FACULDADE ALFREDO NASSER
Remanso - BA

FACULDADE ALFREDO NASSER
Casa Nova - BA

FACULDADE ALFREDO NASSER
Pontalina - GO

SÉRIE INTERINSTITUCIONAL ALFREDO NASSER:

ENSINO, PESQUISA, EXTENSÃO E EDIÇÃO

EDITORA ALFREDO NASSER

CORPO GESTOR

Diretor Geral
Prof. Alcides Ribeiro Filho

Vice-diretor Geral
Prof. Me. José Carlos Barbosa Soares

Diretor Acadêmico
Prof. *PhD*. Carlos Alberto Vicchiatti

Diretor de Relações Institucionais
Prof. Me. Luiz Antonio de Faria

Diretor de Desenvolvimento
Prof. Msd. Divino Eterno de Paula Gustavo

Diretor Financeiro
Prof. Esp. Leandro Júlio dos Santos Faria

ISBN: 978-65-89165-30-9

© Editora Alfredo Nasser, 2025
© Faculdade Alfredo Nasser de Remanso – BA, 2025
© Faculdade Alfredo Nasser de Casa Nova – BA, 2025
© Faculdade Alfredo Nasser de Pontalina – GO, 2025

EXPEDIENTE

Editora-chefe
Profª. Drª. Michele Giacomet

Editores-adjuntos
Prof. Esp. Peterson Daniel Vieira
Profª. Drª. Sabrina Fonseca Ingênito Moreira Dantas

Editora-assistente
Profª. Mª. Fernanda Laura Costa

Bibliotecárias
Ana Márcia Santana Lima
Eliana Batista Pires e Silva
Francisca Rodrigues da Silva

Revisão
Prof. Me. Luiz Antônio de Faria
Profª. Drª. Michele Giacomet
Profª. Drª. Sabrina Fonseca Ingênito Moreira Dantas
Prof. Esp. Peterson Daniel Vieira

***Layout* e diagramação**
Prof. Esp. Peterson Daniel Vieira

Capa
Isabella Souza

Série Interinstitucional Alfredo Nasser: ensino, pesquisa, extensão e edição [recurso eletrônico] / Organização: Sabrina Fonseca Ingênito Dantas; Peterson Daniel Vieira. 1. ed. - Aparecida de Goiânia: Editora Alfredo Nasser; Faculdade Alfredo Nasser: Remanso – BA; Casa Nova - BA, Pontalina – GO, 2025. (Série Interinstitucional Alfredo Nasser: ensino, pesquisa, extensão e edição, Volume 1).

E-BOOK. 198 páginas.

ISBN: 978-65-89165-30-9

1. Faculdade Alfredo Nasser Pontalina (GO). 2. Faculdade Alfredo Nasser Remanso (BA). 3. Faculdade Alfredo Nasser Casa Nova (BA). 4. Demonstrações contábeis. 5. Comunicação interna. 6. Intérprete libras. 7. Direito à moradia. 8. Gestão democrática escolar. 9. Inclusão letramento digital EJA. 10. Neuropsicopedagogia. 11. Inclusão escolar. 12. Santa Rita do Pontal. 13. Alopecia. 14. Ensino-aprendizagem. I. TÍTULO. II. UNIFAN. III. Sabrina Fonseca Ingênito Dantas. IV. Peterson Daniel Vieira.

CDU: 378:001. 89 (817.3) (813.8)

ORGANIZAÇÃO:

Sabrina Fonseca Ingênito Moreira Dantas

Peterson Daniel Vieira

SÉRIE INTERINSTITUCIONAL ALFREDO NASSER:

ensino, pesquisa, extensão e edição

1ª Edição

Volume 1

2025

ISBN: 978-65-89165-30-9

PREFÁCIO

Delegaram-me a confiança e responsabilidade de formular o prefácio deste primeiro volume da ***Série Interinstitucional Alfredo Nasser: ensino, pesquisa, extensão e edição*** das unidades da Faculdade Alfredo Nasser de Pontalina – GO, Remanso – BA e Casa Nova – BA. Eu, na condição de docente do Centro Universitário Alfredo Nasser e bacharel em Biomedicina, tive como primeiro sentimento a esse desafio o medo de não conseguir contribuir da melhor forma com a avaliação de trabalhos, que abordam temas tão diversos da minha área de atuação. Porém, fui surpreendida com o caráter interdisciplinar dos assuntos aqui tratados, bem como pela qualidade e importância dos artigos selecionados.

Afinal de contas, o campo do saber voltado às áreas da educação, ciências contábeis, administração e marketing são dinâmicos e essenciais para a construção de profissionais e de empresas consolidadas, inovadoras e sustentáveis. Foi aí que me encontrei, percebi que estes assuntos não são tão distantes das outras áreas do conhecimento e compreendi o quanto os profissionais da saúde precisam investir em pesquisas sobre gestão e educação. Daí a relevância da publicação desta *Série*, que terá livre acesso.

Ao observar que todos os profissionais já foram estudantes e reconhecer que estes serão futuros gestores de empresas, entende-se que é necessário investir em pesquisas voltadas à educação. Da mesma forma, é válido investir em estudos que foquem em temas que abrangem práticas que mantenham a sustentabilidade das organizações. Parte dos artigos aqui publicados reconhece e valida estratégias científicas, que visam manter as portas abertas de uma empresa, bem como cria métodos que estruturem o time gestor, constituído por contadores, administradores, *controllers*, além da aplicabilidade dos sistemas de informação e das estratégias de marketing. Reconheci e assumi que os conteúdos aqui tratados fazem parte da rotina de trabalho de quase todos os profissionais e que os temas compõem parte dos processos das organizações e de como será a formação dos futuros empresários e gestores, portanto são fonte de informação e pesquisa.

A economia passa por um momento volátil e as constantes transformações na sociedade, na tecnologia e na educação exigem das organizações e instituições de ensino ações inovadoras. A educação nas escolas enfrenta desafios que precisam da criação de estratégias de ensino de forma lúdica, que lidem com conexões afetivas, crianças ansiosas ou até hospitalizadas. Já as organizações, da mesma forma, buscam a utilização de estratégias de marketing baseadas em metodologias científicas, que promovam reais aumentos do número de vendas; e, análise dos dados produzidos pelo *controller*, como auxílio na tomada de

ISBN: 978-65-89165-30-9

decisões, relacionadas ao aprimoramento dos processos empresariais e direcionamento das ações.

Este volume reúne uma seleção de artigos produzidos por pesquisadores que cumprem o papel de docentes e por discentes engajados na construção do saber aplicado à realidade. Os estudos aqui publicados enfocam desde a afetividade na educação até a importância da análise das demonstrações contábeis para o investidor e papel dos influenciadores digitais nas campanhas de relações públicas. Essa multiplicidade de saberes reflete no compromisso de todas as unidades da Faculdade Alfredo Nasser com a excelência acadêmica e o impacto destes conhecimentos na sociedade.

Ao longo desta *Série*, buscamos disseminar aprendizado, fomentar o pensamento crítico e inspirar novas investigações. Essa obra apresenta também a intenção de integrar todas as unidades de ensino da Faculdade Alfredo Nasser. E tem o objetivo de elevar o nível das reflexões sobre práticas de gestão e de negócios no mundo contemporâneo. Que esse trabalho seja um convite à reflexão, ao debate e à inovação. Boa leitura.

Sabrina Fonseca Ingênito Moreira Dantas

ISBN: 978-65-89165-30-9

SUMÁRIO

A IMPORTÂNCIA DA ANÁLISE DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS PARA O INVESTIDOR - Aline de Campos Costa Alves; Cristiano José Moura Marques 8

COMUNICAÇÃO INTERNA E OS SEUS IMPACTOS NO ENGAJAMENTO DOS COLABORADORES - Vitória Evangelista Gonçalves; Hudmilla de Sousa Aragão 23

IMPORTÂNCIA DA CONTROLADORIA PARA O SUCESSO DA GESTÃO EMPRESARIAL - Andressa Souza da Silva Amorim; Cristiano José Moura Marques 39

ANÁLISE SOBRE A PRÁTICA DA GAMIFICAÇÃO NO MARKETING DIGITAL - Crist Ellen Oliveira Gomes; Hudmilla de Sousa Aragão 57

O USO DOS SISTEMAS DE INFORMAÇÃO EM SAÚDE NO PROCESSO DE TOMADA DE DECISÃO - Cristiano José Moura Marques; Luiz Miguel Picelli Sanches 80

A RELEVÂNCIA DOS RELATÓRIOS CONTÁBEIS NA TOMADA DE DECISÕES GERENCIAIS - Luís Felipe Felix da Silva Xavier; Cristiano José Moura Marques 105

O PAPEL DOS INFLUENCIADORES DIGITAIS NAS CAMPANHAS DE RELAÇÕES PÚBLICAS - Maria Luiza Viana Matos; Hudmilla de Sousa Aragão 118

INFORMATIZAÇÃO DOS SERVIÇOS CONTÁBEIS E AS ADEQUAÇÕES À LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS (LGPD) - Anderson Costa dos Santos; Cristiano José Moura Marques 134

PEDAGOGIA HOSPITALAR: as dificuldades na aprendizagem das crianças hospitalizadas - Katielly Siqueira da Silva; Analupe Bheatriz Carneiro 146

A VITALIDADE DAS CONEXÕES AFETIVAS EM BELL HOOKS: o *Eros* na relação entre educadores e estudantes nas séries iniciais - Rafaela da Silva Barbosa; Antonio Henrique Rosa 159

A ANSIEDADE E OS SEUS REFLEXOS NA APRENDIZAGEM - Laressa Alves dos Santos; Analupe Bheatriz Carneiro 172

A LUDICIDADE NA EDUCAÇÃO INFANTIL - Cleidiane Cardoso Araújo; Bruna Milene Ferreira 182

BIODADOS 196

ISBN: 978-65-89165-30-9

A IMPORTÂNCIA DA ANÁLISE DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS PARA O INVESTIDOR

THE ANALYSE ACCOUNTING STATEMENTS IMPORTANCE FOR INVESTOR

Aline de Campos Costa Alves

Cristiano José Moura Marques

Resumo: Este trabalho explora a importância da análise das demonstrações contábeis para os investidores, com ênfase nos significados dessas informações para a tomada de decisões para investimento. A metodologia empregada foi qualitativa, bibliográfica extensiva, no uso de plataformas como *Google* Acadêmico, *SciELO* e Academia.edu para coletar e analisar dados. A pesquisa centrou-se na forma como as informações financeiras detalhadas em demonstrações contábeis, como balanços patrimoniais e demonstrações de resultados, são utilizadas pelos investidores para avaliar a eficácia financeira, o desempenho operacional e os fluxos de caixa das empresas. O estudo destaca a relevância das demonstrações contábeis na identificação de oportunidades de investimento e na avaliação de riscos, propõe que o conhecimento aprofundado desses documentos é estratégia de investimento eficaz. O referencial teórico conta com autores como Cruz (2021); Iudícibus, Martins e Gelbcke (2008); Lisboa (2014); Assaf Neto (2020). Além disso, emergem discussões sobre o papel crescente da tecnologia, como o Big Data e a Inteligência Artificial, na transformação das práticas tradicionais de análise financeira, que oferece novas perspectivas e meias para investidores e analistas financeiros.

Palavras-chave: análise de demonstrações contábeis; tomada de decisão de investidores; indicadores financeiros; avaliação de empresas.

***Abstract**: This paper explores the analyse accounting statements importance for investor, with emphasis on the meanings of this information for investment decision-making. The methodology used was qualitative, extensive bibliography, in the use of platforms such as Google Scholar, SciELO and Academia.edu to collect and analyze data. The research focused on how detailed financial information in financial statements, such as balance sheets and income statements, is used by investors to assess the financial effectiveness, operating performance, and cash flows of companies. The study highlights the relevance of financial statements in identifying investment opportunities and assessing risks, proposes that in-depth knowledge of these documents is an effective investment strategy. The theoretical framework includes authors such as Cruz (2021); Iudícibus, Martins e Gelbcke (2008); Lisboa (2014); Assaf Neto (2020). In addition, discussions emerge about the growing role of technology, such as Big Data and Artificial Intelligence, in transforming traditional financial analysis practices, which offers new perspectives and socks for investors and financial analysts.*

***Keywords**: analysis of financial statements; investor decision-making; financial indicators; company valuation.*

ISBN: 978-65-89165-30-9

1 INTRODUÇÃO

A Contabilidade é o instrumento que fornece o máximo de informações úteis para a tomada de decisões dentro e fora da empresa. Ela é muito antiga e sempre existiu para auxiliar as pessoas a tomarem decisões. Com o passar do tempo, o governo começa a utilizar-se dela para arrecadar impostos e a torna obrigatória para a maioria das empresas.

Dessa forma a contabilidade tem por objetivo registrar, analisar e interpretar as transações financeiras de uma entidade e fornece uma representação precisa e imparcial das atividades financeiras. Assim possível auxiliar gestores, investidores e outros interessados na tomada de decisão (Oliveira *et al.*, 2010).

Todas as movimentações passíveis de mensuração monetária são registradas pela Contabilidade, que, em seguida, resume os dados registrados em forma de relatórios e os entrega aos interessados em conhecer a situação da empresa. Esses interessados, por meio de relatórios contábeis, recordam os fatos acontecidos, analisam os resultados obtidos, as causas que levaram àqueles resultados e tomam decisões em relação ao futuro (Lemos; Torres; Silva, 2021).

A análise das demonstrações contábeis pode ser considerada um instrumento de avaliação no qual se utilizam dados registrados de um determinado período de tempo para indicar como se encontra a situação financeira da empresa.

As demonstrações contábeis são informações financeiras essenciais sobre uma entidade. Abrangem relatórios que englobam o balanço patrimonial, a demonstração do resultado do exercício, do valor adicionado, dos fluxos de caixa, das mutações do patrimônio líquido, juntamente com as notas explicativas e outros materiais informativos. Esses elementos compõem as demonstrações contábeis, oferecendo uma visão abrangente da saúde financeira e do desempenho da entidade (Lisboa, 2014).

Dessa forma, as demonstrações contábeis constam em avaliar o desempenho de uma empresa ao longo de um período específico, com o objetivo de realizar projeções que auxiliem na tomada de decisões de investimento, como comparação entre retornos, avaliação de riscos e determinação de financiamentos.

Diante do que foi apresentando o objetivo geral desse trabalho é ‘identificar a importância da análise das demonstrações contábeis para o investidor’. E objetivos específicos são: ‘investigar o impacto das informações contábeis nas estratégias de investimento; avaliar a eficácia das ferramentas e lógica de análise das demonstrações

ISBN: 978-65-89165-30-9

contábeis disponíveis para os investidores; e, identificar as limitações e sugestões de possíveis aprimoramentos ou complementos para uma análise mais abrangente e precisa'.

2 METODOLOGIA

Este estudo adotou uma metodologia qualitativa, com ênfase em revisão bibliográfica, para explorar a importância da análise das demonstrações contábeis para os investidores. A pesquisa foi conduzida via ampla revisão da literatura disponível em plataformas acadêmicas e profissionais, como *Google* Acadêmico e outras plataformas digitais relevantes, como Portal da CAPES, *SciELO* e Academia.Edu. A busca por material abrangeu artigos científicos, livros, dissertações, teses e documentos oficiais relacionados à análise de demonstrações contábeis e sua influência nas decisões de investimento.

Após a identificação dos materiais pertinentes, procedeu-se à seleção e análise crítica dos documentos, priorizando publicações que abordassem os aspectos teóricos e práticos da análise contábil. A revisão focou-se em sintetizar as principais abordagens, técnicas e modelos utilizados pelos investidores para avaliar a saúde financeira das empresas, destacando como essas análises influenciam suas decisões de investimento.

Essa abordagem metodológica permitiu uma compreensão aprofundada sobre como as demonstrações contábeis são empregadas no contexto de investimentos e destacou as tendências e inovações recentes na área, proporcionando uma visão relevante para o campo da contabilidade e finanças.

3 INFORMAÇÕES CONTÁBEIS E AS ESTRATÉGIAS DE INVESTIMENTO

As informações contábeis são necessárias nas estratégias de investimento, pois fornecem base para a análise financeira e a tomada de decisões. Para Oliveira *et al.* (2010), os investidores, sejam eles individuais ou institucionais, dependem de demonstrações financeiras auditadas para entender a posição financeira, o desempenho operacional e os fluxos de caixa das empresas em que pretendem investir. Essas informações são vitais para avaliar a saúde atual de uma empresa, e também prever seu desempenho futuro.

Lemos, Torres e Silva (2021) definem que *Valuation* é um processo de avaliação no qual se identifica quais são as estimativas de desempenho do negócio, e elas são convertidas em projeção de valor da empresa, ou também parte dela. Esse valor de investimento envolve diversos fatores, como: circunstâncias macro e microeconômicas, modelos e cenários

ISBN: 978-65-89165-30-9

adotados, ideias e administração corporativa. São necessários nesse processo informações confiáveis, para que sejam feitas projeções, avaliações e previsões econômicas das empresas com segurança e precisão.

Por meio da análise de balanços, demonstrações de resultados e demonstrações de fluxos de caixa, os investidores podem aplicar uma variedade de métodos de avaliação, como a análise de índices, para identificar empresas subvalorizadas ou sobrevalorizadas. Lisboa (2014) traz como exemplos, índices como preço/lucro (P/L), retorno sobre o patrimônio líquido (ROE) e endividamento total sobre patrimônio (D/E), que são frequentemente utilizados para comparar empresas dentro de um mesmo setor. Essas métricas ajudam os investidores a formar expectativas sobre os retornos futuros e a estabilidade financeira de uma empresa.

Além disso, as informações contábeis ajudam os investidores a construir portfólios diversificados. A diversificação é uma estratégia de investimento essencial para mitigar riscos, e as demonstrações financeiras proporcionam dados críticos que permitem aos investidores identificar oportunidades em diferentes setores e regiões geográficas. A análise detalhada das contas de receitas e despesas, por exemplo, pode revelar *insights* sobre a eficácia da gestão e a robustez das operações comerciais em face de variáveis econômicas adversas (Silva; Couto; Cardoso, 2016).

No contexto de uma economia globalizada, as informações contábeis adquirem uma dimensão ainda mais estratégica. Investidores globais necessitam compreender normas contábeis internacionais, como as *International Financial Reporting Standards (IFRS)* [Normas Internacionais de Relato Financeiro], para avaliar adequadamente empresas de diferentes jurisdições. Para Lisboa (2014), este entendimento é fundamental para estratégias de investimento transfronteiriças, permitindo que investidores identifiquem riscos e oportunidades em um panorama econômico mundial. Assim, a precisão e a transparência das informações contábeis continuam sendo pilares para a confiança e eficácia das decisões de investimento no cenário global.

4 LUCROS ANTES DE JUROS, IMPOSTOS, DEPRECIAÇÃO E AMORTIZAÇÃO *(EBITDA)*

De acordo com Cruz (2021), o *Earnings Before Interest, Tax, depreciation and Armonization (EBITDA)* [Lucro antes de juros, impostos, depreciação e harmonização] é definido como um indicador utilizado para a apuração em decorrência dos resultados da

ISBN: 978-65-89165-30-9

entidade. É utilizado para que se entenda como se encontra a saúde financeira de uma empresa, sendo possível compreender como está a atual situação do caixa da empresa demonstrando a rentabilidade da entidade em operação, assim, pode ser utilizado por usuários externos, podendo os analistas e instituições financeiras visualizarem sua competitividade no mercado.

O *EBITDA* é uma maneira de calcular a medida financeira usada para avaliar o desempenho operacional de uma entidade. Assim ao realizar o seu cálculo são necessárias as exclusões dos custos indiretos que não estão relacionados propriamente a atividade primordial da empresa. Tendo em vista que são excluídos os impostos, depreciação e amortização, trazendo uma visão mais clara do desenvolvimento da atividade da organização.

5 *ECONOMIC VALUE ADDED (EVA)* [VALOR ECONÔMICO AGREGADO]

Segundo Cruz (2021), o *EVA* é considerado um dos indicadores de avaliação financeira do valor adquirido que classifica como está o desempenho da empresa financeiramente, sendo capaz de mostrar se a atividade financeira da empresa é positiva. O *EVA* tem como objetivo o lucro operacional após os impostos, passando a remuneração mínima exigida pelos acionistas e credores da empresa, seus investidores.

Como forma de mostrar aos usuários externos o retorno gerado pela empresa, o *EVA* é uma medida de desempenho financeiro com intenção de analisar e avaliar o montante gerado pela entidade, após ser levado em avaliação todos os custos do capital utilizado para criar retornos acima de custos integrados ao capital investido na empresa. A fórmula de cálculo do *EVA* é o Lucro Operacional subtraído pelo custo de capital multiplicado pelo capital investido.

6 ÍNDICE DE RENTABILIDADE

Oliveira *et al.* (2010) consideram que o índice de rentabilidade é representado pelo giro do ativo, que são as vendas de um determinado período e seus investimentos totais que foram aplicados a empresa, informando qual o grau de êxito econômico dos recursos da entidade que foram utilizados.

O índice de rentabilidade se torna uma métrica responsável por analisar todo o valor das taxas de remuneração de um valor aplicado na entidade, assim serão analisados os percentuais de ganho após um investimento tendo a função de detalhar ao investidor quanto

ISBN: 978-65-89165-30-9

irá lhe render a aplicação em dado período, assim, dando segurança ao mesmo de suas decisões estarem sendo tomadas de maneira segura.

7 ÍNDICE DE LUCRATIVIDADE

Como descrito por Oliveira *et al.* (2010), o índice de lucratividade corresponde à mensuração da eficiência operacional da entidade, indica qual a capacidade de produção a empresa obtém sobre o trabalho que realiza. É possível analisar por esse índice, se com suas atividades realizadas, a empresa foi capaz de captar a receita adequada para suprir a necessidade da atividade e ainda transpor de seu capital obtido.

O índice de lucratividade tem como objetivo a análise das demonstrações contábeis para avaliar a possibilidade de realização de investimentos ou planejamentos de projetos futuros a serem realizados pela entidade posteriormente. Assim o índice é calculado pela divisão de valor presente líquido do valor do projeto pelo investimento essencial para sua execução. Dessa forma, esse índice tem por objetivo apresentar ao investidor qual seria o valor em retorno financeiro do investimento em relação ao valor a ser investido.

8 RETORNO SOBRE INVESTIMENTOS (ROI)

Oliveira *et al.* (2010) apresentam que este indicador financeiro traz como objetivo analisar e demonstrar em percentual o retorno dos ativos, no qual são informados ao investidor o prazo de recuperação pela realização de seus investimentos na entidade. O indicador trás para apresentação a taxa de rendimento do patrimônio líquido investido na organização.

Esse é um indicador eficiente, é possível avaliar a lucratividade um investimento, oferecendo informações de maneira clara ao investidor sobre qual o período que se faz necessário para o retorno do aporte financeiro.

Assim, se tem maior facilidade na definição das metas baseadas em dados reais expressos em porcentagem, mostrando quanto de lucro ou benefício se tem gerado correspondente ao valor investido, trazendo assim o ganho do investimento baseado no valor de retorno dele, e o custo do investimento, a quantia total investida na realização do projeto ao empreendimento.

ISBN: 978-65-89165-30-9

9 FERRAMENTAS DE ANÁLISE DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS

Na visão de Iudícibus, Martins e Gelbcke (2008), o objeto científico da Contabilidade vem da maneira como se é apresentado o patrimônio e na forma como são explanadas as suas mutações. Sendo assim, as demonstrações contábeis são necessárias para apresentar aos usuários externos, tais como, acionistas, sócios, credores, empregados e, público em geral, dados necessários para a tomada de decisões.

Quando se fala em usuários externos, os quais se incluem bancos, governo, investidores e outros, que possuem objetivos de analisarem a situação da empresa de acordo com seu endividamento e rentabilidade. Aos usuários internos definimos que são entes relacionados diretamente com a empresa, pois objetivam realizar a avaliação de desempenho das políticas e métodos da organização.

Segundo Iudícibus, Martins e Gelbcke (2008), para ser útil e relevante, faz-se necessária que a informação contábil possua algumas qualidades fundamentais com o objetivo de serem analisadas pelos usuários externos, como: a Confiabilidade, a Tempestividade, a Compreensibilidade e a Comparabilidade.

Nesse caso, para que as informações contábeis sejam analisadas de maneira eficaz, é essencial que possuam as qualidades descritas acima, que fazem com que processo decisório seja mais objetivo, e assim, consequentemente, a interpretação de retorno financeiro futuro seja mais eficiente.

Assim, Marion (2022) apresenta que as Demonstrações Financeiras a serem relatadas em cada exercício devem de ser publicadas expressando os valores indicados em exercício social atual e anterior, sendo possível realizar a comparabilidade das demonstrações, que nesse caso serão relatadas em duas colunas, que expressem os dados do ano atual e anterior.

Sendo assim, as demonstrações financeiras devem ser expressas em cada exercício anualmente com os valores correspondentes tanto em exercício atual como anterior, sendo usado para análise de comparabilidade.

10 DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO (DRE)

Marion (2022) define a Demonstração do Resultado do Exercício é um apanhado de informações financeiras, onde são descritas as receitas e despesas que a empresa obteve em seu período de exercício, geralmente em 12 meses, sendo apresentada de maneira dedutiva

ISBN: 978-65-89165-30-9

onde são subtraídas as receitas das despesas com a finalidade de revelar o resultado que pode ser definido como lucro ou prejuízo.

A Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) é uma das ferramentas mais essenciais na análise financeira, oferecendo uma visão clara sobre o desempenho operacional e a lucratividade de uma empresa durante um período específico. Esta demonstração contábil detalha as receitas, custos, despesas e, por fim, o lucro ou prejuízo obtido pela empresa. Através da DRE, os analistas e investidores podem aplicar a análise de margem, que examina várias linhas de lucro como margem bruta, margem operacional e margem líquida.

11 DEMONSTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA (DFC)

Sob a ótica de Marion (2022), a Demonstração de Fluxo de Caixa é um relatório que apresenta as alterações em saldo de dinheiro disponível (caixa e equivalentes de caixa) de uma empresa em determinado período, apresentado através dos fluxos de recebimentos e pagamentos. A DFC possui linguagem e conceitos mais simples, sendo mais acessíveis para a comunicação da maioria dos leitores e usuários das demonstrações contábeis. Constantemente chamada de *Cash Flow*, Orçamento de Caixa, Fluxo de Recursos Financeiros. Fluxo de Capitais, Fluxo Monetário e Movimento de Caixa.

Sendo assim, a DFC pode ser entendida como relatório financeiro no qual são apresentadas ou previstas situações financeiras, podendo ser utilizada para resolução de pendências, redução de despesas, negociação entre fornecedores e em processos de análise de investimentos, podendo a demonstração ser analisada de forma diária, semanal e mensal. Em sua importância se é recomendada que seja confirmada existência de saldo final diariamente.

12 ANÁLISE DOS ÍNDICES DE LIQUIDEZ

No pensamento de Marion (2019), para estratégia de investimentos pode-se trazer como principal análise os índices de liquidez, utilizados como forma de avaliar qual a capacidade de pagamento da empresa, onde compõe a capacidade na qual determinada empresa tem em honrar seus compromissos. Dada observação, tal capacidade de pagamento deve ser avaliada levando em consideração o longo prazo, curto prazo e prazo imediato.

Dessa forma, os indicadores de liquidez são considerados análises estratégicas, onde, os índices de liquidez são tidos para análise de capacidade financeira da empresa. Os indicadores de liquidez analisam a forma na qual a empresa tem capacidade em saldar seus

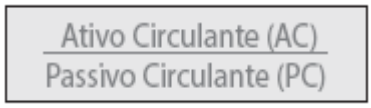
ISBN: 978-65-89165-30-9

compromissos, avaliando a aplicação de pagamentos como a forma de longo prazo, curto prazo e prazo imediato. Essas análises demonstram a movimentação e relação entre patrimônio, tornando possível a tomada de decisões na hora do investimento tomando decisões estratégicas.

12.1 Índice de Liquidez Corrente

Marion (2019) aduz que o Índice de Liquidez Corrente (ou Liquidez Comum) traz a fórmula que diz respeito à capacidade de pagamento da empresa no curto prazo, que é composta pela divisão de seus ativos circulantes por passivos circulantes, conforme a expressão da Figura 1.

Figura 1 - Fórmula do Índice de Liquidez



Fonte: Assaf Neto, 2020.

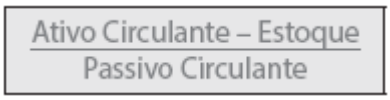
É considerado o indicador mais importante da situação financeira de uma empresa, pois nessa análise será encontrada a capacidade que ela tem em honrar seus compromissos de curto prazo. Ou seja, no índice de liquidez corrente, se tem o objetivo de avaliar a capacidade que uma empresa possui em quitar suas obrigações no curto prazo de forma a utilizar os seus ativos circulantes, aqueles que com maior facilidade são convertidos em dinheiro dentro do exercício daquele ano. Quanto maior o índice, maior a capacidade da empresa em honrar com suas obrigações.

12.2 Índice de Liquidez Seca

Marion (2019) afirma que o Índice de Liquidez Seca transparece a situação financeira da empresa em caso de paralisação de vendas ou estoque obsoleto da empresa, sendo analisada a capacidade de pagamento de pagamento de dívidas da empresa nas circunstâncias de dívidas. O cálculo do Índice de Liquidez Seca (Figura 2) é dado pela divisão entre o ativo circulante, agora em termos do estoque, pelo passivo circulante.

ISBN: 978-65-89165-30-9

Figura 2 - Fórmula do Índice de Liquidez Seca



Fonte: Assaf Neto, 2020.

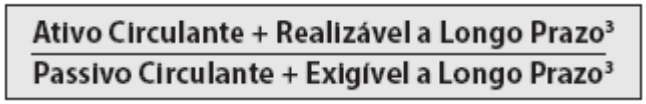
No entanto, nem sempre o fato de o índice de liquidez seca estar abaixo do considerável significa que a situação monetária difícil. A depender do ramo na qual está inserida, visto que à anulação dos estoques nessa análise e assim, é fundamental a comparação por ramo empresarial.

Com isso, é possível entender que o índice de liquidez seca mostra em qual situação financeira a empresa se encontraria em caso de estoque obsoleto da empresa, ou em casos de estagnação de suas vendas, onde se analisa a viabilidade de pagamento de suas dívidas pendentes. Em situação de índice negativo se nota necessária a intervenção do gerente financeiro trazendo novas estratégias para que antes do próximo fechamento do balanço o índice esteja convicto da capacidade de honrar com suas obrigações.

12.3 Índice de Liquidez Geral

Marion (2019) explica que para análise de pagamento em longo prazo pode ser utilizada o Índice de Liquidez Geral, o qual se considera tudo que poderá ser convertido em valor monetário em curto e longo prazo, comparando o que se foi exposto como dívida em curto e longo prazo. Sua fórmula, conforme explicitada na Figura 3, é dada pela soma do ativo circulante com o realizável em longo prazo, dividido pela soma do passivo circulante com o elegível em longo prazo.

Figura 3 - Fórmula do Índice de Liquidez Geral



Fonte: Assaf Neto, 2020.

Quanto mais avaliarmos uma empresa em termos de anos, pode ser observada que o indicador será utilizado de maneira mais útil, visto que, apresentar a série dos anos do índice em decrescente trará informações concisas de pagamento, esclarecendo se há perda de pagamento da empresa de modo geral.

ISBN: 978-65-89165-30-9

Nesse caso, o índice de liquidez geral pode ser visto como uma forma de avaliação da capacidade na qual a empresa possui do pagamento das suas obrigações, sendo tanto de curto como em longo prazo. O índice de liquidez torna-se um índice capaz de transmitir uma visão geral da saúde financeira da empresa, levando em conta a importância dos seus ativos como de suas obrigações. Nesse índice se faz necessária a análise de maneira conjunta com as demais métricas e que seja feita a análise levando o ramo específico ao qual a empresa pertence.

12.4 Índice de Liquidez Imediata

Segundo Marion (2019), a Liquidez Imediata traz a forma de analisar a capacidade imediata da empresa em cumprir suas dívidas de curto prazo. Essa análise traz como forma principal o dinheiro disponível com valores, em inúmeras situações, sendo analisadas em curto prazo. No entanto, elas não são relacionadas à disponibilidade imediata. O cálculo da Liquidez Imediata, como descrito na Figura 4, é dado pela disponibilidade (caixa + bancos + aplicações de curtíssimo prazo), dividida pelo passivo circulante.

Figura 4 - Fórmula da Liquidez Imediata

$$\frac{\text{Disponibilidade: (Caixa + Bancos + Aplicações de Curtíssimo Prazo)}}{\text{Passivo Circulante}}$$

Fonte: Assaf Neto, 2020.

A Liquidez Imediata é definida como uma métrica financeira capaz de avaliar a capacidade que a empresa possui em honrar com suas obrigações no curto prazo sendo utilizados aos ativos de maior liquidez, os quais podem ser convertidos em dinheiro da forma imediata, sendo tido como exemplos, as contas caixa e equivalentes de caixa. Esse índice traz uma visão cautelosa da liquidez da empresa, sendo excluído o uso dos estoques, pois os mesmos demandam maior tempo para conversão em montante para a entidade. Nessa análise, a título de exemplo, o índice baixo demonstra que a empresa enfrentará dificuldades para honrar com suas obrigações imediatas.

Dadas informações, as demonstrações contábeis se fazem importantes, principalmente no que diz respeito a trazer uma visão de como está a saúde financeira de determinada empresa em um todo. De maneira a trazer uma análise mais específica e estratégica a fim de investimentos, são vistos a importância dos índices de liquidez, como forma de trazer aos

ISBN: 978-65-89165-30-9

stakeholders (às partes interessadas), uma maneira de analisar a empresa em suas diversas formas de capacidade em retornos financeiros, tendo em mente sua capacidade em honrar com suas obrigações no ramo em que atua.

13 APRIMORAMENTOS PARA A ANÁLISE DE DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS

Nas palavras de Marion (2022), a análise das demonstrações contábeis é uma prática essencial no mundo dos negócios e investimentos, mas está constantemente sob a pressão de se adaptar e evoluir frente a novas demandas e tecnologias. Diversos aprimoramentos estão sendo incorporados a essa prática, cada um com o potencial de transformar a forma como as análises são realizadas.

14 INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS: *Big Data* e IA

No entendimento de Marion (2022), o uso de *Big Data* na análise contábil permite aos analistas acessar um volume e uma variedade de dados muito maior do que antes. Isso inclui não apenas dados financeiros, mas também informações operacionais, comportamentais e de mercado que, quando combinadas, podem oferecer uma visão holística do desempenho de uma empresa. A análise desses dados ajuda a identificar padrões não evidentes em análises mais tradicionais, como relações entre eventos econômicos globais e desempenho financeiro local.

A Inteligência Artificial (IA) e o Aprendizado de Máquina são aplicados para processar e analisar esses grandes conjuntos de dados com uma velocidade e precisão que superam as capacidades humanas. Algoritmos de aprendizado de máquina podem, por exemplo, automaticamente detectar anomalias nas demonstrações financeiras que podem indicar erros ou fraudes. Além disso, modelos preditivos baseados em IA podem ser treinados para prever falências, avaliar riscos de crédito ou otimizar estratégias de investimento com base em tendências históricas e projeções econômicas (Santos, 2021).

15 FERRAMENTAS DE VISUALIZAÇÃO AVANÇADA

Marion (2022) salienta que as ferramentas de visualização de dados transformam dados numéricos em visualizações gráficas que facilitam a compreensão e a análise rápida. Esses gráficos e *dashboards* não apenas resumem informações complexas em formatos mais

ISBN: 978-65-89165-30-9

digestíveis, mas também permitem manipulações interativas, como zoom, filtragem e detalhamento, que ajudam a explorar dados em profundidade.

Santos (2021) traz como exemplos: um analista pode usar um *dashboard* (painel) interativo para rastrear o fluxo de caixa de uma empresa ao longo do tempo, comparar indicadores financeiros com *benchmarks* do setor ou visualizar a relação entre a despesa operacional e o lucro operacional de forma intuitiva. Essas visualizações ajudam os *stakeholders* a tomar decisões baseadas em uma compreensão mais robusta e imediata dos dados.

16 MELHORIAS NA GOVERNANÇA E NORMAS INTERNACIONAIS

As melhorias na governança corporativa envolvem a implementação de práticas que garantam maior transparência e responsabilidade nas operações empresariais. Isso inclui a aderência estrita a normas éticas, a implementação de controles internos mais rigorosos, e a comunicação aberta e honesta com acionistas e o público.

Para Santos (2021), a adoção de normas internacionais de contabilidade, como as *IFRS (International Financial Reporting Standards)*, é muito importante para a harmonização das práticas contábeis em todo o mundo. Isso não apenas facilita a comparabilidade entre empresas de diferentes países, mas também aumenta a confiança dos investidores internacionais nas demonstrações financeiras. Empresas que adotam essas normas são vistas como mais transparentes e confiáveis, o que pode resultar em acesso mais fácil a capitais globais e uma avaliação de mercado mais favorável.

