela tomará e qual objetivo terá. Mas tem uma coisa que pode ajudar muito se for feita antes:

- Sempre existem outras pessoas, grupos ou organizações que também estão trabalhando com o mesmo foco e no mesmo lugar que vocês querem atuar. O Estado também costuma realizar projetos em diferentes áreas, e deve ter alguma ação com o mesmo foco que vocês escolheram.
- Há também pessoas e organizações que embora não estejam fazendo nada diretamente pela causa da Equipe, podem ajudar de alguma forma.
- Por último, há construções, praças, monumentos, terrenos e outros espaços que são recursos do lugar onde vocês estão e que podem ser úteis para a atuação da Equipe.

Além disso:

- Que tal fazer uma pesquisa na comunidade e descobrir todos esses potenciais?
- Que tal fazer uma lista com todas as pessoas e organizações que podem contribuir de alguma forma com vocês?
- O que acham de conversar com elas, perguntar o que estão fazendo e registrar tudo isso?

Depois essas pessoas poderão ajudar muito, e desde agora podem dar ideias para a atuação da

Equipe. Se tiver muita gente para visitar, é importante dividir a tarefa. Vocês podem montar um questionário com perguntas básicas e dividir as visitas pelos integrantes da Equipe. Cada um visita alguns lugares ou pessoas, levanta informações úteis, registra, e depois conta para a Equipe.

Se vocês gostaram da ideia, mãos à obra! Sem dúvida isso ajudará muito vocês a colocarem suas ideias em prática. Boa sorte!!

IV. A pesquisa:

Aqui temos uma proposta de questionário que pode ser aplicado na comunidade:

Pesquisa
Nome da Equipe:
Eixo de temático:
Área de atuação:
Comunidade:
1. Qual é o seu nome? (só se a pessoa quiser informar)
2. Qual é sua idade, sexo e etnia?
3. Há quanto tempo você convive neste ambiente?
4. Você está trabalhando? Se sim, qual é a sua função? Se não, por quê?
5. Você está estudando? Se sim, em que série está? Se não, em que série parou de estudar? Por quê?
6. Cite três coisas de que você mais gosta na sua comunidade.

7. Cite três coisas que você menos gosta na comunidade.
8. Que atividades você gostaria de desenvolver na comunidade?
9. O que poderia ser feito para melhorar as condições desse ambiente?
10. Depois da apresentação da minha ideia, o que você (entrevistado) mais gostou? Você faria parte dessa ideia?

Aula 20 - Resultado da pesquisa

Hoje é o dia de apresentar a sua pesquisa. esperamos que essa atividade seja bastante enriquecedora para todo(a)s que a fizeram. A partir do que foi pesquisado na comunidade, o desafio é realizar uma discussão sobre:

- Quais foram as principais necessidades levantadas pela comunidade?
- O que eles mais gostam ou menos gostam na comunidade?
- Como ligar a área temática que as Equipes escolheram com as necessidades da comunidade?
- Como aproveitar os talentos de cada um para o que eles pretendem fazer?

É importante que seja levado em consideração alguns requisitos na apresentação:

1. Deve-se apresentar de forma criativa, criando formas novas de apresentar seus resultados;
2. Ser bastante claro sobre o tema que está sendo abordado e sobre os resultados obtidos.
3. Utilizar recursos digitais em sua apresentação. É interessante apresentar gráficos, slides, imagens obtidas na pesquisa, entre outros meios.



Não se esqueçam! A discussão em sala é o que vai fazer o diferencial dessa apresentação. Contribua dando sugestões aos seus colegas e vamos juntos construir empreendimentos que façam diferença na nossa comunidade.

7. Planejamento e execução

Aula 21 - Escrita sócio-empresarial: Instrumentais de execução.

Nós já passamos por momentos muito importantes durante nosso curso. Primeiro fizemos uma escolha decisiva onde definimos o que vamos fazer e com quem trabalharemos em nosso empreendimento. Agora iremos conhecer o instrumental de planejamento que serão utilizados para organizarmos nossas ideias.

Temos um instrumental específico, que chamamos de **Plano de Ação do Projeto Social**. O **Plano de Ação** é uma ferramenta de desenvolvimento dos potenciais empreendedores e é o instrumental de planejamento do nosso empreendimento. É nele que estão todas as informações dos empreendimentos criados e geridos pelo grupo.

Agora vamos conhecer!

I. Plano de Ação: Projeto Social

Sumário

Apesar de ser a folha de capa, ele é a última parte a ser escrita. Pois ela corresponde à síntese de tudo que foi escrito anteriormente. Portanto, deve ser a última parte do projeto a ser escrita. Nesta parte vocês descreverão as seguintes informações:

Nome do projeto: Vocês terão que criar um nome para o empreendimento que estão planejando. Lembrem-se de caprichar, pois ele é o cartão de visita do projeto.

Área de Atuação: como já vimos, as Áreas de atuação são as temáticas escolhidas para realização da Ação Voluntária ou do Projeto Social. Estas áreas podem ser definidas da seguinte maneira:

Arte Cultura: Cinema e Vídeo, Hip-Hop, Dança, Arte cênica (teatro), Arte circense, Artes plásticas (educação artística), Música.

Direitos Humanos: Diversidade sexual, Pessoas com deficiência, Etnia/Raça, Religião/Espiritualidade, Gênero, Idade, Direitos sociais, Direitos da criança e do Adolescente.

Educação: Acessibilidade, Habilidades para a vida, Leitura, Eventos formativos.

Geração de renda: Desenvolvimento econômico, Micro-empreendimento e geração de renda, Pobreza/Situação de Risco, Desenvolvimento Rural e Desenvolvimento Urbano.

Esporte Lazer: Escolinhas de esportes com Futsal, Basquete, Volei, etc. Campanhas de incentivo a práticas esportivas, práticas que estimulam o bem estar social.

Meio Ambiente: Conservação, Contaminação, Água, 3R: Redução, reutilização e reciclagem, Lixo.

Participação cidadã: Participação Comunitária, Campanhas, Cidadania/Valores Cívicos, Juventude, Animais, Crianças, Cultura de Paz / Cultura da não violência, Liderança, Violência, Democracia e Política.

Tecnologia da Informação e Comunicação: Informática, Internet, Redes Sociais, Hardware, Software, etc..

Outros: Qualquer outra área que não está especificada nas citadas acima.

Sua equipe é formada por quantos membros?

Aqui deve-se especificar a quantidade de pessoas que fazem parte do grupo. Não as pessoas beneficiadas. Vale lembrar que não existe equipe de uma pessoa. Então as nossas equipes devem ser formadas por grupos de 2 a 5 pessoas.

Qual o público participante do projeto?

Aqui iremos descrever o nosso público beneficiado com o projeto, e a comunidade que estão inseridos. A seguir veremos a definição de cada um, segundo a ONU.

Crianças: Indivíduos entre 0 e 12 anos.

Jovens: Indivíduos entre 12 e 25 anos (englobando jovens e adolescentes).

Adultos: Indivíduos entre 26 e anos 64.

Idosos: a partir de 65.

Quantas pessoas participarão deste projeto?

O numero de pessoas beneficiadas com o projeto.

Descrição do Projeto:

É um espaço de descrever os principais elementos do seu projeto. É um espaço que o leitor saiba o qual é a sua ideia, antes mesmo ler o conteúdo.

II. Dados Gerais:

Membros da equipe: Aqui irá constar os dados pessoais dos membros da equipe.

Instituição: São os dados da escola onde vocês fazem o curso e-jovem.

Aliado: Pessoa disposta a contribuir e oferecer apoio às equipes dos jovens em todas as etapas do programa, respeitando o protagonismo dos jovens. Os aliados ajudam os jovens a gerar ideias, a desenvolver o Plano de Ação, a preparar a exposição do projeto no painel de apresentação e, além disso, dão apoio contínuo depois da implementação dos empreendimentos.

Informações do Projeto

Passamos por um momento onde apresentamos dados básico dos nossos projetos. Agora vamos responder algumas perguntas referentes ao nosso planejamento.

As quatro primeiras perguntas são referentes a pesquisa que fizemos nas aulas anteriores. Os dados coletados serão úteis para preenchimento desse conteúdo.



1. Explique as motivações da equipe para a escolha desse projeto.

Antes de dizer o que iremos fazer, temos que mostrar que a nossa ideia é importante. Aqui é o espaço para fazer justamente isso. Vamos explicar o que nos levou a fazer esse projeto. Lembre de que um projeto social busca impactar um espaço de forma positiva. Isso quer dizer que a mudança que queremos que aconteça é sempre para o bem. Descreva como o projeto de vocês vai ser bom para as pessoas que participaram dele.

2. Qual o impacto esperado com o projeto?

Como já falamos, todo projeto deve gerar um impacto social positivo. Vou exemplificar. Uma escolinha de futebol promovida por vocês pode ter dois rumos. Um positivo, onde as pessoas engajadas começam a praticar mais atividades físicas, consequentemente tem uma melhora na qualidade de vida, ou mesmo podem está se afastando de rumos não desejados pela sociedade, como as drogas. Por outro lado, se esse projeto não trabalhar a coletividade ou o companheirismo,

exaltando a competitividade em vez da ajuda ao próximo. Ela pode gerar conflitos extremamente negativos entre aqueles que estão no projeto, gerando assim discórdias e intrigas. É isso que não queremos que aconteça. Sendo assim, o projeto tem que ressaltar coisas boas relacionadas a comunidade. a mudança deve ser sempre positiva.

3. Descreva a comunidade escolhida para a realização do projeto e explique como ela se envolverá.

É neste espaço que descreveremos a comunidade que iremos atuar. Lembrem-se que comunidade não é apenas a escola que estudamos, ou o bairro que moramos. Entendemos comunidade com todo espaço que queremos desenvolver nosso empreendimento. Sendo assim, é um grupo que queremos atender, um hospital, uma ONG, uma praça, e também o bairro, a escola, entre outros. qualquer espaço de socialização humana pode ser a comunidade que queremos atuar.

Além disso você deve descrever com esta comunidade irá participar do seu projeto. É importante descrever qual o papel dessas pessoas. Serão alunos? receberão aulas de quê? produzirão o quê?

4. Descreva o público participante.

Esta pergunta se refere às pessoas que participarão do projeto. Esse público deve ser escolhido de acordo com a ideia do projeto. Se são crianças ou jovens? Qual a idade? Conte como é o grupo que participante.

Planejamento

Objetivos

Chamam-se objetivos gerais a intenção do projeto, o que ele propõe, ou seja o que se dispõem a fazer. Deve explicitar os resultados e/ou mudanças esperados no público-alvo (e não na instituição) a partir das ações do projeto. Juntamente com as metas e o orçamento, é o item mais importante do projeto, por ser a síntese da ideia geral do empreendimento. Segue abaixo algumas perguntas que podem nortear a definição dos objetivos gerais do projeto dos jovens:

1. O que eu vou fazer?
2. Como vou fazer?
3. Qual o impacto pretendo atingir com esse projeto?

Metas

Definido o queremos fazer, agora vamos planejar as nossas ações. Nesse ponto, a meta é um ponto muito importante pois vai guiar todas as nossas ações. Vale ressaltar que há três componentes que envolvem a definição de uma meta: ação (o que vamos fazer), pessoas (quem vai fazer), e tempo (quando vamos fazer). Abaixo relacionamos os critérios para construir uma boa meta. Ela precisa sempre ser:

Mensuráveis: Com uma forma para medir o êxito. Como vocês saberão se alcançaram suas metas?

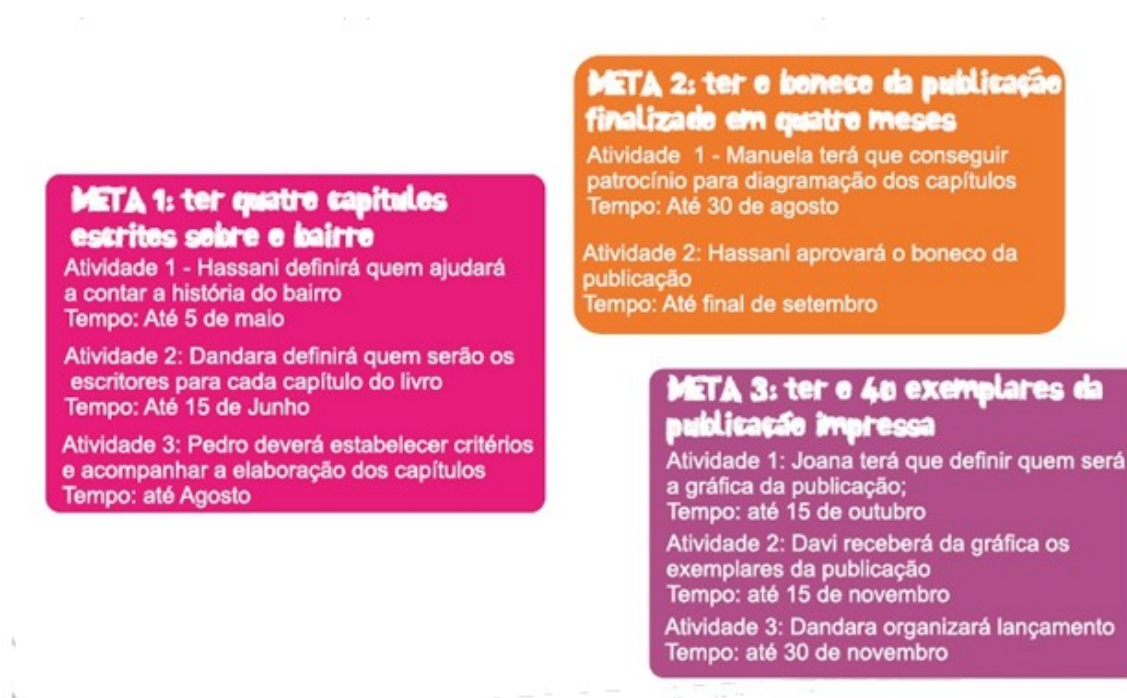
Específicas: Detalhadas suficientemente, de forma que alguém de fora da equipe entenda o que é preciso fazer;

Temporais: Determinadas em um tempo. Quando as metas serão alcançadas?

Realizáveis: Com uma série clara de passos/atividades para realizá-las;

Realistas: Que seja possível alcançar as metas considerando os recursos disponíveis para a Equipe;

Compare com as metas da sua equipe, se cada meta estiver correspondendo a esses critérios, então construíram uma boa meta!



Orçamento

O **orçamento** é uma das partes mais importantes do projeto. É aqui que faremos nosso planejamento financeiro do projeto. Esse momento envolve duas fases essenciais. A primeira são os **Recursos Disponíveis**, e o segundo são os **Recursos a Captar**.

Recursos Disponíveis: São recursos que eu já disponho para a realização do meu projeto. Podem ser materiais, produtos, serviços ou pessoas. Alguns exemplos disso são salas para realização de atividades, professores que orientaram o grupo, canetas, papéis, etc.

Recursos a Captar: São recursos que ainda preciso conseguir para que o meu projeto aconteça. É tudo aquilo que não dispomos para darmos sequência a nossa ideia.

Só lembrando que esse orçamento tem que ser condizente com o planejamento que já estado feito. Sendo assim, o orçamento não deve conter recursos que não tem ligação com o projeto.

Agora vamos ver um exemplo de orçamento ligado as descritas anteriormente.

Exemplo:

Como estamos falando de um projeto que vai escrever a história do bairro, vamos imaginar um orçamento dessa forma.

a) Recursos Disponíveis:

Descrição (materiais, pessoas ou serviços)	Qual a fonte deste recurso?	Para quê vamos usar?
Um computador.	A escola.	Para escrevermos os livros.
Professor de português.	Escola.	Para nos ajudar na construção e na revisão dos textos.
Uma impressora	Hassani.	Utilizaremos para imprimir as folhas de entrevistas dos moradores do Bairro.
Duas resmas de papel A4	Dandara e Pedro	Como material de reuniões e para confecção das folhas de entrevistas.

b) Recursos a Captar:

Descrição	Quantidade	Local/ Forma de captação	Para quê vamos usar?
Gráfica “x”.	40 exemplares.	Bairro Jardim das Oliveiras. Captação de ativos na comunidade.	Através da parceria, faremos as cópias e a edição do livro.
Caixas de caneta.	5 caixas.	Mercadinho “y”	Será utilizado nas oficinas, no planejamento, na pesquisa e nas entrevistas.
Local do lançamento do livro.	-	Bairro Jardim das Oliveiras.	Para a cerimonia de lançamento do livro.

Avaliação do projeto

Neste momento iremos criar processos avaliativos para o nosso projeto. É aqui que mostraremos que estamos conectados com grupo e que sabemos exatamente onde queremos chegar.

8. Quais os resultados esperados com o projeto?

Aqui descreveremos o que esperamos no final do processo. É um momento de avaliar cada etapa do projeto de definir critérios que indiquem o desenvolvimento do mesmo. Por exemplo, No projeto que estamos planejando a construção do livro sobre a história do bairro. Possíveis resultados seriam: Uma maior conhecimento dos moradores com relação a história do bairro; uma maior integração entre a comunidade a partir do conhecimento adquirido; entre outros.

9. Como o projeto será avaliado?

Criaremos nesse momento **indicativos de resultados**. Trabalhamos basicamente com dois tipo de indicadores:

Qualitativos: Que são aspectos que exprimem qualidade, ou mudança positiva de um modelo

para outro. Um exemplo disso pode ser, no caso do nosso projeto, o conhecimento das pessoas do bairro, que agora passam a conhecer a melhor a história do lugar onde moram.

Quantitativos: São os referenciais numéricos do projeto. Quantas pessoas foram alcançadas com o projeto? Quantos exemplares foram vendidos ou distribuídos? Exprimem um desenvolvimento que pode ser quantificado.

10. Que critérios ou ferramentas serão utilizados para a avaliação?

Nesse momento vamos especificar de que formas vamos avaliar nosso trabalho. Sendo assim, É importante definir esses critérios (As formas de avaliação) e se suas ferramentas (Se através de rodas de conversas, fazendo questionários, entre outras formas de avaliarmos).

11. Dados do responsável pelo projeto:

Todo projeto deve ter um responsável. Pois este corresponderá ao representante da equipe. É importante percebemos que ele não é o responsável por tudo, já que todas as atividades serão distribuídas por todos os participantes da equipe. Este é apenas aquele que representará o projeto como documento escrito.

Aula 22 - Gestão de reuniões

I. GERANDO REUNIÕES PRODUTIVAS

Fonte: http://www.institutomvc.com.br/costacurta/artfbo4Gerando_reunioes_produtivas.htm.

Segundo Francisco Bittencourt por reunião entende-se “um processo de decisão coletiva, através do qual os envolvidos, após exposição e discussão de suas ideias conseguem chegar a uma conclusão capaz de atingir as expectativas e objetivos de todos os que mantinham interesse em seus resultados.”

Nas reuniões conseguimos apresentar nossos pontos de vista, praticar a arte da argumentação, a arte de ouvir e de falar em público. Assim, a reunião perpassa por algumas etapas de fundamental importância para a sua realização, que é de essencial necessidade conhecermos para nosso melhor aprendizado, são elas:

Pré-existência – preparação (necessitamos organizar o lugar, a infra-estrutura necessária, checar a disponibilidade dos participantes e o horário necessário para que ela seja satisfatória).

Existência – debates (a pauta da reunião deve ser definida antes do acontecimento da mesma, com opiniões de todo o coletivo sobre os assuntos mais importantes a serem debatidos).

Duração – validade (o tempo da reunião é importantíssimo, nem muito curta, nem muito longa).

Conclusão – resultados (das reuniões devem sair propostas produtivas para o avanço do trabalho, resolução de conflitos, novas ideias etc.).

Pós-existência – acompanhamento. (após elaboradas as propostas, o acompanhamento da execução destas é de fundamental importância para que não fiquem apenas no papel).

Essas etapas se realizadas com responsabilidade trarão bons frutos para o bom andamento do trabalho e da instituição na qual sou colaborador, além de que nosso papel será bastante valorizado se mantivermos a coerência nas palavras pronunciadas do primeiro ao último momento da reunião, se influirmos nas decisões na medida que conhecemos o assunto e ainda mais, se mantivemos uma postura profissional e ética perante aos meus colegas de trabalho.