Esses aprimoramentos estão tornando mais eficiente, precisa e globalmente integrada a análise de demonstrações contábeis. À medida que essas tecnologias evoluem e se tornam mais acessíveis, espera-se que elas desempenhem um papel ainda maior na formação das práticas contábeis futuras, beneficiando analistas, investidores e a governança corporativa como um todo.

17 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo confirmou que a análise das demonstrações contábeis é fundamental para os investidores que buscam avaliar a viabilidade e a saúde financeira das empresas. Essa análise permite que os investidores façam julgamentos informados e estratégicos sobre onde alocar seus recursos, possibilitando maior transparência e melhor organização das informações,

ISBN: 978-65-89165-30-9

garantindo assim uma tomada de decisão eficaz no momento de investir em determinada empresa, o que torna o processo mais seguro, evitando riscos potenciais. Além disso, a utilização das ferramentas contábeis e de novos programas tecnológicos faz com que o investimento seja mais ágil e eficiente.

O estudo ressaltou a importância das inovações tecnológicas, como o uso de Big Data e Inteligência Artificial, que estão enriquecendo a análise financeira. Essas tecnologias garantem uma análise mais rápida e precisa dos dados financeiros, oferecendo aos investidores uma vantagem competitiva no mercado. O desenvolvimento e a implementação de novas tecnologias continuam a evoluir, prometendo revolucionar ainda mais as práticas de análise financeira no futuro.

Por fim, recomenda-se que os investidores e profissionais contábeis continuem a se adaptar e a incorporar novas tecnologias e metodologias de análise para manter a relevância e eficácia em um ambiente econômico globalizado e em constante mudança. A manutenção de práticas rigorosas de governança e a adesão a normas internacionais também são essenciais para garantir a transparência e a confiabilidade das informações financeiras, fortalecendo assim a confiança dos investidores e contribuindo para um mercado de capitais mais estável e robusto.

REFERÊNCIAS

ASSAF NETO, A. **Estruturas e Análise de Balanços:** um enfoque econômico-financeiro. São Paulo: Atlas, 2020.

CRUZ, R. F. R. **Avaliação financeira do setor tecnológico: aplicação do modelo EVA**. Dissertação de mestrado (Mestrado em Contabilidade e Finanças), Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto, 2021. Disponível em: https://recipp.ipp.pt/handle/10400.22/19945. Acesso em: 03 maio 2024.

IUDÍCIBUS, S.; MARTINS, E.; GELBCKE, E. R.; **Manual de Contabilidade – Suplemento:** das sociedades por ações (aplicável às demais sociedades). São Paulo: Atlas Editora, 2008.

LEMOS, D. D.; TORRES, A. S. P.; SILVA, V. P. Análise Multidimensional do Valuation da Petrobras. **Revista Alcance**, v. 28, n. 3, p. 298-314, 2021. Disponível em: https://www.redalyc.org/journal/4777/477768949001/477768949001.pdf. Acesso em: 06 mar. 2024.

LISBOA, J. C. V. A importância da análise das demonstrações contábeis para suporte as decisões gerenciais das organizações. **Administração de Empresas em Revista**, v. 1, n. 9, p. 159-170, 2014. Disponível em:

ISBN: 978-65-89165-30-9

https://revista.unicuritiba.edu.br/index.php/admrevista/article/view/1031. Acesso em: 18 abr. 2024.

MARION, J. C. **Contabilidade Básica**. Rio de Janeiro: Atlas, 2022.

MARION, J. C. **Análise das Demonstrações Contábeis**. Rio de Janeiro: Atlas, 2019.

OLIVEIRA, A. A.; SILVA, A. R. da; ZUCCARI, S. M. de P.; RIOS, R. P. A Análise das Demonstrações Contábeis e sua Importância para Evidenciar a Situação Econômica e Financeira das Organizações. **Revista Eletrônica Gestão e Negócios**, v. 1, n. 1, p. 1-13, 2010. Disponível em: https://docs.uninove.br/arte/fac/publicacoes/pdfs/ricardo_alessandro.pdf. Acesso em: 18 abr. 2024.

SANTOS, I. C. C. **O Impacto da inteligência Artificial na Contabilidade:** Aplicação nas Pmes. Dissertação de mestrado (Mestrado em Gestão), Instituto Universitario de Lisboa, 2021. Disponível em: https://www.proquest.com/openview/f3bd8e0065bf1e939bb611536c5e410e/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2026366&diss=y. Acesso em: 18 abr. 2024.

SILVA, M. P.; COUTO, C. H. M.; CARDOSO, A. A. B. Análise das Demonstrações Contábeis como Ferramenta de Suporte à Gestão Financeira. **Revista Brasileira de Gestão e Engenharia**, v. 7, n. 1, p. 23-45, 2016. Disponível em: https://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia/article/view/244. Acesso em: 18 abr. 2024.

ISBN: 978-65-89165-30-9

COMUNICAÇÃO INTERNA E OS SEUS IMPACTOS NO ENGAJAMENTO DOS COLABORADORES

INTERNAL COMMUNICATION AND ITS IMPACTS ON EMPLOYEE ENGAGEMENT

Vitória Evangelista Gonçalves

Hudmilla de Sousa Aragão

Resumo: A Comunicação interna é processo estratégico de estabelecer e facilitar laços com o público interno, por meio de informações pertinentes às rotinas de trabalho. Este sistema bidirecional é capaz de disseminar, tanto as informações de que a organização necessita compartilhar, quanto as que os colaboradores desejam expressar, de forma democrática. O Objetivo geral deste trabalho é 'analisar como comunicação interna aplicada nas organizações pode ser eficaz na promoção do engajamento dos colaboradores'. E os específicos são: a) identificar as principais estratégias de comunicação interna utilizada pelas organizações; b) descrever como os resultados da comunicação interna promovem o engajamento dos colaboradores; c) analisar o impacto das estratégias de comunicação interna na percepção dos colaboradores; d) e, analisar como os resultados obtidos na aplicação das estratégias de comunicação interna impactam na captação de capital intelectual. A Metodologia é uma abordagem qualitativa com revisão bibliográfica. O Referencial teórico conta com a contribuição de autores como: Bowditch e Buono (1992); Bateman e Snell (1998); Brum (2017); Kotler (1998); Santos (1989); Nassar (2006); Silva e Dancini (2023). A comunicação é um elemento crucial nos processos de mudança organizacional, podendo atuar tanto como uma restrição quanto como facilitador. Um sistema de comunicação interna, alinhado as políticas e estratégias da organização, faz a diferença pela capacidade de execução e aplicação de conhecimento. No mundo globalizado e competitivo, as organizações precisam reposicionar seus processos de comunicação, tornando-os mais dinâmicos para capacitar os colaboradores a formular soluções rápidas e inovadoras e promover o engajamento.

Palavras-chave: comunicação interna; engajamento; estratégias organizacionais.

***Abstract**: Internal communication is a strategic process of establishing and facilitating ties with the internal public, through information relevant to work routines. This bidirectional system is capable of disseminating both the information that the organization needs to share and that which employees wish to express, in a democratic manner. The general objective of this work is to 'analyze how internal communication applied in organizations can be effective in promoting employee engagement.' And the specific objectives are: a) to identify the main internal communication strategies used by organizations; b) to describe how the results of internal communication promote employee engagement; c) to analyze the impact of internal communication strategies on employee perception; d) and to analyze how the results obtained in the application of internal communication strategies impact the capture of intellectual capital. The Methodology is a qualitative approach with bibliographic review. The theoretical framework has the contribution of authors such as: Bowditch and Buono (1992); Bateman and Snell (1998); Brum (2017); Kotler (1998); Santos (1989); Nassar (2006); Silva and Dancini (2023). Communication is a crucial element in organizational change processes, and*

ISBN: 978-65-89165-30-9

can act as both a constraint and a facilitator. An internal communication system aligned with the organization's policies and strategies makes a difference in the ability to execute and apply knowledge. In a globalized and competitive world, organizations need to reposition their communication processes, making them more dynamic to enable employees to formulate quick and innovative solutions and promote engagement.

***Keywords**: internal communication; engagement; organizational strategies.*

1 INTRODUÇÃO

Há menos de 25 foram iniciados os estudos sobre a comunicação organizacional é novos no Brasil. Antes desse período, as organizações utilizavam a comunicação de maneira superficial e o termo “comunicação organizacional” era desconhecido (Bueno, 2003).

A comunicação interna (CI) tem o papel de constantemente promover a imagem da empresa e alinhar as pessoas aos objetivos estratégicos. Quando combinados esses dois fatores impulsionam a motivação e o engajamento e, com isso, resulta em um desempenho superior (Costa, 2022). Assim, para alcançar melhores resultados, a CI não pode ser vista de maneira isolada. Ela deve ser encarada como um esforço coletivo, como um trabalho em equipe entre as áreas de comunicação, recursos humanos, diretoria e todos os colaboradores. Destaca-se a liderança, pois esta possui um papel relevante nesse processo e deve estar pronta para ser um agente comunicacional dentro da organização (Kunsch, 2003).

Diante desse contexto, compreende-se que a CI é uma ferramenta estratégica de negócios, visto que desempenha um papel estratégico para o sucesso das organizações. Atua em três áreas principais: a essencialidade para os resultados do negócio; a humanização dos relacionamentos no ambiente de trabalho; e, o fortalecimento da identidade da organização junto aos seus públicos.

No cenário do mercado de trabalho contemporâneo e competitivo, atrair e reter talentos tornou-se um desafio dentro das organizações. Ter uma organização com *feedbacks* de animação, não só facilita o alcance de talentos, como também desempenha um papel fundamental no engajamento, satisfação e produtividade dos colaboradores (Bekin, 2004).

Desse modo, a CI com alta qualidade, torna comuns as mensagens que têm por objetivo motivar, estimular, diferenciar, promover, premiar e agrupar os colaboradores, juntamente com os valores, missão e visão de futuro, sendo mediados pela gestão, que proporcionará condições para que haja uma comunicação eficiente (Nassar, 2006).

Ademais, a CI promove um maior envolvimento entre os colaboradores, tanto com seu trabalho, quanto com os colegas; e, faz com que eles ampliem sua visão sobre a empresa. A

ISBN: 978-65-89165-30-9

partir do momento que o colaborador conhece melhor seu ambiente de trabalho e qual o papel que deve desempenhar na organização, suas funções são exercidas com mais eficiência e, consequentemente, aumenta a produtividade (Casado, 2002). Ela atua também como uma estratégia fundamental para além da retenção de capital intelectual; e é vista como uma meio capaz de promover a participação de todos os que estão inseridos na estrutura organizacional.

Este estudo se justifica por descrever e analisar os impactos causados pela comunicação interna durante o processo de engajamento dos colaboradores. Nesta pesquisa, a problemática consiste em questionar ‘quais são os impactos que a comunicação interna gera no processo de engajamento dos colaboradores’.

Para o alcance da confirmação ou refutação da ideia proposta, a pesquisa tem como objetivo geral: ‘analisar como a comunicação interna aplicada nas organizações pode ser eficaz na promoção do engajamento dos colaboradores’ e, os seguintes objetivos específicos: a) identificar quais são as principais estratégias de comunicação interna utilizada pelas organizações; b) descrever como os resultados da comunicação interna promovem o engajamento dos colaboradores nas organizações; e, c) analisar o impacto das estratégias de comunicação interna por meio da percepção e *feedbacks* dos colaboradores.

A função da CI na área de administração é relevante tanto na teoria quanto na prática. Ela não apenas facilita a disseminação de informações dentro da organização, mas também promove a coesão, a eficiência e um ambiente de trabalho saudável. Teoricamente, a compreensão da comunicação interna ajuda os gestores a entenderem como melhorar a coordenação e a colaboração entre equipes, além de fortalecer a cultura organizacional.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para o desenvolvimento deste artigo foi utilizado o método de abordagem qualitativa, com revisão bibliográfica. O método qualitativo é utilizado para investigar a história, as relações, as representações, as crenças, as percepções e as opiniões, que são resultados das interpretações feitas pelos seres humanos sobre suas vidas, a construção de seus artefatos, a sua própria existência, bem como seus sentimentos e pensamentos.

A pesquisa bibliográfica procurar solucionar o problema via análise de referências teóricas publicadas, com a coleta de informações para examinar e debater as diversas contribuições científicas sobre o tema em questão. As bases de busca de dados utilizadas incluem a *Scientific Electronic Library Online* (*SciELO*) e a Revista Cientifica Multidisciplinar e Revista FAE. As pesquisas foram conduzidas em combinações dos

ISBN: 978-65-89165-30-9

descritores: ‘Comunicação Interna’; ‘Engajamento dos colaboradores’; ‘Processo da comunicação interna’; e, ‘Estratégias da comunicação interna’.

Durante as buscas nas plataformas indexadoras, foram encontrados números significativos de artigos: 48.30780.000 relacionados à ‘Comunicação Organizacional’. Com a delimitação das palavras de busca, foram identificados 15.600.000 artigos pertinentes à ‘Comunicação Interna’. A buscar por ‘Engajamento dos Colaboradores’ foram encontrados 4.690.000 artigos. Quando pesquisado por ‘Processo da Comunicação Interna’ foram encontrados 32.400.000. Em ‘Estratégias da comunicação interna’, 4.210.000 artigos. Seguindo os critérios de inclusão dessa pesquisa, foram selecionados 40 artigos que atenderam às especificidades da pesquisa.

A justificativa para a coleta dos dados fundamenta-se na relevância social das pesquisas voltadas para o tema, destacando sua contribuição significativa. Inicialmente, a análise seguiu um foco, com leituras dos materiais selecionados para a identificação padrão dos temas e conceitos relevantes. A delimitação temporal baseou-se nos conceitos pertinentes ‘A importância da Comunicação Interna’, a partir de 1949. Além disso, a abordagem relacionada aos impactos e ao engajamento dos colaboradores considerou avanços até o ano de 2023.

3 COMUNICAÇÃO INTERNA E A SUA RELEVÂNCIA PARA AS ORGANIZAÇÕES

A palavra comunicação vem do latim *communicare*, que quer dizer pôr em comum, conviver. Esse conceito implica em compartilhar sentimentos, ideias, gestos entre duas ou mais pessoas.

Na Pré-história, até 18.000 a.C., quando os seres humanos passaram a viver em sociedade, eles reconheceram o poder da comunicação, desenvolvendo linguagens por meio de sons, gestos, cores e desenhos. O objetivo principal era transmitir uma mensagem e, que esta, fosse entendida (Manesco, 2013).

A comunicação é essencial para qualquer indivíduo, tão comum que muitas vezes não refletimos sobre como falamos nem a respeito do que se diz. Ela é o principal meio pelo qual as pessoas se relacionam na partilha de sentimentos, experiências e ideias e disseminar conhecimento. Neste sentido, a comunicação tornou-se fundamental para a compreensão mútua nas relações humanas. Além disso, no âmbito organizacional, a comunicação interna, como o conjunto de ações que a organização coordena com o objetivo de ouvir, informar, mobilizar, educar e manter coesão interna em torno de valores que precisam ser reconhecidos

ISBN: 978-65-89165-30-9

e compartilhados por todos, e que podem contribuir para a construção de boa imagem pública (Curvello, 2012).

No cenário do mundo altamente competitivo e inovador, a comunicação interna é fundamental para agregar valor às organizações. É essencial que os colaboradores e parceiros estejam plenamente cientes de suas responsabilidades e comprometidos com a missão e a visão da empresa. Assim a organização pode alcançar sucesso e resultados esperados no planejamento.

A transmissão de uma mensagem no ambiente organizacional tem por função criar uma imagem de credibilidade para a empresa, de modo a possibilitar uma interação eficaz entres as partes envolvidas. Contudo, ela não deve apenas fornecer ao público interno informações relativas sobre os negócios, mas também sobre o que ocorre no ambiente externo. Além disso, ela atua como um fator humano nas relações organizacionais, consolidando a imagem da empresa junto aos *stakeholdes* (público estratégico ou grupo de interesse), essencial para os resultados dos negócios.

Para lidar com pessoas, é fundamental ter uma boa comunicação, para que os resultados sejam alcançados eficientemente. Dessa forma, a comunicação deve fazer parte da identidade da organização, de suas metas e objetivos para representar da melhor forma sua imagem no mercado (Lacombe, 2011). Ademais, ressalta-se a necessidade de avaliar os resultados da organização de forma tangível, via comunicação fluida e integra (Santos, 1989).

Diante do contexto apresentado sobre a CI, destaca-se que o sucesso de uma organização, entre outras variáveis, vai depender diretamente da comunicação entre os gestores e sua equipe. As atitudes se revelam tanto nos conteúdos quanto nos meios e formas de expressão. Nas organizações, a comunicação toma várias direções de acordo com os objetivos que se deseja alcançar; e eles é que vão determinar quais meios serão utilizados (Cavalcante, 2008).

Uma organização depende muito do envolvimento dos seus gestores e colaboradores para ser eficaz. A partir do momento em que há uma comunicação mais apropriada, eles conhecerão melhor a empresa onde trabalham, e saberão como desempenhar melhor sua função, proporcionando êxito para a organização, e para o seu crescimento pessoal.

A respeito da eficiência da comunicação, ela é baseada em nove elementos essenciais: emissor, codificação, mensagem, mídia, decodificação, receptor, resposta, *feedback* e ruído. Quando um desses elementos não é adequadamente considerado, o processo de comunicação pode ser disfuncional e acarretar problemas que prejudicam os objetivos e resultados da empresa. Pode-se considerar uma comunicação disfuncional quando ocorre falha nas quatro

ISBN: 978-65-89165-30-9

funções básicas da comunicação: controle, motivação, expressão emocional e informação (Morais; Emboava, 2015).

Existem quatro tipos de *feedbacks:* positivo: seu objetivo é fortalecer as qualidades ou ações de uma pessoa; *feedback* corretivo: focado na alteração de um comportamento específico sem rotular a pessoa, concentrando-se no comportamento. Deve se tomar cuidado para que não se torne um *feedback* ofensivo, que pode gerar o efeito contrário fazendo com que a pessoa se afaste e não tenha uma mudança positiva. E por último o *feedback* vago que falha em fornecer informações suficientes e não deixa claro seu objetivo (Williams, 2013).

4 PROCESSO DA COMUNICAÇÃO

O Processo da comunicação permite a troca de informações e promove o relacionamento entre os indivíduos. As organizações são formadas por pessoas e é impossível conceber sua existência sem comunicação, fator indispensável para qualquer operação (Bowditch; Buono, 1992).

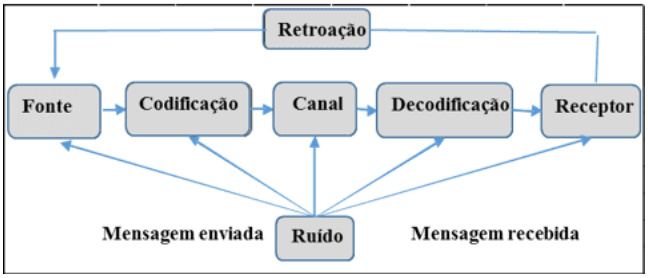
A percepção do indivíduo é importante no processo de comunicação, visto a maneira própria de a pessoa perceber a realidade. Para que uma estratégia de comunicação alcance seu objetivo é necessário ter, ao menos, uma noção de como a mensagem chegará até seu destinatário, ou seja, se o receptor irá compreender o que foi comunicado (Tomasi; Medeiros, 2007).

Ressalta-se que a comunicação é uma mensagem que geralmente envolve conteúdos intelectuais e emocionais, vista como um fluxo de informações, bidirecional, envolvendo um emissor e um receptor (Lacombe, 2011).

Para melhor compreensão acerca da comunicação, é necessário conhecer seus componentes. Conforme apresentado por Carvalho, Nascimento e Serafim (1995), esses componentes são: a) emissor: a fonte primária da mensagem comunicada; b) mensagem: o conteúdo da comunicação transmitida; c) código: a estrutura que possibilita a composição da mensagem, sendo a linguagem humana o código mais predominante, suas regras e símbolos definidos; d) canal: o meio físico utilizado pelo emissor para transmitir a mensagem ao receptor; e, e) Receptor: destinatário inicial da mensagem, responsável por decodificá-la idealmente, fornece a reposta esperada pelo emissor.

Eis uma representação de como funciona o processo da comunicação:

ISBN: 978-65-89165-30-9



Fonte: Chiavenato, 2014, p. 208 (Adaptado pela autora).

O receptor analisa a mensagem com base em três componentes: *literal*; *situacional*; e, *interpretativo*. O *literal* diz respeito à capacidade das palavras de evocarem significados, exigindo um sistema de codificação comum; o componente *situacional* envolve os lugares, tempos e pessoa que participam da situação, sem haver correspondência automática entre palavras, sensações e condições nas quais as palavras são expressas ou ouvidas que causam as sensações. O componente *interpretativo* requer um confronto com as estruturas de representações, intenções e esquemas cognitivos para liberar um significado (Genelot, 2001).

É essencial lembrar que a credibilidade e a integridade do emissor são fundamentais para evitar desconfiança na mensagem transmitida. No processo de comunicação, podem surgir interferências, como a má compreensão do receptor ao receber a informação e a não eficácia do emissor em transmitir a mensagem. Essas interferências podem criar barreiras, que dificultam a transmissão precisa da mensagem ao receptor, resultando distorções (Stoner; Freeman, 1999).

Quando os sinais chegam ao receptor, todo um processo cognitivo é ativado para gerar um significado interpretativo desses sinais. O processo de comunicação ocorre sempre no universo simbólico e social do receptor, que é formado pelas atividades, pelo ambiente social e pelas estruturas organizacionais. Em última instância, é o receptor quem determina o significado da comunicação (Genelot, 2001).

Existem barreiras que atrapalham a comunicação, como a sobrecarga de informações, situação em que há mais informações do que a capacidade de ordená-las ou utilizá-las. Os diferentes tipos de informações estão de acordo com nosso conceito e tendem a ser recebidas e aceitas de imediato. Outra barreira são as fontes de informações, como pessoas que têm credibilidade maior em comparação a outras. A localização física e as distrações ocorrem quando uma proximidade física entre o transmissor e o receptor influencia na eficácia da mensagem (Bowditch; Buono, 1992).

Outro fator que dificulta a comunicação é o ruído, como por exemplo, interferências no sistema que impedem o entendimento claro. O ruído pode ser qualquer coisa que interfira

ISBN: 978-65-89165-30-9

na atenção do emissor e ou receptor. A poluição sonora ou visual atrapalha a boa percepção do que é transmitido dentro do ambiente organizacional, distorcendo o resultado da mensagem (Bateman; Snell, 1998). O ruído é visto como algo que diminui, interrompe e interfere na comunicação. Ele também pode distorcer a compreensão, contudo, é papel dos gestores eliminá-lo a um nível em que a comunicação possa ocorrer de forma eficaz (Stoner; Freeman, 1999).

Em geral, a comunicação eficaz ocorre quando há concordância entre a codificação e a decodificação; e quando existe a redução de ruídos na transmissão por meio de um sistema de retroalimentação. Todavia, alcançar essa condição não é tão simples. Mesmo que sinais sejam transmitidos adequadamente, não há garantia de que o significado foi transmitido com total eficácia.

Para avaliar a eficácia da comunicação, é fundamental o uso do *feedback*. Por meio dele, é possível verificar se as mensagens estão alcançando os resultados desejados (Silva; Dancini, 2023). A comunicação só irá existir, se o receptor indicar ao emissor que recebeu a mensagem.

O objetivo do *feedback* é promover a conscientização e a compreensão mútua, aprimorando o relacionamento e desempenho conjunto. Ele tem como função avaliar tanto a emissão quanto o recepção da informação. O retorno fornecido permite que o emissor avalie a eficácia da transmissão da mensagem e identifique possíveis falhas, possibilitando a correção necessária.

De maneira em geral, conhecer o processo da comunicação se torna fundamental para o entendimento e para a influência da cultura organizacional. A comunicação permeia a organização em todos os aspectos. O conhecimento dos processos da comunicação e a capacidade de identificar seus canais formais e informais pelos quais tais processos circulam são necessários para que as mudanças nas organizações ocorram de maneira eficaz (Braga; Marques, 2008).

A comunicação é monitorada por meio de duas redes: formal e informal. De fato, essas redes processam informações de maneiras distintas; elas se adaptam prontamente a projetos e situações diferentes. As redes formais seguem uma estrutura vertical conforme a empresa ou instituição, e refletem a cadeia de autoridade estabelecida por Lei. Redes informais fluem em qualquer direção e, frequentemente, cruzam e ultrapassam os níveis de autoridade prescritos (Robbins, 2014).

ISBN: 978-65-89165-30-9

O sistema formal de comunicação consiste nos canais e meios estabelecidos pela organização e o sistema informal se desenvolve com base nas relações sociais dentro da organização (Simon, 1979).

A comunicação é vista como uma função estratégica das em empresas, com os objetivos de influenciar positivamente ou negativamente a imagem da organização perante seus consumidores e colaboradores se não for aplicada da forma correta. Ela representa a principal meio de relacionamento entre a empresa e os diversos públicos da organização (Tomasi; Medeiros, 2007).

5 ESTRATÉGIAS DA COMUNICAÇÃO INTERNA

Ao delinear a estratégia de comunicação e da própria organização, que se complementam, todas as perspectivas são relevantes: a visão não se deve limitar apenas aos projetos e planos existentes ou planejados, mas sim, em compreender: as pessoas; a relação que se estabelece entre elas; a topografia física da organização; os instrumentos ou equipamentos; e, os recursos financeiros (Baldissera, 2004).

Como parte da cultura organizacional, a comunicação assume uma dimensão estratégica que modifica muito lentamente os limites de seus principais elementos. Não se limita ao espaço de produção de instrumento de comunicação. A dimensão de estratégias de comunicação é muito mais ampla, e inclui tudo que está ligado à posição social da organização, como o clima e suas relações institucionais. Uma estratégia de comunicação pode ser classificada como um aspecto integral de uma estratégia global, e, em sua formulação mais radical, é possível argumentar que a comunicação é de fato uma entidade única, ou seja, a comunicação é a organização ou a organização é a comunicação e, portanto, os dois processos são isomórficos.

No cenário competitivo, a comunicação sem compromisso estratégico, dificilmente conseguirá legitimar-se, arriscando-se a ficar irrelevante e proporcionar pouco ou nenhum valor para estratégia global da organização. Diante disso, a comunicação deixa de ser vinculada a um só órgão, setor ou departamento. Torna-se responsabilidade de toda a organização integrar-se de forma definitiva à gestão estratégica (Cardoso, 2006).

Existe uma abordagem integrada entre a estratégia organizacional e a estratégia da comunicação, ressaltando a evolução contínua do conceito de estratégia ao longo das ultimas décadas. Essa evolução foi influenciada pela crescente complexidade, incertezas e desafios no ambiente organizacional. A transição de uma visão estratégica planejada para uma abordagem

ISBN: 978-65-89165-30-9

gerencialmente estratégica e, posteriormente, para uma postura mais reativa representa uma mudança significativa. Essa prática reconhece a importância da comunicação no contexto gerencialmente estratégico (Genelot, 2001).

A comunicação organizacional e a comunicação estratégica não se limitam apenas a abordagens de metas, mas também são aplicadas à escala pessoal, humana (Oliveira 2018). Para reter novos talentos, é necessário que haja perspectivas: a individual, que está relacionada ao profissional e a organizacional. Isso envolve a adoção de política e estratégias que façam com que o colaborador deseje permanecer na empresa. É necessário considerar suas necessidades individuais do colaborador e os interesses da organização. Isso inclui, fatores atrativos como salários, benefícios, oportunidades de crescimento profissional, transparência na comunicação e participação nos processos organizacionais (Nakashima, 2003).

Contudo, a comunicação organizacional é uma junção das ações coordenadas pelas organizações com o objetivo de compreender, informar, mobilizar, educar e manter um alinhamento interno, criando harmonia no ambiente de acordo com os valores organizacionais que devem ser reconhecidos e compartilhados com todos. Dessa maneira, será transmitida boa imagem pública da organização (Morais; Emboava, 2015). Cabe destacar ainda que os principais recursos utilizados são: murais, caixas de sugestão, boletins informativos, cartazes, eventos, rádio interna, TV interna e intranet (páginas, sites e portais) (Cavalheiro; Alves 2018).

6 ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO INTERNA E ENGAJAMENTOS DE COLABORADORES

A partir do século XX, as empresas começaram a se conscientizar da importância do cliente interno (colaboradores) para a organização, percebendo que não é apenas a remuneração econômica que pode causar desmotivação, mas também a qualidade das relações dos colaboradores dentro da empresa (Lacombe; Heilborn, 2003).

Neste sentido, a comunicação interna é um elemento que contribui neste cenário, pois ela atua como elo entre gestores e colaboradores ao viabilizar que a gestão unifique as mensagens destinadas a motivar, estimular, valorizar, diferenciar, premiar e integrar os membros de uma organização (Nassar, 2006).

Apesar desses esforços, problemas organizacionais tornaram-se uma preocupação para os gestores, levando a uma mudança de postura. Mediante a importância da comunicação que

ISBN: 978-65-89165-30-9

passou a ser direcionada para os colaboradores, surgiu o conceito de *endomarketing*, e tais colaboradores passaram a serem considerados os clientes mais importantes da empresa. Isso inclui a atribuição de responsabilidades, a introdução de ferramentas de trabalho inovadora para promover o crescimento da empresa e, consequentemente, oferecer um diferencial aos consumidores externos, o que resulta em uma gestão aprimorada (Kotler, 1998).

O *endomarketing*, também conhecido como *marketing institucional* interno, refere-se ao conjunto de estratégias e ações institucionais voltadas para o público interno, incluindo empregados, revendedores, acionistas, colaboradores, dentre outros (Michelis, 2020). Essa abordagem gera a satisfação do colaborador, primordial para o sucesso da organização. Colaboradores que se sentem valorizados e reconhecidos tendem a ser mais produtivos e comprometidos com a organização. Além disso, a implementação do *endomarketing* aumenta o valor de mercado da empresa, já que a satisfação dos colaboradores reflete positivamente em sua imagem geral (Silva, 2014).

O engajamento de um colaborador é definido como o compromisso emocional que ele tem com a organização e seus objetivos. Essa definição reflete bem o estado de compromisso em que o colaborador alinha seus objetivos pessoais com os da organização. Quando esse estado é alcançado, o esforço para atingir os objetivos da organização não é motivo por ordens de líderes, remuneração ou perspectiva de promoção, mas sim pelo próprio compromisso emocional.

De forma complementar, motivação e engajamento são conceitos distintos, embora os dois termos sejam frequentemente usados como sinônimos. A motivação é essencialmente impulsionada por fatores internos, pessoais e intransferíveis, e o engajamento é guiado pela motivação interna, assim como pela paixão, entusiasmo, senso de realização e outros fatores externos que influenciam a satisfação das pessoas diante dos desafios no trabalho.

Em geral, a comunicação interna eficaz promove um clima positivo e dinâmico, gerando valor e credibilidade para empresa. Com isso, os colaboradores se sentem valorizados e respeitados, passando a valorizar o pensamento coletivo em vez do individual (Cenerini, 2009). Uma das maneiras de motivar a equipe de trabalho de uma empresa é mantê-la sempre informada sobre os novos conhecimentos adquiridos fora da organização e sobre tudo o que acontece internamente. A comunicação interna prioriza principalmente a motivação dos colaboradores, contribuindo para o desenvolvimento e a manutenção de um clima favorável, apropriado ao cumprimento das metas estratégicas da organização, ao crescimento contínuo de suas atividades e serviços, e a expansão de suas linhas de produtos.

ISBN: 978-65-89165-30-9

Quando as empresas compartilham suas metas, realidade e possibilidade de ganhos com os colaboradores despertam neles um senso de responsabilidade pelo sucesso do negócio, fazendo com que se sintam valorizados como se fossem os próprios donos da empresa. O diferencial para o sucesso, por meio da comunicação, será alcançado quando os colaboradores deixarem de ser vistos como funcionários e forem tratados como verdadeiros aliados do negócio.

É importante ressaltar que o fator determinante para alcançar o engajamento dos colaboradores é capacitação da liderança. O que motiva as pessoas a irem trabalhar todos os dias é a oportunidade de conviver com líderes que admiram (Brum, 2017).

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme apresentado neste estudo, a comunicação é um dos principais elementos que podem atuar como restrição nos processos de mudança, mas que inversamente pode ser facilitador e é determinante para a efetividade desses processos. Um sistema de comunicação interna, desenvolvido e implementado de forma alinhada às políticas e estratégias da organização, significa diferenciá-la pela capacidade de executar suas tarefas.

As conexões disponíveis e a abundância de informações neste mundo globalizado exigem que as organizações reposicionem seus processos de comunicação. Esses processos precisam ser mais dinâmicos para capacitar os colaboradores a formularem soluções de maneira rápida e inovadora, além de promover o engajamento dos colaboradores nos propósitos organizacionais.

Nesse contexto, é necessário que existam estratégias que impeçam a ocorrência de ruídos dentro da organização, e sim, que a comunicação aconteça de maneira eficiente. O uso eficaz da comunicação interna familiariza os colaboradores com a realidade da empresa, o que contribui para uma relação transparente. O ambiente de confiança faz com que os colaboradores se sintam mais motivados, resultando em benefícios para a organização, tais como: aumento da produtividade; capacidade de solucionar problemas ou crises de forma proativa; entender melhor os valores e os propósitos da empresa; e, resolver os conflitos diários.

Com este estudo, foi possível identificar as principais estratégias de comunicação interna, e sua relevância para fomentar o engajamento dos colaboradores. Assim, espera-se que esta discussão apresentada seja útil para que gestores e colaboradores reflitam sobre o

ISBN: 978-65-89165-30-9

quanto a comunicação interna pode ser um elemento estratégico essencial para o desempenho da organização e do seu pessoal.

Por fim, constatou-se a necessidade de mais investigações com abordagens de diferentes objetos de estudo acerca do tema 'Comunicação organizacional interna e externa'. No entanto, as referências aqui encontradas dão uma noção da relevância do assunto, neste início de século XXI.

REFERÊNCIAS

BALDISSERA, R. **Imagem-conceito:** anterior à comunicação, um lugar de significação. Porto Alegre, 2004. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - PUC-RST. Disponível em: http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/94256908453124198706565740214041525568.pdP. Acesso em: 27 abr. 2024.

BATEMAN, Thomas S.; SNELL, S. A. **Administração:** construindo vantagem competitiva. São Paulo: Atlas, 1998. Disponível em: file:///C:/Users/K-info/Downloads/adm-construindo-vantagem-competitiva_compress.pdf. Acesso em: 2 maio 2024.

BEKIN, S. F. Endomarketing: **Como praticá-lo com sucesso**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004. Disponível em: file:///C:/Users/Click/Downloads/47-Artigo-693-1-10-20190716.pdf. Acesso em: 17 abr. 2024.

BOWDITCH, J. L.; BUONO, A. F. **Elementos de comportamento organizacional**. Tradução de Jose Henrique Lamendorf. São Paulo: Pioneira, 1992. Disponível em: https://www.nucleodoconhecimento.com.br/administracao/comunicacaointerna#google_vignette. Acesso em: 20 mar. 2024.

BRAGA, C. D.; MARQUES, A. L. Comunicação e mudança: a comunicação como elemento facilitador do processo de mudança organizacional. **Revista da FAE**, Curitiba, v. 11, n. 1, p. 10 e 14, 2008. Disponível em: https://revistafae.fae.edu/revistafae/article/view/254/173. Acesso em: 27 abr. 2024.

BRUM, Analisa de Medeiros. **Endomarketing estratégico**: Como transformar líderes em comunicadores e empregados em seguidores. São Paulo: Integrare, 2017. Disponível em: https://recima21.com.br/index.php/recima21/article/view/3244/2320. Acesso em: 20 maio 2024.

BUENO, W. da C. **Comunicação empresarial**. Teoria e pesquisa. 2003. Disponível em: file:///C:/Users/Kinfo/Downloads/sandi,+12Um+olhar+sobre+o+processo+de+comunica%C3%A7%C3%A3o_resenha+julio.pdf. Acesso em: 16 maio 2024.

CARDOSO, O. O. **Comunicação empresarial *versus* comunicação organizacional**: novos desafios teóricos, 2006. Disponível em: https://www.scielo.br/j/rap/a/Wzm35MwM3s5ntxL3GqPnrsF/abstract/?lang=pt. Acesso em: 20 mar. 2024.

ISBN: 978-65-89165-30-9

CARVALHO, A. V; NASCIMENTO, L. P.; SERAFIM, O. C. G. **Administração de recursos humanos**. 2. ed. São Paulo: Pioneira, 1995. Disponível em: https://issuu.com/cengagebrasil/docs/9788522112845/1. Acesso em: 6 fev. 2024.

CASADO, T. **As pessoas na organização**. São Paulo: Gente, 2002. Disponível em: https://www.nucleodoconhecimento.com.br/administracao/comunicacaointerna#google_vignette. Acesso em: 15 mar. 2024.

CAVALCANTE, S. M. **Gestão da comunicação organizacional**: conhecendo as ferramentas e suas aplicabilidades. João Pessoa: [s.n.], 2008. Disponível em: https://pt.scribd.com/document/425687886/CAVALCANTE-Shirley-Gestao-DComunicacao-Organizacional-Conhecendo-as-Ferramentas-e-Suas-Aplicabilidades. Acesso em: 19 maio 2024.

CAVALHEIRO, R. de F.; ALVES, A. da S. **Comunicação integrada organizacional**. Renato de Faria Cavalheiro, Alexandra da Silva Alves. Londrina: Editora e Distribuidora Educacional S.A., 2018. 200 p. Disponível em: http://cm-kls-content.s3.amazonaws.com/201802/INTERATIVAS_2_0/COMUNICACAO_INTEGRADA_ORGANIZACIONAL/U1/LIVRO_UNICO.pdf. Acesso em: 19 maio 2024.

CENERINI, V. **As ferramentas da comunicação interna**: um estudo sobre os veículos de comunicação nas organizações. 54 f. Trabalho acadêmico (graduação) – CESUMAR - Centro Universitário de Maringá, 2009. Disponível em: https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos15/13422124.pdf. Acesso em: 14 mar. 2024.

COSTA, D. **Não existe gestão sem comunicação**. Rio Grande do Sul: Dublinense, 2022. Disponível em: https://books.google.com.br/books?id=OGFaEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=ptBR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false. Acesso em: 28 abr. 2024.

CURVELLO, J. J. A. **Comunicação interna e cultura organizacional**. Brasília: Casa das Musas, 2012. Disponível em: http://www.acaocomunicativa.pro.br/Livro/LivroComIntCultOrg2012-EBook.pdf. Acesso em: 29 abr.2024.

GENELOT, D. ***Manager dans la complexité reflexions à l'usage des dirigents***. 3. ed. Paris: Insep Consulting, 2001. Disponível em: https://www.consultingnewsline.com/Info/Attach%E9%20Case/Livres/2011_Cplxt_141157_INT_extrait.pdf. Acesso em: 7 fev. 2024.

KOTLER, P. **Administração de marketing**: análise, planejamento, implementação e controle. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/7519481/mod_resource/content/0/Administrac%CC%A7a%CC%83o%20de%20Marketing%2015%C2%AA%20Edic%CC%A7a%CC%83o_compressed.pdf. Acesso em: 30 mar. 2024.

KUNSCH, M. M. K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 4. ed. São Paulo: Summus, 2003. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5206845/mod_resource/content/1/Kunsch_Cap%C3%ADtulo%205.pdf. Acesso em: 23 fev. 2024.

ISBN: 978-65-89165-30-9

LACOMBE, F. J. M. **Recursos humanos**: princípios e tendências. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2011. Disponível em: https://www.academia.edu/37190573/Lacombe_F_J_M_2011_Recursos_Humanos_princ%C3%ADpios_e_tend%C3%AAncias_2a_ed_S%C3%A3o_Paulo_Saraiva. Acesso em: 11 abr. 2024.

LACOMBE, F. J. M.; HEILBORN, G. L. J. **Administração**: princípios e tendências. São Paulo: Saraiva, 2003. Disponível em: https://atualiza.aciaraxa.com.br/ADMarquivo/arquivos/arquivo/administra%C3%A7%C3%A3o%20princ%C3%ADpios%20e%20tend%C3%AAncias.%20pdf.pdf. Acesso em: 22 abr. 2024.

MANESCO, M. **A importância da comunicação para as empresas**. Artigo publicado em: 01 ago. 2013. Disponível em: http://www.racecomunicacao.com.br/blog/a-importancia-da-comunicacao-para-as-empresas. Acesso em: 11 abr. 2024.

MICHELIS, D. **Endomarketing**. Dicionário Online de Português. São Paulo: Michelis, 2020. Disponível em: https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/marketing/. Acesso em: 20 maio 2024.

MORAIS, A. V. de; EMBOAVA, J. N. **A importância da comunicação interna nas organizações**. Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade do Vale do Paraíba, 2015. Disponível em: https://www.nucleodoconhecimento.com.br/saude/promocao-da-qualidade. Acesso em: 7 abr. 2024.

NAKASHIMA, S. R. **Retenção de talentos e sua importância na gestão de recursos humanos**. 2003. Disponível em: https://iesfma.com.br/wp-content/uploads/2023/05/RETENCAODETALENTOS-e-sua-importancia-na-gestao-de-recursos-humanos.-SILVA-Lidia-de-Sousa.-2021.pdf. Acesso em: 20 fev. 2024

NASSAR, P. **Tudo é comunicação**. São Paulo: Lazuli Editora, 2006. p. 128. Disponível em: https://www.amazon.com.br/Tudo-É-Comunicação-Paulo-Nassar/dp/8589052680. Acesso em: 29 abr. 2024.

OLIVEIRA, I.; PAULA, C. **O que é comunicação estratégica nas organizações?** São Paulo, 2007. Disponível em: https://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2014/11/GT2-Oliveira-Paula.pdf. Acesso em: 10 maio 2024.

ROBBINS, S. P. **Fundamentos do comportamento organizacional**. Editorial Pearson Education do Brasil S.A., capa mole em português, 2014. Disponível em: https://www.bing.com/search?pglt=43&q=ROBBINS%2C+S.+P.+Fundamentos+do+Comportamento+Organizacional. Acesso em: 3 maio 2024.

SANTOS, B. S. **Introdução a uma ciência pós-moderna**. Rio de Janeiro: Graal, 1989. Disponível em: https://www.boaventuradesousasantos.pt/pages/pt/livros/introducao-a-uma-ciencia-pos-moderna.php. Acesso em: 29 abr. 2024.

SILVA, Adrian Henrique da; DANCINI, Marcel. **Endomarketing como missão no engajamento**. 2023. Disponível em:

ISBN: 978-65-89165-30-9

https://recima21.com.br/index.php/recima21/article/view/3244/2320. Acesso em: 29 maio. 2024.

SILVA, Raimunda da. **A importância da comunicação interna nas organizações**: um estudo no SEBRAE em Pombal - PB. 2014. Disponível em: https://dspace.bc.uepb.edu.br/jspui/bitstream/123456789/3851/1/PDF%20-%20Raimunda%20da%20Silva.pdf. Acesso em: 30 abr. 2024.

SIMON, H. **Comportamento Administrativo**. Rio de Janeiro: FGV, 1979. Disponível em: https://issuu.com/thaitroglo/docs/simon._comportamento_administrativo. Acesso em: 15 abr. 2024.

STONER, J. A. F.; FREEMAN, R. E. **Administração**. Rio de Janeiro: LTC, 1999. Disponível em: file:///C:/Users/K-info/Downloads/Stoner_Administracao.pdf. Acesso em: 29 maio 2024.

TOMASI, C.; MEDEIROS, J. B. **Comunicação empresarial**. São Paulo: Atlas, 2007. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5113303/mod_resource/content/2/Aula%207a.pdf. Acesso em: 15 maio 2024.

WILLIAMS, Richard L. **Preciso saber se estou indo bem** [recurso eletrônico]: uma história sobre a importância de dar e receber *feedback*. Tradução de Antonio Evangelista de Moura Filho. Rio de Janeiro: Sextante, 2013. Disponível em: https://img1.wsimg.com/blobby/go/e5717ba3-3236-4813-821c-e1598c44c220/downloads/Preciso%20saber%20estou%20indo%20bem.pdf?ver=1706056649285. Acesso em: 25 fev. 2024.

ISBN: 978-65-89165-30-9

IMPORTÂNCIA DA CONTROLADORIA PARA O SUCESSO DA GESTÃO EMPRESARIAL

IMPORTANCE OF CONTROLLERSHIP FOR SUCCESSFUL BUSINESS MANAGEMENT

Andressa Souza da Silva Amorim

Cristiano José Moura Marques

Resumo: Este trabalho aborda a relevância da controladoria como essencial para uma gestão empresarial de sucesso. Através de uma revisão bibliográfica qualitativa, busca-se aprofundar o entendimento sobre a importância da controladoria nas empresas. A pesquisa mostrou que, a necessidade de controlar o patrimônio e adaptar-se às mudanças do mercado impulsionou o surgimento e a evolução da controladoria como uma ferramenta estratégica para as organizações. A controladoria surgiu com a missão de ajudar as empresas nesse processo, através da implantação de métodos eficazes que alcançam os objetivos empresariais. O *controller*, profissional capacitado da área, fornece todo o suporte necessário que os gestores precisam para tomar decisões estratégicas. A pesquisa também explora as principais práticas e ferramentas utilizadas pela controladoria para garantir que decisões sejam tomadas com precisão pela administração da organização. Ao final, o trabalho evidencia o impacto da controladoria na competitividade e solidez empresarial, destacando sua relevância para o sucesso em longo prazo.

Palavras-chave: controladoria; tomada de decisão; empresas; gestores.

Abstract: *This paper addresses the relevance of the controllership as essential for successful business management. Through a qualitative literature review, the aim is to deepen the understanding of the importance of the controllership in companies. The research showed that the need to control assets and adapt to market changes drove the emergence and evolution of the controllership as a strategic tool for organizations. The controllership emerged with the mission of helping companies in this process, through the implementation of effective methods that achieve business objectives. The controller, a qualified professional in the area, provides all the necessary support that managers need to make strategic decisions. The research also explores the main practices and tools used by the controllership to ensure that decisions are made accurately by the organization's management. In the end, the paper highlights the impact of the controllership on business competitiveness and solidity, highlighting its relevance for long-term success.*

Keywords: *controllership; decision making; companies; managers.*

1 INTRODUÇÃO

A história da contabilidade é tão antiga quanto à da civilização, porque foi a organização econômica das sociedades que deu origem à necessidade de administrar e

ISBN: 978-65-89165-30-9

controlar a riqueza. Dessa forma, desde as primeiras civilizações, os egípcios se destacaram como os precursores da prática contábil, até a época colonial, a contabilidade foi utilizada para controlar o patrimônio (Leite *et al*., 2014).

Com o desenvolvimento do comércio, aumentam as relações econômicas, levando ao surgimento dos pequenos e grandes comerciantes e assim criando a necessidade de registrar as transações feitas por eles. Nesse contexto, surgiram os guarda-livros (como eram chamados os contadores), responsáveis por esses registros (Leite *et al*., 2014).

Naquela época, sem a existência de instituições de ensino superior, era necessário ir às aulas de comércio, para que pudessem adquirir conhecimentos contábeis para administrar as demandas econômicas do país. À medida que o mundo evoluía, surgiram disciplinas que agregaram no desenvolvimento da contabilidade, como o direito, a administração, a matemática e a economia, que ampliaram sua aplicabilidade (Leite *et al*., 2014).

Com o desenvolvimento social do século XV, surge a Contabilidade Moderna, introduzindo a ela o método das partidas dobradas de Luca Pacioli, o mesmo envolve o registro simultâneo de débitos e créditos, assegurando a confiabilidade nos registros contábeis. Consequentemente, as práticas que moldaram a maneira como gerenciamos as atividades econômicas até os dias de hoje consolidaram-se, mostrando que as inovações do passado continuam a influenciar nosso presente e futuro.

Como é amplamente reconhecida, a contabilidade é crucial para avaliar a estabilidade financeira de uma entidade, serve como base para as análises contábeis (Mattes; Dalongaro; Wesz, 2018). Mas para ser útil e efetiva, a informação contábil precisa ser fidedigna, somente por meio de relatórios precisos é possível avaliar a saúde financeira da entidade, identificar quais são os problemas enfrentados, auxiliar na tomada de medidas corretivas e no planejamento de ações que garantam seu crescimento e sustentabilidade em longo prazo.

Além disso, para agregar valor ainda mais à rotina de negócios, a controladoria torna-se essencial. Ela opera como um instrumento fundamental para a gestão e monitoramento de gastos, permite que a empresa atinja sua eficácia organizacional, a tomada de decisões assertivas e a manutenção tanto na consistência quanto na transparência em suas informações financeiras. Isto porque a controladoria é baseada em planejamento, controle e informações contínuas relevantes (Neves Júnior; Gomes, 2018).

Diante do exposto sobre controladoria, pode ser percebida a importância de um controle interno eficaz. Outra constatação que se pode se perceber é que, sem informações adequadas, relevantes e precisas, não há como mensurar os resultados, induzindo a um controle operacional ineficiente (Neves Júnior; Gomes, 2018).

ISBN: 978-65-89165-30-9

É importante considerar que o controle empresarial não se limita apenas a parte "burocrática", ele integra todos os setores da empresa, avaliando o desempenho geral e impulsionando a melhoria das funções e departamentos, além disso, ajuda a alinhar os colaboradores com a cultura organizacional, motivando-os para alcançar o crescimento e sucesso da empresa (Guizoni *et al*., 2022).

A interdependência entre contabilidade e controladoria se comprova nesse contexto, havendo uma mutualidade entre elas. Enquanto a contabilidade fornece dados essenciais através de relatórios com base nas análises contábeis, a controladoria utiliza essas informações para orientar a gestão na tomada de decisões.

Resumidamente, a controladoria foi criada para atender às demandas dos gestores e acompanhar as operações administrativas da organização. É capaz de exercer influência sobre a mesma, seu incessante monitoramento sobre as atividades é o que faz os departamentos desenvolverem, logo a controladoria é considerada uma evolução da contabilidade que auxilia na continuidade e no sucesso da empresa (Silva *et al*., 2023).

Nesse contexto, a contratação de profissionais qualificados, como um *controller* experiente em finanças empresariais e habilidades interpessoais, torna-se crucial, pois ele é o responsável pelo controle dos gastos dentro das organizações. Seu papel é ser imparcial e não influenciar diretamente no parecer, sua função primordial é apenas reportar informações precisas que auxiliem a alta administração na tomada de decisões estratégicas.

É essencial que os objetivos e metas da empresa estejam em harmonia com o processo de gestão do negócio, especialmente em um cenário de mercado competitivo e globalizado (Ramiro, 2014). A busca por inovação tem que ser constante e o investimento em tecnologia é importante, em uma realidade de crescente automação essa integração favorece e embasa as tomadas de decisões empresariais (Chaves, 2021).

Compreende-se que, a contabilidade e a controladoria são fundamentais para a gestão empresarial, por desempenharem papéis que sustentam a organização. A integração dessas áreas com a gestão empresarial é indiscutível para o enfrentamento de desafios contemporâneos e garantir o sucesso contínuo da entidade. Este trabalho explora essa interdependência, destacando a importância de uma gestão bem alinhada e inovadora para o crescimento sustentável organizacional.

Além disso, este trabalho servirá como referência para acadêmicos que buscam compreender como funciona as práticas contábeis e qual o papel da controladoria dentro das empresas, contribuindo para o desenvolvimento da área. Servirá também como base de

ISBN: 978-65-89165-30-9

identificação para futuras pesquisas que visam os pontos de melhorias e inovações que possam agregar no processo de tomada de decisões empresariais.

O objetivo geral desse trabalho é analisar a importância da controladoria como um instrumento fundamental para o sucesso da gestão empresarial, destacando suas contribuições para a tomada de decisões estratégicas e o alcance dos objetivos organizacionais. Os objetivos específicos são: investigar as principais funções e responsabilidades da controladoria dentro das organizações empresariais, evidenciando sua influência na eficácia dos processos de gestão; identificar as ferramentas e práticas mais utilizadas pela controladoria para garantir a transparência, o controle e a eficiência das operações empresariais e avaliar o impacto da contabilidade gerencial na tomada de decisões estratégicas, especialmente em relação à maximização dos resultados financeiros e à sustentabilidade do negócio.

2 METODOLOGIA

Este estudo configura-se como uma pesquisa bibliográfica qualitativa, cujo objetivo é compilar e analisar informações pré-existentes sobre o papel da controladoria na gestão empresarial. A escolha por uma revisão bibliográfica visa integrar os conhecimentos teóricos disponíveis, permitir uma compreensão aprofundada do tema com base em fontes secundárias, como artigos científicos, livros, dissertações e publicações acadêmicas relevantes para a área de controladoria. Esse processo possibilita uma visão ampla e detalhada sobre como a controladoria contribui para o sucesso organizacional e para a tomada de decisões estratégicas.

A pesquisa foi orientada por descritores cuidadosamente selecionados, que guiaram a localização de estudos relevantes e especializados sobre o tema. Os principais descritores utilizados incluem “Controladoria empresarial”, “Gestão empresarial”, “Tomada de decisão”, “Relatórios contábeis” e “Planejamento estratégico”. Esses termos foram combinados de diferentes formas, com o objetivo de maximizar a abrangência e assegurar que a busca bibliográfica contemplasse estudos variados e completos sobre as funções, técnicas e impactos da controladoria.

As fontes foram obtidas através de buscas sistemáticas nas principais bases de dados e plataformas de acesso a publicações acadêmicas. Entre as bases utilizadas, destacam-se o Google Acadêmico, devido à sua vasta quantidade de artigos e revisões de diferentes periódicos; a *SciELO (Scientific Electronic Library Online)*, que permite o acesso a artigos científicos publicados em periódicos relevantes na América Latina; e o Portal de Periódicos

ISBN: 978-65-89165-30-9

da CAPES, que oferece acesso a uma ampla gama de publicações científicas nacionais e internacionais. Além disso, plataformas de redes acadêmicas como *ResearchGate* foram exploradas para acessar estudos recentes de pesquisadores que abordam temas de controladoria.

A análise dos dados coletados foi conduzida de forma qualitativa, com organização e interpretação dos conteúdos obtidos. Primeiramente, os textos foram lidos e selecionados com base na pertinência ao tema proposto e na relevância de suas contribuições. Em seguida, os dados foram categorizados e analisados a partir de uma perspectiva crítica, identificando temas recorrentes e alinhando as informações às questões de pesquisa.

3 A CONTROLADORIA E O SUCESSO DA GESTÃO EMPRESARIAL

A controladoria desempenha um papel fundamental na promoção do sucesso das organizações ao fornecer suporte estratégico e operacional para a gestão empresarial. Sua função vai além da mera elaboração de relatórios financeiros, pois abrange o planejamento, a coordenação e a avaliação dos recursos e processos empresariais. Ao atuar como um elo entre a contabilidade e a administração, a controladoria possibilita uma análise detalhada dos dados organizacionais, o que subsidia a tomada de decisões assertivas pelos gestores e garante a continuidade e sustentabilidade do negócio. De acordo com Oliveira (2014), a controladoria se destaca como uma evolução da contabilidade, atuando de forma a contribuir diretamente para o desenvolvimento e estabilidade da empresa.

O papel da controladoria é especialmente relevante em cenários de alta competitividade, nos quais as empresas precisam se adaptar rapidamente às mudanças do mercado e às demandas de seus *stakeholders*. Nesse contexto, a controladoria não apenas monitora o desempenho econômico e financeiro, mas também estabelece uma cultura de controle e transparência dentro da organização. Segundo Conceição, Roberto e Souto (2023), a prática da controladoria permite que a gestão tenha uma visão abrangente e integrada de todas as áreas da empresa, identificando pontos de melhoria e aplicando ações corretivas para otimizar a eficiência operacional. Além disso, ao proporcionar informações confiáveis e tempestivas, a controladoria fortalece a confiança dos investidores, clientes e colaboradores na organização.

A controladoria também exerce um papel preponderante na estratégia empresarial ao alinhar suas atividades com os objetivos de longo prazo da organização. Através de ferramentas de análise, como o *Balanced Scorecard* e os indicadores de desempenho, a

ISBN: 978-65-89165-30-9

controladoria apoia o planejamento estratégico, facilita a definição de metas realistas e o acompanhamento do progresso em direção a esses objetivos. Rodrigues (2020) destaca que, ao promover uma gestão baseada em dados e evidências, a controladoria contribui para o crescimento sustentável da empresa, permitindo que ela se mantenha competitiva e preparada para enfrentar os desafios futuros. Dessa forma, fica evidente que a controladoria não é apenas um suporte administrativo, mas um pilar essencial para o sucesso e a perpetuação da gestão empresarial.

3.1 A controladoria como instrumento fundamental para gestão

A controladoria é considerada essencial dentro de qualquer organização, pois analisa os resultados obtidos gerando informações relevantes, que contribuirão para a tomada de decisões dos gestores. Além disso, tem o dever de implementar diretrizes de desenvolvimento e aplicação, utilizando de ferramentas da contabilidade que garantam uma gestão mais eficiente de forma que propicie a continuidade da empresa (Silva *et al*., 2014).

Em um mercado altamente competitivo e globalizado, as empresas são constantemente obrigadas a inovar, otimizar tempo e adotar medidas estratégicas para se manterem ativas. Para que isso seja possível, a controladoria desempenha um papel fundamental, que dará suporte à gestão empresarial e contribuirá na gestão econômica do negócio, assegurando que as decisões tomadas estejam de acordo com o princípio da continuidade (Silva *et al*., 2014).

Diante desses desafios, um adequado planejamento estratégico faz total diferença na empresa, podendo trazer benefícios inestimáveis, assegurando que decisões tomadas no presente sustentem as implicações futuras. A controladoria deixou de ser apenas uma área com funções contábeis e passou a incorporar outras áreas que são indispensáveis para o desempenho de sua atividade.

Diante desse cenário, a presença do *controller,* o profissional responsável pela controladoria, tem um papel fundamental na organização. Pois ele é um profissional generalista que aplica estratégias, planeja e controla para otimizar o uso de recursos econômicos no desempenho das atividades empresariais, além disso, deve estar atento a todas as mudanças externas que afetam a empresa (Tome; Dos Reis, 2018).

Para assegurar um ambiente de controle eficaz, é necessário que haja uma consciência coletiva por parte dos colaboradores, desempenhando suas funções com comprometimento e responsabilidade. O *controller* interage diretamente com os setores da empresa, identificando

ISBN: 978-65-89165-30-9

pontos de melhorias, para garantir o seu bom funcionamento, sempre com visão no aumento da lucratividade (Do Nascimento; Vieira, 2016).

Portanto, para que essas funções sejam feitas com eficiência, é de responsabilidade da controladoria monitorar todas as áreas, fazer coleta de dados e assim promover uma cultura de resultados que incentive as tomadas de decisões assertivas, baseadas em dados (Silva *et al*., 2014). Além disso, a controladoria tem medidas corretivas quando compara resultados reais com o planejado, assim consegue identificar onde ocorreu o erro, se foi por parte da gestão ou por algo que não estava previsto.

A gestão é o processo de planejar, organizar, dirigir e controlar os recursos da empresa. É por meio dela que serão tomadas decisões estratégicas, táticas e operacionais, cada uma desempenha papel relevante que assegura a fluidez da empresa. As decisões estratégicas são focadas nos objetivos gerais da organização e em ações que podem ter impactos futuros. As decisões táticas atuam em departamentos ou áreas especificas da empresa para garantir que suas ações sejam feitas com eficiência. Já as decisões operacionais estão interessadas no que acontece no dia a dia da empresa, para assegurar que a estratégia desse setor seja realmente executada. Assim, a controladoria integra esses processos decisórios para facilitar a orientação dada aos gestores na tomada de decisões assertivas (Oliveira, 2014).

Esses três modelos de planejamento estão interligados para garantir um bom funcionamento da empresa, promovendo também uma adaptação melhor às mudanças contínuas e facilitando a tomada de decisões. O alinhamento entre eles também permite que todos os setores trabalhem em harmonia com direção rumo a um mesmo objetivo.

Dessa maneira, considera-se a controladoria como uma área fundamental para a administração, pois envolve todo o sistema de gestão organizacional, fornecendo o suporte necessário que a empresa precisa para tomar as decisões alinhadas com seus objetivos.

3.2 Principais funções da controladoria nos processos de gestão

A controladoria desempenha funções fundamentais nos processos de gestão, contribui para o planejamento, controle e avaliação das atividades empresariais. Uma de suas principais funções é atuar no planejamento estratégico. Nesse papel, a controladoria colabora com a administração na definição de metas e objetivos de longo prazo, analisa o ambiente interno e externo da organização e identifica oportunidades e ameaças. Na perspectiva de Assunção *et al*. (2019), a controladoria é responsável por fornecer projeções e dados financeiros que

ISBN: 978-65-89165-30-9

fundamentam as decisões estratégicas, permite que os gestores definam planos realistas e alcançáveis.

A controladoria tem caráter preventivo e ao aplicar seus conhecimentos na gestão do negócio, assegura que a empresa atinja seus objetivos estratégicos (Assunção *et al*., 2019). Assim, ela deve estar organizada em instrumentos basilares, entre os quais destacam-se: planejamento, organização, direção, controle, informação, coordenação, avaliação e acompanhamento. Cada uma dessas funções faz parte da rotina da controladoria, garantindo a efetividade da empresa (Assunção *et al*., 2019).

O planejamento define as metas a serem alcançadas pela empresa, enquanto a organização, por sua vez, distribui os recursos de maneira eficiente para que não haja desperdícios. A direção irá orientar os gestores a tomarem decisões baseadas em dados confiáveis.

Além disso, a controladoria é responsável pelo controle, pois foca no desempenho da empresa, garantindo que ela permaneça alinhada ao planejado e atinja seus objetivos. As informações são geradas através de dados que contribuirão na elaboração dos relatórios financeiros. A coordenação irá centralizar essas informações destacando os pontos negativos e positivos. Já a avaliação, interpretará os resultados obtidos e o acompanhamento verificará se os planos traçados estão sendo seguidos, corrigindo possíveis falhas.

Cada uma dessas funções está intimamente ligada ao cumprimento dos objetivos da empresa. Essas práticas não apenas corrigem falhas, como promovem a continuidade da organização, garantem a confiabilidade em todo o nível empresarial. Além dessas funções tradicionais, a controladoria assume um papel estratégico fundamental, tendo como aliada a análise *SWOT*, que é uma ferramenta que auxiliará na avaliação do ambiente interno e externo, que tem impacto significativo no desempenho organizacional.

Conforme Rodrigues (2020), a análise *SWOT* faz uso de quatro variáveis: forças, fraquezas, oportunidades e ameaças, assim várias áreas são exploradas e aprimoradas em busca de descobrir o que as organizações têm de potencialidades e fragilidades para que consiga se preparar e alcançar seus objetivos.

A controladoria vai além de produzir relatórios financeiros e econômicos, ela gera informações importantes para que o gestor defina seu parecer. Ao atuar diretamente com os setores, o *controller* facilita a comunicação entre eles, promove uma integração de informações e gera relatórios confiáveis (Conceição; Roberto; Souto, 2023). O *controller*, além de fornecer informações, deve garantir que elas sejam utilizadas corretamente, esse

ISBN: 978-65-89165-30-9

profissional atua de maneira criativa e inovadora, sempre em busca das melhores soluções adaptadas às necessidades dos usuários.

As empresas, que visam crescimento, atuam com controle interno, assim garantem o acesso a informações, relatórios e análises fidedignas, que são fundamentais para a tomada de decisões estratégicas. Além disso, elas investem em tecnologias avançadas que automatizam os processos e otimizam a gestão de dados e melhoram a eficiência operacional. Um exemplo disso é o uso do SIG (Sistemas de Informações Gerenciais), uma ferramenta que apoia os gestores nas tomadas de decisões por meio de um monitoramento de dados contínuos.

Algumas empresas aderem ao Sistema de Informações Gerenciais (SIG), uma importante ferramenta para armazenamento de dados que auxiliam na transformação dos dados em informações que auxiliam no processo decisório (Conceição; Roberto; Souto, 2023). O SIG facilita a identificação de falhas, promove a capacidade de correção em tempo real e essa agilidade diferencia a empresa de seus concorrentes e sua integração garante que os setores da empresa estejam alinhados. Assim, esse mecanismo atua na eficiência, tanto de dados, quanto no retorno positivo da empresa. A adoção de métodos informatizados na controladoria desenvolve tanto os indicadores econômicos quanto os operacionais, reduz a margem de erros e fraudes (Santos *et al*., 2023).

Vale ressaltar que a controladoria, além de ser responsável pelas funções operacionais, tem também funções regulatórias, ou seja, é dever dela deixar a empresa em conformidade contábil e fiscal, mantendo-a dentro dos parâmetros legais. Isso assegura a integridade da empresa e preserva sua posição no mercado (Santos *et al*., 2021).

A controladoria atua também ajudando as empresas a se policiarem diante aos impactos ambientais. Suas estratégias são: gerar relatórios financeiros detalhados, produzir balanço social ao final de cada exercício, monitorar indicadores ambientais, orientar os administradores a implantarem tecnologias sustentáveis e conscientizar os colaboradores a redução de resíduos e do uso eficiente dos recursos, promovendo uma cultura de sustentabilidade organizacional.

Dessa maneira, a organização fica à frente de seus concorrentes, chamando a atenção dos *stakeholders* (Imoniana; Lima, 2016). A visibilidade da empresa aumenta e consequentemente fortalece a confiança de investidores, clientes e dos próprios colaboradores. Todos os interessados pela organização trazem impactos significativos à empresa, fornecendo *feedbacks* que ajudam na melhoria e crescimento da empresa, abrem oportunidades para entrada de mais recursos financeiros, identificam riscos e têm capacidade de direcionar a empresa, isso fortalece sua posição no mercado.

ISBN: 978-65-89165-30-9

Assim, podemos entender que a controladoria é muito mais do que uma área de *staff*, que gera informações relevantes para a tomada de decisões, ela é muito mais ampla e abrange funções operacionais, regulatórias e até sustentáveis, contribui para a maximização dos resultados corporativos.

3.3 Ferramentas e práticas mais utilizadas pela controladoria

No meio corporativo, o papel da controladoria se torna cada vez mais indispensável, pois, não se limita apenas as funções contábeis e financeiras, ela integra diversas áreas da gestão empresarial, sejam elas estratégicas, operacionais, econômicas ou sustentáveis. Dessa forma, todos esses processos são unificados com um só objetivo, garantir a eficácia organizacional.

Visando este fim, a controladoria se apoia em métodos úteis que facilitam a eficácia nos processos de gestão. Entre as principais ferramentas destacam-se controles administrativos internos, os relatórios gerenciais, contábeis e financeiros, o planejamento orçamentário, o *Balanced Scorecard*, os indicadores de desempenho, o Custo Baseado em Atividades (ABC) e os sistemas tecnológicos (Angnes; Studzinski, 2022). Essas ferramentas possibilitam que a empresa tenha um crescimento estruturado.

Os controles administrativos internos são práticas que buscam melhorar a conformidade dos processos, garantem a sustentabilidade do negócio. Já os relatórios gerenciais, contábeis e financeiros reúnem informações que são relevantes para os gestores tomarem suas decisões (Angnes; Studzinski, 2022).

O planejamento financeiro, por sua vez, assegura que os recursos da empresa sejam utilizados de forma adequada. Ele evita desperdícios que comprometam a saúde financeira da organização. Além disso, proporciona um controle rigoroso do fluxo de caixa e realiza correções monetárias minuciosas, buscando a maximização da riqueza da empresa (Angnes; Studzinski, 2022). Vale lembrar que o orçamento empresarial é um grande aliado do planejamento financeiro, ao auxiliar na distribuição dos recursos, por meio de projeções de receitas e despesas futuras, possibilita que a empresa tenha uma visão clara de seu potencial e possa cumprir suas metas.

O *Balanced Scorecard* é uma ferramenta utilizada para implementar novas estratégias e controlar os indicadores de desempenho da empresa, incluindo aspectos operacionais, financeiros e ativos intangíveis. Ele avalia, controla e identifica as dificuldades e áreas de melhorias, permite também uma avaliação organizacional, desde a satisfação dos clientes até

ISBN: 978-65-89165-30-9

a eficiência dos processos internos. Nesse sentido, a empresa se mantém alinhada com seus objetivos e assegura seu crescimento em longo prazo (Angnes; Studzinski, 2022).

À medida que as empresas crescem, apenas estratégias financeiras para aumentar o desempenho da organização não são mais suficientes. É necessário inserir os indicadores de desempenho, que tem como finalidade ajudar os gestores a alcançarem seus objetivos, através de estratégias adotadas no seu planejamento empresarial. Para dar apoio aos indicadores, faz-se o uso de uma plataforma analítica de dados da *Microsoft*, identificada como *Power Bi*, ela tem o poder de transformar dados em informações por meio de tabela, gráfico e análises estatísticas, de maneira a simplificar o processo decisório.

Esses indicadores são fundamentais para identificar falhas de forma antecipada e melhorar continuamente o desempenho da empresa. Segundo Leão *et al.* (2023), os *KPIs* (*Key Performance Indicators*) são ferramentas que revelam o progresso da organização em direção aos seus objetivos. Para complementar esse processo, utiliza-se do *Power Bi*, que oferece recursos avançados de análise de dados, facilitando a identificação de áreas que estão com dificuldades de desenvolvimento, a distribuição correta de recursos e a promoção de ações de melhorias e correção de possíveis desvios. Dessa forma, o uso integrado dessas ferramentas mantém a empresa estável e alinhada com seus objetivos estratégicos.

A controladoria também se utiliza do Custo Baseado em Atividades (*ABC - Activity Based Costing*), que foi desenvolvido para alocar custos indiretos em produtos ou serviços, definindo o valor ou quantidade dos custos utilizados. O método ABC, associa os custos as atividades que os geram, permitindo saber como esses recursos estão sendo utilizados e possibilitando uma melhor gestão (Silva *et al*., 2019).

Além disso, com a crescente digitalização, a controladoria tem se adaptado às novas tecnologias, fazendo a integração de sistemas, com o intuito de modernizar e otimizar os processos empresariais. Com o avanço tecnológico, o uso de documentos físicos tem sido cada vez mais substituído por soluções digitais, exigindo adaptação tanto das empresas quanto dos profissionais de contabilidade e controladoria.

Para isso, faz-se necessário que as empresas adotem sistemas integrados para facilitar nas demandas do dia a dia. Os avanços tecnológicos na área contábil atuam na busca de melhorias e garantias de evitar fraudes empresariais. Na controladoria, não é diferente; o uso de sistemas integrados facilita a automação dos processos, eficiência operacional e a análise de dados mais confiáveis (Angnes; Studzinski, 2022).

Dessa maneira, é possível perceber que a base para o desenvolvimento da controladoria é a qualidade da informação, pois é ela que embasa as decisões da organização.

ISBN: 978-65-89165-30-9

Essas informações podem ser ajustadas por meio de mecanismos e procedimentos que a disponibilizam em tempo real e de forma qualitativa. Uma demonstração desses mecanismos é o *ERP* (*Enterprise Resource Planning)* ou Planejamento de Recursos Empresariais, que é um sistema integrado de gestão que irá eliminar todas as burocracias sistemáticas e automatizar os processos internos.

A controladoria se conecta com todas as áreas da contabilidade, como controle do patrimônio, custos, fiscal e outras. Ela ajusta suas práticas de acordo com a necessidade empresarial, levando em consideração seu porte, o ramo de atividade e as necessidades que precisam ser supridas. O papel da controladoria independentemente do tipo de empresa, é ajudá-la a atingir seus objetivos, se adequando a ela. Sendo assim, é vista como uma ferramenta unificada e essencial para a liderança (De Oliveira, G.; De Oliveira, R., 2018).

No entanto, é importante ressaltar que, a controladoria não atua de maneira isolada e para que suas práticas sejam eficientes, ela necessita da colaboração de todos os envolvidos na empresa, caso contrário, sua atuação será limitada, comprometendo os resultados futuros.

Segundo Rodrigues (2020), uma das ferramentas mais utilizada e considerada importante é a informação, uma vez que sem ela os gestores não conseguem tomar decisões assertivas e nem ter o controle do que acontece na empresa. A informação é o ponto de partida de qualquer organização que queira se manter no mercado, pois a partir dela é possível analisar em que situação a empresa se encontra e quais ações são necessárias para promover melhorias.

Consequentemente, os mecanismos utilizados pela controladoria não apenas unem os diferentes setores empresariais, como também são fundamentais para dar mais agilidade no processo administrativo e estratégico (Angnes; Studzinski, 2022). Ao promover essa integração, a controladoria atinge os objetivos da empresa e promove informações adequadas.

3.4 Impacto da contabilidade gerencial na tomada de decisões estratégicas

No gerenciamento é a controladoria que atua como ferramenta de desenvolvimento da empresa e garante que seus objetivos sejam alcançados. É por meio de informações fidedignas que as decisões são tomadas, visando um bom desempenho empresarial (De Oliveira, G.; De Oliveira, R., 2018).

Para investigar a percepção dos gestores sobre a relevância da contabilidade gerencial, é importante entender a complexidade e a amplitude desse sistema de contabilidade dentro do ambiente organizacional. A contabilidade gerencial não se restringe apenas em fornecer dados

ISBN: 978-65-89165-30-9

financeiros, mas também em gerar informações que orientam os gestores a tomar decisões fundamentadas em evidências.

De acordo com Garcia e Saquetto (2024), a contabilidade gerencial é importante, pois fornece relatórios e análises que auxiliam os gestores a avaliar diferentes opções e escolher aquelas que melhor se alinham aos objetivos estratégicos da organização.

O grau de maturidade dos sistemas de contabilidade e a cultura organizacional são fundamentais para que os gestores compreendam e utilizem os dados de forma adequada. A contabilidade gerencial se torna uma ferramenta indispensável para esse fim. Pohren e Zdanowicz (2015) apontam que, em empresas que adotam uma visão estratégica, os sistemas de contabilidade gerencial são mais integrados e amplamente utilizados, reforçando a ideia de que a percepção positiva dos gestores sobre essa área se relaciona com a própria estrutura e orientação estratégica da empresa.