Nesse sentido - de uma boa gestão de reuniões- segue algumas dicas para que a reunião possa ser bem administrada e dela extraída propostas produtivas ao crescimento individual e coletivo da instituição na qual sou colaborador :

1. Faça uma análise de seu desempenho em reuniões anteriores das quais participou, e verifique o que pode ser melhorado, o que deve ser eliminado, o que você deveria ter feito e não fez.
2. Analise o que você fez em reuniões passadas e que ajudou a transformá-la em uma reunião eficaz, com resultados bons e objetivos.
3. Verifique quais foram as questões que interferiram na reunião, e tente, juntamente com outros participantes, eliminá-las das próximas.
4. Pense antes de falar, verbalize seus argumentos, cuidadosamente, fique atento as palavras que você utiliza, especialmente quando for analisar ou criticar a opinião de outros ou posição contrária a sua.
5. Antes de comunicar algo, explique claramente como você enxerga o problema ou assunto que vai tratar; isto ajuda os outros a compreender melhor sua posição.
6. Aceite a discussão como uma necessidade, pois o debate pode ser o momento mais produtivo da reunião.

II. O que é e para que serve uma ATA?

É um documento que **registra resumidamente** e com **clareza** as ocorrências, deliberações, resoluções e decisões de reuniões ou assembleias. Deve ser redigida de tal maneira que **não seja possível qualquer modificação posterior**. Por isso, deve ser escrita:

- Sem parágrafos ou alíneas (ocupando todo o espaço da página);
- Sem abreviaturas ou expressões;
- Com números escritos por extenso;
- Sem rasuras nem emendas;
- Sem uso de corretivo;
- Com verbo no tempo pretérito perfeito do indicativo;
- Com verbo de elocução para registrar as diferentes opiniões.
- Se o relator cometer um erro deve empregar a partícula retificativa **digo** como neste exemplo: “Aos vinte dias do mês de março, digo, de abril, de mil novecentos e noventa e seis...”

Quando se constatar erro ou omissão depois de lavrada a ata, usa-se em tempo: “Em tempo: Onde se lê março, leia-se abril”.

III. Uma ata contém:

Data, horário, local e objetivos.

Designação do presidente, secretário da reunião e as pessoas presentes.

Relato da reunião propriamente dita.

IV. Modelo de Ata:

ATA DE REUNIÃO DA DIRETORIA

(razão social)
CNPJ nº (informar)

Em (dia) de (mês) de (ano), na sede da empresa (razão social), inscrita no CNPJ sob o nº (informar) e com IE nº (informar), localizada à (informar endereço), foi realizada a Reunião da Diretoria, que foi presidida pelo presidente (nome), (nacionalidade), (estado Civil), (profissão), inscrito no CPF sob o nº (informar) e no RG nº (informar), residente e domiciliado à (informar endereço), que indicou como secretário o Sr. (nome), (nacionalidade), (estado Civil), (profissão), inscrito no CPF sob o nº (informar) e no RG nº (informar), residente e domiciliado à (informar endereço).

DA EXPOSIÇÃO INICIAL

A reunião teve início com a apresentação dos balanços financeiros da empresa e apresentação de metas para o próximo semestre, que importam necessariamente na ampliação das atividades produtivas e clientela.

DA PROPOSTA DE ATUAÇÃO

Após a exposição do presidente foram postas considerações acerca da proposta de abertura de uma nova filial no município de (xxx), cujo foco de vendas será voltado para (xxx), cujos estudos preliminares mostram uma projeção de faturamento na ordem de (xxx) à um custo operacional de (xxx), conforme documento previamente apresentado a todos os diretores.

Na sequência a referida proposta entrou em discussão, tendo o diretor (nome) tomado a palavra e discorrido acerca da necessidade de aquisição de novos equipamentos para linha de produção, afim de que a nova demanda possa ser suprida..

Por fim, a palavra foi concedida àqueles que dela quisessem fazer uso e, não existindo manifestações, o presidente encerrou esta reunião, que foi lavrada na presente ata, lido este instrumento assinam.

(Local), (dia) de (mês) de (ano)

Diretor

Secretário

8. Lidando com finanças

Aula 23 - Sustentabilidade: planejando-se para o Projeto Social

Aula adaptada do Guia do Educador de Empreendedorismo Social - 2010 - Ashoka e Projeto e-Jovem

Vocês receberam até aqui seus primeiros apoios e orientações para seu projeto. Em relação ao projeto, agora é a hora de pensar como trazer e manter os recursos necessários para a continuidade dele:

1. Mobilização, ou captação, desses recursos. Esta é realizada através de doações ou parcerias. Essa opção é mais comum no [terceiro setor](#).
2. Geração de renda. Ou seja, produção ou venda de produtos ou serviços para a manutenção financeira do projeto. Essa opção vem sendo usada em organizações sociais para que elas não fiquem tão dependentes de financiadores para que o projeto possa se manter. Os recursos gerados podem ser utilizados de forma livre pelo projeto.

DICA: O processo de mobilização de recursos está intimamente ligado ao planejamento estratégico do projeto e ao orçamento do projeto. O planejamento estratégico define onde e como vocês planejam estar com o projeto em determinado tempo (por exemplo: em duas semanas pretendemos beneficiar 20 pessoas com nosso projeto). Já o orçamento visualiza quantos recursos vocês precisam para fazer acontecer as estratégias definidas no planejamento. Ou seja, vocês conseguem ter uma perspectiva de quais recursos precisam ser captados e os recursos que já estão disponíveis.

I. O que é sustentabilidade?

Fonte: <http://www.sustentabilidade.org.br/>.

Sustentabilidade é um conceito sistêmico, relacionado com a continuidade dos aspectos econômicos, sociais, culturais e ambientais da sociedade humana.

Propõe-se a ser um meio de configurar a civilização e atividade humanas, de tal forma que a sociedade, os seus membros e as suas economias possam preencher as suas necessidades e expressar o seu maior potencial no presente, e ao mesmo tempo preservar a biodiversidade e os ecossistemas naturais, planejando e agindo de forma a atingir pró-eficiência na manutenção indefinida desses ideais.

A sustentabilidade abrange vários níveis de organização, desde a vizinhança local até o planeta inteiro.

II. Planejando para Mobilizar

Esse é o caminho sugerido para se construir o Plano de Mobilização, ou a estratégia de mobilização do projeto. Todos os passos são importantes, mas dediquem especial atenção aos passos 4, 5, 6 e 9 (indicados com um asterisco) abaixo.

1. **Seria ideal que todas as pessoas da equipe participassem da elaboração do plano de mobilização, assim com também com a contribuição de parceiros.** Imaginem um

projeto que promove o consumo consciente. Ao buscar técnicas e uma nova estratégia de mobilização, a equipe convidou algumas pessoas e comerciantes da comunidade para essa reflexão. O dono da pizzaria local, presente nessa reunião, sugeriu que durante um dia, todo dinheiro arrecadado com a venda de pizzas seria encaminhado para o projeto. Ainda, combinaram que elas seriam produzidas com alimentos orgânicos.

2. Para conseguir definir qual a melhor estratégia de mobilização de recursos, vocês podem usar a técnica FOFA (Pontos Fortes, Oportunidades, Pontos Fracos e Ameaças), que será vista na aula 30. Dessa forma, os jovens conseguem identificar onde e como o plano de mobilização precisa ser melhorado.

3. Se vocês já tiverem um financiador(a) / parceiro do passado, agora é a hora de olhar para o tipo de relacionamento que eles têm: as vantagens em tê-lo como parceiro ou financiador(a), as desvantagens e as possibilidades para propostas futuras.

4.* Caso ainda não o tenham feito, este é um bom momento para identificar os ativos da comunidade e mobilizá-los para o seu projeto. Os ativos e recursos identificados entram na proposta de mobilização, pois reafirmam o potencial de parceria do projeto com a comunidade. Nesse caso, a equipe identificou os ativos da comunidade e decidiu-se trabalhar com os recursos da padaria. Decidiram por chamar a ação de Compre uma pizza orgânica, o Meu e o Seu Ambiente agradecem. DICA! O processo de mobilização de recursos está intimamente ligado ao planejamento estratégico do projeto e ao orçamento do projeto. O planejamento estratégico define onde e como os jovens planejam estar com o projeto em determinado tempo. Já o orçamento visualiza quantos recursos os jovens precisam para fazer acontecer as estratégias definidas no planejamento. Ou seja, os jovens conseguem ter uma perspectiva de quais recursos precisam ser captados.

5.* Olhando para o orçamento, levantem as necessidades. Ou seja, quais recursos os jovens já tem e quais precisam. Os jovens irão focar na mobilização daqueles que os jovens ainda não têm. Precisavam divulgar a ação de alguma forma. Assim, identificaram outros recursos da comunidade que poderiam ser usados, como a associação de bairro, que publica mensalmente um jornal e têm uma rádio. Conseguiram criar uma parceria com a associação para publicar anúncios no jornal e na rádio comunitária.

6.* Quando realizarem a avaliação do projeto de os jovens, levantem dados (números, declarações e indicadores) que demonstrem o sucesso do projeto. Esses dados servirão de argumento na proposta. No dia da ação, a equipe fará a entrega das pizzas. Dessa forma, comunicam qual os objetivos e justificam a proposta do projeto com esses dados. Ainda, aproveitam a oportunidade para convidar pessoas a participar no projeto como voluntários.

7. Há diferentes fontes de recursos. É importante que se tenha claro o que os jovens precisam mobilizar para decidir qual é a melhor fonte. Empresas: podem ser grandes corporações (indústrias, bancos, etc.) ou pequenas empresas, como padarias, pizzarias, lojas, drogarias, etc.

Indivíduos: moradores do bairro, amigos, familiares, colegas de trabalho dos pais, etc. **Governo:** independente de ser da cidade, do estado ou do País, os governos promovem campanhas de incentivo que doam, geralmente, dinheiro. Ex: o Projeto Valorização de Iniciativas Culturais (V.A.I.) da Prefeitura de São Paulo.

III. Querementendermelhor oVAIoulevá-lo para a sua cidade? Vejam

<http://www6.prefeitura.sp.gov.br/secretarias/cultura/vai/0001>

Eventos Benéficos: realizados pelo próprio projeto para arrecadar dinheiro.

Geração de Renda: cria-se uma fonte de recurso interna ao projeto. Exige muito planejamento, mas os recursos produzidos são livres para o uso deles.

No caso da campanha Compre uma pizza orgânica, o Meu e o Seu Ambiente agradecem há três fontes principais de recursos:

- (1) compradores de pizza (indivíduos) gerando recursos financeiros;
- (2) pizzaria (pequena empresa) doando recursos físico e material (estrutura para produção e entrega das pizzas).
- (3) parceria com a associação do bairro para divulgação gratuita no jornal e rádio comunitária

Ao final desta aula vocês encontrarão uma sugestão de exercício para identificar vantagens e desvantagens de cada fonte. Isso ajudará as equipes definir qual a melhor fonte para cada recurso.

8. Há diferentes possibilidades de se mobilizar recursos, ou seja, diferentes técnicas. Os jovens podem enviar uma proposta via e-mail, marcar uma conversa ou reunião, fazer pedidos por telefone, realizar um evento (um jantar, almoço ou uma festa beneficentes), distribuir folhetos ou enviar propostas via correio. Para definir a melhor técnica, considerem na discussão: recurso a ser mobilizado, financiador ou fonte, perfil e estrutura da equipe e tempo. Decidiram pela entrega de pizzas (um evento) porque há 5 pessoas trabalhando no projeto (estrutura pequena da equipe) como voluntárias (perfil da equipe). Precisavam de R\$1000 (recurso a ser mobilizado) para manter o projeto nos próximos 3 meses (tempo curto para mobilizar).

9. Verifiquem quantas pessoas da equipe podem se envolver na mobilização de recursos. Talvez a equipe tenha que rever as responsabilidades. Por ser uma ação noturna por um dia, todos os membros da equipe irão participar sem atrapalhar os processos do projeto. A equipe já previa no seu planejamento a produção de folhetos informativos, independente dessa ação. Eles serão usados para divulgar o projeto durante a entrega de pizzas. Fizeram uma reunião de planejamento de atividades para alinhar as expectativas e o discurso para entrega.

10.* Ajudem os jovens a pensar estratégias de como manter uma boa relação com o financiador(a). Chamamos isso de benefícios ou contrapartida. Dessa forma, os jovens têm a possibilidade de transformar financiador(a)s pontuais (de uma situação específica) em financiadores permanentes, que sempre contribuam no projeto deles. Essa é uma maneira de buscar uma fonte de recursos estável, diminuindo a vulnerabilidade financeira do projeto. No caso da pizzaria, ela vincula sua imagem a uma causa ambiental. Desta forma, ela valoriza a sua marca no bairro, trazendo um diferencial competitivo diante das outras pizzarias locais.

11. Elaborar um cronograma, detalhando as ações a serem realizadas também é importante.

12. O Plano de mobilização será construído a partir do que foi definido em cada um desses passos. Ao juntar cada um dos exemplos estará pronto o plano de mobilização. Nesse caso, com a campanha Compre uma pizza, o Meu e o Seu Ambiente agradecem, a equipe montou um plano de mobilização pontual de dinheiro (recurso financeiro) e iniciou um plano de mobilização de voluntários (recurso humano) a partir das conversas com os compradores de pizzas.

13. Desenvolvam um relatório de contribuições para que possam identificar e avaliar os custos e benefícios da mobilização de recursos. Os custos da campanha foram baixíssimos, somente o tempo de trabalho da equipe e parte do custo de produção dos folhetos (R\$100). Além de levantarem o dinheiro para o projeto, conseguiram mobilizar voluntários e divulgar o projeto. Mas agora precisam montar um plano de mobilização mais elaborado, olhando para financiadores de materiais de escritório e outras fontes de recursos financeiros. Verifiquem os valores e princípios da fonte financiadora. Eles podem não estar de acordo com o objetivo geral e valores do projeto da equipe. Se o projeto tiver como objetivo trabalhar com alimentação saudável, não faz sentido fecharem uma parceria com uma empresa de fast food.

IV. Estes são alguns benefícios que vocês podem oferecer para as fontes de recursos:

Empresas: participação de seus funcionários em oficinas, inclusão da marca da empresa na ação do projeto e logo da empresa em materiais do projeto

Indivíduos: brindes e participação em oficinas

Governo: relatórios e prestação de contas

Eventos especiais do projeto: agradecimento no começo e fim do evento.

No site da Associação Brasileira de Captação de Recursos (ABCR) os jovens encontrarão o código completo e outras dicas de mobilização: www.abcr.com.br

Aula 24 - Conhecendo as finanças

“Finanças” pode ser compreendido como a administração dos recursos financeiros disponíveis, com o intuito de fazê-los aumentar. Uma das ferramentas dessa administração é o **Orçamento**, uma forma de estimar a receita e as despesas. Um indivíduo ou uma empresa elabora um orçamento para definir recursos necessários ou prever gastos de um projeto.

O êxito de um projeto (individual ou organizacional) está diretamente ligado à formulação cuidadosa e à administração rigorosa de um orçamento. Esse instrumento deve ser o norteador financeiro para a execução das atividades que ocorram no âmbito do projeto.

Outra ferramenta para a administração de finanças é o **Balanço Patrimonial**, feito por períodos, mensais ou anuais por exemplo, onde é expressa pela fórmula **PATRIMÔNIO LÍQUIDO = ATIVO – PASSIVO**.

Onde;

Ativos são os bens e direitos que a empresa ou indivíduo tem num determinado momento, resultante de suas transações. Em termos de pessoa física, equivale aos ganhos.

Passivos são as contas a pagar, as obrigações.

A diferença entre o valor dos ativos e dos passivos é o **Patrimônio Líquido**.

O intuito desse balanço é observar como andam os gastos, os ganhos e o saldo, se haverá **superávit (lucro)** que ocorre quando o valor do ativo é maior que o do passivo, ou se haverá **déficit (prejuízo)** que ocorre quando o valor do passivo é maior que o do ativo. Com os resultados obtidos na avaliação do Balanço Patrimonial, podem-se decidir quais atitudes tomar nos períodos seguintes, quais despesas poderão ser cortadas ou quais bens poderão ser adquiridos.

Dependendo da análise do balanço comercial, pode-se elaborar um **Plano de Poupança**, dinheiro guardado, muitas vezes com o objetivo de alcançar uma meta específica, ou poupado como um fundo de emergência, uma garantia para o caso de imprevistos.

Vejamos, como exemplo de Controle de Finanças, o caso de Márcio e Fabrício.

Eles são amigos e fizeram, juntos, o curso do E-jovem. Ao terminarem o curso, tiveram a ideia de abrir uma pequena lan house.

Eles decidiram começar com 6 computadores, dos quais, um seria o computador central. Pesquisaram, então, preços dos equipamentos em que precisariam e imóveis onde pudessem abrir a lan house. Feito essa pesquisa, elaboraram o seguinte orçamento:

	A	B	C	D	E	F
1	ORÇAMENTO					
2	EQUIPAMENTOS	VALOR	QUANTIDADE	VALOR DA COMPRA	PARCELAS	VALOR PARCELADO
3	COMPUTADOR	R\$ 1.300,00	6	R\$ 7.800,00	12	R\$ 650,00
4	ROTEADOR	R\$ 70,00	1	R\$ 70,00	12	R\$ 5,83
5	WEBCAM	R\$ 50,00	6	R\$ 300,00	12	R\$ 25,00
6	HEADSETS	R\$ 30,00	6	R\$ 180,00	12	R\$ 15,00
7	MULTIFUNCIONAL	R\$ 150,00	1	R\$ 150,00	12	R\$ 12,50
8	MESA PARA COMPUTADOR	R\$ 110,00	6	R\$ 660,00	12	R\$ 55,00
9	INTERNET	R\$ 120,00	1	R\$ 120,00	----	R\$ 120,00
10	ALUGUEL	R\$ 200,00	----	----	----	R\$ 200,00
11	TOTAL	R\$ 2.030,00	27	R\$ 9.280,00	12	R\$ 1.083,33

Feito o orçamento, Márcio e Fabrício já podem verificar quais despesas terão para abrir a lan house e prever despesas futuras.

No final do primeiro mês de funcionamento da lan house, fizeram o primeiro Balanço Patrimonial.

	A	B	C	D
1	BALANÇO PATRIMONIAL			
2	DESPESAS		VALOR PASSIVO	R\$ 1.143,33
3	EQUIPAMENTOS	VALOR	VALOR ATIVO	R\$ 1.350,00
4	COMPUTADOR	R\$ 650,00	PATRIMÔNIO LÍQUIDO	R\$ 206,67
5	ROTEADOR	R\$ 5,83		
6	WEBCAM	R\$ 25,00		
7	HEADSETS	R\$ 15,00		
8	MULTIFUNCIONAL	R\$ 12,50		
9	MESA PARA COMPUTADOR	R\$ 55,00		
10	INTERNET	R\$ 120,00		
11	IMÓVEL			
12	ALUGUEL	R\$ 200,00		
13	ENERGIA ELÉTRICA	R\$ 60,00		

Pelo Balanço, puderam verificar que o Patrimônio Líquido é positivo, pois o valor do Ativo é maior que o do Passivo. Isso quer dizer, que no primeiro mês, Márcio e Fabrício obtiveram lucro (superávit) e não prejuízo (déficit). No entanto, eles não utilizarão o Patrimônio Líquido em consumo pessoal, aplicarão em um Plano de Poupança, de modo a obter uma reserva de emergência, pois poderão ter despesas, além das já esperadas, como manutenção dos computadores, além disso, com o dinheiro poupado durante um determinado prazo, eles poderão aumentar seu negócio.

Vejamos, agora, um exemplo de Orçamento e Balanço Patrimonial Familiar.

Adalberto vive com sua esposa, Marilene, e ainda não têm filhos. Veja abaixo, o orçamento e balanço patrimonial do casal.

	A	B	C	D
1	ORÇAMENTO			
2	DESPESAS		FONTES DE RENDA	
3	ALIMENTAÇÃO	R\$ 240,00	TRABALHO ADALBERTO	R\$ 1.200,00
4	LUZ	R\$ 70,00	TRABALHO MARILENE	R\$ 900,00
5	ÁGUA	R\$ 40,00	TOTAL	R\$ 2.100,00
6	TELEFONE	R\$ 112,00		
7	VEÍCULO	R\$ 450,00		
8	COMBUSTÍVEL	R\$ 150,00		
9	ALUGUEL	R\$ 500,00		
10	CARTÕES DE CRÉDITO	R\$ 200,00		
11	TOTAL	R\$ 1.762,00		
12				
13	BALANÇO PATRIMONIAL			
14	ATIVO	R\$ 2.100,00		
15	PASSIVO	R\$ 1.762,00		
16	PATRIMÔNIO LÍQUIDO	R\$ 338,00		

O patrimônio líquido do casal é positivo, podendo, assim, elaborarem um Plano de Poupança, para alcançar um plano em que os dois tenham, ou para ter um fundo de emergência.

Reparem que quanto mais organizado e detalhado for o Orçamento e o Balanço Patrimonial, mais eficaz será o controle financeiro, seja familiar ou empresarial.