Além disso, a contabilidade gerencial contribui diretamente para a eficiência do processo de tomada de decisões. Segundo Silva e Marcelino (2019), ao utilizar informações fornecidas pela contabilidade gerencial, os gestores são capazes de avaliar o desempenho de diferentes áreas da organização, identificar desvios e implementar ações corretivas quando necessário. Esse monitoramento contínuo facilita a adaptação da empresa às mudanças no ambiente competitivo, promovendo uma resposta rápida e eficiente às demandas do mercado.

A relevância atribuída à contabilidade gerencial pelos gestores também está vinculada ao nível de detalhe e customização das informações fornecidas. Os relatórios gerenciais oferecem dados segmentados e análises detalhadas de diferentes cenários e auxiliam na elaboração de estratégias mais bem informadas. Essa prática gera maior confiança entre os gestores, pois permite que as decisões sejam baseadas em dados consistentes e direcionados aos pontos críticos de cada setor, otimizando assim a alocação de recursos.

No entanto, a eficácia da contabilidade gerencial na visão dos gestores pode ser afetada por fatores como a complexidade dos sistemas e a capacidade de interpretação dos dados. Como observado por Silva e Marcelino (2019), muitos gestores enfrentam dificuldades em interpretar as informações geradas pela contabilidade gerencial devido à falta de treinamento, conhecimento ou à complexidade dos relatórios. Isso pode reduzir a percepção de relevância dessa área, uma vez que a utilidade dos dados está diretamente ligada à capacidade de entendimento e aplicação pelos gestores.

A pesquisa de Pohren e Zdanowicz (2015) indica que, quando os gestores são treinados para utilizar as ferramentas de contabilidade gerencial, a percepção de relevância aumenta consideravelmente. O estudo mostrou que as empresas que investem em capacitação

ISBN: 978-65-89165-30-9

para seus gestores obtêm um retorno mais significativo da contabilidade gerencial, visto que os gestores passam a valorizar e utilizar essas informações de forma mais eficaz para a formulação de estratégias.

Outro aspecto relevante é a influência da contabilidade gerencial na capacidade de inovação e na geração de valor para a empresa. Garcia e Saquetto (2024) explicitam que a contabilidade gerencial pode oferecer conhecimentos estratégicos que incentivam a inovação e o aprimoramento dos processos organizacionais. Essa capacidade de gerar valor agregado contribui para que os gestores percebam a contabilidade gerencial como uma área essencial para o crescimento sustentável e a competitividade da empresa no mercado.

A percepção dos gestores sobre a relevância da contabilidade gerencial está diretamente ligada à qualidade, aplicabilidade e acessibilidade das informações fornecidas por essa área. Como destacam Garcia e Saquetto (2024), a valorização da contabilidade gerencial por parte dos gestores está associada a uma cultura organizacional que prioriza o uso de dados como base para a tomada de decisões estratégicas, incentivando, assim, uma gestão mais eficiente e alinhada com os objetivos de longo prazo da organização.

A controladoria evidencia-se no suporte ao administrativo, proporcionando a eles informações importantes e fidedignas que tem como objetivo central a eficácia organizacional. Ela é considerada uma grande ferramenta para tornar o negócio mais lucrativo (Pinho; Rodrigues, 2019).

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A conclusão deste trabalho destaca a relevância da controladoria como um elemento essencial para o sucesso da gestão empresarial, conforme os objetivos inicialmente propostos. Em um ambiente corporativo cada vez mais dinâmico e competitivo, a controladoria oferece um suporte fundamental para que as empresas mantenham a transparência, a eficiência e a eficácia em seus processos. Sua atuação vai além da simples geração de relatórios financeiros, integrando-se profundamente com o planejamento e o controle organizacional, de forma a permitir que as empresas acompanhem de perto suas atividades e se adaptem rapidamente às mudanças do mercado. Com isso, torna-se evidente que a controladoria exerce um papel estratégico, essencial para a sustentabilidade e o crescimento de longo prazo das organizações.

Ao longo da análise, foi possível investigar as principais funções e responsabilidades da controladoria dentro das organizações empresariais. Observou-se que a controladoria atua

ISBN: 978-65-89165-30-9

de forma preventiva e corretiva, aplicando conhecimentos contábeis e financeiros para garantir o alinhamento das operações com os objetivos estratégicos da empresa. Por meio de ferramentas como o *Balanced Scorecard*, os indicadores de desempenho e as análises de custo ABC, a controladoria contribui para que as empresas alcancem uma visão ampla e integrada de seus recursos e processos. Essa atuação integrada permite que a controladoria auxilie na definição de metas realistas e na implementação de ações que favoreçam a maximização dos resultados, alcançando, assim, uma gestão eficiente e eficaz.

Além disso, a controladoria é fundamental para assegurar a transparência e o controle das operações empresariais. Ao identificar e utilizar práticas e ferramentas adequadas, os *controllers* conseguem gerar dados precisos que orientam os gestores na tomada de decisões informadas. Esse aspecto não só contribui para a otimização dos processos internos, mas também fortalece a confiança de investidores e colaboradores, que visualizam uma empresa comprometida com a transparência e a eficiência. A controladoria, portanto, assegura a continuidade dos negócios, apoia a empresa em momentos de crise e promove uma cultura de controle que beneficia todos os níveis organizacionais.

A controladoria é um pilar imprescindível para a gestão empresarial bem-sucedida, desempenhando funções que vão desde a supervisão das atividades cotidianas até a contribuição estratégica no planejamento de longo prazo. Este estudo demonstrou que a controladoria é essencial para a maximização dos resultados financeiros e para a sustentabilidade dos negócios, confirmando sua relevância no ambiente corporativo atual. Assim, os resultados aqui discutidos contribuem não apenas para o entendimento acadêmico do papel da controladoria, mas também servem como referência prática para gestores e profissionais da área, oferecendo subsídios que reforçam a importância da controladoria como um fator crítico para o sucesso organizacional.

REFERÊNCIAS

ANGNES, D. L.; STUDZINSKI, E. Modelos e ferramentas da controladoria empresarial brasileira. **Revista Brasileira de Administração Científica**, Santa Cruz do Sul, v. 13, n. 2, p. 42-57, 2022. DOI: 10.6008/CBPC2179-684X.2022.002.0004. Acesso em: 23 set. 2024.

ASSUNÇÃO, A. V. P.; FRAINER, D. M.; LOPES, M. D. R.; ZANÃO, E. H. A Contribuição da controladoria no processo de gestão organizacional. **Revista de Ciências Gerenciais**, Campo Grande, v. 23, n 37, p. 46-51, 2019. Disponível em: https://www.passeidireto.com/arquivo/112784717/a-contribuicao-da-controladoria-na-gestao-organizacional. Acesso em: 15 set. 2024.

ISBN: 978-65-89165-30-9

CHAVES, R. T. F. **A importância da controladoria como ferramenta estratégica.** Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Contábeis) - Faculdade de Administração e Ciências Contábeis, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2021. Disponível em: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/15118/1/RTFChaves.pdf. Acesso em: 23 set. 2024.

CONCEIÇÃO, D. M.; ROBERTO, J. C. A; SOUTO, S. P. A importância da controladoria na tomada de decisão organizacional e o papel do *controller*. **Revistaft AR**, Ciências Sociais, v. 27, edição 121, 2023. Disponível em: https://revistaft.com.br/a-importancia-da-controladoria-na-tomada-de-decisao-organizacional-e-o-papel-do-controller/. Acesso em: 17 set. 2024.

DA SILVA, L. F.; RIBEIRO, P.; DO NASCIMENTO, A.; JORGE, R. K. Estudo exploratório sobre o papel da controladoria na gestão das organizações. **Revista de Administração de Roraima-RARR**, Boa Vista, v. 4, n. 1, p. 40-62, 2014. Disponível em: https://revista.ufrr.br/adminrr/article/view/2080/1355. Acesso em: 13 set. 2024.

DE OLIVEIRA, G. B.; DE OLIVEIRA, R. A. A importância da controladoria na percepção dos gestores: um estudo dirigido a uma empresa do meio oeste catarinense. **Anuário Pesquisa e Extensão Unoesc Joaçaba**, v. 3, p. e17368-e17368, 2018. Disponível em: https://periodicos.unoesc.edu.br/apeuj/article/view/17368/9043. Acesso em: 23 set. 2024.

DO NASCIMENTO, D. J.; BENTO, M. D. L.; DA SILVA, V. P.; DO NASCIMENTO, L. G; PEDERNEIRAS, M. M. M. Características do uso de sistemas ERPs na gestão de informações e controladoria no ramo da construção civil: um estudo de caso numa empresa paraibana. ***Brazilian Journal of Development***, Curitiba, v. 5, n. 10, p. 22472-22493, 2019. DOI:10.34117/bjdv5n10-368. Acessado em: 19 set. 2024.

DO NASCIMENTO, E. J. N.; VIEIRA, E. T. V. A importância dos controles internos para a gestão em organizações e instituições financeiras. **REPAE – Revista Ensino e Pesquisa em Administração e Engenharia**, Campo Grande, v. 2, n.2, 2016. Disponível em: https://repae-online.com.br/index.php/REPAE/article/view/92/62. Acesso em: 13 set. 2024.

DOS SANTOS, B. F; CIPRIANO, A. Controladoria: principais funções e identificação do perfil de um *controller* e sua relação com o administrador. **Revista Diálogo e Interação**, v. 17, n. 1, p. 161-182, 2023. Disponível em: http://www.revista.faccrei.edu.br/revista-dialogo-e-interacao/article/view/133/104. Acesso em: 9 out. 2024.

GARCIA, P. C. K.; SAQUETTO, P. H. M. Uma abordagem do impacto da aplicação da controladoria na pecuária de corte. **Revista Scientia Alpha**, v. 1, n. 1, 2024. Disponível em: https://revista.alfaumuarama.edu.br/index.php/rsa/article/view/87/83. Acesso em: 9 out. 2024.

GUIZONI, L. L.; LINS, R. D. S.; LIMA, M. D. S.; ROBERTO, J. C. A.; CAVALCANTE, Z. P. Ferramentas da controladoria empresarial e o seu papel na gestão das micro e pequenas empresas. **Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento**, 10. ed., v. 6, p. 29-39, 2022. DOI: 10.32749/nucleodoconhecimento.com.br/contabilidade/controladoria-empresarial. Acesso em: 27 ago. 2024.

IMONIANA, J. O.; LIMA, E. K. Sustentabilidade e controladoria: um estudo em uma empresa de varejo de moda e eletroeletrônicos. **Revista do CCEI**, v. 2, n. 35, p. 98-115,

ISBN: 978-65-89165-30-9

2016. Disponível em: http://revista.urcamp.edu.br/index.php/Revista_CCEI/article/view/74/pdf_57. Acesso em: 23 set. 2024.

LEÃO, A. P. D. S.; GOMES, B. R. A.; CRUZ, J. C. S.; DA SILVA, V. V.; SENA, C. D. C.; JÚNIOR, F. A. V. O. Power Bi para tomada de decisões estratégicas: análise de indicadores-chave de desempenho (Kpis). **Revista Foco,** Curitiba, v. 16, n. 7, p. e2472, 2023. DOI: 10.54751/revistafoco.v16n7-084. Acesso em: 23 out. 2024.

LEITE, S. L. D. S.; DE OLIVEIRA, M. M.; PEREIRA, J. R. M.; GUIMARÃES, M. M. **História da contabilidade, uma revisão literária.** Trabalho de Conclusãod Curso (Graduação em Ciências Contábeis) - Universidade Salgado de Oliveira, Universidade Privada Carioca, São Gonçalo, 2014. Disponível em: http://www.revista.universo.edu.br/index.php?journal=1reta2&page=article&op=viewArticle&path%5B%5D=1895. Acesso em: 28 ago. 2024.

MATTES, C. D. S.; DALONGARO, R. C.; WESZ, L. F. P. **A história da contabilidade e seus aspectos contemporâneos:** uma contribuição teórica ao profissional da atualidade. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Ciências Contábeis) – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e Das Missões, Universidade Privada Gaúcha, São Luiz Gonzaga, 2018. Disponível em: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://urisaoluiz.com.br/site/wp-content/uploads/2018/08/Revista-4%C2%AA-edi%C3%A7%C3%A3o-1-Artigo-03.pdf. Acesso em: 13 ago. 2024.

NEVES JÚNIOR, J. H.; GOMES, R. L. R. O papel da controladoria e do *controller* na tomada de decisões. **Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana,** 2018. Disponível em: https://www.eumed.net/rev/oel/2018/05/controladoria-tomada-decisoes.html. Acesso em: 29 ago. 2024.

NOCETTI, Alaide Almeida Novaes; LAVARDA, Carlos Eduardo Facin. As funções da controladoria desempenhadas nas empresas startups. *In*: **7º CONGRESSO UFSC DE CONTROLADORIA E FINANÇAS E 7º CONGRESSO UFSC DE INICIAÇÃO CIENTIFICA EM CONTABILIDADE**, Florianópolis-SC, 2017. Disponível em: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/183667/Alaide%20Almeida%20Novaes%20Nocetti.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 15 set. 2024.

OLIVEIRA, Antônio Benedito S. **Controladoria:** fundamentos do controle empresarial. Grupo GEN, 2014. Acesso em: 13 set. 2024.

PINHO, J. G. D. S.; RODRIGUES, C. R. Controladoria na gestão pública: uma análise das práticas adotadas nos municípios da região Metropolitana de Fortaleza**. Revista Contabilidade e Controladoria**, Curitiba - PR, v. 11, n. 3, p. 44-61, set./dez, 2019. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/344243194_Controladoria_na_Gestao_Publica_Uma_analise_das_praticas_adotadas_nos_municipios_da_regiao_Metropolitana_de_Fortaleza. Acesso em: 10 out. 2024.

ISBN: 978-65-89165-30-9

POHREN, G. F.; ZDANOWICZ, J. E. A controladoria estratégica aplicada na tomada de decisão das empresas. **Revista Eletrônica de Ciências Contábeis**, Taquara - RS, n. 6, p. 1-26, 2015. Disponível em: https://seer.faccat.br/index.php/contabeis/article/view/167. Acesso em: 09 out. 2024.

RAMIRO, Olivio Boeira. **A importância da controladoria na gestão das empresas.** Monografia (Especialização em Gestão Estratégica de Finanças e Controladoria) - Universidade do Extremo Sul Catarinense, Criciúma - SC, 2014. Disponível em: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://repositorio.unesc.net/bitstream/1/2369/2/Olivio%20Boeira%20Ramiro.pdf. Acesso em: 29 ago. 2024.

RODRIGUES, William Douglas Gonçalves. **Controladoria empresarial:** a importância das ferramentas gerenciais. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Ciências Contábeis) – Faculdade Pitágoras, Belo Horizonte - MG, 2020. Disponível em: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.pgsscogna.com.br/bitstream/123456789/38610/1/WILLIAM_DOUGLAS.pdf. Acesso em: 09 out. 2024.

SANTOS, Flávia; BERTOLDI, Joice; PERINI, Kelly; COLODETI FILHO, Érico. **Importância da controladoria nas empresas.** Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Ciências Contábeis), 2020. Disponível em: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://multivix.edu.br/wp-content/uploads/2021/05/importancia-da-controladoria-nas-empresas.pdf. Acesso em: 20 set. 2024.

SILVA, A. J. B.; MARCELINO, J. A. Um estudo exploratório sobre a atividade de controladoria e seu impacto nas micro e pequenas empresas. **Id On line Revista Multidisciplinar e de psicologia**, v. 13, n. 47, p. 306-319, 2019. DOI: 10.14295/idonline.v13i47.1971. Acesso em: 09 out. 2024.

SILVA, Elizabete Ribeiro Sanches; GONÇALVES, Vinícius Manoel; DA CRUZ, Davi Braga; REIS, Bruno Marcio da Cunha. Gestão dos custos universitários: uma abordagem do Custeio Baseado em Atividades – ABC. *In*: XXVI CONGRESSO BRASILEIRO DE CUSTOS, CURITIBA-PR, 2019. **Anais do congresso brasileiro de custos-abc**, Curitiba - PR, 2019. Disponível em: https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/view/4640/4658. Acesso em: 28 out. 2024.

SILVA, M. O. S.; SANTOS, G. C.; FIORI, A. S.; COSTA, S. G.; SILVA, E. S. V.; VITACA, R. C. D. A importância da controladoria na organização. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação,** São Paulo, v. 9, n. 2, 2023. Disponível em: https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/8417/3327. Acesso em: 14 ago. 2024.

TOME, A. S; DOS REIS, R. K. C. A importância da controladoria na gestão empresarial. ***Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*.** 2018. Disponível em: https://www.eumed.net/rev/oel/2018/03/gestao-empresarial.html. Acesso em: 13 set. 2024.

ISBN: 978-65-89165-30-9

ANÁLISE SOBRE A PRÁTICA DA GAMIFICAÇÃO NO MARKETING DIGITAL

ANALYSIS ON THE PRACTICE OF GAMIFICATION IN DIGITAL MARKETING

Crist Ellen Oliveira Gomes

Hudmilla de Sousa Aragão

Resumo: Com a evolução tecnológica, as organizações têm a necessidade de adotar métodos para atrair os clientes e mantê-los fidelizados. Nesta perspectiva, o marketing digital tem se mostrado um aliado, ao permitir maior agilidade na comunicação com clientes. Neste contexto, uma ferramenta que tem sido utilizada é a gamificação, termo que se refere a utilização da mecânica de jogos dentro de contextos que não são jogos. Diante desta realidade, este estudo tem como objetivo geral analisar os principais meios de gamificação, utilizados pelas organizações, com o intuito de atingir as metas de engajamento de público. Os objetivos específicos são: analisar os principais aspectos e tendências ligadas à gamificação no marketing digital, analisar os resultados e os impactos da gamificação na obtenção e retenção de clientes nas empresas, entender as medidas adotadas e otimização de estratégias de gamificação no contexto do marketing digital, identificar os desafios enfrentados pelas empresas ao implementar estratégias de gamificação no marketing digital**.** Para desenvolver este estudo foi utilizado o método qualitativo por meio da revisão bibliográfica. Desta maneira, foi possível conceituar do marketing tradicional, até o marketing digital, além de explicar e exemplificar a gamificação, definindo o que é o jogo. Conclui-se que, por meio da aplicação criativa de elementos característicos dos jogos, é possível criar experiências únicas que cativam e engajam o público, fortalecendo o relacionamento entre empresa e cliente por meio de uma comunicação dinâmica.

Palavras-chave: gamificação; jogos; marketing digital.

Abstract: *With technological evolution, organizations need to adopt methods to attract customers and keep them loyal. From this perspective, digital marketing has proven to be an ally, allowing greater agility in communication with customers. In this context, a tool that has been used is gamification, a term that refers to the use of game mechanics within contexts that are not games. Given this reality, this study's general objective is to analyze the main means of gamification used by organizations, with the aim of achieving public engagement goals. The specific objectives are: analyze the main aspects and trends linked to gamification in digital marketing, analyze the results and impacts of gamification in obtaining and retaining customers in companies, understand the measures adopted and optimization of gamification strategies in the context of digital marketing, identify the challenges faced by companies when implementing gamification strategies in digital marketing. To develop this study, the qualitative method was used through a literature review. In this way, it was possible to conceptualize traditional marketing to digital marketing, in addition to explaining and exemplifying gamification by defining what the game is. It is concluded that, through the creative application of elements characteristic of games, it is possible to create unique experiences that captivate and engage the public, strengthening the relationship between company and customer through dynamic communication.*

ISBN: 978-65-89165-30-9

***Keywords**: gamification; games; digital marketing.*

1 INTRODUÇÃO

O progresso tecnológico tem parte importante no crescimento do marketing, de modo que auxiliou a propaganda de numerosas organizações, bem como produtos e serviços ofertados por elas. Por meio disso, houve a eclosão de métodos que facilitam a divulgação e variadas formas de interação entre as empresas (Machado, 2014).

Esses avanços corroboraram para que a sociedade se ajuste às novas mudanças advindas da *internet* que hoje ela se destaca como facilitadora no dia a dia (Cruz; Silva, 2014). A *internet* facilita a comunicação entre os indivíduos, em nível mundial, e possibilita interações a qualquer momento (Castells, 2003). Em consequência disso, provoca agilidade nas informações e propagandas, facilita a integração de comportamentos e convicções (Silva, 2017), assim, favorece a comunicação entre as pessoas e as organizações (Eduvirges; Santos, 2012) e torna o ambiente mercadológico mais competitivo (Cintra, 2010). Em meio a essa alta competitividade, as organizações, para se diferenciarem das concorrentes, têm a necessidade de implantar métodos que as distingam das demais, e assim, atrair os consumidores. Em suma, essas estratégias são geradas por meio de instrumentos utilizados no marketing (Nascimento, 2012).

Assim como o ambiente passa por transformações, a sociedade modifica seus costumes, desde a maneira como se portam até como se relacionam entre si. Com o desenvolvimento das redes sociais, é possível notar de forma clara o uso do marketing digital, visando à elevação da competitividade e participação ávida no mercado (Costa; Streit, 2015).

As redes sociais são plataformas que visam promover a comunicação, por meio da interação e socialização na internet, oferecendo serviços que permitem que os usuários tenham uma relação de maior proximidade com outros indivíduos e com organizações (Santos, 2022). Esta realidade motivou as organizações procurar meios de reter atenção do público e o marketing digital passou a possibilitar maior interação entre o consumidor com a empresa (Cruz; Silva, 2014), por ser uma ferramenta encontrada na *internet* para conquistar e atingir a lealdade dos clientes e futuros clientes (Amâncio, 2009).

Em complemento ao exposto, este estudo traz a gamificação. Uma ferramenta que diz respeito à utilização de estrutura de jogos dentro de outros tipos de contexto (Deterding *et al.*, 2011). Alinhado a essa perspectiva, o presente estudo se justifica pela observação do mercado em atender os consumidores que necessitam de experiências interativas e envolventes, que são

ISBN: 978-65-89165-30-9

percebidas e ajustadas por meio do marketing digital utilizando a gamificação, a qual tem se tornado uma ferramenta estratégica capaz de obter resultados expressivos.

Para tanto, a pesquisa versará sobre a seguinte perspectiva: de que forma as estratégias da gamificação podem ser aplicadas para auxiliar o marketing digital, de modo que possam contribuir na captação e retenção do público. Para que haja comprovação ou refutação da justificativa levantada, o presente estudo tem como objetivo geral: analisar os principais meios de gamificação utilizados pelas organizações com o intuito de atingir as metas de engajamento de público.

Com base nisso, busca-se elucidar os pontos levantados nos objetivos específicos: analise dos principais aspectos e tendências ligadas à gamificação no marketing digital; analise dos resultados e dos impactos da gamificação na obtenção e retenção de clientes nas empresas; entender as medidas adotadas e otimização de estratégias de gamificação no contexto do marketing digital; e, identificação dos desafios enfrentados pelas empresas ao implementar estratégias de gamificação no marketing digital.

Assim, por ser uma abordagem relativamente nova, que traz ganhos expressivos, ao estudar os aspectos da gamificação dentro do marketing digital, é possível condensar dados para que sejam utilizados como base de estudo por outros acadêmicos e para empreendedores que procuram formas de diversificar sua abordagem mercadológica. A investigação da gamificação dentro o marketing contribui para o avanço teórico do campo, fomentando a introdução de novos métodos para atingir os objetivos do marketing com maior impacto.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O método utilizado para coleta de informações para esta pesquisa foi a abordagem bibliográfica e qualitativa. A pesquisa bibliográfica é caracterizada pela investigação e avaliação da produção acerca de um tema específico (Gil, 2002). A pesquisa qualitativa está intrinsecamente ligada à explosão dos significados que os indivíduos atribuem a suas vivencias no contexto social e a compreensão que estes têm do mundo que os rodeia, assim, busca interpretar os fenômenos sociais, como interações, comportamento, tendo em conta os sentidos que os participantes lhe conferem (Pope; Mays, 2005).

A metodologia para encontrar artigos pertinentes ao tema seguiu os critérios de buscas utilizando a combinação dos descritores “Gamificação no Marketing Digital”; “Marketing Digital”; “Gamificação”; “Gamificação e Mecânica de Jogos” e “Evolução do Marketing até

ISBN: 978-65-89165-30-9

o Marketing Digital", levando a materiais de repositórios, *Scientific Eletronic Libray Online* (*SciELO*); Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD), livros e sites.

A coleta de dados nesta pesquisa seguiu critérios rigorosos, os quais garantem a qualidade e a relevância dos artigos encontrados, como critério de inclusão, foram selecionados aqueles que atenderam o objetivo deste artigo.

Durante as buscas nas plataformas indexadoras, foram encontrados ao todo 7.560.000 artigos referentes à Gamificação no Marketing Digital, com as delimitações das palavras de buscas quando pesquisado por Marketing Digital foram encontrados 49.200.000 artigos, ainda nas buscas quando pesquisado por Gamificação foram encontrados 439.000 estudos, quando pesquisado por Gamificação e Mecânica de Jogos foram encontrados 53.100 artigos, buscando por Evolução do Marketing foram encontrados 50.400.000 artigos.

Seguindo o critério de inclusão desta pesquisa que foram: área de marketing, marketing digital, gamificação e como a gamificação pode auxiliar no marketing digital das empresas, foram incluídos materiais com datas entre 2003 até o presente ano, 2024. Assim, utilizando materiais em português e outras línguas, foram selecionados 38 artigos para o desenvolvimento dos resultados, com o fim de estudar a gamificação e a maneira que pode ser utilizada dentro do marketing para obtenção de objetivos.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 Marketing

O marketing refere-se ao entendimento e os métodos para geração, transmissão, oferecimento e troca de ofertas que possuam valor percebido para os clientes, partes interessadas e sociedade (Kotler; Keller, 2012). Pode ser definido como o campo do conhecimento que faz junção de atividades voltadas para suprir necessidades e desejos dos clientes, a fim de obter seus objetivos; sejam empresariais ou individuais, levando em consideração o lugar de atuação e consequências que tais interações provocam no bem comum (Las Casas, 2011).

Ao analisar as funções do marketing de forma aprofundada, é perceptível que, a mais evidente delas é a gestão de uma relação lucrativa com o consumidor. De modo fundamental, o propósito é cativar novos clientes, assegurando valor elevado, conservação e preservação dos clientes já efetivados, promovendo contentamento (Kotler; Armstrong, 2007). O marketing é uma prática que estimula a reflexão das pessoas, podendo ser persuadida,

ISBN: 978-65-89165-30-9

perturbada, questionada ou modificada. Tem a atribuição real de incentivar a vontade humana, incitando a vaidade e ambição, levando a um estado de desequilíbrio, que posteriormente procura equilíbrio por meio da obtenção de um produto ou serviço. Está também atrelado a percepção, mapeamento e mensuração de uma carência a fim de supri-la. Insinuando ao cliente que ele necessita e só terá completude se obtiver o produto de determinada marca (Queiroz, 2008). Neste contexto, a venda é um recurso embutido no marketing, acontece quando o consumidor obtém o produto, por sua vez, o marketing acontece no início, meio e na etapa final da compra (Nascimento, 2012).

De acordo com Cobra (2009), o marketing é compreendido como uma atividade organizacional, que cria valor para o cliente e produz um diferencial competitivo duradouro para a empresa por intermédio da gestão estratégica do composto de marketing. Contudo, é necessário que as táticas utilizadas sejam analisadas e que sua realização aconteça depois da elaboração de um projeto, de modo que a implementação ocorra por meio de características que apontem que tanto o mercado quanto a concorrência estão em expansão, contribuindo para uma oferta maior de produtos, uma vez que houve o crescimento no poder que os consumidores podiam exercer (Pereira, 2014).

3.2 Evolução do marketing

3.2.1 Marketing 1.0

O período entre 1850 e 1950 foi considerado a fase que mais se alongou no marketing a premissa das empresas estava na priorização e destaque do produto, e ainda apresentou de maneira breve a mudança do enfoque das organizações migrando do produto para as pessoas. Seu cerne era a produção em larga escala, sem a preocupação com a diversificação. Do seu nascimento até os anos 1920, o marketing era visto como a era dos produtos. As técnicas eram interessadas na redução de custo, produção em massa e na qualidade do produto, esse modelo de produção foi denominado “Fordismo”. Nessa era as organizações não levavam em consideração as necessidades e desejos dos consumidores (Mochizuki; Santos, 2022).

Não havia preocupação com as vendas, apenas com produção, visto que se consumia tudo que era produzido (Cobra, 2009). O objetivo era a padronização e ganho em escala, para conseguir diminuir ao máximo os custos com a produção, a fim de que as mercadorias ficassem com preço mais acessível para serem obtidas por maior quantidade de consumidores (Ferrão, 2018).

ISBN: 978-65-89165-30-9

A princípio, o marketing era percebido de maneira simples como uma dentre diversas funções indispensáveis de suporte à produção, juntamente com recursos humanos e finanças (Kotler; Kartajaya; Setiawan, 2010). Entretanto, a partir dos anos 1950, houve a percepção que o método de vendas a qualquer custo não era um modelo de negócio certo. A relevância era aquisição e estabilização do negócio em longo prazo, tendo um relacionamento contínuo com os clientes. De maneira que o consumidor passou a ser valorizado. Com o surgimento da valorização do consumidor, os produtos precisariam ser vendidos com base na identificação das aspirações e necessidades. O cliente começou a conquistar o ambiente comercial como um dos meios para alcançar resultados melhores (Las Casas, 2009).

3.2.2 Marketing 2.0

Nessa fase, o relacionamento com o comprador está em nível igual ao do produto, pela primeira vez, o que orienta o negócio não são mais as preferências das organizações, mas sim as dos clientes (Varela, 2022). Nesta fase surge o conceito “o cliente sempre tem razão”. Nesse momento assinalado como era da informação, foi o período no qual as pessoas passaram a ter mais acesso à informação, dessa maneira conseguiram fazer comparativos de preço, marca, qualidade, qualquer outra circunstância que pudesse colaborar a encontrar produto ou serviço capaz de suprir todos os desejos e necessidades (Mochizuki; Santos, 2022). Conforme aponta Ferrão (2018), informações referentes aos produtos através da internet, propagandas de televisão e em diversos outros instrumentos, passaram a alcançar rapidamente o conhecimento das pessoas, assim, as instituições necessitavam mais do que simplesmente ter o produto ofertado e proporcionar um preço acessível, nessa fase, o ponto era ir ao encontro com as emoções e a mente dos consumidores.

Com o surgimento do marketing 2.0, em meio aos avanços da tecnologia da informação, os consumidores passaram a ter mais informação e apresentarem uma postura mais exigente, o que aumentou a concorrência. Consolidar um vínculo entre cliente e organização era o propósito do marketing 2.0 (Kotler; Kartajaya; Setiawan, 2010).

3.2.3 Marketing 3.0

Diferente do marketing 1.0, que centralizava sua procura na satisfação funcional; e, do marketing 2.0, que se concentrava no emocional, na era do marketing 3.0, os clientes buscavam também a satisfação espiritual nos serviços e produtos escolhidos. Transporta o

ISBN: 978-65-89165-30-9

conceito de marketing ao campo das expectativas, princípios e essência humana. Reconhecendo que os consumidores são indivíduos complexos, os quais têm anseios e expectativas que em momento algum podem ser rejeitadas (Kotler; Kartajaya; Setiawan, 2010).

O marketing 3.0 veio com o intuito de transformar o mundo em um lugar melhor, através de elucidação das adversidades sociais, gerando assim contentamento no público. Nesse momento, havia uma preocupação das empresas acerca das mudanças do mundo de maneira positiva por intermédio de suas ações que são dirigidas por seus valores. Assim, a compatibilidade de valores propagados por uma marca, faz com que um indivíduo ou grupo de pessoas se identifiquem com ela. Embora os princípios não estejam em evidência, são identificados nos procedimentos da organização. As ações das organizações devem ser pensadas de modo que estejam em conformidade com seus valores, e com medidas que sejam legítimas (Nascimento, 2016).

São os valores em comum que fazem com que os relacionamentos prosperem. Pessoas e marcas que não acreditam nas mesmas coisas e compartilham do mesmo ponto de vista dificilmente irão se entender (Carvalhal, 2015).

Nesse momento, houve a concentração no ser humano e suas particularidades, sendo incorporada a segmentação dos consumidores de acordo com as características, hábitos e preferências similares. Por meio das redes sociais os consumidores passaram a ganhar voz e a apresentar suas opiniões. Houve a eclosão de um ambiente de interação no qual era possível falar sobre qualquer assunto. O marketing boca a boca se ampliou, à medida que a comunicação passou a ser mais ágil e integrada (Signoretti, 2023).

Em decorrência disso, os consumidores passaram a procurar produtos e serviços que os entregassem mais que a satisfação das necessidades, buscavam experiências e um modelo de comércio capaz de contatar a parte espiritual. Propiciar significado é a proposta de valor do marketing 3.0 (Kotler; Kartajaya; Setiawan, 2010).

3.2.4 Marketing 4.0

A chegada do marketing 4.0 traz consigo a inclusão digital, o que possibilitou um maior acesso às tecnologias e o processo de compras foi transformado em algo simples e exclusivo. Pode-se dizer que essa fase traz uma perspectiva na qual as emoções, as alterações sociais e modificações das interações por meio da internet são levadas em consideração (Rez, 2018). Desse modo, o marketing 4.0 representa uma estratégia mercadológica que integra

ISBN: 978-65-89165-30-9

interações digitais e presenciais entre organizações e consumidores, combina forma e conteúdo na construção da identidade da marca e acrescenta a interconectividade entre dispositivos a interação interpessoal para aprimorar a participação do público-alvo (Kotler; Kartajaya; Setiawan, 2010).

O surgimento de uma quantidade de dados sem precedentes gerou a necessidade de abordagens mais precisas e direcionadas para alcançar o público-alvo. A era digital, implica na dissolução das fronteiras entre o ambiente físico e o virtual e traz consigo a capacidade de inclusão digital interação global através de tecnologias digitais. O marketing digital é identificado pelo estabelecimento da identidade corporativa, especialmente no âmbito online. Neste cenário, é crucial empregar diversas ferramentas como plataformas de redes sociais, técnicas de marketing de conteúdo, dentre outras que favoreçam uma audiência profundamente conectada. O marketing 4.0 simboliza a transição do tradicional para o digital. À medida que as empresas internalizam esse conceito, tornam-se capazes de desenvolver estratégias abrangentes e eficazes que resultam em um desempenho efetivo. O intuito é estabelecer uma identidade corporativa robusta, conhecida e valorizada pelos consumidores, que ofereça benefícios tangíveis ao público e que promovam impacto positivo na sociedade (Mochizuki; Santos, 2022).

A era Marketing 4.0 trouxe transformações em três aspectos fundamentais:

1. Destaque da inclusividade: anteriormente, a exclusividade era o diferencial, porém na contemporaneidade a integração de mercados emergentes traz valorização à marca.

2. Declínio das hierarquias: as influências e inovações, que seguiam um fluxo vertical, passaram a ser horizontais, o que promove uma aproximação entre empresas e pessoas.

3. Coletivo sobre indivíduo: o ato de consumir transcende o indivíduo, o compartilhamento de experiências através da internet se torna indispensável para os padrões de consumo. O reconhecimento social desempenha um papel crucial na decisão dos consumidores (Afonso Neto, 2017).

3.3 Marketing digital

O marketing digital emergiu como uma ferramenta para facilitar de maneira mais segmentada as estratégias de comunicação empresarial, proporcionando a exploração de novas vias de divulgação de produtos e serviços por meio da *internet*. A implementação do marketing digital tem o potencial de criar oportunidades para atrair mais clientes e expandir a rede de contatos (Segura, 2009).

ISBN: 978-65-89165-30-9

O marketing digital representa uma tática mercadológica direcionada à segmentação de audiências específicas, cujos interesses convergem com produtos ou são promovidas por uma dada entidade corporativa. A internet enquanto facilitadora da comunicação instantânea emerge como um componente crucial e um agente modelador da percepção da marca e das operações comerciais de uma organização. Assim, é importante que as empresas contemporâneas compreendam a significância de sua presença neste cenário, o qual se dirige como uma ferramenta a competitividade (Costa Junior, 2020).

Sendo assim, a função do marketing digital é a propagação de marcas e produtos por intermédio de mídia digital, de modo a inspirar o consumo, facilitar e gerar retorno financeiro para empresa utilizando o tempo gasto pelo cliente na estrutura de entretenimento (Murakami, 2008). Por ser um meio de promoção de produtos ou marcas através das mídias digitais, é utilizado pelas empresas para conseguirem corresponder-se com o público de maneira clara, individualizada e tempo apropriado (Peçanha, 2020).

Considera-se, o marketing digital, como uma ferramenta capaz de oferecer variadas atividades, tendo como finalidade facilitar e auxiliar a concepção de valor de seus clientes (Huotari; Hamari, 2012).

Em sua totalidade o marketing digital fomentou um leque de oportunidades operando como ferramenta de sucesso no interior das empresas, nas abordagens operacionais, na esfera da comunicação corporativa e com fornecedores. Além disso, é um instrumento com potencial de angariar clientes novos e manutenção da fidelidade, em consequência disso, leva a concretização das necessidades de seu consumidor final (Vaz, 2010).

Por fim, o marketing digital desempenha o papel crucial nas perspectivas dos processos decisórios dos consumidores, uma vez que é por meio dele que são geradas todas as impressões, aspirações e até mesmo entendimento do problema que irá instigar o comprador a adquirir ou não o produto, levando em consideração suas atitudes após a compra. Esta fase se torna significativa e pode contribuir para a fidelização do consumidor a marca. Assim, a implementação do marketing digital eficaz é fundamental para atrair e fidelizar seus seguidores e consumidores (Caro, 2010).

4 GAMIFICAÇÃO

A gamificação é um termo que se refere à utilização de componentes encontrados em jogos, com a finalidade de envolver e motivar pessoas a realizarem ações, favorecendo o aprendizado e elucidação de desafios encontrados fora do âmbito habitual de entretenimento

ISBN: 978-65-89165-30-9

(Kapp, 2012). De maneira clara, é possível afirmar que ela se fundamenta na integração dos elementos característicos de jogos, adequando-os a cenários, produtos e serviços que não são diretamente jogos, todavia intencionam a impulsionar a motivação e conduta do indivíduo (Busarello, 2014). Ao ser integrada aos negócios, a gamificação configura-se como marketing gamificado, cujos objetivos possuem semelhança com o marketing tradicional que tem o intuito de atrair clientes e consumidores no ramo pretendido pela organização ao passo que mantém os atuais satisfeitos (Chou, 2013).

Assim, pode dizer que a gamificação trata-se do emprego de experiências obtidas dentro dos jogos, a fim de produzir mudanças de comportamento em situações que não são jogos (Robson *et al.*, 2015).

O objetivo da gamificação é o aumento do engajamento, integrando motivação intrínseca. É o que parte do indivíduo fazendo com que ele decida se irá ou não realizar uma determinada ação, impulsionado por fatores como competição, cooperação, agressão e amor. O aumento da motivação intrínseca é o principal desafio para a eficácia da gamificação, uma vez que o desenvolvimento pode ser temporariamente adquirido por meio de recompensas extrínsecas. No entanto, para garantir que o engajamento seja emocionalmente significativo, é necessário focar nas recompensas intrínsecas (Burke, 2014). Sendo assim, é necessário expressar os elementos presentes na gamificação, conforme afirmado por Kapp (2012):

Quadro 1 - Elementos da gamificação

Baseamento em jogos	Objetiva a produção de um sistema que os usuários tenham envolvimento em um desafio abstrato, com regras, interações e resposta, com efeito ao qual é possível mensurar e provocar reações emocionais. Dessa maneira o jogador será impelido a empregar seu tempo e energia no jogo.
Mecânica	Inclusão de níveis, conquista de distintivos, pontuações e controle temporal, porém apenas ela não é suficiente para a transição de uma prática entediante em algo agradável.
Estética	Aparência é um elemento essencial, visto que a percepção do indivíduo influi para aceitação da gamificação.
Pensamento de Jogo	Ponderar ações cotidianas e torná-las em atividades com elementos de competição, cooperação, exploração e narração.
Envolver	Objetivo visível da gamificação é obter a atenção e cativar alguém no método desenvolvido.
Pessoas	Serão os sujeitos envolvidos e motivados no sistema criado.
Motivação	Processo no qual há direcionamento, intenção ou significado, para que a motivação aconteça. A dificuldade do desafio não deve ser excessivamente alta, tão pouco excessivamente baixa.
Promove aprendizagem	Contém técnicas baseadas na psicologia educacional, sendo utilizada por profissionais da educação, designers de instrução há algum tempo. Concedem pontos nas atividades, avaliação corretiva e estimula a participação em programas, são pilares utilizados pelos educadores.
Resolução de problemas	Por ter característica cooperativa, pode ter mais que um indivíduo concentrado em solucionar um problema, e por conter natureza competitiva estimula o aprimoramento para alcançar êxito.

Fonte: Desenvolvido pela autora, 2024.

ISBN: 978-65-89165-30-9

Porém a gamificação não se resume ao intuito de promover pontos e distintivos a tarefas para que elas se tornem mais atrativas, ela está relacionada à assimilação da finalidade, bem como o estímulo e como os indivíduos podem ser motivados na obtenção de seus propósitos (Burke, 2014).

Cabe ressaltar que a gamificação proporciona a criação de um ambiente lúdico e uma experiência singular e memorável. É por essa razão que essa estratégia é cada vez mais adotada em diversos setores, promovendo um maior engajamento tanto de clientes quanto de colaboradores. A eficácia das abordagens gamificadas na organização pode ser atribuída à capacidade de oferecer sistemas de pontuação, conquista de distintivos e a apresentação de uma variedade de desafios. A atribuição de prêmios é essencial para incentivar a interação contínua do usuário, podendo assumir diferentes formas, como descontos, medalhas virtuais e outros. Além disso, é viável categorizar os clientes, de modo que ao atingirem um objetivo, sejam promovidos a fases mais avançadas, assemelhando-se aos princípios de jogos convencionais, por seu apelo viciante (Almeida, 2017).

Porém, não se pode afirmar que a gamificação é a mutação dos afazerem em jogos. Ela está ligada ao aprendizado que vem dos jogos, a descoberta de recursos que tem a capacidade de tornar uma prática melhor uma. De forma centralizada, transformá-la para que fique mais estimulante (Alves, 2015).

Por conseguinte, é importante expressar que não são todas as mecânicas que podem ser empregadas na gamificação, caso estejam ligadas a motivação externa, podem atrapalhar o engajamento e a motivação do indivíduo (Kapp, 2012). Então, há a necessidade em saber sobre a forma que a gamificação pode ser utilizada em um ambiente corporativo (Robson *et al.*, 2015). Quando utilizada no espaço organizacional, desenvolve a incorporação das dinâmicas de jogos em um site, serviço corporativo, comunidade online, portal de conteúdo ou campanhas de marketing, intencionando instigar a participação e fomentar o envolvimento. De maneira fundamental, a metodologia da gamificação analisa e incita a vontade natural das pessoas por competitividade, conquista e expressão individual (*Association for Project Management*, 2014). É importante destacar que independente do setor e da meta a ser alcançada, a gamificação deve promover uma disputa saudável, na qual os consumidores sejam incentivados a atingir objetivos com base em seu histórico individual de uso. Em circunstâncias em que a competição é predatória ou causa favorecimento restritivo a uma pequena parcela de clientes, não obterá os resultados esperados (Duran, 2023).

Contudo, é crucial que as ações gamificadas sejam alinhadas com as características das pessoas. Não faz sentido elaborar um processo complexo totalmente digitalizado se seu

ISBN: 978-65-89165-30-9

público não tem o hábito de utilizar diversos aplicativos e conectar contas pela internet (Caixeiro, 2021).

4.1 Jogos

Ao considerar que o jogo é inerente ao homem e precedente à cultura, entende-se que a mecânica dos jogos está presente na forma de viver e de se relacionar do ser humano desde os primórdios da civilização (Navarro, 2013).

Na contemporaneidade, os jogos de computador e videogames têm demonstrado a capacidade de suprir necessidades legítimas humanas, que o ambiente real não tem sido capaz de oferecer. Transmitem conhecimento, trazem estímulo e envolvem o sujeito de tal forma que a sociedade não consegue realizar. Além disso, apresentam potencial de conexão que a coletividade não alcança (McGonigal, 2012).

Para o indivíduo maduro e responsável, o jogo representa uma atividade que poderia prontamente ser dispensada, sendo considerada desnecessária. Porém, se torna relevante ao passo que o prazer derivado do jogo, se converte em uma necessidade. Não há, portanto, imposição seja física ou moral, jamais sendo ligada a uma tarefa, pois sua prática se dá nas horas de lazer (Huizinga, 2007).

Os jogos podem ser classificados como atividades que podem ser praticadas de forma individual ou em grupo, com regras já estabelecidas e de maneira voluntária. Possuindo apenas um ou variados objetivos a serem concluídos, e assim, perdedores ou ganhadores serão classificados (Abreu, 2019). É importante levar em consideração que uma vez que o jogo deixa de ser uma atividade desempenhada de maneira espontânea, perde a característica de jogo (Vianna, 2014).

As mecânicas encontradas nos jogos atuam como procedimentos motivacionais para os indivíduos, de forma a contribuir para o engajamento destes em variados ambientes e aspectos (Raguze; Silva, 2016).

Diante do exposto, é fundamental mencionar a tétrade elementar, que define quatro elementos essenciais no desenvolvimento de um jogo. O primeiro é a mecânica, referente aos mecânicos e regras do jogo, incluindo os objetivos a serem alcançados pelos jogadores, diferenciando-se de outras atividades como filmes e jogos. A mecânica determina a tecnologia a ser utilizada, a estética e a narrativa do jogo. A narrativa estabelece o desenvolvimento dos eventos, podendo ser pré-defina ou emergir ao longo do jogo. A estética está diretamente ligada à experiência sensorial dos jogadores, abrangendo aspectos como aparência, som e

ISBN: 978-65-89165-30-9

outros sentidos. Por fim, a tecnologia que não é limitada a inovações tecnológicas, mas inclui métodos diversos empregados no jogo. Assim, é essencial possuir uma mecânica capaz de criar a sensação de um mundo com uma estética definida, uma narrativa em que os eventos ocorram no tempo apropriado. A tecnologia é o meio pelo qual a narrativa é apresentada, a estética é exibida e a mecânica é concretizada. Todos os elementos possuem igual importância (Schell, 2011).

Pode-se citar quatro características que definem o jogo. Objetivo - há a obtenção de resultados, pela transposição de um nível. Regras - define a maneira que o jogador deve se portar. *Feedback* - é a maneira na qual o jogador saberá como está seu desempenho. Participação voluntária - é a vontade de prosseguir ou parar de jogar (McGonigal, 2012).

Retifica-se que diz respeito à utilização de mecânicas de jogos, voltados à transposição de obstáculos ou a estimulação de engajamento de um público-alvo (Vianna, 2014).

4.2 Gamificação no marketing digital

Na maioria das organizações, o marketing serve como ponto inicial para adoção da gamificação. Uma implementação bem executada pode acarretar benefícios significativos (Burke, 2014).

Exemplo disso foi a aplicação de uma estratégia de gamificação híbrida, com o *Nike Run Club* (NRC), que além de um exemplo de gamificação externa, direcionada aos consumidores da marca, age também como uma ferramenta de mudança comportamental, uma vez que incentiva a melhoria da qualidade de vida intermediada pela prática de exercícios físicos. Ao realizarem os desafios do NRC, os corredores experimentam a satisfação de se posicionarem entre os melhores atletas do aplicativo. Grande parte dos usuários utiliza o aplicativo com o intuito de praticarem exercícios físicos, porém há incidência de propagandas de artigos esportivos e envio de notificações que destacam produtos novos. Com a possibilidade de compartilhamento das conquistas nas redes sociais, os próprios usuários promovem de maneira gratuita a marca, corroborando com sua disseminação (Abreu, 2019).

Pode-se citar também, o programa *Starbucks Rewards*, no qual os clientes podem acumular estrelas e posteriormente trocá-las por itens do menu ou produtos como canecas e copos reutilizáveis. Essas estrelas são adquiridas a partir de certo valor comprado e conta com seis níveis para o resgate a partir do acúmulo de 15 estrelas (Starbucks, 2021).

ISBN: 978-65-89165-30-9

A empresa Extra aproveitou a simbologia da sexta-feira 13 como estratégia de comunicação, por meio dos canais online. Utilizando abordagens relacionadas à gamificação, lançou uma atividade lúdica envolvendo os consumidores, que eram convidados a participarem de um quiz sobre os personagens de filmes de terror. Durante a atividade, foram propostos enigmas aos participantes, os quais deveriam responder por meio de campos de busca designados. Os acertos eram recompensados com pontos, enquanto ao errar o participante era direcionado para páginas de produtos temáticos, promovendo a exploração ao site, além disso, recebiam novas dicas, aumentando as chances de continuar jogando. Com engajamento obtido, o nível de conversão foi quatro vezes maior que a média do mercado (Pirola, 2022).

A corporação global Deloitte aderiu uma estratégia gamificada, substituindo o método de treinamento convencional. Com a disponibilidade de participação dos clientes em programas educacionais interaterativos disponibilizados online, registrou-se um crescimento de 47% no volume de acessos ao site da empresa (Almeida, 2017).

A M&M's lançou uma campanha de marketing gamificadas chamada "*Eye-Spy-Pretzel*". Nessa iniciativa, o público foi desafiado a encontrar um *pretzel* oculto em uma imagem repleta de doces M&M, disponível em um site. Após alcançar uma ampla disseminação viral, essa atividade lúdica e simples teve sucesso em promover os novos M&M's com saber de *pretzel*, demonstrando de maneira eficaz como os jogos podem fortalecer o reconhecimento da marca e estimular o engajamento nas redes sociais (Barreiros, 2024).

Um dos exemplos mais notáveis de aplicação da gamificação é o jogo anual do McDonald's, baseado no Monopoly, no qual os consumidores são agraciados com peças fictícias de jogos de tabuleiro junto aos seus pedidos, proporcionando-lhes a oportunidade de concorrer a alimentos adicionais, quantias ou prêmios diversos. Essa maneira estimula os clientes a realizarem compras repetidas, aumentando assim suas possibilidades de êxito (Conick, 2019).

De acordo com relatórios divulgados pela empresa, afirma-se que houve um amento de 5% em seu lucro no terceiro trimestre do ano de 2013, atribuindo o aumento em grande parte a campanha. A empresa registrou lucro líquido de US$ 1,52 bilhão, em comparação com o período mesmo período do ano anterior que foi de US$ 1,46 bilhão (*Columbia Broadcasting System*, 2013).

A aplicação da gamificação não se resume simplesmente a inclusão de distintivos em uma plataforma online, é necessário adotar uma metodologia mais criteriosa. Adicionalmente,

ISBN: 978-65-89165-30-9

caso haja a expectativa de que a gamificação possa solucionar os principais desafios enfrentados pela organização, como a qualidade insatisfatória dos produtos ou a falta de adequação destes ao mercado, tal expectativa será frustrada (Zichermann; Cunningham, 2011).

Os benefícios apresentados podem ser empregados em diversas esferas, levando a efeitos positivos quando sua realização tem uma participação significativa das pessoas envolvidas. Na esfera do marketing, sua finalidade primordial, está no engajamento dos consumidores, atrair atenção, fidelizar e aprimorar o vínculo estabelecido e pode acarretar vantagens adicionais, tais como estímulo de recomendações: o cliente indica um produto a um terceiro e é recompensado por essa ação. Demonstração do produto ou serviço: é empregada uma maneira lúdica para demonstrar como é o funcionamento do produto ou serviço. Incremento nas vendas: como ferramenta para impulsioná-las, à medida que os clientes realizam compras acumulam benefícios, mantendo o incentivo. Interatividade com o cliente: ao promover uma interação lúdica e leal, a marca torna-se mais próxima ao público (Vieira, 2022).

É fundamental que se promova uma atmosfera de otimismo ao desenvolver estratégias de gamificação. Respeitar a autonomia dos usuários é primordial, evitando assim criar ambientes excessivamente negativos que possam desencorajar sua participação contínua. Para enfrentar esse desafio, é recomendável adotar abordagens que ofereçam variedade, especialmente no que diz respeito ao sistema de classificação. Além disso, é crucial elaborar recompensas atrativas, reconhecimento que tais incentivos são elementos essenciais para manter engajamento dos usuários. Entre as possíveis recompensas, estão pontos conversíveis em produtos ou descontos, ofertas personalizadas e distintivos para clientes VIPs. Para garantir o sucesso dessas estratégias, é fundamental estabelecer métricas claras para monitorar o progresso, incluindo dados como o número de visitantes ativos, origem do tráfego e taxa de conversão. O uso da gamificação aumenta o consumo e promove o envolvimento, a motivação e a fidelização dos usuários dos aplicativos. Ao integrar elementos de jogos como pontuações distintivas, os desenvolvedores podem ter experiências interativas significativas que cativam e entretêm o público-alvo (Sobral, 2024).

5 RESULTADOS E DISCUSSÕES

O campo do marketing tem adotado a estratégia de gamificação com o propósito de estimular, envolver e assegurar lealdade de clientes e usuários (Zichermann; Cunningham,

ISBN: 978-65-89165-30-9

2011). Neste sentido, para implementar um projeto de gamificação visando alcançar resultados positivos é imprescindível compreender principalmente quais são os objetivos almejados com a iniciativa (Werbach; Hunter, 2012). O marketing desempenha um papel fundamental na introdução da ludificação nas empresas. Ao passo que as organizações testemunham os resultados favoráveis trazidos pela gamificação, passam a demonstrar uma propensão em estender seu emprego em outras áreas da organização. É imprescindível que a implementação seja conduzida de maneira apropriada, do contrário, há possibilidade de que os resultados não saiam conforme o esperado e, desse modo, a gamificação será vista com um meio ineficaz, mesmo que na realidade o problema resida em uma aplicação inadequada (Abreu, 2019).

Acerca dos benefícios da gamificação que podem ser vistos, há elevação de engajamento com os usuários e clientes, o que reduz a chance de que o conteúdo seja ignorado durante a visualização. O aumento nas taxas de conversão em vendas é garantido pela elevada motivação dos visitantes nos sites devido aos jogos e as recompensas. O aprimoramento do reconhecimento da marca e a fidelização são promovidos pelo maior engajamento com conteúdo (Caixeiro, 2021).

No âmbito do marketing, a gamificação tem um potencial de intensificar o desenvolvimento e promover a lealdade dos consumidores. Isso se deve ao fato de que essa abordagem possibilita uma conexão mais profunda e consequentemente uma maior satisfação do cliente (Santos, 2024).

A estratégia de marketing de gamificação tem transformado significativamente o panorama do marketing digital, empregando os fundamentos dos jogos para atrair e engajar os consumidores de forma altamente eficaz. Diante da constante evolução dos padrões de consumo, a integração da gamificação torna-se indispensável para os profissionais de marketing, permitindo-lhes manter a competividade no dinâmico cenário do marketing digital (Barreiros, 2024).

Ao contrário dos jogos, que são empregados para propósitos educacionais e corporativos, a gamificação não é uma abordagem que deve ser implementada esporadicamente. Esta ferramenta proporciona melhores resultados quando utilizada como uma estratégia continua incentivando constantemente o público-alvo e coletando dados para seu aprimoramento. Os métodos podem ser inclusivos, mas isso não implica que qualquer tipo de jogo possa ser utilizado. A qualidade da atividade deve sempre ser considerada na implementação dessa estratégia, além de não perder de vista o objetivo da ação, deve-se criar

ISBN: 978-65-89165-30-9

uma dinâmica que envolva os usuários, tornando a experiência cativante e inovadora (Araújo Filho; Oliveira; Nolasco, 2020).

É crucial que as ações gamificadas sejam alinhadas com as características das pessoas. Não faz sentido elaborar um processo complexo totalmente digitalizado se seu público não tem o hábito de utilizar diversos aplicativos e conectar contas na internet (Caixeiro, 2021).

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

É importante salientar a relevância do estudo sobre as estratégias gamificadas no marketing digital, uma vez que se mostra como uma ferramenta com significativo potencial de envolver os consumidores, proporcionando experiências que contribuem para captação e retenção do público-alvo. Além disso, ao apresentar os impactos da gamificação, orientar profissionais e organizações acerca da implementação de práticas mais eficientes e criativas, resultando em benefícios econômicos e sociais.

Com a ascensão da internet e a facilidade que as pessoas passaram a ter informações acerca das marcas, os clientes tornaram-se mais exigentes, resultando em transformações no marketing ao longo do tempo. Mediante a isso, o marketing digital se destaca como abordagem essencial para as organizações que buscam diferenciar-se no mercado a fim de alcançar seus objetivos empresariais.

Assim sendo, a gamificação traz para as organizações o alcance das metas de engajamento e através do uso de recompensas atrativas para os consumidores. A integração da gamificação no marketing digital abre novas possibilidades para as empresas se destacarem e conquistarem a lealdade dos consumidores, fazendo com que os próprios clientes disseminem a marca. Por meio da aplicação criativa de elementos presentes nos jogos, é possível estabelecer experiências únicas que têm a capacidade de cativar e engajar o público, fortalecendo o relacionamento entre empresa e cliente, uma vez que a comunicação entre esses dois elos é feita de maneira mais dinâmica.

No entanto, é importante ressaltar que o sucesso da gamificação dentro do marketing digital, necessita de um conhecimento aprofundado acerca do público-alvo, da mesma maneira que sua aplicação deve ser feita adequando-se com os princípios do *design* de jogos. Avaliação e monitoramento se fazem fundamentais para os resultados das estratégias de gamificação, ajustando-os conforme for necessário para garantir sua eficácia e relevância contínua.

ISBN: 978-65-89165-30-9

Assim, ratifica-se que a integração da gamificação com o marketing digital, apresenta-se com potencial de oferecer resultados expressivos para as organizações que buscam se destacar em um ambiente competitivo e em constante evolução.

Ao versar sobre a elaboração da pesquisa, sendo uma área relativamente nova, mostrou a escassez de estudos acadêmicos disponíveis acerca do tema gamificação com ferramenta dentro do marketing digital, encontrando uma boa parte apenas na língua inglesa, limitando assim a obtenção de referências teóricas, essenciais para a fundamentação e desenvolvimento de trabalhos acadêmicos e profissionais sobre a temática exposta.

REFERÊNCIAS

ABREU, H. R. **Uma exploração introdutória à gamificação com aplicações no marketing digital**. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Engenharia de Produção) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2014. Disponível em: https://www2.ufjf.br/engenhariadeproducao/wpcontent/uploads/sites/322/2017/11/hugoramosdeabreu.pdf. Acesso em: 10 mar. 2024.

AFONSO NETO, A. **Marketing 4.0**: *Engagement for affinity with the brand*. 2017. Disponível em: https://professorannibal.com.br/2017/09/07/marketing-4-0-engagement-for-affinity-with-the-brand/. Acesso em: 27 de maio de 2024.

ALMEIDA, D. **Veja 9 exemplos de gamificação nas empresas usados para engajar clientes**. 2017. Disponível em: https://mindminers.com/blog/exemplos-empresas-que-usam-gamificacao/. Acesso em: 27 maio 2024.

ALVES, F. **Gamification:** como criar experiências de aprendizagem engajadoras, um guia completo: do conceito à prática. São Paulo: DVS editora, 2015. Disponível em: https://pdfcoffee.com/qdownload/gamification-2-3-pdf-free.html. Acesso em: 14 fev. 2024.

AMÂNCIO, M. F. C. **Marketing Digital e as novas ferramentas para atrair o consumidor do Séc. XXI**. 44 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) - Faculdade Cenecista de Capivari (FACECAP), Capivari - SP, 2009. Disponível em: https://www.passeidireto.com/arquivo/52651842/marketing-digital-e-as-novas-ferramentas-para-atrair-o-consumidor-do-sec-xxi-1. Acesso em: 27 abr. 2024.

ARAÚJO FILHO, R. C.; OLIVEIRA, F. M.; NOLASCO, J. G. A carta fora do baralho: o lado obscuro da gamificação. **Revista Valore**, Volta Redonda, 5. ed. esp., p. 355-361, 2020. Disponível em: https://revistavalore.emnuvens.com.br/valore/article/view/868. Acesso em: 19 maio 2024.

ASSOCIATION FOR PROJECT MANAGEMENT. ***Introduction to gamification.*** 2014. Disponível em: https://www.apm.org.uk/sites/default/files/gamification%20-%20epdf.pdf. Acesso em: 18 mar. 2024.

ISBN: 978-65-89165-30-9

BARREIROS, J. **O que é Marketing de Gamificação?** Benefícios e Exemplos. 2024. Disponível em: https://ultahost.com/blog/pt/marketing-de-gamificacao/. Acesso em: 15 maio 2024.

BURKE, B. ***Gamify:*** *How Gamification Motivates People to Do Extraordinary Things*. [S.I.]: Bibliomotion, 2014.

BUSARELLO, R. I. **Gamification:** princípios e estratégias. São Paulo: Pimenta Cultural, 2016. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4455428/mod_resource/content/1/Gamification.pdf. Acesso em: 15 abr. 2024.

CAIXEIRO, R. **Gamificação no marketing:** saiba o que é e como utilizar essa estratégia. 2021. Disponível em: https://www.edialog.com.br/gamification-a-nova-tendencia-no-marketing-digital/. 2021. Acesso em: 14 mar. 2024.

CARO, Abrão. **Comportamento do consumidor e a compra on-line:** uma análise multicultural. 2010. Tese (Doutorado em Administração) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010. Disponível em: https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-05052010-114514/publico/AbraoCaroTese.pdf. Acesso em: 06 abr. 2024.

CARVALHAL, A. **A moda imita a vida:** como construir uma marca de moda. São Paulo: Estação das Letras e Cores, Rio de Janeiro: Ed. Senac Rio de Janeiro, 2015.

CASTELLS, M. **A Galáxia da Internet:** Reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

CHOU, Y. K. ***Top 10 Marketing Gamification Cases You Won't Forget****. Yu-kai Chou: Gamification & Behavioral Design*, 2013. Disponível em: https://yukaichou.com/gamification-examples/top-10-marketing-gamification-cases-. Acesso em: 05 abr. 2024.

CINTRA, F. C. Marketing Digital: a era da tecnologia on-line. **Artigos Anestesiologia Veterinária**, v. 10, n. 1, 2010. Disponível em: https://publicacoes.unifran.br/index.php/investigacao/article/view/147. Acesso em: 27 fev. 2024.

COBRA, M. **Administração de marketing no Brasil**. 3. ed. São Paulo: Elsevier, 2009.

COLUMBIA BROADCASTING SYSTEM. **Lucro do McDonald's sobe com promoção do Banco Imobiliário**. 2013. Disponível em: https://www-cbsnews-com.translate.goog/news/mcdonalds-earnings-up-on-monopoly-promotion/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=pt&_x_tr_hl=pt-BR&_x_tr_pto=sc. Acesso em: 24 maio 2024.

CONICK, H. **A gamificação é manipulativa**. É ético? 2019. Disponível em: https://www-ama-org.translate.goog/marketing-news/gamification-is-manipulative-is-itethical/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=pt&_x_tr_hl=pt-BR&_x_tr_pto=sc. Acesso em: 20 mar. 2024.

ISBN: 978-65-89165-30-9

COSTA, H. R.; STREIT, R. E. Utilização de técnicas de jogos para a análise visual de informações. **Comunicação & Informação**, n. 1, v. 18, p. 110-123, 2015.

COSTA JUNIOR, P. A. B. **Marketing digital em mídias sociais e os resultados para as empresas de comércio do vestuário da cidade de Canela/RS**. 2020. Trabalho de Conclusão de Curso II (Bacharelado em Administração) - Universidade de Caxias do Sul, Canela, 2020. Disponível em: https://repositorio.ucs.br/xmlui/bitstream/handle/11338/6673/TCC%20Pedro%20Adair%20Boeira%20Costa%20J%c3%banior.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 12 mar. 2024.

CRUZ, C. A. B., SILVA, L. L. Marketing digital: marketing para o novo milênio. **Revista Científica do ITPAC**, Araguaína, v. 7, n. 2, Pub. 1, abr. 2014. Disponível em: https://assets.unitpac.com.br/arquivos/revista/72/1.pdf. Acesso em: 18 abr. 2024.

DETERDING, S.; DIXON, D.; KHALED, R.; NACKLE, L. ***Gamification:*** *using game design elements innon-gaming contexts. Conference on Human Factors in Computing Systems – Proceedings*. ACM, 2011.

DURAN, F. **Gamificação:** descubra o que é e como pode ajudar a engajar clientes. 2023. Disponível em: https://hubify.com.br/marketing-digital/gamificacao-descubra-o-que-e-e-como-pode-ajudar-a-engajar-clientes/. Acesso em: 25 maio 2024.

FERRÃO, K. P. S. **A Evolução do Marketing:** uma pesquisa sobre o nivelamento do Marketing em uma empresa varejista. 2018. 33 f. trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) - Faculdade São Francisco de Assis, Porto Alegre, 2018. Disponível em: https://www.saofranciscodeassis.edu.br/fsfa/home/downloadDoc/2018-12-04e7e71c35d6ac4db74f5b661e9c7b6f34.pdf.html. Acesso em: 5 abr. 2024.

HUIZINGA, J. ***Homo Ludens***: o jogo como elemento da cultura. 3. reimpr. da 5. ed. de 2001. São Paulo: Perspectiva, 2007. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4184246/mod_resource/content/0/homo_ludens_huizinga.pdf. Acesso em: 17 maio 2024.

HUOTARI, K.; HAMARI, J. *Defining Gamification: a service marketing perspective. In:* ***Proceeding of the 16th International Academic MindTrek Conference***. ACM, 2012. Disponível em: file:///C:/Users/JRM/Downloads/2012-defining_gamification-a_service_marketing_perspective.pdf. Acesso em: 25 fev. 2024.

KAPP, K. M. ***The gamification of learning and instruction:*** *game-based methods and strategies fortraining and education. John Wiley & Sons*, 2012. Disponível em: https://books.google.com.br/books?hl=ptBR&lr=&id=GLr81qqtELcC&oi=fnd&pg=PR12&dq=The+Gamification+of+Learning+and+Instruction:+Gamebased+Methods+and+Strategies+for+Training+and+Education+PDF+EM+PORTUGUES&ots=CMFcaxhcs&sig=6YxiKHaSsvyKHGiNFlqmej5Gmas#v=onepage&q&f=false. Acesso em: 06 maio 2024.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson, 2007.

ISBN: 978-65-89165-30-9

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. **Marketing 3.0:** as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. Disponível em: https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/3472e2ca0932a98d7edbc110c8c58de9/$File/9938.pdf. Acesso em: 8 mar. 2024.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de Marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012. Disponível em: https://www.doraci.com.br/files/kotler_ed14.pdf. Acesso em: 15 fev. 2024.

LAS CASAS, A. L. **Administração de Marketing:** Conceitos, Planejamento e Aplicações à Realidade Brasileira. 1. ed. 5. reimpr. São Paulo: Atlas, 2011.

LAS CASAS, A. L. **Marketing:** conceitos, exercícios, casos. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MACHADO, C. M. **A importância da internet para o marketing digital**. 2014. 18 f. Orientação do Prof. Me. Pedro Ramos Lima. Trabalho de Conclusão Curso (Bacharelado em Administração) – Faculdade Nossa Senhora Aparecida – Fanap, Aparecida de Goiânia, 2014. Disponível em: http://fanap.br/Repositorio/290.pdf. Acesso em: 27 fev. 2024.

MCGONIGAL, J. **Realidade em jogo**: porque os games nos tornam melhores e como eles podem mudar o mundo. Rio de Janeiro: Best Seller, 2012. Disponível em: C:/Users/JRM/Downloads/A%20%20Realidade%20%20Em%20%20Jogo%20-%20Jane%20McGonigal.pdf. Acesso em: 21 mar. 2024.

MOCHIZUKI, J. A.; SANTOS, N. H. **Evolução do marketing:** do tradicional ao digital. 2022. Disponível em: http://repositorio.unitau.br/jspui/handle/20.500.11874/6336. Acesso em: 14 abr. 2024.

MURAKAMI, L. C. Conceitos básicos de marketing de entretenimento. *In*: COBRA, Marcos. (Org.). **Marketing de entretenimento**. São Paulo: Editora Senac, 2008. p. 24-29.

NASCIMENTO, E. J. **A importância do marketing de relacionamento para uma empresa de pequeno porte.** 2012. Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado em Administração) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2012. Disponível em: https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/123456789/2506/1/EJN29092017.pdf. Acesso em: 7 abr. 2024.

NASCIMENTO, M. C. S. **A aplicação do marketing 3.0 e o reflexo no relacionamento marca x público:** um estudo de caso da farm. 2016. Trabalho de Conclusão de Curso (Pós-graduação *lato sensu* em Gestão da Comunicação nas Organizações) - Centro Universitário de Brasília (UniCEUB/ICPD), Brasília, 2016. Disponível em: https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/235/11976/1/51500071.pdf. Acesso em: 15 abr. 2024.

NAVARRO, G. **Gamificação:** a transformação do conceito do termo jogo no contexto da pós-modernidade. CELACC/ECA – USP. São Paulo, 2013. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/125459/mod_resource/content/1/gamificacao.pdf. Acesso em: 15 maio 2024.

ISBN: 978-65-89165-30-9

PEÇANHA, V. **O que é Marketing Digital?** Tudo sobre o conceito, como fazer e começar sua estratégia de Marketing Online em 2024. 2020. Disponível em: https://rockcontent.com/br/blog/marketing-digital/. 2020. Acesso em: 15 mar. 2024.

PEREIRA, L. L. **Estratégias de marketing digital utilizadas para o posicionamento de marca e aumento de vendas de uma empresa em Brasília**. 2014. Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas FATECS. Brasília, 2014. Disponível em: https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/235/5400/1/21365416.pdf. Acesso em: 2 mar. 2024.

PIROLA, C. **Extra:** conversão 4x maior que a média do mercado, com *People Marketing*. 2022. Disponível em: http://3.88.192.132/extra-conversao-4x-maior-que-a-media-do-mercado-com-people-marketing/. Acesso em: 13 abr. 2024.

QUEIROZ, M. A. **Gestão Comercial**. Curitiba: IESDE Brasil S.A., 2008.

RAGUZE, T.; SILVA, P. S. Gamificação aplicada a ambientes de aprendizagem. **GAMEPAD – Seminário de games e tecnologia**. 2016. Disponível em: https://www.feevale.br/Comum/midias/7fe3e6be-385f-4e8b96e4933a0e63874f/Gamificac%C2%B8a~o%20aplicada%20a%20ambientes%20de%20Aprndizagem.pdf. Acesso em: 05 mar. 2024.

REZ, R. **Marketing 4.0:** do Tradicional ao Digital, passo a passo. 2018. Disponível em: https://novaescolademarketing.com.br/marketing-4-0/. Acesso em: 20 maio 2024.

ROBSON, K.; PLANGGER, K.; KIETZMANN, J. H.; MCCARTHY, I.; PITT, L. *Is it all a game? Understanding the principles of gamification.* ***Business Horizons***, v. 58, n. 4, p. 411-420, 2015.

SANTOS, N. **Descubra como usar a gamificação para fidelizar clientes**. 2024. Disponível em: https://redeparcerias.com/blog/gamificacao-para-fidelizar-clientes-na-sua-empresa/. Acesso em: 27 maio 2024.

SANTOS, Carla Priscilla Mendonça. Marketing digital: redes sociais como canal de comunicação entre empresas e consumidores. **Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento**, ano 7, ed. 8, v. 2, p. 5-16. ago. 2022. ISSN: 2448-0959. Disponível em: https://www.nucleodoconhecimento.com.br/comunicacao/comunicacao-entre-empresas. Acesso em: 20 jun. 2024.

SCHELL, J. **A arte do Game Design:** o livro original. Elsevier, 2011.

SEGURA, M. C. **O estudo do Marketing Digital versus Marketing Tradicional e a percepção das suas campanhas por parte dos consumidores no mercado virtual a tradicional**. 2009. Dissertação (Mestrado em Estatística e Gestão da Informação) - Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação da Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, 2009. Disponível em: https://run.unl.pt/bitstream/10362/4036/1/TEGI0234.pdf. Acesso em: 25 fev. 2024.

ISBN: 978-65-89165-30-9

SIGNORETTI, P. Evolução do Marketing: Do Marketing 1.0 ao Marketing 5.0. 2023. **Boletim MarkEsalq,** ano 11, n. 80, abr. 2023. Disponível em: https://spers.pro.br/site/wp-content/uploads/2023/03/2023-80.pdf. Acesso em: 15 maio 2024.

SILVA, M. A. L. **Marketing 4.0 e conteúdo nas mídias sociais:** o caso Netflix no Facebook. 2017. Disponível em: https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/177738/001062627.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 2 mar. 2024.

SOBRAL, P. H. **Gamificação e o consumo**: confira as melhores estratégias para aplicar agora mesmo no seu e-commerce. 2024. Disponível em: https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/gamificacao-e-o-consumo-confira-as-melhores-estrategias-para-aplicar-agora-mesmo-no-seu-e-commerce. Acesso em: 23 maio 2024.

STARBUCKS. **Starbucks Brasil revoluciona seu programa fidelidade e apresenta Starbucks Rewards**. 2021. Disponível em: https://historias.starbucks.com/br/press/2021/starbucks-brasil-revoluciona-seu-programa-fidelidade-e-apresenta-starbucks-rewards/. Acesso em: 27 maio 2024.

VARELA, D. O que é o Marketing 2.0 e quais são as características dessa era?. **Rock Content**, 2022. Disponível em: https://rockcontent.com/br/blog/o-que-e-marketing-2-0/. Acesso em: 23 mar. 2024.

VAZ, C. A. ***Google marketing*:** o guia definitivo de marketing digital. 3. ed. São Paulo, SP: Novatec Editora, 2010.

VIANNA, Y. **Gamification, Inc.:** como reinventar empresas a partir de jogos. Rio de Janeiro: MJV Tecnologia Ltda, 2014. Disponível em: https://acervo-digital.espm.br/E-BOOKS/2020/365430.pdf. Acesso em: 23 maio 2024.

VIEIRA, D. **Gamificação:** como ela pode ajudar na sua estratégia de marketing. 2022. Disponível em: https://www.hostgator.com.br/blog/gamificacao-como-ajudar-no-marketing/. 2022. Acesso em: 25 maio 2024.