Aula 25 - Orçamento

I. Lidando com finanças

DÉBORA: Poxa, não estou entendendo. Meu pai me deu 20 reais para o cinema ontem e eu não tenho mais nada na minha carteira. Será que deixei o dinheiro cair no chão?

GIOVANA: Será? Peraí, quanto custou mesmo a entrada? Não foi 7 reais?

DÉBORA: Acho que foi. Tá aqui colado na minha agenda, deixa eu ver.

GIOVANA: Olha aqui na sua agenda, você esqueceu que comprou a pipoca com refrigerante para assistir ao filme, fez um lanche um tempo depois do filme e as passagens do ônibus. Faz aí a conta de quanto custou cada uma dessas coisas.

DÉBORA: Nossa, a conta deu 20 reais certinho. Eu gastei dinheiro em coisas pequenas e nem percebi.

Você já deve ter passado por uma situação parecida com a da Débora. Sair pra rua com uma grana no bolso e quando recebe, o dinheiro acabou, ou está quase no fim, e nem sabe bem onde o gastou. Mas na verdade é possível saber para onde foi cada centavo do nosso dinheiro, afinal ele não some sozinho!

Isso acontece porque as pessoas costumam gastar seu dinheiro sem planejar. Se o dinheiro costuma acabar antes da semana ou do mês, é uma boa idéia fazer um **orçamento**.

II. Você sabe o que é um orçamento?

Em linhas gerais, **orçamento doméstico, familiar ou pessoal**, é uma ferramenta financeira, geralmente uma tabela na qual em um dos lados entra quanto você ganha (receita) e do outro quanto você gasta (despesa). Muitas pessoas fazem um orçamento com a intenção de reduzir seus gastos, mas essa não é a única função de um orçamento, ele também é um instrumento para que você possa ter um maior controle sobre sua vida financeira e a partir daí, planejar para alcançar suas metas.

Você precisa de informações para poder organizar suas prioridades e se planejar, afinal, o dinheiro é limitado e você precisa decidir no que vai gastá-lo. O primeiro passo para fazer um orçamento, é registrar todos os seus gastos diários.

Depois do dia em que Débora acreditou ter perdido dinheiro, passou a anotar em sua agenda tudo o que gastava no dia.

Conhecendo os gastos, é possível decidir em que economizar. Mas veja, economizar não quer dizer riscar as coisas boas da vida, mas estabelecer prioridades, planejar e exercer um controle sobre o que você ganha, pois temos recursos limitados diante de nossos vários desejos. Por exemplo, se você adora cinema, não precisa deixar de ir, mas passe a ir menos e nos dias de desconto, se você acha que irá fazer um lanche com os amigos depois do cinema, então opte por não comprar pipoca. Você também pode decidir por alugar alguns filmes e assistir com os amigos em casa, pois às vezes um programa em casa pode custar menos que um programa fora de casa.

Já sabemos a grande utilidade de um orçamento, mas você sabe confeccionar um?

A elaboração de um orçamento vai envolver alguns passos fundamentais.

PASSO 1 – Fazer um levantamento das despesas, ou seja, compreender bem para onde vai o dinheiro (quais são os gastos). Como já foi sugerida, a melhor forma de fazer isso é anotando tudo o que gastamos diariamente, desde a passagem de ônibus aos itens das compras do supermercado.

PASSO 2 – Classificar as despesas em fixas e variáveis.

As **despesas fixas** são aquelas que têm presença constante no orçamento e cujo **valor sofrerá alterações significativas nos próximos meses**. São os gastos nos quais seria muito difícil economizar. Por exemplo, aluguel ou prestação da casa própria, plano de saúde, telefone fixo, mensalidades de escola ou curso, condomínio.

As **despesas variáveis** são aquelas cujo **valor tem mudança significativa de um período para outro**. Essas despesas podem ser de natureza planejada ou inesperada. Por exemplo, compra de presente, tratamento médico, reparo de um eletrodoméstico, reforma da casa, festa de aniversário, atividade lazer (lan house, cinema, etc.).

PASSO 3 – Analisar como estão evoluindo as despesas, tanto fixas como variáveis.

PASSO 4 – Repetir esses passos com relação as suas receitas.

As **receitas fixas** são aquelas com presença constante no orçamento, e seu **valor não costuma variar significativamente em curto prazo**. Por exemplo, salários, bolsas de auxílio, recebimento de aluguéis, pensões e aposentadorias. Essa é a receita estável. Em muitas famílias é considerada a receita com a qual se pode contar, é “o dinheiro certo” de todo mês.

As **receitas variáveis** têm **valor ou mesmo presença inconstante no orçamento**. Elas podem ser previstas ou inesperadas, pode-se ficar meses sem recebê-las, e seu valor pode variar bastante. Por exemplo, comissões de vendas, gorjetas, gratificações, palestras remuneradas, serviços extras nas horas vagas etc. O décimo - terceiro salário dos assalariados ou empregos temporários na alta temporada turística são exemplos de receitas variáveis previsíveis. Embora possa parecer estranho, é possível uma receita ser variável e ao mesmo tempo previsível. O sentido do termo variável é de que a receita não está presente para a despesa de todo dia. Prêmios e heranças são exemplos de receitas variáveis inesperadas.

PASSO 5 – Comparar as receitas e despesas, verificando se seu orçamento está equilibrado ou não.

O orçamento doméstico permite que você preveja o que pode acontecer com seu futuro pelo menos nos próximos meses (curto prazo). Também ajuda a planejar o seu futuro financeiro em médios e longos prazos. Por exemplo, ele pode mostrar se você precisa de ganhos adicionais para poder comprar alguma coisa no futuro.

Todos nós estamos sujeitos a imprevistos, por isso é interessante fazer com que as receitas superem as despesas no orçamento familiar, por meio de planejamento e disciplina, para que se possa poupar todo mês e investir, por exemplo, em uma conta poupança.

Se por acaso, as receitas não estiverem superando os gastos, será preciso aumentar os recursos ou, mais fácil, diminuir as despesas.

Pequenas despesas somam gastos enormes, enquanto outras que lhe pareciam tão grandes na verdade representam uma parte pequena do dinheiro que sai do seu bolso todo mês. Em resumo, muita gente descobre que, devido a alguns maus hábitos, e por não planejar, está gastando demais.

III. Taxa nominal de juros

Imagine que você tenha uma aplicação financeira de R\$ 200,00. Quando você deixou essa quantia no banco, abre mão de gastá-la em alguma outra coisa. Para que você concorde em deixar seu dinheiro no banco, ele tem de lhe oferecer alguma compensação. O banco lhe paga então juros sobre o dinheiro que você deixou com ele por esse tempo. O seu investimento é um empréstimo que você fez ao banco. Então o banco lhe paga juros como remuneração por você ter deixado o seu dinheiro à disposição dele.

Os juros são expressos em porcentagens do valor investido ou emprestado. Voltando ao exemplo, imagine que ao deixar seus R\$ 200,00 no banco, você ficou de receber juros de 10% ao fim do período que deixou o dinheiro aplicado. Isso quer dizer que ao final da aplicação você terá no banco R\$ 220,00 (os R\$ 200,00 que você tinha no início da aplicação + 10% em cima desse valor, correspondente à remuneração por deixar o dinheiro depositado).

Mas não basta ter o percentual. Também é preciso saber o período de tempo a que se refere esse percentual. Ganhar 10% ao ano é muito diferente de ganhar 10% ao mês para um mesmo dinheiro investido. A taxa que o banco paga pelo seu investimento é a taxa nominal de juros.

Taxa de juros real

Suponha que você tenha deixado seu dinheiro em um investimento que pagou 10% ao ano. Ao final

de dois anos os R\$ 200,00 tornaram-se R\$ 242,00. Veja como:

Ano 1: $R\$ 200 \times 10\% = R\$ 20$. $R\$ 200 + R\$ 20 = R\$ 220$

Ano 2: $R\$ 220 \times 10\% = R\$ 22$. $R\$ 220 + R\$ 22 = R\$ 242$

Se você dividir o valor final do inicial ($R\$ 242,00 / R\$ 200,00$) vai ver que o rendimento total foi de 21%.

Mas esse rendimento não garante que você, se for usar o dinheiro, possa aumentar suas compras em 21%. Nesses dois anos em que o dinheiro ficou investido, os preços dos produtos subiram. Houve inflação. Para saber quanto o investimento rendeu em termos de compra de produtos é preciso calcular a taxa de juros real, que é a taxa nominal de juros descontada a taxa de inflação.

Nesse exemplo, se a inflação fosse de 5% ao ano, a taxa real de juros seria de 4,8% ao ano – ou de 9,8% nos dois anos. Isso quer dizer que você só poderá aumentar o volume de suas compras em 9,8%. Em outras palavras, ter hoje R\$ 242,00 na mão seria o mesmo que ter R\$ 219,60 dois anos atrás. Uma parte do seu investimento foi corroída pela inflação. Mas não desanime. Você esperou e pode gastar mais do que se não tivesse poupado, pois a inflação comeria seu dinheiro do mesmo jeito.

No caso da poupança, o Banco Central determina o pagamento de uma taxa de juros de 6% ao ano ou 0,5% ao mês. Mas a aplicação em poupança rende mais que isso. Além dos 6%, você recebe também a variação da TR – Taxa Referencial que é determinada pelo Banco Central. O rendimento da poupança então é composto pela taxa de juros de 6% ao ano mais a variação da TR. Essa composição ajuda a proteger o rendimento da poupança dos efeitos da inflação, se a variação da TR for acima do IPC (índice de inflação).

Analisar nossas despesas nos permite tomar decisões mais inteligentes, pois faz com que tenhamos maior consciência de como estamos gastando nosso dinheiro. Sem isso, podemos acabar desperdiçando esforço, cortando gastos que na verdade não significam tanto quanto outros.

IV. Como reduzir as despesas?

Muitos especialistas sugerem que as despesas com alimentação não deve ultrapassar um terço da receita familiar. Mas isso depende muito do tamanho da família, de suas receitas e necessidades específicas.

Outro parâmetro que pode ser utilizado é manter as despesas com a habitação também abaixo de 30% do orçamento mensal. Ao somar essas duas categorias, já se cobre quase dois terços do orçamento. Avalie bem o que fazer com o restante.

Imagine que uma família queira manter suas despesas com alimentação em um terço da receita familiar. Se a família tem uma receita mensal de R\$ 2.000,00, seus gastos com comida deveria ficar em R\$ 666,66 ($R\$ 2.000,00 / 3$). Devemos lembrar que os gastos com alimentação não são somente os de compras no mercado, também há os gastos com padaria, lanches na rua, refeições em restaurantes etc.

Vamos supor que a família decidiu que seus gastos com compras de alimentos no mercado não devem ficar acima de R\$ 580,00 por mês ou acima de R\$ 145,00 por semana.

Uma maneira de atingir essa meta é levar somente essa quantia no bolso quando for às compras.

Se a família perceber que está gastando mais do que sua meta, uma sugestão é cortar produtos menos necessários ou substituí-los por outros mais baratos. Algumas opções, além de mais baratas, são mais ecológicas. Comprar suco concentrado, apesar de mais trabalhoso, costuma ser mais barato do que comprar a bebida pronta. Outra opção é fazer sucos com a própria fruta, além de mais saudável, o lixo gerado é orgânico.

Se depois de fazer cortes possíveis de despesas no mercado, a família não conseguir manter-se dentro da meta estipulada, pode-se tentar reduzir refeições e lanches fora de casa.

Lembre-se que, ao aumentar uma meta de despesa, ajuste alguma outra meta para baixo, para que mantenha o orçamento sempre balanceado.

Se você é daqueles que leva susto com seus gastos, não se preocupe, isso é muito comum. Muita

gente compra certas coisas só porque todo mundo compra, para se sentir parte do grupo, ou simplesmente porque não conseguem se controlar.

Um bom nome que podemos dar para as despesas que fazemos sem pensar e que pouco ou nada acrescentam à nossa qualidade de vida é **desperdício**.

Gastar muito com coisas que pouco queremos e das quais não precisamos é mais do que perder dinheiro também é um desperdício ambiental. Tudo o que compramos foi fabricado com materiais extraídos da natureza, pode ter passado por processos industriais que danificam o meio ambiente e provavelmente foi transportado em algum momento, o que também tem seus impactos ambientais. Além disso, quando descartado, vira lixo.

Evitar desperdícios é, portanto, mais do que uma escolha financeira: é também uma responsabilidade sócio-ambiental!

Como assim responsabilidade sócio-ambiental?

Você já deve ter ouvido falar em sustentabilidade, verdade? Mas já parou pra pensar sobre isso? O que é, afinal de contas, sustentabilidade?

Sustentabilidade é um conceito geral, relacionado com a continuidade dos aspectos econômicos, sociais, culturais e ambientais da sociedade humana.

Tá, e daí?

Podemos dizer que sustentabilidade é o ato de promover a exploração de áreas ou o uso de recursos planetários (naturais ou não) de forma a prejudicar menos possível o equilíbrio entre o **meio ambiente** e as comunidades humanas. Pode parecer um conceito difícil de ser implementado e, em muitos casos, economicamente inviável, mas não é bem assim. Mesmo nas atividades humanas altamente impactantes no meio ambiente como a mineração, a extração vegetal, a agricultura em larga escala, a fabricação de papel e celulose e várias outras. A aplicação de práticas sustentáveis nesses empreendimentos, revelou-se economicamente viável e em muitos deles trouxe um fôlego financeiro extra.

Os pontos elementares da sustentabilidade visam à própria sobrevivência no planeta, tanto no presente quanto no futuro. Esses princípios são utilização de fontes energéticas que sejam renováveis, diminuindo as não renováveis.

Muitas empresas estão tomando iniciativas e criando projetos sustentáveis. Que maravilha! Então vamos sentar e esperar que a degradação do meio ambiente termine. Certo?

Errado!

Atitudes sustentáveis não têm que ser iniciativas apenas de empresas, com grandes projetos de reutilização de águas ou de utilização de energias renováveis. Atitudes sustentáveis precisam ser tomadas, principalmente, pelos integrantes de uma comunidade.

Tá, e como fazemos isso? Comece amanhã.

O que você fez com aquela pequena embalagem de chiclete que você acabou de mascar? Não a jogue na rua, coloque-a no lixo, se não encontrar nenhum, guarde a embalagem no bolso e coloque-a no lixo ao chegar em casa.

Por falar em lixo, você costuma separar lixo orgânico do inorgânico em sua casa? Lembre-se que o lixo orgânico pode ser um ótimo adubo para as plantas. Você tem plantas em casa? Então por que não plantar mudas de plantas ou flores no seu quintal, afinal, não irá faltar adubo.

Um banho não precisa ser demorado para ser bem tomado.

Você costuma deixar a torneira da pia aberta enquanto escova os dentes? Pois a deixe fechada. Tomando certas atitudes, as vezes óbvias, como essas, você irá notar que haverá uma diminuição no valor das despesas em seu orçamento doméstico.

V. Quanto pesa nosso sonho?

Você e sua família devem ter alguns sonhos e projetos que parecem muito distantes porque nunca sobra dinheiro suficiente no final do mês para realizá-los. O que fazer nesse caso?

Antes de tudo, seria bom você eleger um dos projetos que queira realizar para ter um foco bem concreto. Isso ajuda a manter o esforço da família para conseguir o dinheiro necessário.

Depois de escolhido o foco, vocês devem analisar o orçamento familiar para entender onde está havendo desperdício de dinheiro e que despesas podem ser reduzidas ou cortadas para fazer sobrar dinheiro.

Comece analisando a situação presente, o que está fazendo hoje com relação às receitas e despesas da família, ou seja, o dinheiro que entra e o dinheiro que sai? No fim do mês está sobrando ou faltando dinheiro? Se estiver faltando, não adianta ficar com braços cruzados ou se desesperar. É preciso encontrar uma solução, e nesse sentido a análise financeira ajuda muito.

Primeiro converse sobre isso em casa. As pessoas da sua família têm consciência se gastam mais com produtos essenciais ou com supérfluos? Será que um gasto excessivo com produtos que a própria família considerou supérfluos, está impedindo que outras compras, consideradas mais importantes, sejam feitas? Afinal, quanto está se gastando com cada item do orçamento atualmente? Você pode levantar essas informações fazendo entrevistas com diversos membros da sua família.

VI. Quanto pesa o seu cinema? Quanto pesa a sua pizza? Quanto é a sua educação?

Categorizar as despesas é uma boa forma de tomar consciência dos gastos da família. Categorize as despesas da sua família. Você vai descobrir se sua família gasta mais em lazer do que em alimentação, ou se gasta muito mais do que pensava em saúde, por exemplo.

Há várias formas de categorizar as despesas. Você pode escolher organizar as despesas em muitas categorias pequenas (para analisar de perto cada gasto) e depois agrupá-las em poucas categorias maiores (para ter uma visão mais geral do seu orçamento). A categorização a seguir é apenas uma possibilidade.

Habitação: despesas de aluguéis ou prestação da casa própria, condomínio, contas regulares da residência (luz, água e esgoto, gás, etc.).

Manutenção do lar: despesas com pequenos consertos, reformas, eletrodomésticos, limpeza.

Alimentação: compras de mercado, feira, refeições e lanches feitos fora de casa.

Saúde: despesas com plano de saúde, remédios, consultas médicas, dentista etc.

Educação: compra de material escolar, uniforme, dinheiro para passeio escolar, mensalidade (no caso de escolas privadas).

Transporte: despesas com ônibus, trem, metrô, combustível, consertos no veículo particular.

Higiene: despesas com produtos de limpeza geral da residência e de higiene pessoal.

Lazer: festa, lan house, cinema, shows, viagens.

Perceba que duas famílias podem usar as mesmas categorias e ainda assim haver diferenças nas despesas de cada categoria. Malhar na academia, por exemplo, pode ser considerada uma questão de saúde ou de lazer. Outro exemplo é o lanche com os amigos, lazer ou alimentação? Vai depender da ocasião e de como o lanche é visto pela pessoa. O importante é que haja coerência nos critérios que você criar para suas despesas.

VII. Peso relativo

Depois de categorizar as suas despesas em um determinado mês, você poderá calcular o peso relativo de cada categoria dentro do seu orçamento.

HÃ?

Se uma pessoa gasta R\$ 1.000,00 e deste valor R\$ 100,00 são destinados a manutenção da casa, significa que 10% da sua despesa vai para a manutenção. Logo o peso relativo da manutenção da casa no orçamento é de 10%. Para descobrir o peso relativo de uma categoria, basta dividir o total de despesas nessa categoria pela despesa total da família.

Veja o peso relativo da categoria lazer de uma determinada família, no orçamento abaixo, onde a despesa total é de R\$ 200,00.

Atividade	valor
Pizzaria	R\$ 12,90
Ingressos	R\$ 6,00
Festa surpresa de aninha	R\$5,00
Total do lazer	R\$ 23,90
Peso relativo	11,95%

VIII. CILADAS COM CARTÃO OU CHEQUE

Não são poucas as pessoas que se veem atrapalhadas com dívidas de cartão de crédito ou cheque especial. Muitas vezes, elas nem entendem direito como se meteram em tamanha encrenca. Eis algumas ciladas mais comuns que as pessoas caem:

- O uso de cartão ou cheque estimula a gastar mais do que gastaríamos se estivéssemos usando dinheiro vivo. Parece que ver o dinheiro saindo da carteira “dói”, mas aquelas máquinas de cartão de crédito ou débito são indolores. O mesmo vale para o preenchimento de um cheque. Afinal, o que os olhos não veem...
- Existem pessoas que não conseguem se controlar. Para essas, o melhor é não usar mesmo o cartão de crédito ou débito. Se elas estão na rua com o cartão e não conseguem se controlar na hora da compra, então podem se controlar um pouco mais antes de sair de casa e se expor às tentações da compra. Por isso é bom que não levem o cartão consigo.
- O cartão pode funcionar melhor para compras planejadas. Por exemplo: quando é necessário trocar o fogão e não se tem dinheiro na hora, usa-se o cartão para fazer a compra. Também pode ser útil para compras parceladas sem juros, desde que o valor das despesas com as parcelas caiba no orçamento pessoal ou doméstico.

Uma vez contraída, a dívida com o cartão de crédito aumenta muito rapidamente, porque os juros são altos. Mas não é preciso ter medo do cartão de crédito, basta saber usar. Veja alguns cuidados necessários:

- Verifique regularmente a fatura do seu cartão para não perder o controle dos seus gastos.
- Inclua os pagamentos feitos com cartão no orçamento do mês atual ou do mês seguinte, dependendo da data de vencimento. O que não pode é deixar de somar essas despesas com as demais.
- O cartão de crédito não lhe dá mais dinheiro. Só gaste o valor que você consegue pagar porque você terá que pagar em uma única data a soma de todas as despesas pagas com ele ao longo do mês. Podem ser várias pequenas quantias ou uma única grande despesa, mas o fato é que tudo se concentrará em uma mesma data de pagamento.