VIOLA, F. ***Gamification I videogiochi nella vita quotidiana***. 2011.

WERBACH, K.; HUNTER, D. ***For the Win:*** *How Game Thinking Can Revolutionize Your Business. Wharton Digital Press*, 2012. Disponível em: https://fliphtml5.com/ndhs/wtqf/basic. Acesso em: 15 abr. 2024.

ZICHERMANN, G.; CUNNINGHAM, C. ***Gamification by Design:*** *Implementing Game Mechanics in Web and Mobile App*. Sebastopol: O′Reilly, 2011. Disponível em: https://books.google.com.br/books?hl=ptBR&lr=&id=zZcpuMRpAB8C&oi=fnd&pg=PR7=UwLb5Zx8be&sig=5m5QyU1jndTnrHyb2EI6r5ejjvo&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false. Acesso em: 27 maio 2024.

ISBN: 978-65-89165-30-9

O USO DOS SISTEMAS DE INFORMAÇÃO EM SAÚDE NO PROCESSO DE TOMADA DE DECISÃO

THE USE OF HEALTH INFORMATION SYSTEMS IN THE DECISION-MAKING PROCESS

Cristiano José Moura Marques

Luiz Miguel Picelli Sanches

Resumo: Este trabalho investiga o impacto dos Sistemas de Informação em Saúde (SIS) no processo de tomada de decisão clínica e administrativa, destacando os desafios e estratégias de implementação. A metodologia é uma revisão qualitativa e descritiva, em seis fases, conforme Ganong (1987), adaptadas para o contexto do estudo. A a estratégia foi PICO, com foco nos profissionais de saúde e gestores, e nos desafios enfrentados na implementação dos SIS. O trabalho trata da importância dos SIS para a eficiência e qualidade do atendimento, a capacidade de armazenamento e processamento de informações em tempo real. Entre os desafios estão a resistência à mudança, a falta de treinamento adequado, problemas técnicos, e questões de interoperabilidade e segurança dos dados. A análise revela que a adoção bem-sucedida dos SIS requer investimentos em tecnologia, treinamento contínuo e uma mudança na cultura organizacional. Os resultados indicam que, apesar dos benefícios significativos dos SIS, a implementação enfrenta diversos obstáculos, como a falta de infraestrutura adequada e a resistência dos profissionais de saúde. Estratégias propostas incluem a adoção de padrões abertos, melhorias na segurança de dados e a promoção de uma cultura organizacional que valorize a inovação tecnológica. Este estudo contribui para a compreensão dos desafios e soluções na implementação dos SIS, orientações práticas para gestores e profissionais de saúde. A adoção eficaz dos SIS pode melhorar a tomada de decisão clínica e administrativa, resultando em um atendimento mais eficiente para os pacientes.

Palavras-chave: Sistemas de Informação em Saúde (SIS); tomada de decisão; eficiência operacional; desafios de implementação; segurança de dados.

***Abstract**: This paper investigates the impact of Health Information Systems (SIS) on the clinical and administrative decision-making process, highlighting the challenges and implementation strategies. The methodology is a qualitative and descriptive review, in six phases, according to Ganong (1987), adapted to the context of the study. The strategy was PICO, focusing on health professionals and managers, and the challenges faced in the implementation of the SIS. The work deals with the importance of SIS for the efficiency and quality of care, the capacity to store and process information in real time. Among the challenges are resistance to change, lack of proper training, technical issues, and interoperability and data security issues. The analysis reveals that successful adoption of SIS requires investments in technology, ongoing training, and a change in organizational culture. The results indicate that, despite the significant benefits of the HIS Proposed strategies include adopting open standards, improving data security, and promoting an organizational culture that values technological innovation. This study contributes to the understanding of the challenges and solutions in the implementation of the SIS, practical guidelines for*

ISBN: 978-65-89165-30-9

managers and health professionals. Effective adoption of SIS can improve clinical and administrative decision-making, resulting in more efficient care for patients.

***Keywords**: Health Information Systems (SIS). decision making. operational efficiency. implementation challenges. data security.*

1 INTRODUÇÃO

A chegada da era digital trouxe transformações significativas para os mais diferentes setores, dentre os quais o da saúde. A integração das diversas tecnologias de informação nos sistemas de saúde tem revolucionado de maneira espantosa como os serviços são prestados, melhorando assim, a eficiência operacional e a qualidade do atendimento prestado ao paciente. Entre essas tecnologias, estão os sistemas de informação em saúde (SIS), que facilitam o processo de gestão, para se tomar a melhor decisão clínica e administrativa nas instituições de saúde.

À medida que novas tecnologias servem aos diversos sistemas de saúde, inicia-se uma nova forma de cuidados para os pacientes, e melhora tanto a eficiência quanto a eficácia na prestação dos serviços. Os sistemas de informação em saúde (SIS) destacam-se pelas mais diversas formas de utilização das tecnologias, como: processamento, armazenagem e disponibilização de informações em tempo real, de forma clara e objetiva para a tomada de decisão clínica e administrativa (Cintho; Machado; Moro, 2016). Este trabalho investiga o impacto dos SIS na melhoria dos processos decisórios em saúde, os desafios encontrados na sua implementação e as estratégias para superá-los.

A relevância dos SIS para os sistemas de saúde são fundamentais para o atendimento, ao permitir que profissionais acessem dados de pacientes de maneira eficiente, rápida e segura, para diagnósticos precisos e tratamentos adequados à realidade de cada um (Bittar *et al.*, 2018). Mesmo assim, a implantação desses sistemas enfrenta desafios, que podem variar desde questões técnicas a até mesmo interoperabilidade e segurança dos dados, barreiras da própria organização e resistência a fazer algo diferente da rotina. (Figueirôa *et al*., 2024).

O sucesso na adoção dos SIS requer uma abordagem que leve em consideração os aspectos tecnológicos a serem implantados e os humanos. As instituições de saúde devem investir em tecnologia de ponta e em programas de treinamento e mudança na sua cultural organizacional que preparem os profissionais para trabalhar com esses novos sistemas (Lima *et al*., 2015). Além disso, é importante garantir a participação e o comprometimento de todos os envolvidos no processo de implementação, desde os profissionais, que são linha de frente

ISBN: 978-65-89165-30-9

na assistência, até os gestores do planejamento estratégico, desde a fase de planejamento até a implementação definitiva e uso em massa dos sistemas de informação (Reis *et al.*, 2024).

Este estudo também explora as soluções propostas para superar os desafios associados à implementação dos SIS, que de acordo com Machado e Cattafesta (2019), podem incluir estratégias para melhorar a interoperabilidade entre sistemas diferentes, medidas para reforçar a segurança e a privacidade dos dados de saúde, e abordagens para fomentar uma cultura de inovação e aceitação tecnológica nas organizações de saúde.

Este trabalho visa contribuir para a difusão de conhecimento sobre os sistemas de informação na saúde e os principais desafios enfrentados durante sua implementação, destacando estratégias para superar obstáculos. Ao fazê-lo, espera-se enriquecer a literatura acadêmica sobre o assunto e fornecer orientações práticas para gestores e profissionais de saúde envolvidos na adoção e gestão de tecnologias de informação em ambientes de cuidado.

2 METODOLOGIA

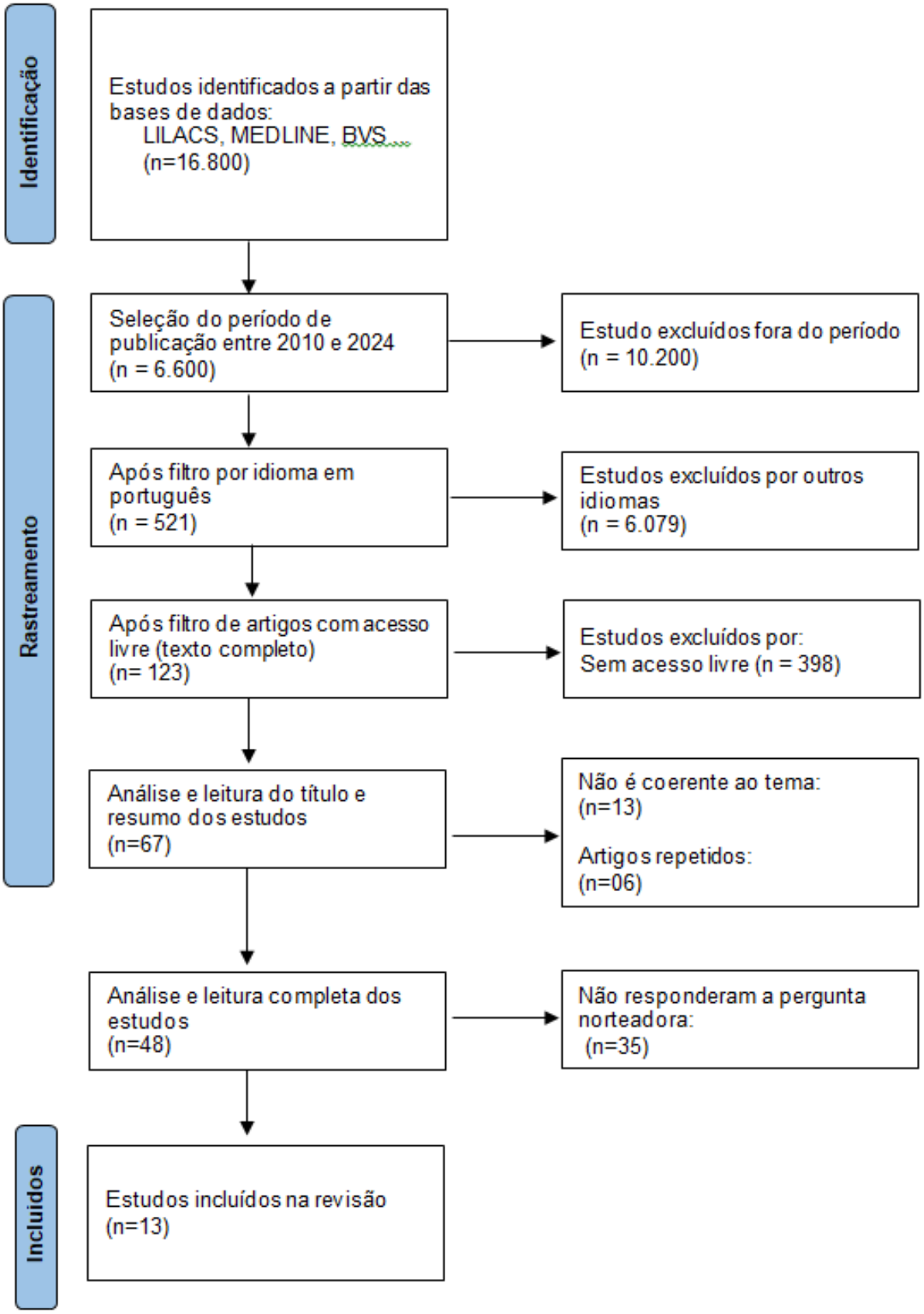
Este estudo é revisão integrativa com caráter qualitativo, exploratório e descritivo, que visa sintetizar os resultados de pesquisas para proporcionar compreensão do impacto dos sistemas de informação em saúde na tomada de decisão clínica e administrativa. A metodologia segue as seis fases propostas por Ganong (1987), adaptadas para o contexto deste estudo: 1 - elaboração da pergunta norteadora; 2 - estabelecimento de critérios para inclusão e exclusão de estudos/amostragem; 3 - coleta de dados e definição das informações extraídas dos estudos selecionados; 4 - análise crítica dos estudos incluídos; 5 - discussão dos resultados; e, 6 - apresentação da revisão integrativa e síntese do conhecimento.

A estratégia PICO, segundo Whittemore e Knafl (2005): P - Profissionais de saúde e gestores em ambientes de cuidados de saúde; I - Implementação de sistemas de informação em saúde; C- Não se aplica, dado o foco exploratório e descritivo deste estudo; O - Principais desafios e barreiras enfrentados na implementação.

Com isso, a pergunta norteadora passou a ser: ‘Quais são os principais desafios e barreiras enfrentados pelos profissionais de saúde e gestores na implementação de sistemas de informação em saúde, para apoiar a tomada de decisão em ambientes de cuidados de saúde, e como diferentes métodos de implementação afetam esses desafios e barreiras?’

ISBN: 978-65-89165-30-9

Figura 1 - Fluxograma de identificação dos estudos e seleção da amostra



Fonte: Autor.

ISBN: 978-65-89165-30-9

O período cronológico da pesquisa dos artigos científicos foi delimitado entre os anos de 2014 e 2024 com o objetivo de restringir a pesquisa. A pesquisa foi conduzida a partir da busca por artigos científicos que estavam indexados nas bases de dados da Literatura Latino-Americana e do Caribe em Ciências da Saúde (LILACS), Biblioteca Virtual da Saúde (BVS), *Google* Acadêmico, *Scientific Electronic Library Online (SciELO)*, Manuais do Ministério da Saúde e a *U. S. National Library of Medicine* (PUBMED), utilizando descritores validados pelos Descritores em Ciências da Saúde (DECS): "Sistemas de Informação em Saúde", "Desafios de Implementação" e "Tomada de Decisão em Saúde".

Os critérios de inclusão dos artigos foram: artigos publicados em português; texto completo e com resumos disponíveis nas bases de dados oficiais.

A seleção das publicações seguiu as recomendações do Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses (PRISMA), adaptadas para esta revisão integrativa, visando garantir um processo rigoroso e transparente de revisão da literatura.

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

3.1 Sistemas de Informação em Saúde para melhorar eficiência e atendimento ao paciente

Os sistemas de informação em saúde proporcionam melhorias operacionais e clínicas. Permitem uma comunicação eficaz entre departamentos, setores e profissionais, o essencial para a coordenação do atendimento ao paciente (Cavalcante *et al.*, 2018).

Os SIS facilitam a prática da medicina baseada em evidências, fornecendo acesso rápido a diretrizes clínicas atualizadas e informações detalhadas sobre o histórico de saúde de cada paciente (Cavalcante; Ferreira; Silva, 2011).

De acordo com Antunes *et al.* (2021), a integração de SIS em hospitais, clínicas e serviços de saúde contribui para a redução de custos, evitando procedimentos desnecessários. Podemos citar como exemplo, a implementação de sistemas de prontuários eletrônicos diminui a repetição de exames, procedimentos e tratamentos e reduz o tempo para o acesso às informações dos pacientes.

Essa efetividade no atendimento economiza recursos financeiros e melhora a experiência do paciente junto ao serviço de saúde, resultando maior satisfação e melhores resultados (Vidor; Fisher; Bordin, 2011).

ISBN: 978-65-89165-30-9

A efetiva implementação desses sistemas requer planejamento e gestão. Os gestores de saúde precisam considerar as necessidades específicas de suas instituições e adaptar os sistemas para atender a essas demandas específicas (Soares, 2016). Isso inclui treinar adequadamente a equipe de saúde e administrativa para utilizar os sistemas de forma plena e eficaz (Perez; Zwicker, 2010). É essencial garantir que os SIS estejam em conformidade com as normas de segurança e privacidade, protegendo as informações sensíveis dos pacientes (Reis *et al*., 2024).

Os benefícios dos SIS vão além da melhoria operacional dos serviços de saúde e assistência ao paciente, influenciando na pesquisa em saúde. Com grandes volumes de dados de saúde coletados e armazenados, os pesquisadores podem utilizá-los para transformar em informações e conduzir estudos sobre diversas condições de saúde da população. Isso pode acelerar descobertas científicas e facilitar o desenvolvimento de novos tratamentos e até medicamentos (Coelho Neto; Chioro, 2021).

Apesar de todos esses benefícios, a implementação de SIS não é livre de desafios. O próximo tópico explorará os principais obstáculos enfrentados pelos profissionais de saúde e gestores, ao integrar sistemas de informação em suas práticas.

3.2 Desafios na implementação dos Sistemas de Informação em Saúde

A implementação de sistemas de informação em saúde enfrenta desafios que podem comprometer sua eficácia. Um dos obstáculos é a resistência à mudança por parte dos profissionais, muitas vezes devido à falta de familiaridade com novas tecnologias. Este fenômeno é agravado por treinamentos inadequados, que podem deixar a equipe clínica e administrativa despreparada para utilizar plenamente todas as funcionalidades dos sistemas que são disponibilizados (Albuquerque *et al.*, 2020).

Além disso, questões técnicas como interoperabilidade entre diferentes sistemas de informação representam barreira. A capacidade de diferentes sistemas de *software* de se comunicarem e trocarem informações de maneira eficaz é decisivo para o sucesso dos SIS. Sem isso, os benefícios de uma rede integrada de informações de saúde não são totalmente realizados, limitando a eficiência operacional e a qualidade do atendimento ao paciente (Bittar *et al*., 2018).

Outro aspecto a ser considerado é o custo de implementação e manutenção dos SIS. Para muitas instituições, especialmente em regiões com recursos limitados, o investimento inicial e os custos contínuos de operação e atualização de sistemas de informação podem ser

ISBN: 978-65-89165-30-9

proibitivos. Isso pode impedir a adoção de tecnologias avançadas, perpetuando a dependência de métodos manuais e menos eficientes (Soares, 2016).

A segurança dos dados é outra preocupação crescente. Com o aumento das ameaças cibernéticas, garantir a proteção das informações dos pacientes é mais importante do que nunca. Os sistemas de informação em saúde devem estar equipados com robustas medidas de segurança para prevenir violações de dados, que podem ter consequências devastadoras tanto para os pacientes quanto para as instituições (Pinheiro *et al*., 2016).

3.3 Segurança dos dados e privacidade do paciente

A nova Lei Geral de proteção dos dados traz que a segurança dos dados e a privacidade das pessoas são aspectos a serem considerados em qualquer sistema. Não seria diferente nos sistemas de informação em saúde, particularmente porque envolvem a manipulação de informações pessoais e sensíveis. (Leme; Blank, 2020).

Conforme identificado por Leme e Blank (2020), a proteção de dados salvaguarda a privacidade individual e promove a confiança no sistema de saúde, essencial para a adesão dos usuários e a eficácia clínica.

A integridade e a confidencialidade dos dados são previne o acesso não autorizado e garante que as informações sejam utilizadas exclusivamente para propósitos clínicos e de pesquisa (Botelho; Do Amaral Camargo, 2021).

Além disso, com o aumento das ameaças cibernéticas, a segurança de dados tornou-se uma preocupação ainda maior. Leme e Blank (2020) citam que as instituições de saúde enfrentam desafios particulares devido à alta valorização das informações em saúde no mercado negro, o que demanda sistemas seguros e atualizados.

Nesse contexto, a privacidade do paciente é delicada. Como observado por Botelho e Do Amaral Camargo (2021), a privacidade deve ser assegurada via políticas claras e consentimento informado, pois os pacientes têm o direito de saber como suas informações são usadas e compartilhadas. Este aspecto é para manter a confiança entre pacientes e provedores de saúde, e para o cumprimento de regulamentações legais e éticas.

Para Leme e Blank (2020), a implementação de tecnologias de segurança, como a criptografia e o controle de acesso baseado na função, são ações fundamentais para fortalecer a segurança dos dados. Essa tecnologia ajuda a assegurar que apenas pessoal autorizado tenha acesso a determinadas informações.

ISBN: 978-65-89165-30-9

Outro aspecto importante a ser levado em consideração é a formação e a preparação dos profissionais de saúde em práticas seguras de manipulação de dados. Botelho e Do Amaral Camargo (2021) enfatizam a necessidade de treinamento contínuo desses profissionais de saúde, para que compreendam os riscos associados ao manejo inadequado de dados pessoais e adotem práticas que promovam a segurança e a privacidade de suas senhas e *logins* de acesso.

A avaliação contínua de todas as práticas de segurança e privacidade é essencial para que todas as instituições se adaptem às mudanças trazidas pela nova Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). Devem proteger essas informações de ameaças externas, revisar regularmente suas políticas de privacidade e protocolos de segurança e garantir que as instituições mantenham a segurança dos dados dos pacientes e evitem transtornos futuros.

3.4 Análises avançadas e inteligência artificial nos SIS

A integração de análises avançadas e Inteligência Artificial (IA) nos sistemas de informação em saúde (SIS) representa um avanço na capacidade de processar e interpretar grandes volumes de dados de saúde. Santos (2014) destaca que as análises avançadas permitem a identificação de padrões e tendências que melhoram a tomada de decisões clínicas e operacionais. A aplicação de algoritmos de IA, por sua vez, facilita diagnósticos precisos e personalizados e potencializa a medicina centrada na individualidade humana.

Essas tecnologias são importantes no monitoramento e na prevenção de doenças. Cita-se, como exemplo, sistemas que utilizam IA para analisar imagens médicas têm demonstrado capacidade superior na detecção precoce de condições como câncer, comparativamente à avaliação humana tradicional (Ferreira *et al*., 2020). Essa capacidade de processamento e análise pode transformar radicalmente a abordagem à saúde preventiva e à gestão de doenças crônicas, podendo fazer diagnósticos mais precisos e com maior antecedência e brevidade.

A inteligência artificial também está transformar a gestão dos SIS, ao automatizar tarefas rotineiras e permitir que os profissionais de saúde se concentrem em atividades de maior valor agregado. Algoritmos de IA podem ser utilizados para triagem automática de pacientes, análise de imagens médicas e monitoramento contínuo de sinais vitais, fornecendo alertas em tempo real sobre possíveis alterações na saúde dos pacientes (Montes; Guimarães, 2024). Além disso, a IA ajuda na otimização de recursos e na gestão de estoques, garantindo que os insumos médicos estejam disponíveis quando e onde forem necessários. A implementação dessas tecnologias requer investimentos significativos em infraestrutura e

ISBN: 978-65-89165-30-9

treinamento, mas os benefícios em termos de precisão diagnóstica, eficiência operacional e qualidade do atendimento são substanciais (Soares, 2016).

As análises avançadas e a IA otimizam a gestão dos recursos de saúde. Algoritmos de aprendizado de máquina são usados para prever picos de demanda em hospitais e ajudar na alocação de recursos para tal ação, melhorar a eficiência e reduzir custos operacionais (Fátima, 2010). Essa capacidade de previsão ajuda as instituições a se prepararem para surtos de doenças, variações sazonais na demanda de pacientes e outros cenários dinâmicos.

Outro aspecto a ser observado é a aplicação de análise preditiva e IA na gestão de saúde pública. Meios avançados podem analisar dados demográficos, ambientais e clínicos para prever a disseminação de doenças e planejar intervenções mais eficazes. Por exemplo, durante a pandemia de COVID-19, utilizando dados do sistema de informação hospitalar a IA foi utilizada para modelar a propagação do vírus, prever a necessidade de leitos hospitalares e ventiladores, e utilizando dados do sistema de imunização, desenvolveu estratégias de vacinação mais eficazes. Essas análises ajudam os gestores de saúde a tomar decisões informadas e a responder de forma proativa a emergências de saúde pública, melhorando a resiliência dos sistemas de saúde (Montes; Guimarães, 2024).

Entretanto, há desafios na implementação dessas tecnologias. A integridade dos dados, a representatividade das amostras e a transparência dos algoritmos são questões a serem abordadas para garantir a eficácia e a equidade dos sistemas baseados em IA (Machado; Cattafesta, 2019). As preocupações com o viés algorítmico e a ética da IA são particularmente pertinentes, conforme discutido por Correia, Padilha e Vasconcelos (2014), que apontam para a necessidade de desenvolver diretrizes éticas claras para o uso de IA na saúde e nunca serem utilizadas por pessoas sem a formação necessária na área, para que possa supervisionar todas as ações.

A colaboração entre engenheiros de dados, profissionais de saúde e especialistas em ética é necessária para superar tais desafios. A formação contínua dos profissionais de saúde em tecnologias emergentes e a conscientização sobre suas aplicações e limitações são essenciais para a integração eficaz de IA nos SIS (Morais, 2020).

O futuro dos SIS com a inclusão de IA parece promissor, com potencial para revolucionar a prática clínica, a gestão administrativa e operacional das instituições de saúde. À medida que essas tecnologias evoluem, prometem trazer mais precisão, eficiência e personalização ao cuidado com a saúde.

ISBN: 978-65-89165-30-9

4 RESULTADOS

Entre as produções encontradas foram selecionados 13 artigos que passaram pelo crivo dos critérios de inclusão e de exclusão baseados na temática "O uso dos sistemas de informação em saúde no processo de tomada de decisão", como observado no Quadro 1.

Quadro 1 - Identificação dos estudos selecionados

Nº	Base de dados	Título	Autores	Periódico ou Fonte	Ano
E1	Google Acadêmico	Estratégia e-SUS na atenção básica: dificuldade e perspectivas	Albuquerque, S. G. E. *et al.*	*Jorrnal of health Informatics*	2020
E2	BVS Google Acadêmico	Informação como apoio para tomada de decisão de gestores públicos de saúde	Antunes, F. M. *et al.*	Revista de Administração em Saúde	2021
E3	BVS Google Acadêmico	Sistemas de informação em saúde e sua complexidade	Bittar, O. J. N. *et al.*	Revista de Administração em Saúde	2018
E4	Google Acadêmico LILACS	Informatização da atenção básica a saúde: avanços e desafios	Cavalcante, R. B. *et al.*	Revista de Enfermagem da UFSM	2018
E5	BVS	Sistemas de informação em saúde no apoio a gestão da atenção primária em saúde: revisão integrativa	Ferreira, J. E. D. S. M. *et al.*	Repositório Institucional da Fiocruz (RECIIS)	2020
E6	BVS Scielo	Avaliação da efetividade da intervenção para aprimoramento do sistema de informações sobre mortalidade em Pernambuco, Brasil: um estudo quase-experimental	Figueirôa, B. Q. *et al.*	Cadernos de saúde pública Scielo Brasil	2024
E7	BVS Google Acadêmico	DATASUS: o uso dos sistemas de informação na saúde pública	Lima, A. C. *et al.*	Revista da FATEC zona sul	2015
E8	Google Acadêmico Scielo	Avaliação das dificuldades e problemas encontrados na unidade básica de saúde quanto à implementação do sistema e-SUS.	Morais, T. D. B.	Repositório Institucional do Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos	2020
E9	Google Acadêmico Scielo	Barreiras do uso da informação em saúde na tomada de decisão municipal: uma revisão de literatura	Oliveira, H. F. Q.	Revista gestão e saúde	2016
E10	Google Acadêmico BVS	Ciclo de vida dos sistemas: uma análise dos desafios da implementação de um sistema de informação em uma instituição de saúde pública.	Reis, L. E. *et al.*	Revista de administração da Universidade Federal de Santa Maria	2017
E11	Google Acadêmico	Atenção básica e informação: análise do sistema de informação em saúde para atenção básica (SISAB) e estratégia e-SUS AB	Soares, E. V. B.	Biblioteca Digital de produção da UnB	2016
E12	Google Acadêmico Scielo BVS	Benefícios , dificuldades e desafios dos sistemas de informação para a gestão do SUS	Machado, C. S.; Cattafesta, M.	Revista brasileira de pesquisa em saúde	2019
E13	BVS Google acadêmico Scielo	Gestão da Saúde: O uso dos sistemas de informação e o compartilhamento de conhecimento para a tomada de decisão	Pinheiro, A. L. S. *et al.*	Texto Contexto em Enfermagem	2016

Fonte: autor.

ISBN: 978-65-89165-30-9

Este estudo realizou uma revisão integrativa aprofundada dos sistemas de informação em saúde (SIS), com um foco particular nos seus impactos na eficiência e qualidade dos cuidados de saúde, assim como nos desafios enfrentados durante sua implementação. A análise da literatura revelou múltiplas utilidades para uso de SIS, destacando tanto os benefícios potenciais quanto os obstáculos que impedem sua eficácia plena. As principais conclusões são detalhadas a seguir:

4.1 Falta de treinamento adequado

Um dos desafios encontrados na análise dos diversos artigos foi a falta de treinamento adequado para os profissionais que utilizarão esses sistemas. No estudo, Albuquerque *et al.* (2020) retratam bem sobre a implementação do sistema e-SUS na atenção básica, que foi observada uma recorrência de dificuldades enfrentadas pelos profissionais devido à insuficiência de treinamento específico. Já Morais (2020) traz que este problema não apenas dificulta o uso eficiente dos sistemas, mas também contribui para a resistência à adoção de novas tecnologias.

Além disso, os estudos de Machado e Cattafesta (2019); e, Soares (2016) informam que a falta de treinamento contínuo impede que os profissionais de saúde se atualizem sobre melhorias ou mudanças no sistema. Isso pode levar a desinformação ou uso inadequado do sistema, comprometendo a qualidade do atendimento ao paciente e a eficiência operacional. Investir em programas de capacitação e treinamento regular pode ajudar a diminuir esses problemas, garantindo que os profissionais estejam competentes para utilizar as ferramentas disponíveis de maneira eficaz.

Os quatro estudos em conjunto (E1, E7, E10 e E11) concordam no aspecto que a falta de treinamento deixa os profissionais de saúde com a confiança mais baixa na hora de tomar uma decisão. Isso é algo que deve ser resolvido o quanto antes, já que em ambientes de cuidados de saúde, a precisão da informação faz a diferença.

Como podemos observar pelos estudos analisados, sem treinamento adequado os profissionais podem se sentir inseguros sobre como inserir ou interpretar dados, o que pode levar a erros que afetam a tomada de decisões clínicas e operacionais.

ISBN: 978-65-89165-30-9

4.2 Resistência à mudança

A resistência à mudança é uma barreira comum na implementação de novos sistemas de informação em saúde. Foi destacado esse aspecto, nas pesquisas de Figuerôa *et al.* (2024), Morais (2020); e, Machado e Cattafesta (2019), que muitos profissionais têm uma rotina estabelecida e podem ver a introdução de novas tecnologias como uma ameaça à sua maneira usual de trabalhar. Esse sentimento pode ser exacerbado pela falta de envolvimento no processo de desenvolvimento e implementação do sistema, o que pode fazer com que os profissionais se sintam desvalorizados e relutantes em adotar o novo sistema.

Além disso, Bittar *et al.* (2018); e, Cavalcante *et al.* (2018) trazem que a resistência pode ser alimentada pela percepção de que os novos sistemas são mais complexos e demandam mais tempo. Isso pode ser particularmente desafiador em ambientes de alta pressão, como unidades de saúde, onde o tempo é um recurso extremamente valioso. Se os profissionais de saúde sentirem que o novo sistema complica suas tarefas ao invés de simplificá-las, sua resistência ao uso pode aumentar significativamente.

Os estudos trazem que para superar essa resistência, é importante que a gestão de saúde envolva os profissionais desde o início do processo de implementação, permitindo que eles expressem suas preocupações e sugestões. Treinamento adequado e demonstração dos benefícios tangíveis do sistema também podem ajudar a reduzir a resistência e aumentar a aceitação entre os profissionais.

4.3 Problemas técnicos e de usabilidade

Problemas técnicos e questões de usabilidade são frequentemente citados como obstáculos na implementação de sistemas de informação em saúde. Para Antunes *et al.* (2021); Ferreira *et al.* (2020); e, Oliveira (2016), esses problemas podem variar desde falhas de software até interfaces de usuário não intuitivas, que podem frustrar os profissionais de saúde e levar a um uso ineficaz do sistema. Tais problemas não só retardam o processo de cuidado ao paciente como também podem induzir erros na entrada de dados, afetando negativamente a qualidade do atendimento.

Morais (2020); e, Machado e Cattafesta (2019) explanam que a usabilidade deficiente de um sistema pode resultar em uma curva de aprendizado íngreme para os usuários, o que é particularmente problemático em ambientes de saúde onde o tempo é crítico. Interfaces complicadas ou a necessidade de múltiplos passos para realizar tarefas simples podem

ISBN: 978-65-89165-30-9

diminuir significativamente a eficiência operacional e aumentar a frustração entre os profissionais de saúde.

Assim, para que possamos evitar esse tipo de problema, é essencial que os sistemas de informação em saúde sejam projetados com a entrada direta dos usuários finais - neste caso, os profissionais de saúde.

Para Antunes *et al*. (2021); e, Morais (2020), testes de usabilidade regulares e *feedback* contínuo podem ajudar os gestores a ajustarem o sistema para melhor atender às necessidades dos usuários, tornando-o mais intuitivo e fácil de usar. A integração de melhorias baseadas no *feedback* dos usuários não só melhora a funcionalidade do sistema, mas também aumenta a satisfação do usuário, adesão ao sistema e a tomada de decisão do gestor.

4.4 Infraestrutura tecnológica insuficiente

Reis e*t al*. (2024); e, Soares (2016) trazem que a infraestrutura tecnológica insuficiente é um dos desafios para implementação de sistemas de informação em saúde. Em muitos ambientes de cuidados de saúde, especialmente em regiões menos desenvolvidas de recursos, a falta de equipamentos adequados e de conectividade de rede de qualidade impede a integração eficaz de sistemas de informação. A ausência de computadores, servidores e dispositivos móveis atualizados limita a capacidade dos profissionais de saúde de acessar, registrar e compartilhar informações em tempo real. Essa carência de infraestrutura resulta em processos lentos e ineficientes, comprometendo a qualidade do atendimento ao paciente e a eficiência na tomada de decisão.

Em outros dois estudos, Ferreira *et al.* (2020); e, Figueirôa *et al.* (2024) discorrem que, além da falta de equipamentos, a conectividade de rede é um aspecto crítico da infraestrutura tecnológica. Em muitas áreas rurais e nas mais remotas, a internet de alta velocidade e as redes de comunicação seguras são escassas ou inexistentes. Isso dificulta a implementação de sistemas baseados na nuvem, que dependem de uma conexão estável para funcionar corretamente. Sem uma conectividade confiável, os profissionais de saúde enfrentam dificuldades para acessar informações vitais, atualizar registros de pacientes e utilizar ferramentas de suporte à decisão clínica, o que pode levar a atrasos no atendimento e a erros médicos evitáveis.

Segundo Bittar *et al.* (2018); e, Cavalcante *et al*. (2018), existem mais problemas relacionados a infraestrutura tecnológica como por exemplo a manutenção e o suporte técnico

ISBN: 978-65-89165-30-9

dos sistemas de informação em saúde. Muitas instituições de saúde carecem de equipes de TI treinadas e de recursos financeiros para manter a tecnologia atualizada e em funcionamento adequado. Sem suporte técnico adequado, os sistemas de informação estão sujeitos a falhas frequentes, perda de dados e vulnerabilidades de segurança. A falta de manutenção preventiva e corretiva pode resultar em interrupções prolongadas no serviço, afetando a continuidade do cuidado e a confiança dos profissionais de saúde nos sistemas implementados.

A sustentabilidade da infraestrutura tecnológica também é uma preocupação. A rápida obsolescência tecnológica exige investimentos contínuos para atualizar e substituir equipamentos e sistemas, o que pode ser um fardo significativo para as instituições de saúde com recursos limitados (Albuquerque *et al.*, 2020).

4.5 Interoperabilidade entre sistemas

De acordo com Pinheiro *et al*. (2016); e, Oliveira (2016), a interoperabilidade entre diferentes sistemas de informação em saúde se faz necessária para uma gestão efetiva da saúde, mas frequentemente se apresenta como uma barreira. Muitos sistemas são desenvolvidos de forma independente e podem usar formatos de dados incompatíveis, o que dificulta a troca de informações entre diferentes departamentos, instituições ou mesmo sistemas de saúde dentro de um mesmo país. Esta falta de interoperabilidade pode levar a uma visão fragmentada do histórico médico dos pacientes, prejudicando a continuidade do cuidado e aumentando o risco de erros médicos.

Para Figuerôa *et al*. (2024); e, Pinheiro *et al*. (2016), resolver questões de interoperabilidade exige uma abordagem padronizada para o desenvolvimento de sistemas de informação em saúde, com a adoção de normas e protocolos comuns. Isso facilita a troca segura de informações entre diferentes sistemas, permitindo que os profissionais de saúde tenham acesso a uma visão completa e atualizada dos registros médicos dos pacientes, independentemente do sistema ou da localização. Isso também apoia a tomada de decisão clínica mais informada e a coordenação do cuidado.

Estes dois desafios enfatizam a complexidade da implementação de sistemas de informação em saúde e a necessidade de abordagens abrangentes que considerem tanto a infraestrutura tecnológica quanto a integração eficaz entre sistemas para otimizar os benefícios dessas ferramentas para a tomada de decisão em saúde.

ISBN: 978-65-89165-30-9

5 DISCUSSÃO

5.1 Cultura Organizacional em Saúde e SIS

A cultura organizacional em saúde atua diretamente na adoção e eficácia dos Sistemas de Informação em Saúde (SIS). Segundo Pinheiro *et al.* (2016), a cultura organizacional pode tanto facilitar quanto obstaculizar a integração de novas tecnologias. A disposição para mudança, o alinhamento dos valores organizacionais com os tecnológicos e o comprometimento com a melhoria contínua são fatores que influenciam a implementação bem-sucedida dos SIS.

Em ambientes de saúde onde a cultura é tradicionalmente resistente à mudança, a introdução de SIS pode enfrentar barreiras significativas. Machado e Cattafesta (2019) observam que a falta de engajamento dos profissionais de saúde e a insuficiência em conhecimento sobre TI podem criar desafios adicionais. É essencial que as lideranças de saúde promovam uma cultura de aceitação e adaptação às novas tecnologias, integrando-as como parte essencial do processo de cuidado.