- Cuidado com a apresentação da fatura, as empresas costumam destacar o valor mínimo – às vezes até em negrito. Muitas pessoas acham que aquele é o valor devido no mês, pagam só o mínimo e acabam financiando o resto. Isso implica juros, ou seja, o valor que voe não pagou naquele mês ficará acrescido de juros o mês seguinte. A despesa aumenta! Pague o valor total da fatura, sem cair na tentação de realizar apenas o pagamento mínimo escrito na fatura do cartão.
- Se uma despesa for de fato necessária e levar alguns meses para ser paga, faça o planejamento desse pagamento, incluindo os juros que incidem sobre o valor não pago a cada mês e verificando outras formas de crédito mais baratas.

Vantagens do Cartão de Crédito	Desvantagens do cartão de crédito
Praticidade	Tendência a gastar de mais
Acúmulo de “pontos” ou “milhas”	Custo de anuidade
Extrato consolidado	Tentação de endividar-se e/ou sair do orçamento
Mais tempo para pagar a conta	Clonagem
Pagamento em data única	Alta taxa de juros

Com cartão, você tem a possibilidade de financiar uma compra, mas no final do financiamento, você terá pago um valor maior pela compra devido a taxa de juros do cartão.

Então, o que seria melhor? Poupar dinheiro para realizar a compra a vista ou financiar e pagar, no total, um valor a mais? Não tem resposta certa ou errada. O orçamento dá para você os meios de planejar melhor, **mas quem decide é você**, depois de se consultar internamente para ver se é isso mesmo que você quer.

IX. O Orçamento para o projeto social.

Especificamente para os projetos desenvolvidos dentro do contexto do Projeto e-Jovem pedimos que sigam algumas diretrizes:

O orçamento deve ser auto-explicativo: como ele deve refletir todo o desenho do projeto, não esperamos itens que não se traduzam em uma clara necessidade, por isso auto-explicativo! Se existir qualquer dúvida se aquele item deveria estar previsto, ou ainda se precisar de muita justificativa, desconfie e reavalie.

Seja criativo no uso dos recursos: Pedimos licença para aqui usarmos um caso real como exemplo de criatividade aplicada a um projeto – *certa vez, em uma simulação de painel, um jovem nos apresentou seu projeto de esportes e, claro, seu orçamento. A suposta banca ficou curiosa para entender porque entre os itens estavam previstos uma quantidade tão grande de bola, e a resposta foi de que a quadra não tinha cobertura, e por isso era comum que elas (as bolas) “se perdessem”. A sugestão da banca foi de que eles pensassem em possíveis parcerias com comerciantes locais para fechá-la, e usassem o financiamento semente para alinhar a terra batida, ou o contrário. Para nossa surpresa, uma representante da Nike assistiu a apresentação final e reiterou que além desta solução, eles poderiam ter buscado (via escola ou organização parceira) uma parceria com a Nike para que esta financiasse os materiais de uso pessoal. Ou seja, tanto na decisão de usar para um ou outro fim, quanto em se articularem com outros interessados, a criatividade pode ser decisiva para os resultados do projeto!*

O orçamento não está sujeito a alterações: como já foi dito, sabemos de antemão que imprevistos irão acontecer, mas se eles forem tantos que impliquem em uma reestruturação do projeto, isso pode indicar que o planejamento não foi bem elaborado. Ou ainda, que as variáveis externas representavam um risco maior do que o grupo podiam supor. Tanto em um caso quanto no outro, não hesitem em procurar ajuda, seja do aliado, do educador, e da própria Secretaria de Educação.

Transparência: na dúvida pergunte! Todo o trabalho da equipe do Projeto e-Jovem esta

dedicado a tornar esta experiência transformadora mais rica e construtiva para os jovens, por isso valorizamos tanto o processo de formação. Para que isto aconteça da melhor forma, reforçamos que transparência é fundamental, e nos colocamos a disposição no caso de dúvidas. Trata-se de um acordo de parceria, em que somos todos corresponsáveis, e, portanto, no caso de qualquer problema devemos trabalhar juntos para resolvê-lo. Omitir não é nunca tão rico e verdadeiro quanto dividir, e construir juntos.

9. Preparação, apresentação e avaliação do trabalho prático

Aula 26 - Finalização do Plano de Ação

Nessa aula, você e sua equipe, estão a um passo do Painel de Apresentação dos Projetos Sociais, mas antes de apresentar suas ideias, vocês terão que finalizar o Plano de Ação.

Não é necessário preencher novamente as perguntas para que:

- Possam reavaliar as metas e atividades;
- Analisar o orçamento;
- Elaborar um calendário de reuniões com a equipe.

Após, a discussão da equipe, vocês irão compartilhar com a turma.

Aula 27 - Preparação para a apresentação

O painel de Apresentação é o momento que a sua equipe tem a oportunidade de receber insumos de representantes dos três setores da sociedade (privado, público e organização civil), além de desenvolver habilidades de apresentação oral e escrita, você conhecerá outros projetos sociais.

Antes da apresentação oficial, vocês simularão, em sala de aula, a apresentação do painel. Esse momento é chamado de **pré-painel**. Aproveite esse momento para tirar todas as suas dúvidas!

Use a criatividade para planejar as apresentações de maneiras diferentes!

Os Painelistas (pessoas que avaliarão seu projeto) irão analisar de acordo com os critérios estabelecidos acima, e não somente na forma de apresentação da equipe. Após a apresentação de todos os Projetos Sociais, os painelistas irão se reunir para propor sugestões aos projetos sociais e decidirão se o seu projeto está pronto para ser implementado; está pronto para ser implementado, mas com alterações; na comunidade ou não está pronto para ser implementado.

No Painel de Apresentação usa-se as classificações dos projetos: **Pronto para ser Implementado** ou **Não está pronto para ser Implementado**. Os Projetos que estão prontos para ser Implementados são aqueles que atendem a todos os critérios e os que não estão, é por deixar de contemplar todos os critérios. Os projetos que são considerados Não Prontos para ser Implementado, terão uma semana para alterar ou acrescentar pontos que os painelistas acham relevantes.

Aproveite o Pré-Painel para analisar todos os critérios e ficar mais preparado para o Painel de Apresentação.

Aula 28 - Apresentação dos Projetos

Chegou o grande dia de Apresentar a sua ideia a comunidade. Aproveite para divulgar sua iniciativa, de analisar outros projetos sociais e, talvez, criar parcerias. Após o Painel, anote as principais sensações, sejam elas, positivos ou negativas e depois compartilhe com a turma:

This image shows a single sheet of white paper with horizontal blue or grey ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are approximately 20 lines visible. The paper appears to be a standard notebook page or a sheet of stationery.

Aula 29 - Revisão pós-apresentação

Durante o planejamento do Projeto Social, você refletiu sobre o que é empreendedorismo social e suas transformações na comunidade. Agora você está numa nova etapa: Colocar o Projeto em prática. Porém, antes de tirar o papel sua ideia, você e sua equipe, deverão fazer uma avaliação do projeto.

- O objetivo do projeto está claro?
- As metas e atividades são tangíveis?
- Vamos seguir nosso cronograma de atividades?
- As atividades estão bem distribuídas?
- O orçamento é realista?

A partir da avaliação dos painelistas, anote as observações e sugestões sugeridas, e discuta com sua equipe, as alterações e modificações viáveis.

Sugestões dos Painelistas	O Que a equipe decidiu?

Aula 30 - FOFA

Aula adaptada do Guia do Educador de Empreendedorismo Social - 2010 - Ashoka e Projeto e-Jovem

Planejamento Estratégico

Estratégia é o caminho para se atingir um determinado objetivo. Então, fazer o planejamento estratégico é planejar os caminhos que serão seguidos para atingir a proposta (objetivos) do projeto. Quando fazemos planejamento estratégico, consideramos o tempo. Então, primeiro é importante definir quanto tempo iremos planejar: onde queremos estar no próximo ano? Ou daqui dois (2) anos? Ou cinco (5)? A equipe deve conversar entre si e concluir até onde vocês conseguem projetar as ações de vocês. Por serem projetos em fase inicial, sugerimos seis (6) meses ou um ano. O próximo passo é definir como esperam que o projeto esteja até lá.

Existem várias formas de se orientar. Uma boa forma é começar com uma avaliação das ações que vocês já estão fazendo e as que vocês projetam realizar. Uma forma de avaliar isso é usar a metodologia F.O.F.A. (Pontos Fortes, Oportunidades, Pontos Fracos e Ameaças). Primeiro, identifiquem os Pontos Fortes e Pontos Fracos de toda a gestão do projeto. A partir deles, vocês poderão entender qual a capacidade que o projeto tem hoje em atingir as metas para o próximo ano.



I n t e r n o s	Pontos Fortes	Pontos Fracos
	• Temos algumas parcerias fincadas com pessoas que acreditam e dão legitimidade ao nosso trabalho. • Temos relatos de pessoas do bairro sobre a história e importância do bairro. • Alunos das oficinas estão prontos para iniciar primeira peça. • Fechamos parcerias como jornal e a rádio do bairro, podemos divulgar a peça daqui a 11 meses.	• Não temos professores para dar mais oficinas. • Nossa equipe é muito pequena para produzir a peça. • O jornal do bairro e a rádio comunitária não são suficientes para divulgar a peça. • Não temos outras alternativas culturais além do teatro.
E x t e r n o s	Oportunidades	Ameaças
	• Por causa do movimento de responsabilidade social, empresas estão mais em projetos sociais. • Lei de incentivo à cultura. • Ter trabalho voluntário no currículo profissional é valorizado pelo mercado de trabalho. Facilita nossa busca por voluntários.	• Existem muitas peças teatrais na cidade, isso pode significar que teremos que competir com outros projetos para conseguirmos recursos. • O fato de existirem projetos sociais que não são sérios, financiadores podem ficar receosos em investir. • Pessoas não tem costume de ir ao teatro.

Notem que os Pontos Fortes e Pontos Fracos dizem respeito à estrutura e processos internos do projeto. Já as Oportunidades e Ameaças referem-se à análise sobre o setor social (identificação de tendências no meio em que as organizações sociais, movimentos sociais, projetos solidários e agentes de transformação atuam). Esse método de análise é chamado de F.O.F.A. aqui no Brasil. Para mais informações, visitem: <http://integracao.fgvsp.br/ano6/o6/financiadores.htm>.

Com essa tabela em mãos, a equipe pode planejar algumas ações para os próximos 12 meses!

10. Mundo do trabalho

Aula 31 - Conhecendo melhor o mundo do trabalho

I. Trabalho x Emprego

A maioria das pessoas associa as palavras **trabalho** e **emprego**, como se fossem a mesma coisa, mas não são. Apesar de estarem ligadas, essas palavras possuem significados diferentes. O trabalho é mais **antigo** que o emprego, e existe desde o momento em que o homem começou a transformar a natureza e o ambiente ao seu redor, desde o momento em que o homem começou a fazer utensílios e ferramentas. Por outro lado, o emprego é algo **recente** na história da humanidade. O emprego é um conceito que surgiu por volta da Revolução Industrial, representando uma relação entre homens que vendem sua força de trabalho por algum valor, alguma remuneração, e homens que compram essa força de trabalho pagando algo em troca, algo como um salário.

O conceito de **Trabalho** deriva do latim *tripallium*, o nome de um instrumento de tortura com o qual se castigavam os escravos no tempo do Império Romano. De acordo com a definição do Dicionário do Pensamento Social do Século XX, **trabalho é o esforço humano dotado de um propósito e envolve a transformação da natureza através do dispêndio de capacidades físicas e mentais.**

O **Emprego**, por sua vez, é a **relação estável e mais ou menos duradoura que existe entre quem organiza o trabalho e quem realiza o trabalho.** É uma espécie de contrato no qual os donos dos meios de produção paga pelo trabalho de outros, que não são possuidores do meio de produção.

II. Reflexão:

Como podemos compreender um curso como o nosso, de capacitação para a empregabilidade, a partir da compreensão dos dois conceitos abordados, Trabalho e Emprego?

Se formos dividir os empregos listados em duas categorias – Trabalho Formal e Trabalho Informal – como seriam os grupos?

Quais são as diferenças entre um trabalho FORMAL e um trabalho INFORMAL?

No passado, o homem trabalhava para produzir o que consumia, fossem em roupas, alimentos ou moradia. Ao constituir as primeiras sociedades, ou povos, o trabalho era recompensado com mercadorias (escambo), como uma espécie de troca. Até então, era possível obter um trabalho através de uma simples conversa, sem exigir qualquer tipo de documentação ou comprovação de experiência anterior, ou seja, o que chamamos hoje de **trabalho informal**.

Com a introdução da pirâmide social, aos menos favorecidos foram atribuídos trabalhos sem remuneração e, em geral, sequer recebiam em contrapartida, moradia e alimentação para a sua subsistência. Predominavam os deveres do trabalhador, sem direito algum.

Com a chegada da industrialização, a partir dos séculos XVIII e XIX, foi criado o **trabalho formal**, onde eram definidas as tarefas e a remuneração devida.

No século XX, foi instituído o **contrato de trabalho**, contendo regras definindo os **direitos e deveres** de **patrões e empregados**. Surgiram, então, as primeiras classes trabalhadoras, com a classificação em cargos, funções, atribuições e salários.

No Brasil, mais especificamente no Governo de Getúlio Vargas, foi instituída a maior legislação trabalhista do País, a CLT – Consolidação das Leis do Trabalho, representada pela popular carteira de trabalho. A partir daí, o trabalhador brasileiro passou a ser reconhecido pelos seus direitos, além

de receber benefícios como férias, décimo terceiro salário, FGTS e aposentadoria, entre outros.

Foi uma solução para garantir um sustento mínimo para as necessidades do trabalhador e de sua família.

III. CLT

Em 1930, o presidente **Getúlio Vargas** – chamado de “Pai dos Pobres” - monta sua base de sustentação nas camadas populares e começa a sancionar leis para melhorar a vida do trabalhador – a legislação trabalhista brasileira. Em 1940, é instituído o salário mínimo e em 1943 **surge a CLT** – Consolidação das Leis do Trabalho, **que obriga os patrões a garantir benefícios a seus funcionários.**

A **criação da CLT** foi motivada pelo **princípio ideológico** de que as **negociações diretas entre empregadores e empregados são uma fonte importante de conflito entre eles e, consequentemente de conflito social.** Para evitar esse conflito criou-se uma divisão especial da Justiça, a Justiça do Trabalho, para intermediar as relações entre esses agentes e resolver todas as disputas entre capital e trabalho.

Condições mínimas de trabalho foram transformadas em lei, de modo a conferir à Justiça do Trabalho a legitimidade para proferir suas sentenças e, simultaneamente, proteger os trabalhadores contra a exploração indevida por parte dos empregadores.

A **CLT regula as relações entre o empregador** – a empresa que participa da atividade econômica e que admite, assalaria e dirige a prestação pessoal de serviços – **e o empregado** – que é toda pessoa física que presta serviço efetivo ao empregador mediante o pagamento de salário.

IV. A CLT trata:

1. da identificação profissional – Carteira de Trabalho e Previdência Social;
2. da duração do trabalho;
3. do salário mínimo;
4. das férias;
5. da segurança e da saúde do trabalhador;
6. da proteção do trabalho da mulher;
7. da proteção do trabalho do menor;
8. do contrato individual de trabalho;
9. da organização sindical;
10. das convenções coletivas do trabalho;
11. do processo de multas administrativas;
12. da justiça do trabalho;
13. do Ministério Público do trabalho;
14. do processo judiciário do trabalho.

Ao mesmo tempo em que manteve a CLT e, portanto, a estrutura anterior, a **Constituição de 1988** instituiu **novos direitos** como:

Redução da jornada semanal de trabalho de 48 para 44 horas;

1. Ampliação da remuneração mínima do trabalho extraordinário de 20% para 50% do salário regular;
2. Introdução do abono de férias, correspondente a 1/3 do salário regular;

3. Ampliação da licença maternidade de 3 para 4 meses;
4. Introdução da licença paternidade de 5 dias para os pais.

V. Contrato de Trabalho

A legislação trabalhista brasileira **exige** que todo trabalhador tenha um **contrato individual** e um **contrato coletivo de trabalho**. Todo trabalhador deve ter uma carteira emitida pelo Ministério do Trabalho, na qual estejam registrados todos os termos dos contratos individuais de trabalho que firmou durante sua vida ativa. Os contratos individuais (e coletivos) devem obedecer a um conjunto de normas que determinam as condições mínimas de trabalho vigentes para todos os trabalhadores. Os contratos coletivos não podem contrariar essas normas, só aprimorá-las. Este conjunto de normas compreende, entre outras, as seguintes:

- Duração máxima do dia de trabalho (oito horas para turnos normais e seis horas para turnos ininterruptos);
- Salário mínimo;
- Décimo terceiro salário, com pagamento em duas parcelas: uma quando o trabalhador tira férias e a segunda em dezembro de cada ano, ou quando ele é demitido;
- Proteção à mulher grávida contra demissão;
- Um mês de aviso prévio no caso de demissão. Durante esse mês, o trabalhador pode dispor de duas horas diárias de seu tempo de trabalho para procurar outro emprego;
- Direito a um fundo de garantia contra demissão, depositado pela empresa;
- Multa correspondente a 40% do fundo de garantia contra demissão, paga pela empresa ao trabalhador, se a dispensa não for por justa causa;
- Seguro-desemprego (introduzido em 1986);

Os contratos individuais de trabalho são complementados por contratos coletivos de trabalho.

Todo trabalhador deve ser representado – não precisando ser filiado – por um sindicato, que negocia contratos coletivos de trabalho para toda uma categoria profissional de uma dada cidade. Uma vez que **os Sindicatos são financiados por um imposto sobre os salários, correspondente a um dia de trabalho anual**, e que os contratos coletivos negociados pelos sindicatos têm valor legal independentemente de o trabalhador ser ou não sindicalizado, são poucos os incentivos para que os trabalhadores se sindicalizem e para que os sindicalistas busquem o apoio dos trabalhadores.

Por tudo o que vemos no nosso dia-a-dia, é suficiente existir a CLT para que os direitos do trabalhador estejam assegurados?

O que pode ser somado à CLT, para assegurarmos os nossos direitos? **(é importante adquirir a consciência de que, se o trabalhador conhece os seus direitos, poderá lutar por eles e até mesmo denunciar o seu não cumprimento. Agora, se houver um desconhecimento, uma ignorância, será vítima, com certeza...).**

Aula 32 - Desvendando questões do mundo do trabalho

I. Carteira de Trabalho e Previdência Social

É o documento que registra a vida profissional dos brasileiros, reunindo informações que garantem os direitos do trabalhador, como aposentadoria, seguro-desemprego e Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS). Além do registro, devem também constar na carteira as alterações salariais, férias, licenças etc. A Carteira de Trabalho é direito de todo cidadão e pode ser tirada gratuitamente por qualquer pessoa com mais de 14 anos.

Como tirar a carteira de trabalho - Quem pode requerer:

Brasileiros natos ou naturalizados;

- Estrangeiros com visto permanente;
- Asilados políticos e refugiados*;
- Estrangeiros residentes na fronteira com o Brasil;
- Dependentes de pessoal diplomático estrangeiro;
- Artistas ou desportistas estrangeiros com visto temporário*;
- Cientistas, professores e técnicos estrangeiros a serviço do governo brasileiro*.

* O prazo de validade da carteira é vinculado ao tempo de permanência autorizado no Brasil.

Documentos necessários:

Para requerer o documento, o trabalhador deve apresentar:

- Duas fotos • 3 x 4, com fundo branco, recentes e idênticas.
- Qualquer documento - original ou cópia autenticada - que forneça informações sobre a qualificação civil da pessoa, como nome, local e data de nascimento, filiação, nome do documento, número e órgão emissor. Pode ser a carteira de identidade, o certificado de reservista, a carteira militar, o certificado de dispensa de incorporação ou certidão de nascimento.

ATENÇÃO:

Quando a carteira é expedida, o Ministério do Trabalho cadastra o trabalhador nos programas PIS/PASEP. Esse número de inscrição é importante para o trabalhador consultar e sacar benefícios sociais, quando tiver direito a eles, como o PIS, o FGTS, o Seguro Desemprego e o Abono Salarial.

São anotações obrigatórias na carteira:

- data de admissão, ou seja, quando o empregado é contratado;
- salário inicial;
- alteração de salário;
- pagamento do seguro-desemprego e do PIS;
- férias;
- data da demissão, ou seja, quando é rompido o contrato de trabalho entre o empregado e o empregador.