Por outro lado, em organizações que possuem uma cultura aberta à inovação, a adoção de SIS tende a ser mais rápida e eficaz. Pinheiro *et al.* (2016) argumentam que, em uma cultura que valoriza a colaboração interdisciplinar e o aprendizado contínuo, a facilidade da implementação dos SIS fica mais evidente, transformando a maneira como os dados são utilizados para a tomada de decisão clínica e administrativa.

A integração dos SIS em uma cultura organizacional positiva também pode ser facilitada pela comunicação eficaz e pelo suporte administrativo contínuo. Segundo Ribeiro *et al.* (2018), o suporte para resolução de problemas técnicos e a formação contínua dos usuários são imprescindíveis para a sustentabilidade desses sistemas. Além disso, incentivar um retorno dos usuários acerca dos serviços de saúde pode proporcionar conhecimentos valiosos para o aprimoramento contínuo dos SIS.

A liderança também é um aspecto a ser levado em consideração nesse processo, já que ela pode modelar a cultura organizacional em relação à tecnologia. Líderes que demonstram compromisso com a utilização dos SIS e fornecem recursos adequados para sua implementação podem influenciar positivamente a percepção e a aceitação de toda a equipe (Araújo *et al.*, 2019). Estes líderes podem ajudar a superar a resistência ao mudar o foco de ameaças percebidas para benefícios práticos, realçando a importância dos SIS na melhoria dos cuidados ao paciente.

ISBN: 978-65-89165-30-9

A cultura organizacional que apoia a aprendizagem e a adaptação as suas necessidades é essencial para a evolução constante dos SIS. Organizações de saúde que investem em aprendizado organizacional e desenvolvimento profissional estão melhores posicionadas para aproveitar ao máximo os benefícios oferecidos pelos SIS, facilitando a transição para práticas baseadas em evidência e aumentando a eficiência operacional e todo processo organizacional dos serviços de saúde.

5.2 Desafios técnicos na implementação de SIS

A implementação de Sistemas de Informação em Saúde (SIS) enfrenta uma série de desafios que podem comprometer sua eficácia e adoção. Um dos principais problemas é a interoperabilidade, que se refere à capacidade dos sistemas de trocar e utilizar informações de forma eficaz entre diferentes plataformas tecnológicas e instituições de saúde (Oliveira, 2016). Ainda segundo Morais (2020), a falta de padrões comuns e a diversidade de sistemas legados resultam em dificuldades significativas na integração de novas soluções de TI em ambientes clínicos já estabelecidos.

Em muitos casos, os dados de saúde são armazenados em sistemas legados que não foram projetados para interoperabilidade. A unificação desses dados requer a adoção de padrões de interoperabilidade e a utilização de interfaces de programação de aplicações (APIs) que permitam a comunicação entre sistemas distintos. Sem essa integração, é difícil obter uma visão holística do estado de saúde dos pacientes, o que pode comprometer a qualidade do atendimento e a tomada de decisões clínicas (Pinheiro *et al*., 2016).

Outro desafio técnico é a usabilidade dos SIS, muitos sistemas são projetados sem uma consideração adequada para a interface do usuário, o que pode levar à resistência por parte dos profissionais de saúde que os encontram contraintuitivos e difíceis de usar. Ribeiro *et al.* (2018) argumentam que a usabilidade deficiente pode reduzir a eficiência operacional e aumentar o risco de erros médicos, enfatizando a necessidade de envolver usuários finais no processo de design dos sistemas.

A segurança da informação também é uma preocupação crescente, especialmente com o aumento de ataques cibernéticos a instituições de saúde. A proteção de dados sensíveis do paciente contra acessos não autorizados é essencial, e falhas nessa área podem levar a violações de privacidade e perda de confiança no sistema de saúde. Leme e Blank (2020) destacam que as estratégias de segurança devem ser robustas e continuamente atualizadas para enfrentar as ameaças em constante evolução, já que os SIS lidam com informações

ISBN: 978-65-89165-30-9

altamente sensíveis que, se comprometidas, podem causar danos significativos aos pacientes e às instituições de saúde.

Além disso, a integração de dados de múltiplas fontes apresenta mais uma dificuldade técnica substancial. A capacidade de consolidar e analisar dados de diversos sistemas e dispositivos é fundamental para a tomada de decisão pelos gestores e profissionais da saúde. Antunes *et al.* (2021) notam que, sem uma integração eficaz de dados, os benefícios potenciais dos SIS em termos de aprendizados clínicos e operacionais não podem ser totalmente realizados.

A escalabilidade dos sistemas também deve ser considerada, pois à medida que as instituições de saúde crescem e evoluem, os SIS devem ser capazes de se adaptar e escalar conforme as necessidades mudam. Este desafio é particularmente relevante em cenários de rápida mudança tecnológica, onde a capacidade de atualizar e expandir sistemas é crucial para manter a relevância e eficácia (Cavalcante *et al*., 2018).

Não menos importante temos a manutenção e o suporte técnico contínuos que são fundamentais para a operacionalização efetiva dos SIS. A falta de suporte técnico adequado pode levar a interrupções prolongadas e redução da confiança dos usuários nos sistemas (Bittar *et al*., 2018). Albuquerque *et al.* (2020) salientam a importância de um suporte técnico eficiente para garantir que os problemas sejam rapidamente resolvidos, minimizando o impacto no atendimento ao paciente e nas operações diárias.

5.3 Barreiras operacionais e estruturais

As barreiras operacionais e estruturais na implementação de Sistemas de Informação em Saúde (SIS) são frequentemente tão desafiadoras quanto as barreiras técnicas. Essas barreiras podem influenciar profundamente a adoção e a eficácia dos sistemas. Uma das principais barreiras operacionais é a resistência à mudança por parte dos profissionais de saúde. Essa resistência muitas vezes surge do medo de que a tecnologia possa substituir o julgamento clínico humano ou causar mais trabalho devido a sistemas mal integrados. Como Bittar *et al.* (2018) destacam, a gestão da mudança é muito importante e requer comunicação efetiva e treinamento adequado para garantir a aceitação e o engajamento dos usuários.

Outra barreira é a falta de recursos financeiros para a aquisição, implementação e manutenção de SIS avançados. Muitas instituições de saúde enfrentam restrições orçamentárias que limitam sua capacidade de investir em novas tecnologias (Oliveira, 2016).

ISBN: 978-65-89165-30-9

Para Reis *et al*. (2024), sem o financiamento adequado, é difícil cobrir os custos iniciais de sistemas sofisticados e o treinamento necessário para maximizar seu uso.

Segundo Oliveira (2016), as barreiras estruturais incluem a infraestrutura física inadequada para suportar o uso da tecnologia. Em muitos casos, as instalações de saúde mais antigas não possuem a infraestrutura de rede necessária para suportar dados em larga escala e sistemas de comunicação em tempo real. Pinheiro *et al.* (2016) argumentam que sem uma infraestrutura adequada, os sistemas de informação em saúde não podem funcionar de maneira eficiente, o que compromete a qualidade do atendimento.

A complexidade da legislação e das normas regulatórias também pode representar uma dificuldade significativa. As instituições de saúde devem navegar em um ambiente regulatório complexo ao implementar SIS, garantindo conformidade com todas as leis de privacidade e segurança de dados (Lima *et al.*, 2015). As dificuldades em entender e implementar essas regulamentações podem atrasar ou mesmo impedir a adoção de novas tecnologias, conforme observado por Botello e Do Amaral Camargo (2021).

Outro tipo de barreira é a fragmentação dos processos de cuidados de saúde. Sistemas de informação mal integrados e que não funcionam adequadamente podem falhar em proporcionar uma visão holística do paciente caso os dados estiverem dispersos em vários sistemas não comunicantes. No entendimento de Castro *et al*. (2023), a integração eficaz de sistemas requer uma revisão e padronização dos processos de cuidado para que os SIS possam ser efetivamente implementados e utilizados.

A falta de conhecimento especializado em TI dentro das organizações de saúde pode impedir a implementação eficaz e a manutenção de SIS. A capacitação e a presença de uma equipe de TI dedicada e bem-informada são essenciais para superar desafios técnicos e operacionais contínuos, além de oferecer um suporte adequado nas dificuldades encontradas pelos profissionais de saúde.

5.4 Estratégias e soluções para superar desafios

Enfrentar os desafios na implementação dos Sistemas de Informação em Saúde (SIS) requer uma combinação de estratégias técnicas, operacionais e organizacionais. Para Oliveira (2016), primeiramente, para superar as barreiras técnicas como interoperabilidade e segurança, é essencial adotar padrões abertos e colaborar com parceiros tecnológicos que promovam a compatibilidade entre diferentes sistemas. Segundo Lima *et al.* (2015), o uso de

ISBN: 978-65-89165-30-9

padrões abertos facilita a integração de novos sistemas com os legados, promovendo uma maior fluidez de dados através das plataformas.

A implementação de soluções de segurança com várias camadas de proteção, como a criptografia de dados e autenticação multifator, é essencial para proteger as informações dos pacientes. Como discutido por Oliveira (2016), estas tecnologias ajudam a prevenir acessos não autorizados, garantem a confiança dos usuários nos SIS e evitam transtornos as organizações.

Do ponto de vista operacional, a gestão da necessidade de mudança costuma ser essencial para enfrentar a resistência dos profissionais de saúde à adoção de novas tecnologias. Como descrito por Soares (2016), treinamentos frequentes e *workshops* podem ajudar a demonstrar os benefícios dos SIS, aumentando a aceitação e o engajamento do pessoal e ainda informa que a inclusão dos profissionais de saúde no processo de desenvolvimento e decisão pode aumentar a sensação de propriedade e facilitar a transição para novos sistemas.

No que diz respeito às barreiras estruturais, o investimento em infraestrutura moderna de TI é indispensável. Isso pode incluir a atualização de redes, a expansão da capacidade de armazenamento de dados e a melhoria dos sistemas de comunicação interna. Tais investimentos são fundamentais para suportar o volume crescente de dados gerados pelos SIS e para permitir análises avançadas e tomada de decisão em tempo real (Morais, 2020).

Para superar as barreiras financeiras, pode ser benéfico explorar modelos de financiamento alternativos, como parcerias público-privadas ou programas de incentivos governamentais que suportem a modernização tecnológica em saúde. Ferreira *et al.* (2020) destacam que essas opções de financiamento podem proporcionar os recursos necessários sem sobrecarregar os orçamentos operacionais das instituições de saúde.

Assim, para lidar com a complexidade das regulamentações e garantir a conformidade contínua, é recomendável estabelecer uma equipe regulatória dedicada dentro da organização. Esta equipe pode focar em manter-se atualizada com as leis de proteção de dados e saúde, minimizando riscos legais e assegurando que os SIS operem dentro dos parâmetros legais (Machado; Cattafesta, 2019).

5.5 Impacto dos SIS na tomada de decisão clínica e administrativa

Os Sistemas de Informação em Saúde (SIS) atua na transformação da tomada de decisão clínica e administrativa, oferecendo uma base de dados ampla e ferramentas analíticas

ISBN: 978-65-89165-30-9

que aprimoram a precisão e a eficácia das decisões (Morais, 2020). Clinicamente, os SIS proporcionam acesso em tempo real a registros médicos completos, permitindo que profissionais de saúde obtenham uma visão completa da condição de saúde do paciente. Isso facilita diagnósticos mais precisos e tratamentos personalizados, como destacado por Reis *et al.* (2024). Assim ocorre uma melhoria significativa na qualidade do atendimento ao paciente devido ao acesso facilitado a essas informações.

De acordo com Soares (2016), os SIS suportam a prática de medicina baseada em evidências ao integrar diretrizes clínicas e resultados de pesquisas recentes no fluxo de trabalho dos profissionais de saúde. Esta integração ajuda a garantir que as decisões clínicas sejam informadas pelas melhores evidências disponíveis, contribuindo para resultados mais satisfatórios. Na percepção de Cintho, Machado e Moro (2018), a utilização de SIS para acessar informações atualizadas sobre protocolos de tratamento e recomendações pode reduzir erros médicos e melhorar a consistência dos cuidados prestados.

Conforme Pinheiro *et al*. (2016), no âmbito administrativo, os SIS oferecem uma gestão mais eficiente, pois podem colocar à disposição do gestor ferramentas poderosas para a gestão de recursos, planejamento e logística. Eles permitem a análise de grandes quantidades de dados operacionais, facilitando a otimização de agendamentos, a gestão de inventários e a alocação eficiente de recursos humanos e materiais. Como explicado por Santos *et al.* (2014), os SIS podem significativamente aumentar a eficiência operacional ao reduzir o desperdício e melhorar o tempo de resposta a necessidades críticas.

Os SIS também ajudam no suporte à gestão de risco e conformidade regulatória (Reis *et al*., 2024). Eles ajudam as instituições de saúde a monitorarem e reportarem indicadores de qualidade, eventos adversos e outras métricas regulatórias de forma eficiente e precisa. Esta capacidade de monitoramento contínuo é essencial para manter altos padrões de segurança do paciente e aderência a normas regulatórias, conforme observado por Ferreira *et al.* (2020), que afirmam que a transparência e a responsabilidade são melhoradas através do uso de SIS.

Os SIS facilitam a comunicação e a colaboração entre diferentes departamentos e especialidades, quebrando possíveis dificuldades de acesso à informação e promovendo uma abordagem mais integrada e coordenada ao cuidado com o paciente. Este aspecto é particularmente importante em ambientes de saúde multidisciplinares, onde a coordenação eficaz pode impactar diretamente os resultados do paciente. De acordo com Reis *et al.* (2024), os SIS ajudam a criar uma rede de comunicação que integra todos os aspectos do cuidado ao paciente, desde a admissão até o acompanhamento pós-alta.

ISBN: 978-65-89165-30-9

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A adoção dos Sistemas de Informação em Saúde (SIS) apresenta-se como uma ferramenta necessária para a modernização dos processos clínicos e administrativos nas instituições de saúde. Ao longo deste estudo, evidenciou-se que os SIS oferecem uma gama significativa de benefícios, incluindo a melhoria na qualidade do atendimento ao paciente, a eficiência operacional e a capacidade de tomar decisões baseadas em dados. Contudo, foi observado que a implementação desses sistemas não está isenta de desafios, que vão desde questões técnicas até resistências culturais, organizacionais e humanas.

A resistência à mudança entre os profissionais de saúde é um obstáculo considerável. A transição para um sistema digital requer uma mudança nos hábitos e práticas diárias dos profissionais de saúde, o que pode gerar desconforto e resistência. Portanto, é importante que as instituições de saúde invistam em programas de capacitação continuada e envolvam ativamente esses profissionais no processo de implementação, garantindo que eles se sintam parte da transformação e compreendam os benefícios que essa nova forma de assistência pode trazer.

A necessidade de uma infraestrutura tecnológica mínima é inevitável, instituições com recursos limitados podem encontrar dificuldades em atualizar e manter sistemas de informação avançados. A interoperabilidade entre diferentes sistemas de informação também se destacou como um desafio significativo. Para que os SIS possam oferecer todo o seu potencial, é essencial que eles se integrem perfeitamente com outros sistemas e dispositivos. A adoção de padrões abertos e a colaboração entre diferentes setores da saúde são estratégias fundamentais para superar este obstáculo, permitindo uma troca de informações fluida e segura entre diferentes plataformas.

A segurança dos dados de saúde é uma preocupação primordial, já que as ameaças cibernéticas são uma realidade crescente, e a proteção das informações dos pacientes deve ser prioridade máxima. Investimentos em tecnologias de segurança, como criptografia e autenticação multifatorial, juntamente com políticas rigorosas de privacidade e treinamento contínuo dos profissionais devem garantir a integridade e a confidencialidade dos dados.

Os Sistemas de Informação em Saúde representam um avanço significativo para o setor de saúde, oferecendo uma base sólida para a tomada de decisões informadas e eficientes. No entanto, para que os benefícios dos SIS sejam plenamente realizados, é necessário enfrentar e superar os desafios técnicos, organizacionais e culturais. A colaboração entre gestores, profissionais de saúde, desenvolvedores de tecnologia e formuladores de políticas é

ISBN: 978-65-89165-30-9

necessária para criar um ambiente propício à adoção e ao uso eficaz dos SIS, garantindo, assim, um atendimento de saúde mais eficiente, seguro e de alta qualidade para todos os pacientes, além de servir como base para a tomada de melhores decisões pelos gestores.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, S. G. E.; DOS SANTOS, S. R.; COSTA, T.; AMORIM, E. H.; DE MEDEIROS CABRAL, A. L.; DE SOUZA BATISTA, P. S. Estratégia e-SUS atenção básica: dificuldades e perspectivas. ***Journal of Health Informatics***, v. 12, 2020. Disponível em: https://jhi.sbis.org.br/index.php/jhi-sbis/article/view/845/448. Acesso em: 01 abr. 2024.

ANTUNES, F. M.; GLERIANO, J. S.; DIAS, B. M.; MOURA, A. A.; GASPARINI, L. V. L. Informação como apoio para tomada de decisão de gestores públicos de saúde. **Revista de Administração em Saúde**, v. 21, n. 82, 2021. Disponível em: https://cqh.org.br/ojs-2.4.8/index.php/ras/article/view/283/407. Acesso em: 10 abr. 2024.

ARAÚJO, J. R.; ARAÚJO FILHO, D. C.; MACHADO, L. D. S.; MARTINS, R. M. G.; CRUZ, R. S. B. L. C. Sistema e-SUS AB: percepções dos enfermeiros da Estratégia Saúde da Família. **Saúde Debate**, v. 43, n. 122, p. 780-792, 2019. Disponível em: https://doi.org/10.1590/0103-1104201912210. Acesso em: 26 abr. 2024.

BITTAR, O. J. N.; BICZYK, M.; SERINOLLI, M. I.; NOVARETTI, M. C. Z.; DE MOURA, M. M. N. Sistemas de informação em saúde e sua complexidade. **Revista de Administração em Saúde**, v. 18, n. 70, 2018. Disponível em: http://dx.doi.org/10.23973/ras.70.77. Acesso em: 04 abr. 2024.

BOTELHO, M. C.; DO AMARAL CAMARGO, E. P. A aplicação da Lei Geral de Proteção de Dados na saúde. **Revista de Direito Sanitário**, v. 21, e0021-e0021, 2021. Disponível em: https://www.revistas.usp.br/rdisan/article/view/168023/178494. Acesso em: 29 abr. 2024.

CASTRO, L.; DINIZ, L. M.; DE OLIVEIRA, V. C.; DE AZEVEDO GUIMARÃES, E. A.; GONTIJO, T. L. Processos de capacitação de gestores e profissionais na implementação da estratégia e-SUS atenção primária. **Revista Baiana de Enfermagem**, v. 37, 2023. Disponível em: https://doi.org/10.18471/rbe.v37.49010. Acesso em: 20 abr. 2024.

CAVALCANTE, R. B.; FERREIRA, M. N.; SILVA, P. C. Sistemas de informação em saúde: possibilidades e desafios. **Revista de Enfermagem da UFSM**, v. 1, n. 2, p. 290-299, 2011. Disponível em: https://periodicos.ufsm.br/reufsm/article/view/2580/1643. Acesso em: 03 abr. 2024.

CAVALCANTE, R. B.; VASCONCELOS, D. D.; GONTIJO, T. L.; DE AZEVEDO GUIMARÃES, E. A.; MACHADO, R. M.; DE OLIVEIRA, V. C. Informatização da atenção básica a saúde: avanços e desafios. **Cogitare Enfermagem**, v. 23, n. 3, 2018. Disponível em: https://www.redalyc.org/journal/4836/483660055001/movil/. Acesso em: 20 abr. 2024.

ISBN: 978-65-89165-30-9

CINTHO, L. M.; MACHADO, R. R.; MORO, C. M. C. Métodos para avaliação de Sistema de Informação em Saúde. ***Journal of Health Informatics***, v. 8, n. 2, 2016. Disponível em: https://jhi.sbis.org.br/index.php/jhi-sbis/article/view/346/259. Acesso em: 05 abr. 2024.

COELHO NETO, G. C.; CHIORO, A. Afinal, quantos Sistemas de Informação em Saúde de base nacional existem no Brasil? **Cadernos de Saúde Pública**, v. 37, e00182119, 2021. Disponível em: https://www.scielosp.org/article/csp/2021.v37n7/e00182119/. Acesso em: 05 abr. 2024.

CORREIA, L. O. D. S.; PADILHA, B. M.; VASCONCELOS, S. M. L. Métodos para avaliar a completitude dos dados dos sistemas de informação em saúde do Brasil: uma revisão sistemática. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 19, 4467-4478, 2014. Disponível em: https://www.scielo.br/j/csc/a/HGyrfBHWLXMd3mz74HCcvpy/?format=pdf&lang=pt. Acesso em: 08 abr. 2024.

FÁTIMA, M. H. Sistemas de informação em saúde: considerações gerais. ***Journal of Health Informatics***, v. 2, n. 1, p. 20-24, 2010. Disponível em: https://jhi.sbis.org.br/index.php/jhi-sbis/article/view/4/52. Acesso em: 05 abr. 2024.

FERREIRA, J. E. D. S. M.; OLIVEIRA, L. R. D.; MARQUES, W. S.; LIMA, T. S. D.; BARBOSA, E. D. S.; CASTRO, R. R. D.; GUIMARÃES, J. M. X. **Sistemas de Informação em Saúde no apoio à gestão da Atenção Primária à Saúde**: revisão integrativa. 2020. Disponível em: https://www.arca.fiocruz.br/bitstream/handle/icict/45028/17.pdf?sequence=2&isAllowed=y. Acesso em: 07 abr. 2024.

FIGUEIRÔA, B. de Q.; LIRA, P. I. C.; MORAES VANDERLEI, L. C.; ARRUDA VIDAL, S.; DE FRIAS, P. G. Avaliação da efetividade da intervenção para aprimoramento do Sistema de Informações sobre Mortalidade em Pernambuco, Brasil: um estudo quase-experimental. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 40, n. 1, e00077523, 2024. Disponível em: https://doi.org/10.1590/0102-311XPT077523. Acesso em: 05 abr. 2024.

GANONG, L. H. *Integrative Review of Nursing Research.* ***Research in Nursing & Health***, v. 10, p. 1-11, 1987. Disponível em: http://dx.doi.org/10.1002/nur.4770100103. Acesso em: 07 abr. 2024.

LEME, R. S.; BLANK, M. Lei Geral de Proteção de Dados e segurança da informação na área da saúde. **Cadernos Ibero-Americanos de Direito Sanitário**, v. 9, n. 3, p. 210-224, 2020. Disponível em: https://www.cadernos.prodisa.fiocruz.br/index.php/cadernos/article/view/690/770. Acesso em: 29 abr. 2024.

LIMA, A. C.; JANUÁRIO, M. C.; LIMA, P. T.; DE MOURA, W. Datasus: o uso dos Sistemas de Informação na Saúde Pública. **Refas-Revista Fatec Zona Sul**, v. 1, n. 3, p. 16-31, 2015. Disponível em: https://www.revistarefas.com.br/RevFATECZS/article/view/27/57. Acesso em: 04 abr. 2024.

MACHADO, C. S.; CATTAFESTA, M. Benefícios, dificuldades e desafios dos sistemas de informações para a gestão no Sistema Único de Saúde. **Revista Brasileira de Pesquisa em**

ISBN: 978-65-89165-30-9

Saúde, v. 21, n. 1, p. 124-134, 2019. Disponível em: https://periodicos.ufes.br/rbps/article/view/26476/18216. Acesso em: 01 abr. 2024.

MONTES, F. P.; GUIMARÃES, M. F. A. Reflexões sobre o uso da inteligência artificial em ambientes de profissionais de saúde: Impactos atuais e futuros. **Revista Contemporânea**, v. 4, n. 1, p. 2833-2846, 2024. Disponível em: https://doi.org/10.56083/RCV4N1-158. Acesso em: 09 abr. 2024.

MORAIS, T. D. B. **Avaliação das dificuldades e problemas encontrados na unidade básica de saúde quanto à implementação do sistema e-SUS**. 2020. Disponível em: https://dspace.uniceplac.edu.br/handle/123456789/324. Acesso em: 20 abr. 2024.

OLIVEIRA, H. F. Q. Barreiras do uso da Informação em Saúde na tomada de decisão municipal: uma Revisão de Literatura. **Revista Gestão & Saúde**, v. 7, p. 1011, 2016. Disponível: https://periodicos.unb.br/index.php/rgs/article/view/3567/3250. Acesso em: 01 abr. 2024.

PEREZ, G.; ZWICKER, R. Fatores determinantes da adoção de sistemas de informação na área de saúde: um estudo sobre o prontuário médico eletrônico**. Revista de Administração Mackenzie** (RAM), v. 11, n. 1, p. 174-200, Universidade Presbiteriana Mackenzie, 2010. Disponível em: https://www.scielo.br/j/ram/a/Zv7szN5pPGHWq4zXDF9Wqwx/. Acesso em: 04 abr. 2024.

PINHEIRO, A. L. S.; ANDRADE, K. T. S.; SILVA, D. D. O.; ZACHARIAS, F. C. M.; GOMIDE, M. F. S.; PINTO, I. C. Gestão da saúde: o uso dos sistemas de informação e o compartilhamento de conhecimento para a tomada de decisão. **Texto & Contexto-Enfermagem**, v. 25, e3440015, 2016. Disponível em: https://doi.org/10.1590/0104-07072016003440015. Acesso em: 09 maio 2024.

REIS, Z. S. N.; OLIVEIRA, J. L.; SENNA, M. I. B.; PAGANO, A. S.; ASEVEDO, R. **Registro de saúde na APS**: Educação permanente para enfermeiros, médicos da equipe de saúde da família, cirurgiões-dentistas e equipes multiprofissionais. E-book 2 e-SUS APS Profissionais de Saúde. Faculdade de Medicina da UFMG, Ministério da Saúde, 2024. Disponível em: https://docs.bvsalud.org/biblioref/2024/03/1526821/registro-de-saude-na-aps_corrigido-2.pdf. Acesso em: 04 abr. 2024.

RIBEIRO, M. A.; MUNIZ, T. B. F.; ALBUQUERQUE, I. M. A. N.; VASCONCELOS, A. Á.; COSTA, M. M. D.; VASCONCELOS, A. M. B. **Processo de implantação do e-SUS Atenção Básica em Sobral, CE**. 2018. Disponível em: https://www.arca.fiocruz.br/bitstream/handle/icict/29180/5.pdf?sequence=2&isAllowed=y. Acesso em: 28 abr. 2024.

SANTOS, S. R.; DE ARAÚJO FEREIRA, J.; SANTA CRUZ, E. M. M.; LEITE, E. M. D. A. M.; PESSOA, J. D. C. S. Sistema de informação em saúde: gestão e assistência no sistema único de saúde. ***Cogitare* Enfermagem**, v. 19, n. 4, p. 833-840, 2014. Disponível em: https://www.redalyc.org/pdf/4836/483647663025.pdf. Acesso em: 04 abr. 2024.

SOARES, E. V. B. **Atenção Básica e Informação**: análise do Sistema de Informação em Saúde para Atenção Básica (SISAB) e estratégia e-SUS AB e suas repercussões para uma

ISBN: 978-65-89165-30-9

gestão da saúde com transparência. 2016. Disponível em: https://bdm.unb.br/handle/10483/14323. Acesso em: 10 abr. 2024.

VIDOR, A. C.; FISHER, P. D.; BORDIN, R. Utilização dos sistemas de informação em saúde em municípios gaúchos de pequeno porte. **Revista de Saúde Pública**, v. 45, p. 24-30, 2011. Disponível em: https://www.scielo.br/j/rsp/a/p3GxTJhsdpXKttX3kdCc85k/. Acesso em: 05 abr. 2024.

WHITTEMORE, R.; KNAFL, K. *The integrative review: updated methodology*. ***J Adv Nurs***. v. 52, n. 5, p. 546-53, 2005. Disponível em: https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2005.03621.x Acesso em: 07 abr. 2024.

ISBN: 978-65-89165-30-9

A RELEVÂNCIA DOS RELATÓRIOS CONTÁBEIS NA TOMADA DE DECISÕES GERENCIAIS

THE RELEVANCE OF ACCOUNTING REPORTS IN MANAGEMENT DECISION MAKING

Luís Felipe Felix da Silva Xavier

Cristiano José Moura Marques

Resumo: Este estudo tem como objetivo analisar a importância dos relatórios contábeis na tomada de decisões gerenciais. A pesquisa, de natureza exploratória e qualitativa, baseou-se em uma revisão bibliográfica de artigos científicos relevantes, publicados entre 2014 e 2024, em diferentes bases de dados. Os resultados demonstram que os relatórios contábeis, como o Balanço Patrimonial, a Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) e o Fluxo de Caixa, são ferramentas essenciais para os gestores, fornecendo informações precisas e atualizadas sobre a situação financeira das empresas. A precisão e a tempestividade desses relatórios são cruciais para a tomada de decisões assertivas e estratégicas. Além disso, a pesquisa evidenciou a percepção dos gestores sobre a importância dos relatórios contábeis para o monitoramento do desempenho, a identificação de problemas, a avaliação de oportunidades e a tomada de decisões estratégicas. Conclui-se que os relatórios contábeis desempenham um papel fundamental na gestão empresarial, contribuindo para o sucesso e a sustentabilidade das organizações.

Palavras-chave: demonstrações contábeis; gestores; tomada de decisão; relatórios contábeis.

Abstract: *This study aims to analyze the importance of accounting reports in making managerial decisions. The research, exploratory and qualitative in nature, was based on a bibliographic review of relevant scientific articles, published between 2014 and 2024, in different databases. The results demonstrate that accounting reports, such as the Balance Sheet, the Income Statement (DRE) and the Cash Flow, are essential tools for managers, providing accurate and updated information on the financial situation of companies. The accuracy and timeliness of these reports are crucial for making assertive and strategic decisions. Furthermore, the research highlighted managers' perception of the importance of accounting reports for monitoring performance, identifying problems, evaluating opportunities and making strategic decisions. It is concluded that accounting reports play a fundamental role in business management, contributing to the success and sustainability of organizations.*

Keywords: *financial statements; managers; decision making; accounting reports.*

ISBN: 978-65-89165-30-9

1 INTRODUÇÃO

Os seres humanos têm se preocupado em registrar, mesmo que de maneira simples, a quantidade de seus bens, recorrentemente. Essa prática reflete a necessidade de organizar e controlar suas posses, revelando que existe a busca por um melhor entendimento e domínio sobre sua riqueza.

Por volta de 3.550 a.C., os egípcios já utilizavam a escrita hieroglífica, que era composta por símbolos considerados sagrados. Apenas sacerdotes, membros da alta realeza e ocupantes de cargos importantes tinham o privilégio de dominar essa arte. O aperfeiçoamento dessa escrita, com o objetivo de torná-la mais simples, proporcionou um meio eficaz para o desenvolvimento da racionalidade na escrita contábil (Sá, 1997).

No Egito daquela época, o Estado era responsável por supervisionar e gerenciar a economia, tendo estabelecido um sistema de arrecadação de impostos. Essa atividade governamental exigia um acompanhamento detalhado e rigoroso dos dados, o que desempenhou um papel fundamental no avanço, do que poderíamos chamar, de início da contabilidade na região (Sá, 1997).

Os egípcios já adotavam uma prática de controle diário bastante similar ao que utilizamos atualmente, com datas e nomes de contas acompanhados por valores unitários e totais, organizados em ordem cronológica de entradas e saídas. Esse sistema era notavelmente avançado para a época, levando a história a apontar os egípcios como um dos primeiros povos a registrar valores monetários em seus documentos (Cruz; Silva, 2010).

Costuma-se afirmar que Frei Luca Pacioli foi o responsável pelo surgimento da contabilidade, principalmente por meio de sua obra *La Summa de Arithmetica, Geometria, Proportioni et Proportionalitá*. No entanto, descobertas arqueológicas indicam que as origens da contabilidade remontam à pré-história. A evolução da contabilidade como campo de conhecimento pode ser dividida em quatro fases: a) novo mundo; b) sistematização; c) literatura; e, d) científica (Sá, 1997).

No Brasil, a contabilidade, provavelmente, começou a ser ensinada em 1809, com a criação da aula de comércio da corte, que mais tarde se tornou a Escola de Comércio Alvares Penteado. Em 1856, essa escola foi transformada no Instituto Comercial do Rio de Janeiro. O Brasil foi um dos primeiros países a ter uma instituição de ensino superior voltada para a contabilidade, com a criação da Escola de Comércio Alvares Penteado em 1902, a primeira escola especializada no ensino dessa disciplina (Leite, 2005).

ISBN: 978-65-89165-30-9

Soares (2023) argumenta que a contabilidade tem como principal objetivo o acompanhamento e controle do patrimônio das empresas, por meio da coleta, registro e análise de informações financeiras e econômicas. Esse processo visa apresentar, de forma clara e confiável, a situação econômico-financeira da organização, permitindo que os gestores possam tomar decisões mais assertivas. Além disso, a contabilidade oferece uma visão detalhada da performance financeira da empresa, o que é essencial para o planejamento estratégico, a gestão de recursos e o monitoramento de resultados. Dessa forma, contribui para a transparência e a sustentabilidade dos negócios, além de ser fundamental para atender às exigências legais e fiscais.

As demonstrações contábeis formam um conjunto de relatórios que refletem a situação econômica de uma empresa em um período específico. Como uma espécie de fotografia desse momento, elas apresentam o desempenho do negócio de forma numérica e são essenciais para a organização e o planejamento financeiro e patrimonial do cliente (Santos, 2021). As demonstrações contábeis revelam os resultados da empresa em um determinado período, detalhando aspectos como faturamento, lucros bruto e líquido, despesas e investimentos realizados (Marion, 2003).

A importância desta pesquisa está em ressaltar, para os gestores, a necessidade de realizar análises periódicas das demonstrações contábeis. Essa prática é fundamental para compreender a situação econômico-financeira da empresa. Em um mercado financeiro cada vez mais competitivo, torna-se essencial que os gestores considerem melhorias e estratégias de crescimento para assegurar a sustentabilidade e o sucesso da organização. O estudo tem relevância acadêmica por enriquecer o conhecimento de docentes e estudantes, além de servir como fonte de pesquisa em bibliotecas e repositórios. Também apresenta importância social, oferecendo orientações valiosas para empresas.

O Objetivo geral desse trabalho é analisar a relevância dos relatórios contábeis como ferramenta fundamental para a tomada de decisões pelos gestores, e os objetivos específicos são: Identificar os principais tipos de relatórios contábeis utilizados pelos gestores; avaliar como a precisão e a tempestividade dos relatórios contábeis influenciam a qualidade das decisões gerenciais e investigar a percepção dos gestores em relação à importância dos relatórios contábeis na gestão das organizações.

ISBN: 978-65-89165-30-9

2 METODOLOGIA

Este estudo caracteriza-se como uma pesquisa de revisão bibliográfica de caráter exploratório e qualitativo, com foco na análise de publicações acadêmicas sobre a relevância dos relatórios contábeis na tomada de decisões gerenciais. A abordagem metodológica adotada busca consolidar o conhecimento já existente sobre o tema, interpretando e sistematizando as informações para responder ao objetivo principal da pesquisa. A escolha por uma revisão de literatura permite uma compreensão aprofundada do tema, fornecendo embasamento teórico para as conclusões propostas.

Para a coleta de dados, optou-se por consultar fontes reconhecidas e de amplo acesso no meio acadêmico, utilizando-se principalmente os descritores: “relatórios contábeis”, “tomada de decisão gerencial”, “análise de demonstrações contábeis” e “informação contábil para gestores”. A seleção dos descritores foi feita com base nas palavras-chave mais recorrentes na literatura sobre contabilidade gerencial e tomada de decisão, garantindo assim que a busca incluísse os estudos mais relevantes e abrangentes.

Os principais portais utilizados para a pesquisa foram o *SciELO (Scientific Electronic Library Online)*, *Google* Acadêmico, Portal de Periódicos CAPES e Redalyc (Rede de Revistas Científicas da América Latina e Caribe, Espanha e Portugal). O *SciELO* e o *Google* Acadêmico foram escolhidos por seu amplo acervo de artigos revisados por pares e seu foco em estudos científicos em língua portuguesa. O Portal de Periódicos CAPES permitiu acesso a uma variedade de periódicos de alto impacto, enquanto o Redalyc proporcionou uma visão complementar de artigos publicados em periódicos acadêmicos de países de língua portuguesa e espanhola.

Para garantir uma análise atualizada, foram incluídos materiais acadêmicos publicados entre 2014 e 2024. Após a coleta, realizou-se uma leitura exploratória dos títulos e resumos dos documentos encontrados, priorizando aqueles que abordavam diretamente os aspectos de uso, análise e impacto dos relatórios contábeis na gestão empresarial. Em seguida, procedeu-se à leitura analítica dos textos considerados relevantes, buscando extrair e organizar as ideias centrais para fundamentar esta pesquisa.

Por meio dessa metodologia, o estudo visa apresentar uma visão consolidada e crítica sobre o uso dos relatórios contábeis como ferramentas estratégicas de apoio à decisão, contribuindo para a literatura existente e oferecendo subsídios teóricos para gestores e profissionais da área contábil.