Onde fazer a Carteira de Trabalho e Previdência Social:

- Nas DRT (Delegacias Regionais do Trabalho)
- Nos postos do SAC, Serviço de Atendimento ao Cidadão.

II. Contracheque

Ao final de cada mês de trabalho, recebemos nosso **Contracheque**. É importante e extremamente necessário compreender o contracheque, para que possamos nos manter vigilantes quanto aos nossos direitos e controlarmos nosso orçamento mensal.

O contracheque é um documento emitido pelo órgão ou empresa que a pessoa trabalha. Sua finalidade principal é de comprovante de pagamento de salário, fica uma cópia com o empregador, devidamente assinada e outra com o funcionário; ali constam algumas anotações que podem servir para outros fins, como por exemplo, comprovação de renda.

Um breve resumo dos itens de um contracheque:

1 – **Cabeçalho:** espaço onde consta o nome do funcionário, o cargo que ele exerce os dados da empresa e o período ao qual o pagamento se refere.

2 – **Vencimentos:** nesse campo, constam os seguintes dados:

Remuneração: é a soma de tudo que você recebe e que compõe o popular salário bruto. É composta de salário base, gratificações, horas extras, ajuda de custo e outros valores que você recebe. É conhecida também como proventos. São os seus direitos.

Salário bruto: é o valor total que o empregado recebe, sem os descontos. É o salário de carteira, ou seja, aquele registrado na CTPS – Carteira de Trabalho e Previdência Social. Serve de base para o cálculo de horas extras, entre outros.

Horas Extras: ao trabalhar além da sua jornada, as horas a mais têm um acréscimo, de acordo com os percentuais de sua categoria sindical e dependendo do dia e hora de trabalho. Normalmente, durante a semana o valor da hora é acrescido de 50%. Nos finais de semana ou feriados, o valor da hora é acrescido de 100%, ou seja, o dobro.

Comissões: aplicam-se aos casos dos trabalhos por comissões, como, por exemplo quem atua na área de vendas.

3 - **Descontos:** essa parte trata de desembolso. São as dívidas naturais, aqueles descontos que são obrigatórios por lei. Os descontos incluem impostos com o IRRF - Imposto de Renda Retido na Fonte, INSS, Seguro de Vida em Grupo e outras taxas que você autoriza o Departamento de Recursos Humanos (RH) a descontar da sua remuneração, como taxa sindical, plano de saúde e taxa da associação de empregados.

Vamos compreender um pouco melhor os impostos que pagamos:

Instituto Nacional de Seguro Social (INSS): a contribuição ao INSS varia com a faixa salarial. **Imposto de Renda (IR):** calculado sobre o salário líquido, descontado somente o INSS.

Contribuição Sindical: está previsto pela CLT o desconto de um dia de trabalho por ano. Cobrado geralmente em março, alcança todos os trabalhadores, ligados ou não a uma entidade de classe.

Adiantamento Salarial: algumas empresas pagam 40% ou 50% do salário no meio do mês. Esse valor entrará no contracheque como desconto, já que o empregado o recebeu antecipadamente.

4 – **Salário líquido:** é o que restou da seguinte operação matemática: Total de Vencimentos menos Total de Descontos. É o valor que efetivamente vai para a sua conta bancária ou que você recebe na “boca do caixa”.

ATENÇÃO:

Há um item que não consta do contracheque, mas é importante considerar quando se está pesquisando propostas de emprego. É o chamado **Salário Indireto**, ou seja, incentivos que transcendem o salário base, a remuneração. São os populares **benefícios**. Há empresas que os chamam de mimos, vantagens, ou investimentos para reter talentos. É claro que também podem ser pagos na remuneração, em dinheiro vivo, mas não é a regra.

Praticamente, qualquer empresa, por mais simples que seja, oferece algum benefício para os seus empregados; exceto, é claro, aquelas que não têm nenhum respeito pelos empregados e estão totalmente fora dos padrões mínimos de administração de recursos humanos atuais. Os benefícios são valores invisíveis, pois normalmente não são recebidos em “espécie”, dinheiro vivo, como o

salário líquido, mas **são vantagens que você recebe e que normalmente representam desembolsos significativos para as empresas**. Porém, as empresas modernas não consideram esse desembolso como custo, mas como investimento. Afinal, **objetivam, basicamente, aprimorar a satisfação dos empregados no trabalho e também fora dele, atender aos requisitos de saúde e segurança, atrair e motivar empregados, manter uma composição competitiva favorável. Isso porque empregados felizes produzem mais e melhor.**

São muitos os tipos de benefícios, por **exemplo**: acesso à internet, custeio de cursos escolhidos pelos empregados, tíquetes alimentação ou refeição, assistência médica e odontológica, custeio de atividade física, empréstimos

Pessoais com baixo custo, décimo quarto salário, plano de aposentadoria, complemento de salário quando afastado pelo INSS, programas de pré-aposentadoria, plano de pensão, assistência jurídica, transporte, serviços de lazer e atividades sociais, custeio de pós-graduação, recompensas por produtividade, etc.

III. Reflexão

*Cleiton de Almeida conseguiu um emprego de operador de telemarketing, para trabalhar numa jornada de **6 horas por dia, de segunda a sexta**. Finalmente, conseguiu sua inserção no mercado de trabalho formal! Ao final do seu primeiro mês de trabalho, antes de receber o contracheque, pensou em calcular o seu salário líquido, para já ir organizando o seu orçamento.*

Considerando os dados a seguir e tudo o que discutimos, vamos calcular o salário líquido de Cleiton.

- **Salário Base:** R\$ 500,00

- **12 horas extras** trabalhadas no mês (em dias úteis)

- **Plano de Saúde** da empresa: R\$ 20,00

- Com esse salário base, **Cleiton é isento do Imposto de Renda** e portanto, ser nenhum valor poderá ser retido na fonte para esta finalidade.

- Quanto ao **INSS**, esse salário requer uma **dedução de 7,65%**. Então, teremos que encontrar quanto é 7,65 por cento de 500,00. A conta é a seguinte:

$$(7,65 : 100) \times 500,00 =$$

$$= 0,0765 \times 500,00 =$$

= 38,25 - este valor será descontado do salário bruto.

- Para calcular **o valor que receberá pelas horas extras**, faremos o seguinte raciocínio: se trabalha **6 horas por dia**, então trabalha **30 horas semanais** e, portanto, **120 horas por mês**. Se o seu salário é R\$ 500,00, **o valor de uma hora de trabalho** pode ser calculado dividindo-se o salário mensal pelas 120 horas.

Observe:

$$500 : 120 = 4,166666... \text{ aproximando, } \mathbf{R\$ 4,17}$$

- Como as horas trabalhadas foram **durante a semana**, terão o **acréscimo de 50%** sobre o seu valor acordo com a lei. Então, **cada hora será R\$ 4,17 + R\$ 2,085** (aproximando, 2,08, que representa 50%, ou a metade do valor da hora), que dá um **total de R\$ 6,25**.

- Como ele trabalhou **12 horas**, então receberá $R\$ 6,25 \times 12 = \mathbf{R\$ 75,00 \text{ de horas extras}}$.

Então temos, de **VENCIMENTOS**, um total de: $R\$ 500,00 \text{ (salário)} + R\$ 75,00 \text{ (horas extras)} = \mathbf{R\$ 575,00}$

De **DESCONTOS**, temos: $R\$ 38,25 \text{ (INSS)} + R\$ 20,00 \text{ (plano de saúde)} = \mathbf{R\$ 58,25}$

- O valor do **SALÁRIO LÍQUIDO** será calculado **subtraindo os descontos dos vencimentos**: $R\$ 575,00 - R\$ 58,25 = \mathbf{R\$ 516,75}$

Cleiton, então, poderá organizar o seu orçamento contando com R\$ 516,75.

IV. Por dentro da Lei: Os direitos do trabalhador em caso de demissão.

A que o trabalhador tem direito quando é demitido

No caso da demissão acontecer com menos de três meses de trabalho: caso a relação de trabalho tenha sido celebrada através de um contrato de experiência, com prazo determinado de no máximo 90 dias, a lei determina que a parte que deu motivo à rescisão antecipada do contrato de trabalho, no caso o empregador realize o pagamento à outra parte, no caso o empregado, do valor correspondente a 50% dos dias restantes para o término do contrato. O empregado então receberá esse valor, acrescido de 13º proporcional, férias proporcionais e um terço de férias.

No caso de um contrato de trabalho com prazo indeterminado, o empregado receberá, proporcionalmente ao tempo transcorrido, as mesmas verbas rescisórias de um contrato com menos de um ano, que são: aviso prévio indenizado ou trabalhado; 13º proporcional; férias proporcionais, acrescidas de 1/3 do seu valor; depósito dos 40% do saldo da conta vinculada no FGTS; saldo salarial e liberação do seguro-desemprego, no caso de mais de 6 meses de trabalho.

No caso de um contrato de trabalho com prazo indeterminado, tendo o empregado mais de um ano de trabalho, ele ultrapassa o período aquisitivo das férias determinado pela lei. Então, sendo demitido, a empresa é obrigada a realizar o pagamento dessas férias acrescidas de 1/3, além das férias proporcionais, pois a cada mês trabalhado após um ano, o trabalhador adquire 1/12 de férias proporcionais.

Outra diferença é que, com mais de um ano de vigência do contrato de trabalho, a rescisão deverá ser feita, obrigatoriamente, no Sindicato da Categoria ou na Delegacia Regional do Ministério do Trabalho, conforme escolha da empresa.

A que o trabalhador tem direito quando pede demissão

Novamente, no contrato de experiência, a parte que deu motivo à rescisão antecipada do contrato de trabalho será obrigada a pagar à outra o valor correspondente a 50% dos dias restantes para o término do contrato. Sendo assim, o empregador pode descontar das verbas rescisórias o montante equivalente à metade do prazo restante do contrato.

No contrato de trabalho por prazo indeterminado, o empregado terá direito às verbas rescisórias normalmente, mas não terá a liberação do FGTS para saque e nem terá o valor da multa de 40% do montante existente na conta vinculada. Poderá optar pelo cumprimento ou não do mês de aviso, mas se pedir a liberação, terá o desconto do valor do aviso prévio em suas verbas rescisórias.

Nos casos em que o contrato vigore há mais de um ano, além do pagamento de eventuais férias indenizadas, o pedido de demissão deve ser feito na presença do fiscal do sindicato, sob pena de ser considerado nulo, presumindo-se que o empregado o fez por ter sido coagido.

11. De olho no emprego

Aula 33 - Conhecendo o SINE/IDT

I. O que é o SINE?

Fonte: <http://www.mte.gov.br/sine>.

O SINE – Sistema Nacional de Emprego é um programa do Ministério do Trabalho e Emprego - MTE, criado em 1975, com atuação em todo o território nacional. O SINE foi instituído pelo Decreto n.º 76.403, de 08.10.75 e tem como Coordenador e Supervisor o Ministério do Trabalho, por intermédio da Secretaria de Políticas de Emprego e Salário. Sua criação fundamenta-se na Convenção n.º 88 da Organização Internacional do Trabalho - OIT, **que trata da organização do Serviço Público de Emprego, ratificada pelo Brasil**.

A principal finalidade do SINE, na época de sua criação, era promover a intermediação de mão-de-obra, implantando serviços e agências de colocação em todo o País (postos de atendimento). Além disso, previa o desenvolvimento de uma série de ações relacionadas a essa finalidade principal: organizar um sistema de informações sobre o mercado de trabalho, identificar o trabalhador por meio da Carteira de Trabalho e Previdência Social e fornecer subsídios ao sistema educacional e de formação de mão-de-obra para a elaboração de suas programações.

O art. 5º do Decreto de criação do SINE conferiu ao Ministério do Trabalho a competência para "definir as prioridades das áreas a serem gradativamente abrangidas pelo SINE, estabelecer os programas necessários a sua implantação e as normas administrativas e técnicas para o seu funcionamento".

Em 1988, o art. 239 da Constituição Federal criou o Programa do Seguro-Desemprego, regulamentado posteriormente pela Lei nº 7.998, de 11.1.90, que também instituiu o Fundo de Amparo ao Trabalhador - FAT. A partir dessa época, os recursos para custeio e investimento do SINE passaram a ser provenientes do FAT, por intermédio do Programa do Seguro-Desemprego. As normas e diretrizes de atuação do SINE, então, passaram a ser definidas pelo Ministério do Trabalho e pelo Conselho Deliberativo do FAT - CODEFAT, a quem compete gerir o FAT e deliberar sobre diversas matérias relacionadas ao Fundo.

Para cumprir suas finalidades, o Programa do Seguro-Desemprego contempla as ações de pagamento do benefício do seguro-desemprego, apoio operacional ao pagamento deste benefício, Intermediação de Mão-de-Obra, Qualificação Profissional, geração de informações sobre o mercado de trabalho e apoio operacional ao Programa de Geração de Emprego e Renda.

A partir da criação do Programa do Seguro-Desemprego, passou-se a entender por Sistema Nacional de Emprego - SINE a rede de atendimento em que as ações desse Programa são executadas, geralmente de forma integrada, excetuando-se a ação de pagamento do benefício do seguro-desemprego, operacionalizada pela Caixa Econômica Federal - CEF. Por esse motivo, o Programa do Seguro-Desemprego, no âmbito do SINE, significa as ações desse Programa executadas nos postos de atendimento do SINE.

A Lei nº 8.019, de 11.4.90, que altera a Lei nº 7.998/90, estabelece no art.13 que as ações do Programa do Seguro-Desemprego serão executadas, prioritariamente, em articulação com os estados e municípios, por intermédio do Sistema Nacional de Emprego, isto é, o mencionado princípio da descentralização. Estas podem ser resumidas da seguinte forma:

1. Seguro-Desemprego

- Intermediação de Mão-de-Obra
- Apoio ao Programa de Geração de Emprego e Renda

Na verdade, parte dos recursos para o custeio do Sine, especialmente os relativos ao pagamento de

seus funcionários, são provenientes de contrapartida das Unidades da Federação.

a. O que é o IDT?

Somos uma instituição de direito privado, sem fins lucrativos, qualificada pelo Governo do Estado do Ceará, como Organização Social, através do Decreto nº 25.019, de 3/7/98, que nos tornou aptos a executar políticas públicas nas áreas do trabalho e empreendedorismo.

Dentre os nossos clientes, destaca-se a Secretaria do Trabalho e Desenvolvimento Social (STDS), para a qual, por meio de contrato de gestão, executamos as atividades do programa Sistema Nacional de Emprego (SINE) e outras ações voltadas ao desenvolvimento social com geração de ocupação e renda.

Missão: Viabilizar soluções para o desenvolvimento do trabalho e empreendedorismo visando à inclusão social.

Visão do futuro: Ser uma Instituição de referência nacional e internacional na viabilização de soluções para o desenvolvimento do trabalho e empreendedorismo, com colaboradores altamente qualificados, motivados e bem-remunerados.

Competência essencial: Viabilizar soluções para o trabalho e o empreendedorismo.

b. O que fazemos

- cadastro de trabalhadores que demandam emprego;
- recrutamento, seleção e intermediação de profissionais para o mercado de trabalho;
- atendimento de trabalhadores para o seguro-desemprego;
- agenciamento de profissionais autônomos prestadores de serviços;
- emissão de Carteira de Trabalho e Previdência Social - CTPS;
- estudos e pesquisas na área do trabalho e do desenvolvimento social;
- capacitação e qualificação profissional;
- orientação para o mercado de trabalho;
- concessão de microcrédito para microempreendedores.

O IDT também executa outras atividades na linha de apoio e fomento ao desenvolvimento do artesanato e da economia solidária. Além disso, realiza estudos e pesquisas com foco no acompanhamento da evolução conjuntural do mercado de trabalho, produzindo indicadores da situação ocupacional, visando subsidiar os órgãos de planejamento e a sociedade em geral, com informações e análises sobre a realidade e as perspectivas do mundo laboral. Como organização social, o IDT está apto a prestar serviços para entes públicos e privados.

c. Abrangência Geográfica do SINE/IDT

01 Matriz Estadual

06 Coordenações Regionais

38 Unidades de Atendimento (U.As), incluindo uma para pessoas com deficiência e uma para autônomos

19 Balcões de Emprego/Estágio

48 Postos de Atendimento conveniados com prefeituras para atendimento do seguro-desemprego

01 Unidade Móvel

d. Rede de atendimento

U.A. DE MORADA NOVA - Fone/Fax: (88) 3422.2818

U.A. DE PACAJUS - Fone/Fax: (85) 3348.4594

U.A. DE PACATUBA - Fone/Fax: (85) 3101.3352

U.A. DE PECÉM - Fone/Fax: (85) 3315.1375/1376

U.A. DE QUIXADÁ - Fone: (88) 3445.1044 / 3445.1043

U.A. DE QUIXERAMOBIM - Fone: (88) 3441.4903 / 3441.4910

U.A. DE RUSSAS - Fone/Fax: (88) 3411.8563

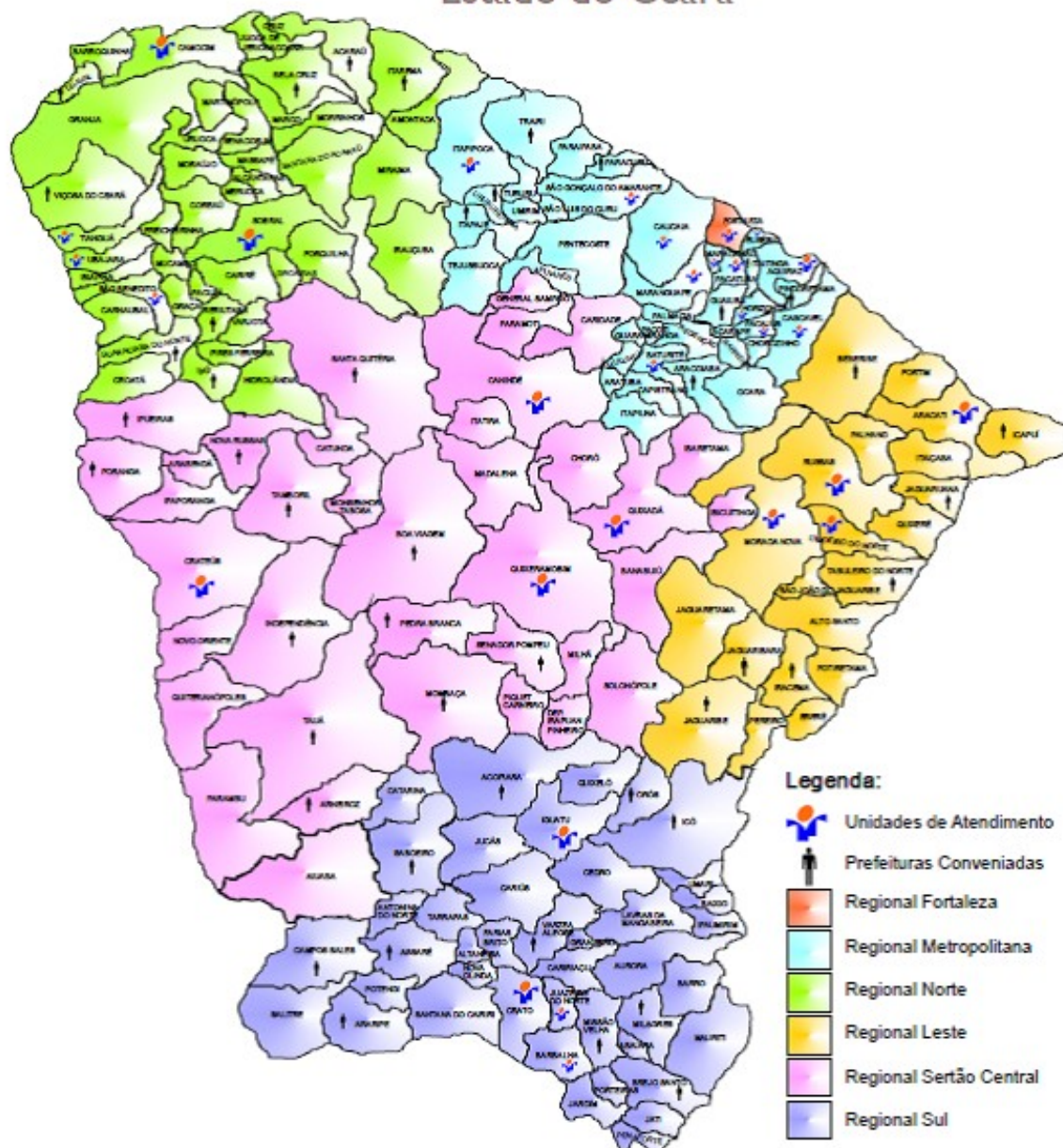
U.A. DE SÃO GONÇALO DO AMARANTE - Fone/Fax: (85) 3315.4504

U.A. DE SOBRAL - Fone: (88) 3677.4274 - Fax: 3677.4275

U.A. DE TIANGUÁ - Fone/Fax: (88) 3671.9329

U.A. DE UBAJARA - Fone/Fax: (88) 3634.1122

Rede de Atendimento Estado do Ceará



Aula 34 - Processo Seletivo

I. Dicionário do processo seletivo

Fonte: http://carreiras.empregos.com.br/carreira/administracao/ge/entrevista/preparese/141003-dicionario_selecao.shtm

Imagine a situação: você é chamado para uma vaga de emprego, passa por uma dinâmica de grupo, algumas avaliações psicológicas e fica ansioso aguardando o retorno. Geralmente, parte dessa ansiedade deve-se ao fato de que muitas coisas que foram comentadas e feitas durante o processo seletivo você não conseguiu entender. São técnicas, termos, expressões que confundem e muitas vezes transformam os selecionadores em carrascos do emprego.

Para que você entenda melhor o significado de cada termo utilizado pelos profissionais de Recursos Humanos durante os processos seletivos, o Empregos.com.br, com a colaboração de Célia Gallo, diretora da Companhia de RH, elaborou o Dicionário do Processo Seletivo:

Processo seletivo:

É o processo de busca/identificação de competências (técnicas e comportamentais – CHA) necessárias ao bom desempenho de determinada atividade, cargo ou função.

Escolher alguém que apresente o perfil desejado para ocupar algum cargo disponível pela empresa.

Anúncio:

É o momento em que a empresa declara publicamente, através dos veículos de comunicação e da internet, a necessidade de contratar um profissional para atuar em algum cargo disponibilizado por ela. Qual a melhor forma de anunciar o seu currículo e vender seu peixe?

Fonte:

São os locais que podem disponibilizar os currículos do profissional que a empresa busca. Essa fonte pode ser o banco de currículos da própria organização, sites de empregos ou instituições de ensino. Por meio das fontes, é possível selecionar currículos com critérios específicos.

Triagem:

É o momento de analisar os currículos das pessoas que se interessaram pela vaga anunciada. Seu objetivo é escolher os candidatos que têm condições de passar para uma seleção mais rigorosa. Normalmente, essa triagem começa com a análise das informações contidas no currículo, depois é feita uma entrevista de pré-seleção por telefone, para então acontecer a primeira entrevista pessoal. [Saiba como fazer do seu seu currículo um verdadeiro cartão de visitas](#) das suas competências e habilidades, e [fique preparado para enfrentar a entrevista por telefone](#).

Perfil do cargo:

Conjunto de funções e atividades que o profissional irá desempenhar e as competências e comportamentos que deve apresentar. Para saber o cargo e a empresa ideal para você, é fundamental [conhecer seus objetivos](#).

Perfil profissional:

Conjunto de habilidades apresentadas pelo candidato, que podem ser ou não compatíveis com as exigidas pelo cargo.

Entrevista:

É realizada com quem passou pelo processo de triagem. Tem o objetivo de aprofundar as informações do currículo e conhecer melhor o candidato. Este, por sua vez, pode fazer uma ou várias entrevistas. Geralmente, ele conversa primeiro com o profissional de Recursos Humanos da própria empresa ou de uma consultoria terceirizada. Depois, o candidato conversa com a pessoa que está contratando, com seus superiores, pares - colegas de trabalho da mesma área - e,

dependendo do cargo, com seus subordinados e até mesmo com fornecedores da empresa.

Técnicas de processo seletivo:

São atividades aplicadas pelo selecionador para avaliar de forma prática as habilidades buscadas no candidato à vaga. São as dinâmicas de grupo, provas situacionais e avaliações psicológicas.

Dinâmica de grupo:

São diversas atividades aplicadas com o objetivo de analisar o desempenho do candidato em equipe e detectar comportamentos e competências compatíveis ao cargo pretendido pelo candidato. Durante as atividades, o selecionador observa a performance de cada integrante.

Provas situacionais:

Simulações de problemas rotineiros ocorridos na empresa em que o candidato deverá atuar como se já estivesse contratado. Quanto mais alto o cargo, menor a possibilidade do selecionador aplicar testes como esses. Eles são bastante utilizados para a contratação de trainees e estagiários.

Avaliação psicológica:

São diversos testes aplicados durante o processo seletivo para analisar a intelectualidade, personalidade e a coordenação motora do candidato. Nem todas as empresas aplicam esse tipo de teste.

Feedback:

Também chamado de devolutivo, é uma resposta dada ao candidato sobre o seu desempenho e a sua situação no processo. Por meio do feedback, o candidato pode saber os motivos pelos quais ele foi ou não escolhido pela empresa.

Carta de agradecimento:

É uma correspondência que algumas empresas mandam para agradecer pela sua participação no processo seletivo.

E agora, ficou mais fácil entender o que se passa no trabalho dos selecionadores? Com esse dicionário as etapas ficam mais claras, o que lhe dá a possibilidade de enfrentá-las com mais segurança. Boa sorte!

Sabemos que o mercado de trabalho está cada vez mais exigente. Hoje os profissionais que mais se destacam não são aqueles que são capazes de realizar seu ofício com eficiência, mas sim aqueles que possuem a competência da flexibilidade. Funcionários que são capazes de desempenhar diversos papéis e diversas funções. E uma das mais importantes dessas competências é a competência para solucionar problemas. A solução de problemas está muito relacionada com a tomada de decisões, a criatividade, a proatividade, a automotivação.

a. Principais competências de um bom profissional e que são bastante avaliadas em processos seletivos.

O que é competência?

“Conjunto de Conhecimentos, Habilidades e Atitudes necessários para que uma pessoa desenvolva suas atribuições e responsabilidades”

CONHECIMENTOS, HABILIDADES e ATITUDES.

C = Saber (conhecimentos adquiridos no decorrer da vida, nas escolas, universidades, cursos ,etc.)

H = Saber fazer (colocar em prática o conhecimento adquirido)

A = Querer fazer (comportamentos e decisões que precisamos ter diante de situações do nosso cotidiano)

Capacidade de Solucionar um Problema

Um **problema** é uma questão proposta em busca de uma solução. Em **psicologia**, podemos compreender **problema** como qualquer questão que pode dar margem a **hesitação** ou **perplexidade**, pela dificuldade de explicação ou resolução.

Problema, para a **filosofia**, é, em geral, qualquer situação que inclua a possibilidade de uma alternativa.

É a constatação de que um **fenômeno** observado não tem sentido único, ele pode ser confeccionado por várias alternativas.

O que há em comum entre essas definições é a compreensão de que uma situação só pode ser concebida como um problema na medida em que não disponhamos de mecanismos automáticos que nos permitam solucioná-la ou compreendê-la de forma imediata, exigindo, assim, um processo de reflexão ou uma tomada de decisões sobre a sequência de passos a serem seguidos.

Tomada de decisões é o **processo** pelo qual são escolhidas algumas ou apenas uma entre muitas alternativas para as ações a serem realizadas.

As decisões são escolhas tomadas com base em propósitos, são ações orientadas para determinado objetivo, e o alcance deste objetivo determina a eficiência do processo de tomada de decisão.

Passos para a solução de problemas

Passo 1: Compreender o problema.

Para ajudar na compreensão do problema, procure identificar, em meio aos dados novos, elementos já conhecidos guiem a nossa busca de soluções.

Passo 2: Conceber um plano.

Significa perguntar-nos qual é a distância entre a situação da qual partimos e o objetivo que queremos alcançar e quais são as estratégias mais úteis para diminuir essa distância.

Passo 3: Executar o plano.

Consiste em colocar em prática o plano elaborado. Normalmente, isso faz com que o problema se transforme em outro, pelo surgimento de novas variáveis, fazendo com que nos coloquemos sempre diante de um novo problema.

Passo 4: Análise / Avaliação do plano.

A avaliação permite a tomada de consciência das estratégias empregadas para solucionar eficazmente o problema. Esta ação possibilita a aquisição de um controle cada vez maior sobre a forma como enfrenta um problema, percebendo-nos capazes de planejar melhor, descobrir mais facilmente os nossos erros e conhecer melhor a nossa própria forma de atuação.

Criatividade

De acordo com o sociólogo Domenico Di Massi, a criatividade é a energia por meio da qual o homem sempre derrotou seus inimigos mais atávicos: a fome, a dor, o cansaço, a solidão, a morte, etc...

Assim, inventaram-se os medicamentos que aplacam a dor, a carroça e as máquinas que aliviam o cansaço, os entretenimentos que cuidam das horas de lazer, as preces e práticas que aproximam o homem de uma vida espiritual.

Ele acredita, assim como todos nós acreditamos, que todo ser humano nasce com centelha criativa, que para não se apagar, precisa ser alimentada continuamente.

Criatividade é uma qualidade presente em todos os seres humanos. Sem ela, não seria possível, por exemplo, que os símbolos usados na escrita, na conversão e nas muitas invenções ao longo do tempo fossem desenvolvidos.

Entretanto, essa habilidade aparece em cada pessoa sob diferentes graus. Nesse sentido, hoje em dia, empresários e gestores de RH buscam profissionais cada vez mais criativos.

Com base nisso, nota-se que o mercado de trabalho exige cada vez mais profissionais inovadores e dinâmicos. A demanda é por pessoas capacitadas a contribuir com novas ideias e ações. Isso significa que o funcionário criativo é, antes de tudo, um trabalhador que está sempre em busca de soluções para problemas imediatos e em longo prazo, não se limitando a desenvolver projetos incomuns e fora dos padrões da empresa em que atua.

Cuidando da sua criatividade

Não deixe suas ideias morrerem. Correr riscos é a única maneira de inovar e propor diferentes soluções.

Portanto, não basta ter grandes ideias se elas morrem na praia. Alimente uma autoestima saudável para sempre ter coragem de expor suas ideias e sugestões.

Inquiete-se. Uma mente criativa está sempre pensando em como as coisas podem funcionar melhor.

Ela está sempre perguntando se algo faz sentido e como pode aperfeiçoar resultados. É uma permanente inquietação que salta de uma ideia a outra, cada uma delas buscando a melhor solução. É uma maneira de abordar o mundo que nos auxilia a encontrar novas possibilidades e vislumbrar sua aplicação.

Exercite-se diariamente. Faça algo que surpreenda a você mesmo. Mude o caminho de casa, atreva-se a descobrir rotas alternativas. Descubra algo novo em você mesmo. Olhe as mesmas pessoas como se fosse a primeira vez. Aguce seus sentidos para sentir prazer nas pequenas coisas.

E não esqueça: é por meio da criatividade que mobilizamos a energia necessária em prol de nós mesmos e dos outros.

Para ter boas ideias

- Não avalie ou critique as ideias prematuramente.
- Quando as ideias parecerem ter se esgotado, “esqueça” provisoriamente o problema, deixando a mente trabalhar por você.
- Conhecimento é importante. Busque nas mais diversas fontes o alimento para aos seus tópicos de interesse.
- Mantenha sempre acesa a chama da criatividade, aguçando a imaginação, praticando boa leitura, ouvindo boa música, tendo bom gosto e apreciando tudo que é belo.
- Seja tolerante e paciente consigo mesmo, lembrando que nem sempre as ideias vêm prontas. É necessário esculpi-las ou aperfeiçoá-las.
- Fuja de ambientes medíocres.
- Compartilhe com seus colegas as suas ideias e ouça o que eles pensam sobre elas.
- Procure dedicar-se diariamente a descobrir formas de promover seu próprio bem estar.

Atitudes que favorecem uma produção criativa no trabalho

- Mantenha sua mente aberta.
- Seja tolerante com os colegas e consigo mesmo.
- Seja flexível.
- Esteja sempre disposto a cooperar com o seu grupo de trabalho e com o seu chefe.
- Partilhe suas experiências e conhecimentos.
- Procure entender o ponto de vista do outro.

- Veja as dificuldades à sua frente como oportunidades e desafios.
- Sintonize o canal positivo na sua mente, ao invés do negativo. Por exemplo, ao invés de pensar: será que nós podemos? Substituir o pensamento por: Como podemos? Em vez de: Será que vai funcionar? Substituir por: O que podemos fazer para que funcione?

Proatividade

Agora que já discutimos um pouco sobre a criatividade, podemos pensar um pouco sobre outro ingrediente fundamental para o sucesso profissional: a proatividade.

1. Alguém já ouviu falar desse termo?
2. Poderia compartilhar com o grupo o que compreende sobre ele?
3. Que características possuem um indivíduo proativo?

Pro (do grego *pró*), movimento para diante, posição em frente, a favor de, anterior, antecipado

Atividade (do latim *activitate*), qualidade ou estado de ativo; ação; energia; força; vigor; vivacidade.

Proatividade é o comportamento decorrente de um estado de consciência, prontidão e atitude que permite prever, antecipar, reconhecer e assumir a responsabilidade de interferir e fazer com que as coisas aconteçam no tempo certo.

A disposição proativa é a **tendência** para iniciar e manter ações que irão alterar diretamente o **ambiente** ao redor. É o ato de trazer soluções e novas ideias por iniciativa própria. Ser proativo também pode significar estar na frente.

Este termo foi cunhado para designar aquela pessoa que é capaz de levar adiante projetos e trabalhos diversos, com perseverança, vontade e decisão.

No **centro da proatividade** se encontra a liberdade para:

1. Decidir sobre nossa própria vida.
2. Escolher, ao invés de nos sentirmos obrigados a fazer o que os outros querem.
3. Determinar nosso comportamento e não deixar que os demais ou as circunstâncias o determinem.
4. Após a sistematização das falas trazidas pelos jovens: Por que é importante ser proativo?
5. Você se considera proativo? Por que?
6. Quais as características que sustentam a sua resposta? (tendo sido ela uma resposta positiva ou negativa)

7.

Diferenças entre pessoas PROATIVAS e pessoas REATIVAS

Reativas	Proativas
Não Posso fazer nada a Respeito	Vou encontrar a melhor maneira de fazer algo a respeito
Não é comigo	Se eu não puder resolver, encontrarei alguém que possa
Sou obrigado	Faço minhas próprias escolhas
Meu chefe é insuportável por isso meu trabalho não rende	Preciso encontrar estratégias para lidar com o comportamento do meu chefe
sou assim, sempre fui assim	Agia assim, mas sei que posso mudar e agir melhor
Talvez eu não consiga	Farei o meu melhor
Não é culpa minha	Preciso identificar minha parcela de responsabilidade na questão
Sou vítima das circunstâncias	Posso interferir nas circunstâncias
Vou pensar sobre isso	Vou agir sobre isso

Como se relacionar com pessoas reativas

• **Nunca seja paternalista.** Os reativos já possuem uma tendência para a dependência. Utilize a sua autoridade, sem autoritarismo. Seja firme com o problema, mas gentil com as pessoas, pois reativos tendem a fazer papel de vítima, por isso não lhes dê esse espaço.

• **Desde o início, deixe bem claro ao reativo quais são as responsabilidades dele** diante da questão e as consequências de cumpri-las ou não. Jamais faça ameaças, enfatize sempre os benefícios de fazer.

Aula 35 - Construção de um Currículo

I. Currículo

O **currículo** é seu passaporte para o mercado de trabalho e para o sucesso profissional. É por isso que você precisa aprender a prepará-lo de forma que **valorize suas qualidades profissionais**.

Montar um currículo não significa simplesmente gastar alguns minutos para inserir todas as informações sobre sua vida profissional no computador. **O currículo mostra o tipo de profissional que você é**. Por isso, **deve ter informações precisas e coerentes**, para que o selecionador não se perca no meio da leitura.

O **objetivo** é claro: **colocar seu nome na lista dos candidatos que tem chance de ser selecionados**.

O segredo é ficar atento e fazer com que cada linha do seu currículo funcione como um convite ao selecionador para ler a informação seguinte.

Como um selecionador experiente não demora mais do que 30 segundos para identificar os pontos fortes e os pontos fracos de um currículo, **e bom prestar muita atenção na redação, organização, apresentação e objetivos para não cometer nenhum deslize**.

Agora iremos todos montar um currículo no computador, discutindo e compreendendo cada parte que o compõe. **Quem já tem currículo**, por favor, guarde por alguns momentos para, logo após a atividade, **comparar o antigo com o novo e avaliar qual dos dois atende melhor ao verdadeiro propósito de um currículo**.

Vamos lá, então?

II. Elaborando um bom currículo

1 – O currículo deve **iniciar** pelo **nome completo**, em negrito e com a fonte um pouco maior que a do restante do texto. Não está mais em uso colocar o título “Curriculum Vitae” ou Currículo!

2 – Logo abaixo do nome, coloque, na mesma linha, a **idade** (não a data de nascimento, a idade mesmo, para evitar que o selecionador tenha que fazer contas para saber quantos anos você tem!), o **estado civil** e a **nacionalidade**. Em seguida, ainda no mesmo campo, coloque o endereço completo (com rua, número e complemento), CEP, cidade, Estado, telefone residencial, fax, celular (todos com DDD) e e-mail.

ATENÇÃO:

RG, CPF, número da carteira profissional, título de eleitor, atestado de reservista e passaporte são completamente dispensáveis. Esqueça-os.

Você está escrevendo um currículo, não assinando um contrato.

3 – O próximo campo será o do **OBJETIVO**, onde você deverá colocar a sua pretensão profissional. O que você quer vem logo depois de quem você é. Deixe claro o seu objetivo profissional. Cuidado com exageros: antes de enviar seu perfil a um empregador, decida BEM o que você quer fazer e em que área quer atuar.

4 – Na sequência crie um espaço chamado **FORMAÇÃO ACADÊMICA** e liste os cursos de graduação, pós-graduação e especialização, do mais recente para o mais antigo, com ano de início e de término (se você ainda não concluiu o curso, coloque simplesmente a palavra “cursando”).

Não esqueça das certificações e do MBA, se houver. JAMAIS coloque onde fez o colegial, ginásio ou ensino fundamental, a não ser que o empregador peça.

6 – O campo seguinte é o de **HISTORICO PROFISSIONAL**, pois a experiência é o ponto que mais chama a atenção dos recrutadores. Resuma seu histórico profissional, não esquecendo dos seguintes pontos:

a. As empresas nas quais trabalhou (da mais recente para a mais antiga);

- b. O período que passou em cada uma delas;
- c. Seu(s) cargo(s) na organização;
- d. Uma breve descrição de suas funções e responsabilidades.

7 – No campo **QUALIFICAÇÕES/CURSOS**, e **ATIVIDADES PROFISSIONAIS** liste os cursos, seminários, oficinas e palestras de que participou, sempre em ordem cronológica, do mais recente para o mais antigo. Coloque o nome do evento, o lugar onde foi realizado e a data. Se (ou quando) a sua relação de cursos for muito grande, relacione apenas aqueles que podem contribuir com o exercício do cargo que você está pleiteando. Apresente uma síntese de suas competências e habilidades profissionais, para o empregador bater os olhos e avaliar você imediatamente. Lembre-se de que estas informações, assim como as do item anterior, estarão sujeitas a confirmação através de certificados ou atestados, portanto, só coloque o que for possível comprovar!

9 - Por fim, liste suas habilidades específicas, que serão chamadas **INFORMAÇÕES ADICIONAIS**, como conhecimentos de linguagens de programação, Premiações, seminários e workshops (só os relevantes), Disponibilidade de Mudança de Cidade e outros.

10 – **Quanto a forma:** utilize uma, no máximo duas folhas; para o texto, utilize fontes tradicionais como Times New Roman (tamanho 12), Verdana (tamanho 10) ou Arial (tamanho 10).

Importante: atualize constantemente o seu currículo, mesmo quando já estiver empregado. Nunca se sabe quando surgirá uma nova e desafiadora oportunidade.

Solicite que alguns voluntários façam a leitura do seu currículo, para verificar se houve compreensão dos aspectos abordados.

Observação: É importante informar aos jovens que algumas empresas de consultoria em Recursos Humanos estão preferindo, ao invés de receber currículos, orientar os candidatos a fazer o cadastro no site da empresa, que nada mais é do que preencher um currículo *on line*, conforme modelo estabelecido. Mostre como funciona, acessando o site da Ativa RH, Laborare ou Serh, por exemplo.

III. Dicas gerais:

1. **SEJA BREVE.** Seu currículo deve conter, no máximo, duas páginas. Utilize processadores de textos (esqueça programas gráficos, HTML ou máquinas (?) de escrever) e escolha uma fonte sem firulas. Figuras, nem pensar.
2. **NÃO MANDE O CURRÍCULO ANEXADO.** Coloque-o no corpo da mensagem. Com a atual epidemia de vírus, muitos empregadores simplesmente eliminam arquivos anexados.
3. **UTILIZE PALAVRAS-CHAVES.** Seu currículo pode ficar armazenado em um banco de dados inteligente, o que significa que o empregador pode selecioná-lo por determinados campos.
4. **NÃO MINTA.** Você pode ter surpresas desagradáveis no futuro (se houver futuro para você na carreira).
5. **NÃO ESCREVA NADA SOBRE SALÁRIO,** a não ser que o empregador exija saber qual é sua pretensão salarial

IV. Erros mais Comuns em Currículos:

Erro: Informações desatualizadas.

Possíveis prejuízos: Um currículo muito desatualizado pode fazer com que você perca a oportunidade de conseguir um novo emprego, pois demonstra descuido e não informa devidamente sobre a sua atuação.

Erro: Informações incompletas.

Possíveis prejuízos: Simplesmente listar os empregos pelos quais você passou, fazendo uma descrição crua das suas obrigações, vai fazer com que o seu seja mais um entre milhares de currículos. Dê ênfase aos diferenciais, como o desenvolvimento que teve em seus trabalhos anteriores e as metas que conseguiu atingir.

Erro: Escrever demais.

Possíveis prejuízos: distrair a atenção do selecionador, por perder a clareza e precisão. Pode passar a impressão de que você está “enchendo linguiça”. Não esqueça, o currículo é o **resumo** dos fatos e dos empregos mais importantes de sua carreira.

Erro: Inadequações gramaticais e de ortografia.

Possíveis prejuízos: passar a impressão de desleixo, de falta de cuidado e, a depender dos erros, até dificultar a leitura por parte do selecionador.

Erro: Uso excessivo do pronome pessoal “eu”.

Possíveis prejuízos: o uso excessivo de pronomes pessoais nas frases - como “eu desenvolvi um projeto” pode dar a ideia de um profissional egocêntrico e prepotente.

V. Modelo de Currículo preenchido:

Rodrigo Magalhães Pedroso Dias

Brasileiro, solteiro, 29 anos

Rua Castor de Afuentes Andradas, número 109

Pampulha – Belo Horizonte – MG

Telefone: (31) 8888-9999 / E-mail: rodrigoaug@gmail.com.br

OBJETIVO

Cargo de Analista Financeiro

FORMAÇÃO

- Pós-graduado em Gestão Financeira. IBMEC, conclusão em 2006.
- Graduado em Administração de Empresas. UFMG, conclusão em 2003.

EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

- **2004-2008 – Rocha & Rodrigues Investimentos**

Cargo: Analista Financeiro.

Principais atividades: Análise técnica de balanço patrimonial, análise de custo de oportunidade, análise de estudos de mercado.

Responsável pelo projeto e implantação de processos pertinentes a área. Redução de custos da área de 40% após conclusão.

- **2001-2003 – ABRA Tecnologia da Informação**

Cargo: Assistente Financeiro

Principais atividades: Contas a pagar e a receber, controle do fluxo de caixa, pagamento de colaboradores, consolidação do balanço mensal.

- **2000-2001 - FIAT Automóveis**

Estágio extra-curricular com duração de 6 meses junto ao Departamento de Custeio

QUALIFICAÇÕES E ATIVIDADES PROFISSIONAIS

- Inglês – Fluente (Number One, 7 anos, conclusão em 2001).
- Experiência no exterior – Residiu em Londres durante 6 meses (2004).
- Curso Complementar em Gestão de Investimentos de Renda Variável (2004).
- Curso Complementar em Direito Empresarial (2007).

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

- Premiado com o título de Aluno Destaque da graduação – Menção Honrosa (2003)
- Disponibilidade para mudança de cidade ou estado

VI. Modelo de Currículo em Branco:

[Nome Completo]

Brasileiro, [Estado Civil], [Idade] anos

[Endereço – Rua/Av. + Número + Complemento]

[Bairro] – [Cidade] – [Estado]

Telefone: [Telefone com DDD] / E-mail: [E-mail]

OBJETIVO

[Cargo pretendido]

FORMAÇÃO

EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

· **[Período] – Empresa**

Cargo:

Principais atividades:

· **[Período] – Empresa**

Cargo:

Principais atividades:

QUALIFICAÇÕES E ATIVIDADES PROFISSIONAIS

[Descrição] ([Local], conclusão em [Ano de Conclusão do Curso ou Atividade]).

· [Descrição] ([Local], conclusão em [Ano de Conclusão do Curso ou Atividade]).

· [Descrição] ([Local], conclusão em [Ano de Conclusão do Curso ou Atividade]).

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

· [Descrição Informação Adicional]

· [Descrição Informação Adicional]

Aula 36 - Entrevista de Emprego

I. A entrevista

A **entrevista** é uma etapa do processo seletivo que tem como busca levantar mais informações a respeito do profissional participante. O **objetivo inicial** da entrevista é **confirmar e checar as informações colocadas no currículo**, mas é também um instrumento utilizado para avaliar a capacidade de comunicação, habilidades de liderança, nível de ansiedade, capacidade de argumentação e os objetivos que o candidato tem, entre outras habilidades, que variam de organização para organização.

A entrevista é uma oportunidade para checar a maneira como o profissional leva sua vida pessoal e sua carreira, que valores possui, e se estará adequado ao cargo e ambiente de trabalho que a empresa tem a oferecer.

II. Como se preparar para uma Entrevista de Emprego

Antes da Entrevista:

- Tenha uma boa noite de sono. A cabeça tranquila e muito otimismo tornam-se indispensáveis nesse dia. Sinta-se seguro e, acima de tudo, apto para responder perguntas e ser analisado.
- Informe-se sobre a empresa. Vale a pena navegar pelo site institucional e ter uma visão geral da companhia, suas áreas de atuação, nacionalidade, áreas geográficas envolvidas, posicionamento, faturamento, clientes, principais concorrentes, etc. Fique atento para notícias recentes, como venda ou aquisição de unidades de negócios.
- Não deixe de ler os jornais. Manter-se informado é importante e deve ser um hábito. Mas às vezes, a pressa e a ansiedade com a entrevista podem deixar isso para o segundo plano. Não cometa este erro. Um acontecimento que está nas manchetes dos jornais pode ser citado durante a entrevista e nada pior do que você não estar preparado para comentá-lo.
- Atenção à aparência de suas roupas. Tenha em mente que roupa usará no dia-a-dia da empresa caso seja selecionado, e tenda para uma opção mais formal. Claro que essa regra não vale para locais cujo ambiente é descontraído e vestir-se de forma informal é visto como uma postura “criativa”. Na dúvida, não hesite. Ligue para a empresa e pergunte a uma secretária ou recepcionista como normalmente as pessoas se vestem para o trabalho. E deixe sua roupa já escolhida e separada na véspera.
- Não se atrase. Nada pior para uma primeira impressão. Caso aconteça, peça desculpas, dê uma explicação curta e convincente sobre o que provocou o atraso e se ainda é possível realizar a entrevista naquele dia ou se preferem remarcar. Se a entrevista envolver uma dinâmica de grupo ou envolva outros candidatos, pode esquecer, você perdeu a chance. E vá preparado para esperar. Você não pode se atrasar, mas a pessoa que vai te entrevistar pode.
- Leve uma cópia de seu currículo. Não importa se você já mandou uma cópia por e-mail, fax, correio ou mesmo pessoalmente. No dia da entrevista tenha a sua cópia em mão.

III. Durante a entrevista de Emprego

Permaneça ligado ao objetivo principal da entrevista

O entrevistador quer saber como você pode ser útil para a empresa. Perguntas que fugirem dessa abordagem deverão receber respostas curtas e objetivas. Perguntas que objetivarem o aprofundamento dessa abordagem devem ser respondidas de forma igualmente objetiva, mas ao mesmo tempo mais abrangente.

Não se deixe levar pela emoção

A entrevista não é um processo frio, mas também não é ocasião para se exaltar, fazer festa com o entrevistador ou trata-lo como amigo íntimo. Muito menos desabafar com o entrevistador a respeito dos seus problemas íntimos.

Não minta em momento algum

Você pode até deixar de mencionar algumas condições de sua vida profissional (como o fato de ter ficado pouco tempo em cada emprego anterior, ou o fato de ter sido demitido do último emprego) mas, se for perguntado, fale sem medo. Você ganhará mais pontos com a franqueza e a sinceridade. Se você for descartado da vaga de emprego por essas razões, esse empregador não merece você

Não fume

Mesmo que o entrevistador fume ou te deixe à vontade para isso. Mas se pergunta se você fuma, responda a verdade.

Evite entrar em temas polêmicos, como sexo, religião, política. São assuntos que podem levar a posturas mais radicais e em nada contribuem para o objetivo da entrevista.

Desligue o celular

Se você tiver algum motivo realmente significativo para deixá-lo ligado durante a entrevista explique-o para o entrevistador antes da conversa começar, desculpando-se.

Atenção à linguagem

Tenha em mente que você não está conversando com um amigo. Por isso, evite gírias e expressões como “tipo assim”, “demorou”, etc. Converse de maneira respeitosa com o entrevistador, atenção para não cometer erros de concordância e jamais fale um palavrão. Durante a conversa, **evite mascar chicletes. Tatuagens** também não são vistas com bons olhos, a depender da empresa; caso tenha alguma num lugar visível, tente cobri-la ou disfarçá-la.

Não tome a iniciativa de levantar a questão salarial

Na maioria das vezes, o valor do salário e benefícios envolvidos serão discutidos em outro momento, já na fase final de seleção. Espere o assunto ser abordado por quem está lhe entrevistando.

Caso o entrevistador atenda algum telefonema, não fique encarando-o enquanto ele estiver falando ao telefone; disfarce abrindo sua agenda ou olhe em direção à janela. Se o assunto for demorado ou íntimo, convém levantar-se da cadeira, deixando-o à vontade e indo em direção à janela ou saindo da sala, aguardando do lado de fora.

Evite falar mal da antiga empresa, do chefe, dos clientes e dos colegas de trabalho. Saiba guardar mágoas, ressentimentos, injustiças, fracassos ou decepções para você. Fale sobre o seu desempenho profissional, rotina de trabalho, deveres e obrigações, sem soltar o veneno em relação à antiga empresa, chefe ou trabalho. O entrevistador deve aproveitar a entrevista para pedir a você nomes de pessoas que podem dar referências a seu respeito. É importante para o entrevistador saber como era o seu relacionamento profissional com o seu empregador anterior, e normalmente, dará preferência a quem foi seu superior imediato para perguntar sobre o seu desempenho no trabalho. Por esta razão, faça contato com seus antigos chefes ou colegas de trabalho e peça licença para que o seu entrevistador faça contato com eles. Explique claramente que se trata de uma referência para um novo trabalho e diga que espera que eles falem bem de você.

IV. Roteiro de perguntas mais comuns em entrevistas:**1 – Fale Sobre Você.**

Para esta pergunta, quase obrigatória em um processo seletivo, procure dar uma resposta sucinta, objetiva, destacando suas qualidades que podem contribuir para o ambiente profissional.

2 – Quais são seus objetivos a curto prazo? E a longo prazo?

Aqui, seja específico e procure aproximar os seus objetivos aos da própria empresa, para demonstrar que há convergência de propósitos.

3 – O que o levou a enviar seu currículo para esta empresa?

Aproveite esta deixa para demonstrar que fez o seu “trabalho de casa” e fale sobre a atividade da empresa e a forma como o posicionamento desta a torna uma empresa de elevado interesse para qualquer profissional. Naturalmente, para responder a esta pergunta, é preciso fazer previamente uma pesquisa sobre a empresa. Vá ao site institucional, faça pesquisas usando mecanismos de busca, leia revistas da especialidade e converse com pessoas que trabalham ou já trabalharam lá.

4 – Qual foi a decisão mais difícil que já tomou até hoje?

Procure identificar uma situação em que tenha sido confrontado com um problema ou dúvida, e na qual tenha sido capaz de analisar alternativas e consequências e decidir da melhor forma.

5 – O que procura em um emprego?

São várias as possibilidades de respostas para perguntas como esta: desenvolvimento profissional e pessoal, desafios, envolvimento, participação num projeto ou organização de sucesso, contribuição para o sucesso da sua empresa, etc. Evite respostas restritas, que demonstrem uma percepção limitada do mundo ao seu redor e do seu papel na sociedade, como, por exemplo “ganhar dinheiro” ou “tirar meu nome do SPC.

6 – Você é capaz de trabalhar sob pressão e com prazos definidos?

Um “não” a esta pergunta pode destruir por completo as suas hipóteses de ser o candidato escolhido. Demonstre-se capaz de trabalhar por prazos e dê exemplos de situações vividas em trabalhos anteriores.

7 – Me dê um motivo para escolher você em vez dos outros candidatos.

O que se espera como resposta é que você saiba “vender” o seu produto. Isto é, deverá enfatizar suas capacidades e valorizar o seu perfil como o mais adequado para aquela função, além da forma como poderá trazer benefícios e lucros para a empresa.

8 – Quais são seus pontos negativos/defeitos?

Naturalmente, a resposta não poderá ser muito negativa, pois serão poucas as hipóteses para um profissional que diga ser desorganizado, desmotivado ou pouco cumpridor dos seus horários. Demonstre, acima de tudo, que tem consciência do que pode mudar e do que quer mudar. Evite aqueles truques de responder partindo daquilo que normalmente é considerado uma qualidade mas agravando-o de forma a parecer um “defeito”. Ou seja, exigente demais, perfeccionista, muito auto-crítico. Persistente demais, etc. Isso já está muito desgastado...

9 – O que você faz no seu tempo livre?

Seja sincero, mas, sobretudo, lembre-se que os seus hobbies e ocupações demonstram não só a capacidade de gerir o seu tempo, mas as suas preocupações com o seu desenvolvimento pessoal e facilidade no relacionamento interpessoal.

10 - Que avaliação faz da sua última (ou atual) experiência profissional?

Não se queixe e, em caso algum, critique a empresa e respectivos colaboradores. Diga sempre alguma coisa positiva, seja sobre o ambiente de trabalho ou o produto/serviço da empresa. Se começar a apontar defeitos ao seu emprego anterior correrá o risco de o entrevistador achar que o mesmo pode acontecer no futuro relativamente àquela empresa. Seja ético, acima de tudo, sempre. Você, que está concorrendo ao primeiro emprego: deixe isso claro nesse momento, e destaque trabalhos voluntário que tenha realizado uma experiência positiva em algum projeto da sua escola ou da sua comunidade, etc.

V. Após a Entrevista:

Não fique cobrando uma resposta do entrevistador. É claro que esperar o resultado do processo seletivo é algo que deixa qualquer um ansioso, mas controle-se. Se quiser, pergunte ao entrevistador, no final da conversa, como será feito o contato após a decisão sobre a vaga, e se você pode entrar em contato para saber o resultado. Caso a resposta seja afirmativa, combine quando este retorno poderia acontecer e ligue no dia acertado. Caso contrário, não ligue.

Seja qual for o seu parecer, saia da mesma forma que entrou: com a cabeça erguida, mantendo um sorriso discreto e agradecendo a atenção que lhe foi dispensada. Se você conquistar a vaga, nada de abraçar ou querer sair pulando dentro da sala do entrevistador. Controle-se e mantenha-se discreto.

Dinâmica de Grupo

Dinâmicas de Grupo são atividades aplicadas com o objetivo de analisar o desempenho do candidato em equipe e detectar comportamentos e competências compatíveis com o cargo pretendido pelo candidato. Elas são amplamente utilizadas em processos seletivos e provocam curiosidade.

VI. Algumas características que os selecionadores observam através das Dinâmicas de Grupo:

Proatividade: capacidade de se antecipar aos problemas.

Jogo de cintura: como a pessoa administra situações adversas.

Saber improvisar: com jogos situacionais, muitas das vezes, coloca-se vivências do dia-a-dia de trabalho para identificar como os candidatos improvisam e se ajustam àquilo que sai do script.

Saber ouvir: os colegas, as instruções, o seu grupo de trabalho. Saber ouvir é se predispor a entender a ideia do outro, mesmo que ela seja contrária à sua.

Saber pontuar suas ideias sem demonstrar agressividade: capacidade de levar as pessoas a realizarem a sua vontade de bom grado, por causa da sua influência pessoal, sem forçar ou coagir alguém.

Flexibilidade: nas ações, nas ideias, no grupo. Flexibilidade para se ajustar aos diferentes tipos de ambientes, situações e necessidades pelas quais passamos.

Organização: seja na construção das atividades ou nas ideias. A organização passa também pela ideia da disciplina.

Saber administrar conflitos: principalmente quando, dentro de um mesmo grupo, as ideias são divergentes. Silenciar, posicionar-se e falar na hora certa.

Mostrar criatividade: ir além do óbvio. Colocar uma pitada de “algo a mais”, fazer a diferença.

VII. Comportamentos inadequados mais comuns:

Falar muito: Muitas pessoas confundem proatividade com “tagarelice” e acabam por atropelar a si e aos outros concorrentes. Essa conduta é bastante recorrente em pessoas normalmente tímidas, que tentam vender uma suposta extroversão – e aí acabam se enrolando.

Mudez e apatia: Outro extremo bastante comprometedor, pois além de o candidato demonstrar pouco interesse no processo também é ofuscado por outros que sabem se posicionar melhor.

Fingir ser o que não é: Atitudes artificiais só colaboram para que seus planos venham por água abaixo, pois os recrutadores percebem quando alguém está manipulando seu modo de ser e ninguém quer na empresa um profissional dissimulado.

Baixa Auto-estima: Estar há muito tempo desempregado gera frustração e, em alguns casos, pode levar a pessoa à depressão, afetando diretamente sua autoestima. Muitas vezes, o candidato deixa transparecer essa falta de energia durante as atividades e acaba novamente sendo descartado. É preciso realizar um forte trabalho interior para recuperar o ânimo e o pensamento positivo;

Desistir antes da hora: Por incrível que pareça, há muitos candidatos que mal começam uma atividade e já desistem, alegando não conseguir realizar a tarefa. Abrir mão de qualquer fase do processo é inaceitável – afinal, se você está participando da dinâmica é porque quer conquistar a vaga, não?

Ser muito “profissional”: Cabe destacar um tipo de candidato que tem se proliferado nas dinâmicas atualmente: o “profissional”, que age de forma extremamente padronizada e mecanizada. É aquele que faz tudo o que o recrutador espera dele, mas de modo impessoal: veste-se de acordo com o que manda a cartilha e age de modo tão previsível que não se destaca em nenhum aspecto. Por isso, por mais que você procure seguir à risca dicas de especialistas, nunca deixe de ser você mesmo durante todo o processo.

Alguns cuidados:

- Muitas dinâmicas exigem movimentos como sentar, ajoelhar, subir em algum lugar. Evite roupas complicadas ou muito apertadas - minissaias e decotes, nem pensar! Use roupas sóbrias, mas confortáveis.
- Procure ser o mais natural possível e controle a ansiedade - nervosismo não ajuda em nada!
- Execute as tarefas da melhor maneira possível e preste muita atenção ao que está sendo pedido e perguntado.
- Controle a agressividade e, mesmo num momento de discussão, procure não se exaltar.
- Mantenha-se atualizado, já que a dinâmica pode ser realizada com base em notícias e fatos que estão acontecendo no momento.
- Não force a barra falando mais do que aquilo que lhe foi perguntado.
- Não se esqueça de que o seu corpo fala. Por isso, mantenha sempre uma postura confiante.
- Discordar dos outros não é proibido – é só saber usar as palavras de modo cortês.

Reflexão:

Não há porque temer uma entrevista. Ao contrário, acredite que pode ser uma oportunidade de mostrar ao Entrevistador quais são as suas qualidades e por quais motivos deveria recomendar a sua contratação.

Aula 37 - Revisão e criação de uma carta de apresentação

I. Carta de Apresentação:

Principalmente nos dias de hoje, em que **grande parte dos currículos é enviada por e-mail**, é importante ter **um texto para abrir a mensagem eletrônica**, apresentando o profissional e expondo suas intenções sobre a vaga pretendida. E esse texto é a Carta de Apresentação.

II. Como produzir uma Carta de Apresentação

1. Utilize **papel branco A4 e tinta azul ou preta**, para transmitir uma imagem sóbria e profissional.
2. Seja breve, não ultrapassando **3 ou 4 parágrafos**.
3. Mantenha um tom **formal**, mas seja claro. Evite frases confusas, que dificultem a compreensão das idéias principais.
4. No **primeiro parágrafo**, faça **sua apresentação**: por que motivo está enviando o seu currículo (resposta a um anúncio no jornal, candidatura espontânea. Indique aqui a área em que gostaria de trabalhar).
5. No **segundo parágrafo**, justifique **porque escolheu aquela empresa**. Mostre que conhece a empresa e o setor em que ela atua. Para isso, **antes de escrever a carta, faça uma pesquisa na internet sobre a empresa para a qual você esta se candidatando**.
6. No **terceiro parágrafo**, valorize as suas competências e qualidades e destaque como elas contribuirão para a empresa, apresentando argumentos que criem interesse para a realização de uma entrevista.
7. Termine a Carta de Apresentação de forma cordial, solicitando uma entrevista onde possa falar de forma mais abrangente sobre o que foi anteriormente exposto.

ATENÇÃO:

Logo após a Carta de Apresentação, a sugestão é **colocar o currículo, no corpo do e-mail**, pois muitas pessoas não abrem anexos por causa de vírus.

12. Avaliação do curso

Aula 38 - Finalizando o Projeto de Vida.

Mas por onde devia começar?
O mundo é tão vasto...
Por meu país que é o que é
Conheço melhor.
Mas, meu país é tão grande...
Seria melhor começar por minha cidade
Mas minha cidade também é grande
Seria melhor começar com minha rua
Não. Minha casa.
Não. Minha família.
Não importa.
Começarei por mim mesmo.

Elie Wiesel

RODRIGUES, Mauro Costa. Projeto Pessoal de Vida. **Instituto Pastoral da Juventude**, Belo Horizonte, MG, 28 de junho de 2010. Disponível em <<http://www.pjsjc.com.br/documentos/projeto-pessoal-de-vida.pdf>>. Acesso em: 28 de Junho de 2011, 10:41:25

Antes de preenchê-lo, é essencial uma reflexão interior: Quem eu sou ?, Quais atividades gosto de realizar ?, O que quero ser ?, O que pretendo para meu futuro ?, Como vai ser minha comunidade à 10 anos ? Pretendo casar, ter filhos? Entre outras perguntas.

Seja realista, mas não desista de seus sonhos. Seja Verdadeiro consigo mesmo ao responder o Projeto de Vida, afinal, ele lhe acompanhará sempre. Após o preenchimento das perguntas, guarde-o num lugar seguro e de fácil acesso.

Aula 39 - Dia do protagonismo juvenil

Hoje chegamos em um momento muito importante da nossa vivência no Projeto e-Jovem. lembra-se do que trabalhamos desde a aula 10, quando trabalhamos o conceito de “Protagonismo juvenil”? Agora chegou o momento de vocês colocarem em prática os aprendizados. Nesta semana vocês promoverão um evento em sua escola, ou associação, onde vocês serão os organizadores e protagonistas. Nós chamamos esse dia de **Dia do Protagonismo Juvenil**.

O Dia do Protagonismo Juvenil estimula a participação ativa do aluno na comunidade escolar. Você, juntamente com sua turma irá idealizar uma iniciativa, planejar as ações, buscar parcerias e recursos, executar a iniciativa e avaliar. Temos então três momentos que devem acontecer, que são: Momentos Avaliativos, Formativos e de Convivência. Lembrem-se que a forma como esses momentos serão feitos, fica a critério de vocês, mas contem com toda a equipe e-Jovem para ajudá-los nesse momento. Vale lembrar que esse momento não é exclusivo da equipe do projeto, mas de todos os alunos que compõem o Projeto e-Jovem em sua escola, sendo assim, se sua escola tiver mais de uma turma de módulo I, busque parceria com os demais colegas que estudam nas outras turmas. Lembrem-se que todos devem participar em conjunto na construção desse momento. Além disso, como é um evento que ocorrerá em sua escola, é importante mobilizar os alunos, o núcleo gestor e os professores e funcionários, a participarem desse momento tão importante da caminhada de vocês no Módulo I do Projeto e-Jovem.

I. Construindo o evento

Para organização desse dia vamos subdividir nosso trabalho em duas partes: **momentos que devem acontecer** e **sugestões de atividades**. O primeiro momento designa espaços que devem existir no evento. O segundo são propostas de atividades que podem ser utilizadas nos momentos.

Vamos conhecer cada momento deste evento e como podemos trabalhá-los.

II. Momentos que devem acontecer

Avaliativos: É importante entendermos que esse momento é de apresentação dos resultados dos nossos empreendimentos. Lembrem-se que nós criamos um empreendimento, escrevemos um projeto, o colocamos em prática e agora iremos mostrar o que aconteceu nesse processo. Esse processo será avaliado pelo educador que acompanhou todo o desenvolvimento de vocês. Essa avaliação pode ser feita de várias formas. Vamos ver algumas possibilidades que podem ser trabalhadas nesse dia.

Formativos: Vamos criar espaços de aprendizagem teórica e prática. A partir de temas geradores, vamos discutir e refletir temas relacionados a nossa vivência em sociedade. Trabalhando assim elementos transformadores do meio em que vivemos. É interessante criar espaços de atuação dos participantes do evento, onde também eles possam gerar ações de impacto positivo na comunidade.

De convivência: Não é só importante viver e fazer algo. Também precisamos viver experiências positivas e sentir esse impacto em nossas vidas. Por isso é muito importante criar ambientes de vivências que valorizem o reconhecimento de cada ser com suas particularidades, e como isso pode

Sugestões de atividades:

Atividade Avaliativa: Nesse contexto avaliativo, deverá ser dedicado tempo para que vocês possam apresentar resultados dos projetos sociais implementados; é uma verdadeira oficina de experiências, em que vocês podem relatar, tanto as experiências práticas que o projeto desenvolvido permitiu (como número de pessoas beneficiadas, o impacto social, as parcerias estabelecidas, etc..) como também as experiências de crescimento pessoal que vocês experimentaram (aprendizados, talentos descobertos, etc..). Lembrem-se que esse momento é importante não apenas para vocês que vivenciaram importantes experiências em seus projetos sociais, mas, será um espaço de aprendizagem também para os outros alunos da escola.

Momento Formativo: aqui, podem ser desenvolvidos espaços de aprendizagem como: palestras, mini-cursos, oficinas, ou seja, tudo o que possa contribuir para um momento de construção do conhecimento, nas áreas que sejam contempladas pelo evento. Essas áreas devem ser equilibradas entre si, de modo que as pessoas participantes, vejam a relação entre elas. Assim, uma única área não pode ser mais contemplada que outras, pois, pelo que estamos propondo, o dia do protagonismo juvenil deve ser um espaço multidisciplinar, que favoreça a aprendizagem em diversos níveis, não apenas para vocês alunos, que vivenciaram a disciplina de Preparação para o Trabalho e Prática Social, mas sim, para todo o ambiente escolar.

Momento de Convivência: aqui, podem ser desenvolvidas atividades que fortaleçam a convivência humana, pode ser um momento cultural, esportivo, ginástica laboral, espaço zem, enfim, as possibilidades são muitas. O importante aqui é contemplar os participantes do evento com um momento de vivência geral, em que todos possam participar, interagir, conhecer novas pessoas; não é apenas diversão, é integração.

Como se faz?

Propostas	
Campeonatos:	Podemos criar competições tanto esportivas ou educacionais. Primeiramente é importante escolher que tipo de competição queremos promover. Vamos promover torneios esportivos? Competições que estimulam a aprendizagem ou o raciocínio lógico? Feito isso, vamos selecionar as modalidades que irão compor nossas competições. Podemos criar campeonatos de futebol, volei, basquete, xadrez, entre outros. Agora vamos organizar as competições: • Escolher o número de competições. • Escolher o número de partidas por competição e quantos jogos para cada participante (Criar tabela para cada competição). • Ter cuidado com o tempo de duração de cada partida e competição. • Definir a forma de escolha do campeão. Lembrando que estas competições também podem também ser cooperativas, ou seja, não necessariamente precisa ter um único campeão. Podemos criar jogos onde todos podem vencer, um auxiliando o outro. Vamos ver algumas sugestões que podem nos influenciar nossa organização: http://www.cbb.com.br/competicoes/lnbm2010/tabela.asp http://www.cbv.com.br/cbv2008/superliga/masc.asp http://www.cbx.org.br/ http://www.tabelas.lancenet.com.br/
Exposições:	Uma exposição é uma apresentação de certos objetos a um público. Podemos assim criar espaços que busquem reflexão a partir de quadros, fotos, objetos, entre outras coisas. Dentro do nosso evento, ele pode servir como espaço de avaliação, reflexão e geração de conhecimento. Vamos então perceber como montá-la: • Definir o tema da exposição. • Definir tarefas para organização da exposição. Lembre-se, organização nunca é demais nesse tipo de evento. • Buscar os recursos necessários para que ela aconteça: espaço,

	material, pessoas. • Separe o material da exposição e crie o roteiro da visita; • Antes do início da exposição faça o check -list de todas as tarefas delegadas para organização da exposição. • Cuidado com a montagem dos objetos. Cada deve está em lugar específico, de acordo com a intenção daqueles que estão promovendo a exposição. • Não use letras pequenas, ou fontes ilegíveis. • Tenha foco. Não use muito recursos ao redor da exposição. Isso pode causar uma poluição visual e dificultar a compreensão dos objetos. • Cuidado com a forma que os objetos são colocados. Cuidado com para eles não caírem. • O mais importante: observem a reação das pessoas que visitam sua exposição. Eles serão o termômetro do sucesso deste momento que estamos propondo. Estas e outras dicas podem ser vistas pelo seguinte endereço eletrônico: http://www.empresarianeurotica.blogspot.com.br/2004_03_01_archive.html
Jogos cooperativos:	Os jogos cooperativos são atividades feitas para promover maior interação e sentimento de cooperação entre os homens. Ele é uma forma de reflexão sobre a cultura atual que privilegia a individualidade e a competição, onde temos apenas um vencedor, e pior, vários perdedores. Nesse sentido, estes jogos podem está inseridos nas competições, mas privilegiando a cooperação entre os participantes. Além disso, podem ser criados momentos específicos com dinâmicas cooperativas.
Minicursos:	Um Minicurso é uma abordagem resumida de um tema, buscando um caráter formativo. o que o diferencia do <i>Workshop</i>, é que o minicurso é um momento teórico, não prático. Sendo assim, existe a formação mas não um produto final construído no momento, o que acontece no <i>Workshop</i>. Mesmo assim seguem alguns processos de construção desse momento que devemos prestar atenção. • Escolha dos temas e do espaço para a realização do minicurso. • Promover a inscrição dos participantes, tendo em vista que este evento deve ser direcionado para um número específico de pessoas. • Garantir que o material necessário para a formação esteja disponível no dia e hora marcados. Este é um momento de estudo, por isso busquem temas interessantes que agradem os participantes. Uma pesquisa de gosto na escola ou no bairro sempre nos ajuda a montar um momento com este.
Oficinas/Workshop:	A definição de <i>Workshop</i> seria uma “Oficina de trabalho”. É um espaço de dividido em dois momentos: teórico e prático. Por isso o principal objetivo de um <i>Workshop</i> é unir a teoria e a prática, promovendo um maior contato entre os participantes. Vamos ver com planejá-lo:

	1. Escolha de um espaço que garanta a execução das atividades teóricas e práticas. 2. Promover a inscrição dos participantes, tendo em vista que este evento deve ser direcionado para um número específico de pessoas. 3. Programar as atividades que irão ser realizadas, tendo um horário flexível com as atividades práticas. 4. O primeiro momento deve ser destinado a apresentação teórica dos assuntos. Já o segundo momento seria de aplicação das atividades práticas. 5. Por último devemos ter um momento de apresentação dos resultados e conclusões do evento. Levem em conta a aprendizagem e os aspectos qualitativos nesta apresentação, já que ela também pode ser usada como um momento de avaliação do evento.
Palestras:	É caracterizado pela apresentação de um tema por uma pessoa ou por um grupo. Seu objetivo é informar a um determinado público, e partir daí, promover aquisição de conhecimentos. Normalmente este evento tem uma duração total de uma hora. Sendo quarenta minutos de palestra e vinte minutos de debate. Para nosso planejamento vamos nos dar conta de alguns passos: • Escolher os temas das palestras; • Conseguir o espaço para que o evento aconteça; • Organizar a programação. Uma palestra segue uma estrutura que devemos conhecer: 1. Apresentação do palestrante ou do grupo que irá desenvolver o tema; 2. O tempo de fala que juntamente com a apresentação corresponde aos quarenta minutos iniciais; • Organizar as discussões nos vinte minutos restantes. Além disso, devemos ter um moderador na palestra. Este é o responsável pela organização do evento no período em que ele está acontecendo.
Portfólios:	Um portfólio para eventos é uma coleção de informações sobre um trabalho que aconteceu ou está acontecendo. No nosso caso, dos projetos sociais. Pode ser utilizado como uma ferramenta de aprofundar o conhecimento sobre determinados assuntos. Deve-se levar em conta que alguns aspectos na construção de um portfólio: 1. Promover o desenvolvimento reflexivo dos participantes. 2. Fundamentar o processo de reflexão dos sujeitos envolvidos. Tanto os que a promovem, como aqueles que tem contato com material produzido por vocês. 3. Ele deve ser criado de forma original e criativa. 4. Pode ser utilizado como processo avaliativo dentro da disciplina de “Preparação para o trabalho e prática social”.

	Podemos trabalhar um portfólio de várias formas, entre elas: 1. Blog: Diário virtual de eventos ou pensamentos relacionados a um tema, no nosso caso, o nosso projeto social. 2. Diários de aprendizagem: Uma ficha de aprendizado contendo alguns questionamentos: O que tenho aprendido? O que quero aprender mais? 3. Trabalhos artísticos: Podemos avaliar nosso trabalho a partir de apresentações como murais, cartazes, apresentações em PowerPoint, entre outros. 4. Produtos de avaliação de desempenho: Podemos construir produtos que mostrem o nosso desempenho dentro dos nossos projetos. Por exemplo: Se criamos um empreendimento de negócios que fabrica camisas com temas reflexivos. Podemos utilizar esse momento para expor nossos produtos. 5. Fotografias: Podemos promover uma apresentação fotográfica relacionada aos nossos projetos. É importante destacarmos que um portfólio não é uma exposição. Essa apresentação de fotografias busca mostrar resultados, enquanto a exposição busca causar uma reflexão. Outros recursos podem ser utilizados com portfólio. O importante é usar a criatividade mostrar os resultados das ações que estamos desenvolvendo durante o curso. Para um aprofundamento maior do assunto consulte: http://pt.wikipedia.org/wiki/Portf%C3%B3lio#Educa.C3.A7.C3.A3o http://elis-mileumaideias.blogspot.com/2009/06/o-que-e-portifolio_16.html
Rodas de conversa:	A roda de conversa é um espaço muito importante para promover interação entre o grupo que nela está. Além disso, é um espaço de troca de experiências e de aprendizado. Este espaço deve ter um clima informal para que os participantes se sintam mais a vontade em compartilhar suas histórias. Mas isso não significa que este é um espaço sem mediação. É importante que os temas abordados neste momento sejam acompanhados de perto por uma ou mais pessoas. Isso evita a dispersão e garante a qualidade da conversa. Ainda podemos criar rodas com temas já estabelecidos para que o participante já entre ciente do que vai ser tratado por aquele grupo. Esse momento também pode servir como espaço de avaliação do nosso evento, onde os participantes podem descrever o que sentiram e experimentaram durante o dia.

Dentre os momentos propostos podemos criar um evento da forma que quisermos. Lembrem-se que nós somos os protagonistas desse momento e que temos todo o potencial de fazermos o nosso melhor para que este dia seja um sucesso. Então agora mãos a obra e vamos fazer do **Dia do Protagonismo Juvenil** um dia inesquecível para todos!

Aula 40 - Encerramento e Avaliação do Módulo.

Como hoje é o nosso último dia de aula. Vamos fazer apenas dois exercícios. A primeira é uma reflexão sobre uma música de Jorge Vercillo chamada “Eu e a Vida”. Em seguida vamos refletir sobre todo o processo de transformação que passamos durante esses últimos seis meses. Esperamos que esse dia seja de reflexão e de comemoração do bom trabalho que todos exerceram durante o ciclo que está se encerrando.

I. Atividade 1:

Escute, leia e reflita.

Eu e a Vida

Composição: Jorge Vercillo

Vem me pedir
além do que eu posso dar
É aí que o aprendizado está
Vem de onde não sonhei
me presentear
Quando chega o fim da linha
e já não há aonde ir
Num passe de mágica
A vida nos traz sonhos pra seguir
Queima meus navios
pr'eu me superar
as vezes pedindo
que ela vem nos dar
o melhor de si

E quando vejo,
a vida espera mais de mim
mais além, mais de mim
O eterno aprendizado é o próprio fim
Já nem sei se tem fim
De elástica, minha alma dá de si
Mais além, mais de mim
Cada ano a vida pede mais de mim
mais de nós, mais além

Vem me privar pra ver

o que vou fazer
Me prepara pro que vai chegar
Vem me desapontar
pra me ver crescer
Eu sonhei viver paixões, glamour
Num filme de chorar
Mas como é Felini, o dia-a-dia
Minha orquestra a ensaiar
Entre decadência e elegância,
zique-zaguear
Hoje, aceito o caos.

E quando vejo,
a vida espera mais de mim
mais além, mais de mim
O eterno aprendizado é o próprio fim
Já nem sei se tem fim
De elástica, minha alma dá de si
Mais além, mais de mim
Cada ano a vida pede mais de mim
mais de nós, mais além

II. Atividade 2:

Refleta sobre as aprendizagens ao longo da disciplina, e redija um texto respondendo à seguinte pergunta: Como avalio a contribuição da disciplina Preparação para o Trabalho e Prática Social, para o meu Projeto de Vida? Essa é a pergunta principal, mas outras podem ajudar, como: o que aprendi?, como aprendi?, como iniciei o curso e como estou agora?, que contribuições levarei para o meu ambiente profissional e social?, etc.. O texto deve conter no mínimo 20 linhas, e conte a ajuda do seu educador para produzi-lo. Mãos à obra!

[illegible]

III. Bibliografia

ALMEIDA, Marcus Garcia de. **Pedagogia empresarial: Saberes, Práticas e Referências**. Rio de Janeiro: Brasport, 2006.

ASHOKA EMPREENDEDORES SOCIAIS. **Guia de Apoio para educadores: Programa geração Mudamundo**. São Paulo: Ashoka Brasil, 2008.

_____. **Projeto e-Jovem: Módulo de Empreendedorismo Social** – Guia do Educador 2010. São Paulo: Ashoka Brasil, 2010.

BRASIL. Congresso Nacional. Senado Federal. Secretaria de Relações Públicas. **Manual de Eventos**. 2. ed., rev. Brasília : Senado Federal, 2007.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 2006.

_____. **Gestão de pessoas: O novo papel dos recursos humanos nas organizações**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

DOLABELA, Fernando. **Pedagogia Empreendedora**. São Paulo: Editora de Cultura, 2003.

ENTERJOVEM PLUS. **Empregabilidade, Tecnologia e Inglês para Jovens: Guia de Apoio Didático**. Recife: Instituto Empreender, 2009.

MINARELLI, José Augusto. **Empregabilidade: o caminho das pedras**. 17 ed. São Paulo: Gente, 1995.

RODRIGUES, Mauro Costa. **Projeto Pessoal de Vida. Instituto Pastoral da Juventude**, Belo Horizonte, MG, 28 de junho de 2010. Disponível em <<http://www.pjsjc.com.br/documentos/projeto-pessoal-de-vida.pdf>>. Acesso em: 28 de Junho de 2011, 10:41:25

Projeto -Jovem

Cid Ferreira Gomes

Governador do Estado do Ceará

Maria Izolda Cella de Arruda Coelho

Secretária da Educação do Estado

Maurício Holanda Maia

Secretário adjunto da Secretaria da Educação do Estado

Professor Cláudio Ricardo Gomes de Lima Msc.

Reitor do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará

Professor Edson da Silva Almeida Msc.

Diretor Executivo do CPQT

Andrea Araújo Rocha

Coordenadora Geral do Projeto e-Jovem – SEDUC

Marcelo Alves

Coordenador do Projeto e-Jovem - Módulo I - SEDUC

Júlio César Cavalcante Bezerra

Coordenador do Projeto e-Jovem - Módulo I – SEDUC

Geovanio Carlos Bezerra Rodrigues

Projeto e-Jovem - Módulo I

Edição de Conteúdo

Lindemberg Jackson Sousa de Castro

Projeto e-Jovem - Módulo I

Edição de Conteúdo

Fernando Rodrigues

Projeto e-Jovem - Módulo I

Edição de Conteúdo

Jarbas Marcelino Nogueira de Oliveira

Projeto e-Jovem - Módulo I

Edição de Conteúdo

Maria Elzilene Moreira Nóbrega

Projeto e-Jovem - Módulo I

Revisão

Camila Cunha

Projeto e-Jovem - Módulo I

Revisão

Jucimar de Souza Lima Junior

Projeto e-Jovem - Módulo II

Formatação Final