ISBN: 978-65-89165-30-9

3 OS RELATÓRIOS CONTÁBEIS E A TOMADA DE DECISÃO

As informações contábeis possuem diferentes objetivos. A análise das demonstrações contábeis tem como propósito fornecer uma referência, por meio de índices, permitindo avaliar a real condição econômica e financeira da empresa. Cada demonstração contábil tem uma finalidade específica, mas elas se complementam, dependendo dos dados que o usuário precisa para tomar suas decisões.

Os relatórios contábeis desempenham um papel essencial na administração de empresas, pois são fundamentais para fornecer informações detalhadas sobre a situação financeira e o desempenho econômico das organizações. Eles representam uma fonte primária de dados que apoia gestores e tomadores de decisão ao oferecer entendimentos sobre a saúde financeira da empresa e sua capacidade de responder a mudanças no ambiente de negócios. Dessa forma, os relatórios contábeis não são apenas documentos formais, mas verdadeiras ferramentas de apoio à decisão, baseando-se em informações precisas e atualizadas.

Elas têm a função de revelar informações sobre o patrimônio e os resultados da entidade, permitindo uma compreensão mais ampla de sua condição patrimonial, econômica e financeira (Braga, 2009).

A análise das demonstrações contábeis e o cálculo de indicadores financeiros e econômicos desempenham um papel fundamental na tomada de decisões para o futuro da entidade. O Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC), que é um órgão brasileiro que emite normas e padrões para a contabilidade no país, define que o objetivo dos demonstrativos contábeis é “fornecer informações financeiras sobre os ativos, passivos, patrimônio líquido, receitas e despesas da entidade que reporta, de forma a serem úteis para os usuários dessas demonstrações” (CPC 00 (R2), 2019). Com isso, a análise das demonstrações contábeis é capaz de promover diversos benefícios para as empresas, impactando diretamente em seu processo decisório, tornando a gestão financeira eficiente e eficaz e contribuindo para uma obtenção de informações confiáveis e estratégicas com vistas ao desenvolvimento empresarial.

A análise tem como finalidade, além de simplesmente refletir eventos passados, proporcionar uma base sólida para prever possíveis cenários futuros. Ao examinar as informações financeiras e contábeis, é possível identificar padrões e tendências que ajudam a entender não apenas como a empresa se comportou, mas também como ela pode se posicionar diante de desafios e oportunidades que estão por vir. Essa abordagem permite que os gestores façam escolhas mais informadas e estratégicas, garantindo que a organização esteja preparada

ISBN: 978-65-89165-30-9

para navegar em um ambiente de negócios em constante mudança. Dessa forma, a análise se torna uma ferramenta essencial não apenas para a compreensão do desempenho passado, mas também para o planejamento e a sustentabilidade a longo prazo da empresa (Iudícibus, 2010).

A tomada de decisão é um processo mental que envolve a escolha de um plano de ação entre várias alternativas, levando em consideração diferentes cenários, ambientes, análises e fatores relacionados a uma situação específica. Esse processo culmina em uma escolha final, que representa o caminho mais adequado para a empresa em determinada circunstância (Shimizu, 2006).

3.1 Principais relatórios e ferramentas contábeis utilizados pelos gestores

Os principais relatórios e ferramentas contábeis utilizados pelos gestores são o Balanço Patrimonial, a Demonstração do Resultado do Exercício (DRE), fluxo de Caixa. Cada um desses documentos fornece informações específicas e complementares, permitindo uma análise aprofundada da situação financeira e econômica da empresa. A seguir, descrevo cada um deles em mais detalhes.

3.1.1 Balanço patrimonial

O Balanço Patrimonial é um dos relatórios mais importantes para os gestores, pois apresenta a posição financeira da empresa em um determinado momento. Para Vieira, Raupp e Beuren (2015), ele é dividido em três principais categorias: ativos, passivos e patrimônio líquido. Os ativos representam todos os bens e direitos que a empresa possui, como caixa, contas a receber e estoques. Os passivos incluem as obrigações financeiras, como dívidas e contas a pagar, enquanto o patrimônio líquido representa o capital próprio dos proprietários e os lucros acumulados.

A análise do Balanço Patrimonial permite que os gestores avaliem a saúde financeira da empresa, seu grau de endividamento e sua capacidade de investimento. Com essas informações, eles podem tomar decisões sobre a necessidade de captação de recursos, a alocação de investimentos em novos projetos e a manutenção de um equilíbrio financeiro saudável. Conforme Lima e Macedo (2018), o Balanço também é essencial para avaliar a liquidez da empresa, ou seja, a capacidade de honrar suas obrigações de curto prazo com os ativos disponíveis.

ISBN: 978-65-89165-30-9

3.1.2 Demonstração do Resultado do Exercício (DRE)

A Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) apresenta as receitas, custos e despesas da empresa em um período específico, geralmente um trimestre ou um ano. De acordo com Schaedler *et al.* (2021), esse relatório permite aos gestores analisarem a lucratividade e a eficiência operacional da empresa, fornecendo uma visão clara do lucro ou prejuízo líquido ao final do exercício. Na DRE, as receitas são listadas no topo, seguidas pelos custos diretos (como o custo das mercadorias vendidas) e despesas operacionais (como salários e despesas administrativas). Após a subtração desses valores, chega-se ao lucro operacional; em seguida, são considerados outros itens, como receitas e despesas financeiras e impostos, resultando no lucro líquido.

Para gestores, a DRE é essencial na identificação de áreas onde é possível otimizar custos e melhorar a rentabilidade. Segundo Vieira, Raupp e Beuren (2016), esse relatório permite monitorar a performance da empresa ao longo do tempo, facilitando comparações com períodos anteriores e com as projeções financeiras. Também ajuda a definir estratégias de crescimento e expansão com base nos resultados obtidos, sendo uma ferramenta de análise de desempenho fundamental.

3.1.3 Fluxo de Caixa

O relatório de Fluxo de Caixa fornece uma visão detalhada das entradas e saídas de dinheiro da empresa em um período específico, categorizadas em atividades operacionais, de investimento e de financiamento. Lima e Macedo (2018) destacam que o fluxo de caixa operacional reflete o dinheiro gerado ou consumido pelas atividades diárias da empresa, como vendas e pagamentos a fornecedores. O fluxo de caixa de investimento, por outro lado, demonstra as entradas e saídas de capital relacionadas a aquisições de ativos fixos, enquanto o fluxo de caixa de financiamento inclui transações com acionistas, pagamentos de dividendos e financiamentos.

Esse relatório é essencial para que os gestores compreendam a liquidez da empresa e sua capacidade de cumprir obrigações financeiras de curto prazo. Conforme Iudícibus e Marion (2016), a análise do fluxo de caixa permite prever potenciais problemas de caixa, facilitando decisões estratégicas, como renegociação de prazos com fornecedores ou busca por linhas de crédito. Diferente do Balanço Patrimonial e da DRE, o fluxo de caixa oferece

ISBN: 978-65-89165-30-9

uma perspectiva dinâmica sobre o movimento do dinheiro, permitindo uma gestão financeira mais ajustada e precisa (Bender; Faria, 2020).

Esses três relatórios são fundamentais para uma visão ampla da posição financeira e do desempenho econômico da empresa. Enquanto o Balanço Patrimonial oferece uma visão estática da situação patrimonial, a DRE e o Fluxo de Caixa fornecem perspectivas sobre o desempenho e a movimentação financeira, respectivamente. Juntos, eles formam a base de uma análise financeira robusta, permitindo que os gestores tomem decisões estratégicas informadas, promovendo o crescimento sustentável da empresa.

3.2 A importância da tempestividade dos relatórios contábeis

A precisão e a tempestividade dos relatórios contábeis são fatores imprescindíveis para a qualidade das decisões gerenciais, pois garantem que os gestores tenham acesso a informações confiáveis e atuais para embasar suas ações. Relatórios contábeis precisos refletem a realidade financeira da empresa, permitindo que as decisões sejam tomadas com base em dados concretos e minimizando riscos de erros. Segundo Andrade e Oliveira (2017), a confiabilidade dos dados contábeis é essencial para que as estratégias empresariais sejam traçadas de forma sólida, evitando decisões que possam comprometer a sustentabilidade financeira da organização.

A tempestividade dos relatórios contábeis, por sua vez, refere-se à capacidade de obter informações atualizadas e relevantes no momento certo. Em um ambiente de negócios dinâmico, a capacidade de resposta rápida às mudanças é um diferencial competitivo. Conforme argumentam Oliveira *et al*. (2017), relatórios contábeis que são entregues em tempo hábil permitem que os gestores acompanhem o desempenho da empresa em tempo real e respondam prontamente a oportunidades e ameaças. Quando os relatórios não são tempestivos, as decisões podem se basear em dados defasados, levando a escolhas inadequadas que não refletem a situação atual da empresa.

Relatórios contábeis precisos e tempestivos também ajudam a empresa a manter a conformidade com normas legais e regulatórias. Empresas que apresentam dados incorretos ou imprecisos nos relatórios podem enfrentar problemas com órgãos de fiscalização e perder a confiança dos investidores e de todos que participam do seu macroambiente. Segundo Moreira, Silva, A. e Silva, P. (2017), a confiabilidade nos relatórios financeiros é essencial não apenas para a tomada de decisão interna, mas também para a transparência externa, o que afeta diretamente a imagem e a credibilidade da organização. Além disso, relatórios precisos

ISBN: 978-65-89165-30-9

permitem a identificação antecipada de riscos e problemas financeiros, o que possibilita a implementação de ações corretivas antes que se tornem irreversíveis.

A precisão nos relatórios contábeis permite que os gestores façam análises detalhadas dos custos, receitas e margens de lucro. Essas análises são fundamentais para a elaboração de orçamentos, projeções financeiras e para a alocação eficiente dos recursos da empresa. De acordo com Bender e Faria (2020), gestores que dispõem de relatórios precisos podem identificar oportunidades de redução de custos e melhorar a rentabilidade, ajustando estratégias de acordo com a situação real da empresa. A precisão dos dados, portanto, facilita o controle e a monitoração de indicadores-chave de desempenho, permitindo uma gestão mais efetiva e proativa.

Além disso, a precisão e a tempestividade dos relatórios contábeis têm impacto direto nas decisões relacionadas à captação de recursos e investimentos. Relatórios precisos possibilitam que a empresa avalie sua capacidade de financiamento e o custo de capital, enquanto relatórios tempestivos ajudam a detectar o momento ideal para realizar investimentos. Segundo Lima e Macedo (2018), a capacidade de reagir rapidamente a oportunidades de mercado, como aquisição de novos ativos ou expansão de operações, depende de dados atualizados e confiáveis, que permitem a avaliação do retorno potencial e do impacto financeiro dessas decisões.

É importante destacar que a precisão e a tempestividade nos relatórios contábeis facilitam a comunicação entre os gestores e demais áreas da empresa. Relatórios contábeis detalhados e precisos fornecem uma base de dados comum que pode ser utilizada para alinhar os objetivos organizacionais e garantir que todas as áreas da empresa estejam focadas em metas estratégicas. Schaedler *et al.* (2021) afirmam que a tomada de decisões gerenciais de qualidade é viabilizada pela integração de informações precisas e oportunas, o que promove uma gestão mais coesa e alinhada com os objetivos estratégicos da organização.

A precisão e a tempestividade dos relatórios contábeis influenciam na qualidade das decisões gerenciais, ao oferecer dados confiáveis, atualizados e relevantes. Esses fatores são fundamentais para que os gestores possam realizar análises financeiras detalhadas, responder rapidamente a mudanças no mercado, garantir conformidade regulatória e melhorar a comunicação e a integração organizacional. Dessa forma, os relatórios contábeis não são apenas ferramentas administrativas, mas instrumentos estratégicos que influenciam diretamente o sucesso e a competitividade das empresas no mercado.

ISBN: 978-65-89165-30-9

3.3 A percepção dos gestores em relação à importância dos relatórios contábeis

A percepção dos gestores em relação à importância dos relatórios contábeis tem se mostrado positiva e fundamental para a tomada de decisões informadas. Na opinião de Vieira, Raupp e Beuren (2015), muitos gestores veem os relatórios contábeis como instrumentos essenciais para o monitoramento e controle financeiro da organização. Esses documentos oferecem uma visão do desempenho econômico e financeiro, permitindo aos gestores avaliarem a situação atual e se planejarem de maneira eficaz. Por meio dos relatórios, os gestores conseguem obter uma visão detalhada sobre receitas, despesas, ativos e passivos, o que facilita a compreensão sobre a saúde financeira da empresa e o planejamento de ações estratégicas.

Além de servir como ferramenta de monitoramento, os relatórios contábeis são percebidos pelos gestores como indispensáveis para a projeção e o planejamento futuro. Moreira, Silva, A. e Silva, P. (2017) expõem que os gestores consideram os relatórios contábeis vitais para a definição de metas de curto, médio e longo prazo, visto que possibilitam o acompanhamento contínuo do desempenho financeiro. Relatórios como o balanço patrimonial e o fluxo de caixa ajudam na visualização da capacidade de crescimento da empresa e fornecem informações para a avaliação de investimentos. Assim, ao utilizar relatórios contábeis, os gestores conseguem não apenas controlar a situação financeira atual, mas também antecipar ações que assegurem o crescimento e a sustentabilidade organizacional.

A percepção dos gestores também destaca a importância dos relatórios contábeis na identificação de problemas financeiros e na gestão de riscos. Como apontam Oliveira *et al.* (2017), muitos gestores reconhecem que, por meio dos relatórios contábeis, é possível identificar falhas na alocação de recursos e potencializar a eficiência. A análise de relatórios, como o demonstrativo de resultados, permite observar variações no lucro e na rentabilidade, o que alerta para áreas que necessitam de correções e ajustes. Essa capacidade de antecipar problemas financeiros ajuda a evitar crises e possibilita a adoção de medidas preventivas, o que é altamente valorizado pelos gestores.

Os gestores também reconhecem que os relatórios contábeis promovem a transparência e a prestação de contas, o que é essencial para manter a confiança de investidores, credores e demais interessados. Sob a ótica de Andrade e Oliveira (2017), a comunicação baseada em relatórios contábeis torna-se mais objetiva e confiável, pois é fundamentada em dados verificáveis e padronizados. Os gestores percebem que a

ISBN: 978-65-89165-30-9

apresentação de relatórios contábeis precisos e tempestivos aumenta a credibilidade da empresa, promovendo relações mais sólidas e colaborativas com parceiros externos. A transparência também contribui para a atratividade da empresa no mercado, visto que facilita o acesso a recursos financeiros e investimentos.

Outro ponto importante está na mensuração e no controle do desempenho operacional. Lima e Macedo (2018) relatam que muitos gestores utilizam esses relatórios como indicadores de eficiência e produtividade, medindo o desempenho financeiro em relação às metas estabelecidas. Ao realizar uma análise comparativa entre os resultados alcançados e as metas projetadas, os gestores conseguem avaliar o impacto de suas decisões e identificar oportunidades de melhoria contínua.

É relevante observar o crescente aumento no uso de tecnologias de análise financeira. Ferramentas de *Business Intelligence* e *Big Data* têm transformado a maneira como os gestores interpretam e utilizam os relatórios contábeis, permitindo a análise em tempo real e a geração de relatórios mais detalhados. Conforme Schaedler *et al*. (2021), essas inovações reforçam a percepção dos gestores sobre a importância dos relatórios contábeis como instrumentos estratégicos, que vão além da simples apresentação de dados financeiros. Com o suporte dessas tecnologias, os relatórios contábeis tornam-se ainda mais relevantes, pois oferecem uma base sólida para o desenvolvimento de estratégias e para a condução de uma gestão orientada a resultados.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A utilização dos principais relatórios contábeis é uma importante ferramenta que auxilia na tomada de decisões dos gestores, pois, por meio dos documentos contábeis, é possível que se entenda a real situação financeira da empresa, o que pode levar a uma tomada de decisão mais eficaz, com bases concretas, o que pode favorecer no processo decisório de forma positiva.

Portanto, a precisão e a tempestividade dos relatórios contábeis são essenciais para decisões informadas. Relatórios precisos refletem a realidade financeira, enquanto a tempestividade garante que as informações sejam disponibilizadas rapidamente, permitindo respostas ágeis a mudanças no mercado. Juntas, essas características fortalecem a tomada de decisão dos gestores, contribuindo para o sucesso da organização.

A percepção dos gestores sobre a importância dos relatórios contábeis na gestão das organizações é fundamental para compreender seu papel estratégico. Os gestores reconhecem

ISBN: 978-65-89165-30-9

que relatórios contábeis precisos e tempestivos são essenciais para a tomada de decisões informadas, pois fornecem uma visão clara da saúde financeira da empresa.

Além disso, esses relatórios ajudam a identificar oportunidades de melhoria, monitorar o desempenho e gerenciar riscos. A confiança nas informações contábeis também é de extrema importância para a transparência com o público externo da organização, influenciando positivamente sua reputação. Assim, a valorização dos relatórios contábeis pelos gestores é um fator-chave para o sucesso e a sustentabilidade do negócio.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, P. H. T.; OLIVEIRA, A. S. Qualidade da informação contábil em micro e pequenas empresas: Uma investigação sobre a óptica de gestores. **REMIPE-Revista de Micro e Pequenas Empresas e Empreendedorismo da Fatec Osasco**, v. 3, n. 2, p. 259-278, 2017. Disponível em: https://remipe.fatecosasco.edu.br/index.php/remipe/article/view/15/8. Acesso em: 14 out. 2024.

BENDER, A.; FARIA, R. S. Informação contábil: uma ferramenta para a tomada de decisão. ***Brazilian Journal of Development***, v. 6, n. 6, p. 39654-39666, 2020. Disponível em: https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BRJD/article/view/12041. Acesso em: 14 out. 2024.

BRAGA, Roberto. **Fundamentos e técnicas de administração financeira.** São Paulo: Atlas, 2009.

COMITÊ DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS (CPC). **CPC 00 (R2) - Estrutura Conceitual para Relatórios Financeiros**. 2019. 62 p. Disponível em: https://s3.sa-east-1.amazonaws.com/static.cpc.aatb.com.br/Documentos/573_CPC00(R2).pdf. Acesso em: 21 out. 2024.

CRUZ, Carlos Geraldo Caixeta; SILVA, Amilton Paulino. **Fragmentos da História da Contabilidade:** da Antiguidade a Luca Pacioli. São Paulo: Atlas, 2010.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Análise de balanços**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LEITE, Carlos Eduardo Barros. **A Evolução das Ciências Contábeis no Brasil.** Editora FGV, 2005.

LIMA, D. A. S.; MACEDO, M. E. C. Controladoria: A relevância da tecnologia da informação na qualidade dos relatórios contábeis. **ID on line. Revista de psicologia**, v. 12, n. 42, p. 688-702, 2018. Disponível em: https://idonline.emnuvens.com.br/id/article/view/1467. Acessado em: 14 out. 2024.

MARION, José Carlos. **Contabilidade empresarial.** 11. Ed. São Paulo: Atlas, 2003.

ISBN: 978-65-89165-30-9

MOREIRA, R. C. S.; SILVA, A. S.; SILVA, P. A. A. A importância da informação contábil para os gestores de micro e pequenas empresas de Porto Velho-RO e sua aplicabilidade na tomada de decisão. **Revista Diálogos: Economia e Sociedade**, v. 1, n. 1, p. 39-47, 2017. ISSN: 2594-4320. Disponível em: https://periodicos.saolucas.edu.br/index.php/dialogos/article/view/7. Acesso em: 14 out. 2014.

OLIVEIRA, C. E.; LIMA, J. V.; MELO, H. V. N.; CARVALHO, H. F. Um estudo acerca da utilização da informação contábil no processo decisório pelos gestores de uma empresa do setor de automóveis. **Revista de Administração da UEG**, v. 8, n. 3, 2017. Disponível em: https://www.revista.ueg.br/index.php/revista_administracao/article/view/5845/5025. Acesso em: 14 out. 2024.

SANTOS, N. **Demonstrações contábeis** – Entenda a importância desse documento para o seu cliente. 2021. Disponível em: https://www.gestta.com.br/demonstracoes-contabeis/. Acesso em: 17 out. 2024.

SÁ, Antônio Lopes de. **História geral e das doutrinas de contabilidade.** São Paulo: Atlas, 1997.

SCHAEDLER, L. R.; OECHSLER, A. J.; ROHDE, S. S.; DALBELLO, L. A eficiência das informações contábeis na tomada de decisão em micro e pequenas empresas. ***Brazilian Journal of Development***, v. 7, n. 4, p. 41944-41955, 2021. Disponível em: https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BRJD/article/view/28824. Acesso em: 14 out. 2024.

SHIMIZU, Tamio. **Decisão nas organizações.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

SOARES, J. Z. **A importância da análise das demonstrações contábeis na tomada de decisões**: Análise dos períodos 2020, 2021 e 2022 – Estudo de Caso. 2023. 97 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Ciências Contábeis) - UPF, Passo Fundo, 2023. Disponível em: http://repositorio.upf.br/bitstream/riupf/2559/1/PF2023JaquelineZantedeschiSoares.pdf. Acesso em: 16 out. 2024.

VIEIRA, S. A.; RAUPP, F. M.; BEUREN, I. M. Relatórios contábeis gerados pela controladoria para o controle de gestão: um estudo de caso em uma empresa de construção civil. **Pensar Contábil**, v. 6, n. 23, 2015. Disponível em: http://atena.org.br/revista/ojs-2.2.3-08/index.php/pensarcontabil/article/view/2329. Acesso em: 14 out. 2024.

ISBN: 978-65-89165-30-9

O PAPEL DOS INFLUENCIADORES DIGITAIS NAS CAMPANHAS DE RELAÇÕES PÚBLICAS

THE ROLE OF DIGITAL INFLUENCERS IN PUBLIC RELATIONS CAMPAIGNS

Maria Luiza Viana Matos

Hudmilla de Sousa Aragão

Resumo: Com avanço das mídias sociais a maneira que o público se comporta também se transformou, tornou-se cada vez mais participativo e diversificado sua forma interação no ambiente digital. Assim, o objetivo geral desta pesquisa é analisar como os influenciadores digitais impactam nas campanhas de relações públicas, evidenciando os aspectos relacionados à imagem das organizações. Os objetivos específicos são: Analisar os aspectos que levam as organizações a contratarem influenciadores digitais; Analisar como as campanhas realizadas pelos influenciadores moldam a percepção do cliente; Analisar quais as vantagens e desvantagens do uso de influenciadores nas campanhas de relações públicas; Identificar os riscos e desafios enfrentados na utilização dos influenciadores. Com a finalidade do desenvolvimento deste estudo foi adotado o método de abordagem qualitativa com revisão bibliográfica. Diante do cenário de evolução tecnológica, das mídias sociais e da relação entre relação pública e influenciadores digitais, conclui-se que o relacionamento entre as organizações e o público, através de incentivo das redes sociais "reconfigura as relações públicas, transformando-as em uma área fundamental e imprescindível para corporações, marcas, produtos ou serviços". Nesse sentido, as organizações que contratam os influenciadores digitais estão em busca de uma abordagem inovadora de se comunicar com seus consumidores e encontram nesses profissionais uma oportunidade de estreitar os laços com o público e alcançar diferentes segmentos.

Palavras-chave: influenciadores digitais; relações públicas; comportamento do consumidor.

Abstract: *With the advancement of social media, the way the public behaves has also changed, becoming increasingly participatory and diversified in its form of interaction in the digital environment. Thus, the general objective of this research is to analyze how digital influencers impact public relations campaigns, highlighting aspects related to the image of organizations. The specific objectives are: to analyze the aspects that lead organizations to hire digital influencers; to analyze how campaigns carried out by influencers shape customer perception; to analyze the advantages and disadvantages of using influencers in public relations campaigns; to identify the risks and challenges faced in using influencers. In order to develop this study, the qualitative approach method with bibliographic review was adopted. Given the scenario of technological evolution, social media and the relationship between public relations and digital influencers, it is concluded that the relationship between organizations and the public, through the encouragement of social networks, "reshapes public relations, transforming them into a fundamental and indispensable area for corporations, brands, products or services". In this sense, the organizations that hire digital influencers are looking for an innovative approach to communicating with their consumers,*

ISBN: 978-65-89165-30-9

and they find in these professionals an opportunity to strengthen ties with the public and reach different segments.

***Keywords**: digital influencers; public relations; consumer behavior.*

1 INTRODUÇÃO

Com o crescimento e o avanço das mídias sociais, a maneira que o público se comporta também se transformou, tornou-se cada vez mais participativo e diversificado sua forma de interação no ambiente digital. Diante dessa mudança, algumas pessoas perceberam esse cenário como uma oportunidade, transformando-a em uma atividade rentável, o que resultou no surgimento dos influenciadores digitais, que produzem conteúdos com regularidade (Dreyer, 2017).

Os influenciadores digitais são pessoas que possuem uma forte presença nas redes sociais, obtêm um amplo alcance do seu público-alvo e exercem, assim, grande influência sobre o mesmo. O papel dos influenciadores envolve desde a criação de conteúdos voltados para o público, como também a divulgação nas redes sociais com o objetivo de influenciá-lo (Gouveia, 2022).

Assim, o trabalho de um influenciador consiste em apoiar as empresas e fazer com que público desperte o interesse sobre seus produtos ou serviços, por meio de uma exposição criativa e parcial, a qual pode ser paga ou gratuita, mas sempre buscando de maneiras criativas o engajamento do público (Jung, 2022).

Diante disso, as organizações identificaram os benefícios e as vantagens que os influenciadores são capazes de oferecer. Desse modo, passaram a integrá-los de forma estratégica na comunicação, para aumentar a confiabilidade, a visibilidade e a notoriedade. Entretanto, para que esses objetivos sejam alcançados com sucesso, é necessário que seja realizado um planejamento estratégico de relações públicas digitais, que esteja apto a gerenciar as parcerias, reduzir os riscos e, assim, maximizar os resultados desejados (Souto, 2022).

As relações públicas exercem um papel estratégico dentro das organizações, são responsáveis pelo planejamento, pela execução e pela avaliação da comunicação, além de gerenciar os relacionamentos com os diversos públicos (Terra, 2015).

O profissional de relações públicas possui a responsabilidade de harmonizar a relação entre o público e a organização (Sebastião, 2012). Nesse sentido, deve analisar a melhor maneira de trabalhar os diferentes públicos, o qual abrange também os influenciadores

ISBN: 978-65-89165-30-9

digitais. Incorporar os influenciadores digitais no plano de comunicação da organização é uma atividade específica desses profissionais e que deve ser planejada de forma estratégica (Dreyer, 2017).

Dessa forma, esta pesquisa justifica-se por tratar de uma temática ainda pouco discutida no ambiente acadêmico, quando se leva em consideração o aumento do uso dos influenciadores nas campanhas de relações públicas. Ainda é notório um déficit de estudos que analisam de forma abrangente como essas estratégias impactam a reputação das organizações e moldam a percepção dos consumidores. Esse déficit de literatura reforça a relevância de investigar o tema, especialmente diante de sua influência crescente no mercado e na comunicação organizacional.

Ademais, os resultados obtidos poderão auxiliar não somente o campo acadêmico, como também os profissionais de relações públicas que estão em busca de melhorar as estratégias de comunicação, a maximização dos resultados, como também poderão servir de auxílio para os influenciadores digitais na possibilidade de desenvolver novas estratégias de colaboração, bem como ajustar as práticas para maximizar o impacto positivo e minimizar os possíveis riscos.

Dito isto, surge a pergunta norteadora do artigo: como os influenciadores digitais persuadem na imagem da organização e da decisão de compra dos clientes?

Logo, o trabalho tem como objetivo geral analisar como os influenciadores digitais impactam nas campanhas de relações públicas e evidenciar os aspectos relacionados à imagem das organizações. São objetivos específicos: analisar os aspectos que levam as organizações a contratarem influenciadores digitais, como as campanhas realizadas pelos influenciadores moldam a percepção do cliente e quais as vantagens e desvantagens do uso de influenciadores nas campanhas de relações públicas, bem como identificar os riscos e desafios enfrentados na utilização dos influenciadores.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Com a finalidade do desenvolvimento deste estudo, foi adotado o método de abordagem qualitativa com revisão bibliográfica. A pesquisa qualitativa é um modelo de investigação científica, adequado às ciências sociais, que busca analisar e compreender o objeto de estudo em sua especificidade e considerar tanto sujeito quanto suas subjetividades sem desconsiderar a complexidade que envolve o objeto investigado (Silva; Oliveira, Silva, 2021). A pesquisa bibliográfica pode ser compreendida como a revisão de literatura das

ISBN: 978-65-89165-30-9

principais teorias que fundamentam o trabalho científico sendo levantamento realizado em fontes como livros, periódicos, artigos de jornais, site da internet (Pizzani *et al.*, 2012).

Dessa forma, é possível que o pesquisador tenha contato direto com a produção escrita sobre o tema em estudo, porém é importante observar a veracidade dos dados obtidos (Prodanov; Freitas 2013).

As buscas pelas produções científicas foram realizadas nas plataformas *Scientific Eletronic Libray Online* (*SciELO*); Repositório Institucional da UFBA e Cadernos da FUCAMP, dentre outras. Tais pesquisas foram realizadas por meio de combinação dos descritores “Influenciadores Digitais”; “Relações públicas”; “O papel dos influenciadores no ambiente digital”; “Relações públicas Digitais”; e, “Comportamento do consumidor no Ambiente digital”.

A coleta de dados deste estudo respeitou critérios rigorosos, de modo a assegurar a qualidade e relevância dos resultados. Em relação aos critérios de inclusão, foram selecionados aqueles que atendiam aos objetivos do estudo, à relevância para o tema e à qualidade da fonte.

Foram excluídos artigos que não possuíam relevância direta com o tema, publicações desatualizadas e fontes que estavam disponíveis apenas mediante pagamento.

Durante as buscas nas plataformas indexadoras, foram encontrados ao todo 33.900 artigos referentes a Influenciadores Digitais. Quando pesquisado por Relações públicas, foram encontrados 165.000 artigos. Já com as palavras combinadas, como Influenciadores Digitais nas Relações Públicas, foram encontrados 16.400 estudos. Por Relações Públicas nas mídias digitais, foram encontrados 16.900 artigos.

Seguindo o critério de inclusão desta pesquisa, foram selecionados 20 artigos para o desenvolvimento dos resultados. Para alcançar esse número final, foram aplicados filtros específicos, como recorte temporal, delimitação da área de conhecimento, com prioridade a artigos da área de comunicação e relações públicas, e restrição linguística, considerando apenas publicações em português e inglês. Esses critérios garantiram a relevância e a atualidade das fontes utilizadas.

Além disso, a justificativa para a coleta dos dados fundamenta-se, também, na adição de pesquisas voltadas para o tema e na sua contribuição tanto no ambiente social quanto no ambiente acadêmico e profissional.

Para a análise dos dados, foi utilizado o método qualitativo, que possibilitou identificar e desenvolver as categorias empíricas. A princípio, adotou-se um enfoque indutivo,

ISBN: 978-65-89165-30-9

com a realização de leituras detalhadas dos materiais coletados, com o objetivo de encontrar padrões, temas e conceitos relevantes para o tema.

Com o surgimento inicial das categorias, foi adotado um critério interativo de codificação e, após, essas categorias foram identificadas e agrupadas como sendo, ID para Influenciadores Digitais, RP para Relações Públicas, CM para comportamento do consumidor, RPD para Relações Públicas Digitais. Este método proporcionou a melhor compreensão e contextualização dos fenômenos estudados.

Para contextualizar essas categorias no campo científico ao longo do tempo, realizou-se uma revisão sistêmica das leituras selecionadas. Essa revisão possibilitou mapear a evolução das categorias empíricas no contexto acadêmico.

Durante a evolução deste artigo, as pesquisas foram avançando na linha temporal que se iniciaram no ano de 2005 e se encerraram em meados de 2022, permeadas pelo levantamento de estudos pertinentes a como os influenciadores colaboraram para o sucesso das campanhas de relações públicas. A abordagem literária buscou tal dimensão em um cenário global, pautado pelo recorrente aumento do uso de influenciadores nas estratégias de marketing das organizações.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 Influenciadores digitais

Os influenciadores digitais são pessoas que podem ser vistas como seres influentes no ambiente digital e que possuem a capacidade de moldar a maneira de pensar e as decisões do público por meio da autenticidade, conhecimento, posição, divulgação e relacionamentos (Lincoln, 2016).

Um influenciador é um indivíduo que tem a capacidade de influenciar o seu público, seja a adotar certas atitudes, ir a determinados eventos, adquirir produtos de uma marca específica, através da confiança estabelecida seja por meio de sites, redes sociais e blogs (Montelatto, 2015). Dessa forma, tanto as celebridades tradicionais como atores, apresentadores de TV, modelos, cantores, políticos entre outras personalidades famosas, tal como os influenciadores digitais, blogueiros e *YouTubers*, exercem uma influência significativa sobre o comportamento de seus seguidores nas mídias sociais (Batista *et al.*, 2020).

ISBN: 978-65-89165-30-9

Desse modo, essa capacidade de persuasão gera no público um maior índice de confiabilidade e há também a celeridade em que o produto é divulgado, sendo mais rápido do que as divulgações feitas pelas próprias marcas. Sendo assim, um dos motivos pelos quais as marcas investem nessa estratégia é a validação de terceiro, considerada mais impactante do que a autopromoção e que se refere ao conhecimento e a recomendação de um influenciador, visto como uma fonte imparcial e confiável. Em contrapartida, a autopromoção consiste na promoção da marca por meio de suas próprias declarações, a qual tende a ser menos eficaz. Nesse contexto, reforça-se a importância dos influenciadores nas campanhas de relações públicas, uma vez que a sua opinião irá influenciar a percepção como também as decisões de compra do público (Whatmough, 2019).

Entretanto, antes do crescimento das redes sociais e dos influenciadores digitais, as marcas já levavam em conta a credibilidade e o poder de influência das celebridades nas suas estratégias de comunicação. Visto que as celebridades são capazes de influenciar estilos de vidas, comportamentos, formas de se vestir, como também atraíam consumidores para determinadas marcas, além de possuírem espaço na publicidade, pois ainda são reconhecidas e admiradas por grande parte da população. Contudo, a figura pública, que antes era inalcançável e soberana, agora compartilha o espaço com influenciadores considerados “gente como a gente”, levando em conta os nichos e plataformas específicas (Silva; Tessarolo, 2016).

Relativamente, o termo influência digital é recente. Essa atividade teve origem nos *blogs*, os quais se tornaram populares no início dos anos 2000, com o surgimento de plataformas como *Blogspot* ou *Blogger*. Assim, as pessoas que produziam conteúdo para as plataformas ficaram conhecidas como “blogueiros”. Mais adiante, no ano de 2005, com a criação do *YouTube*, plataforma destinada à hospedagem de vídeos, surgiram os “*vloggers*” (Batista *et al.*, 2020). *Blogger* é aquele indivíduo que compartilha textos escritos, enquanto o *vlogger* converte esses textos em vídeo. Posteriormente, o termo *vlogger* foi substituído por *youtuber*, ao trazer a referência diretamente à plataforma (Dreyer, 2017).

Recentemente, as redes sociais, como *Facebook* e *Instagram*, por exemplo, colaboraram para a popularização dos blogueiros e *youtubers* como formadores de opiniões nas mídias sociais (Batista *et al.*, 2020). O termo influenciador digital passou a ser utilizado de forma frequente, no ano de 2015 (Karhawi, 2017). O motivo para essa popularização é a entrada de novos aplicativos nas esferas de produção dos profissionais, os quais passaram a não se restringir apenas a uma plataforma (Dreyer, 2017).

ISBN: 978-65-89165-30-9

Dessa forma, com base nas várias definições, conclui-se que os influenciadores digitais não são apenas consumidores, são também criadores de conteúdo. Eles detêm a capacidade de produzir e compartilhar conteúdo, consequentemente, gera a empatia e influência no seu público-alvo, levando a consumir e usufruir determinados produtos ou serviços de marcas específicas. Sendo considerado como um trunfo para marcas e organizações (Pinheiro, 2021).

3.2 Relações públicas

As relações públicas podem ser compreendidas como uma gestão estratégica dos relacionamentos, tendo como principal foco a construção e o gerenciamento das relações entre a organização e os diversos públicos. Esses relacionamentos incluem tanto aqueles que afetam a organização, quanto os que são afetados por ela, e têm como objetivo a promoção de uma gestão eficaz do ambiente em que a organização opera, buscando soluções de formas proativas (Theaker, 2013; Eiró-Gomes; Nunes, 2013).

As relações públicas exercem a função fundamental na criação, na manutenção dos canais de comunicação e na cooperação entre as organizações e seu público, o qual inclui a gestão de problemas, a comunicação à direção sobre a opinião dos diferentes públicos e a ênfase na responsabilidade social da organização. Além disso, contribuem também com a adaptação da organização às mudanças e novas tendências do mercado, tendo como principais ferramentas a pesquisa e a ética (Sebastião, 2012).

A profissão de relações públicas tornou-se uma atividade profissional no início do século XX, nos Estados Unidos, em um período de crescimento econômico e social. Nesse cenário, despertou-se a necessidade de um profissional responsável pela imagem e comunicação das grandes empresas, tanto frente ao consumidor quanto em relação aos concorrentes (Kunsch, 2009).

O desenvolvimento efetivo das relações públicas no Brasil ocorreu a partir da década de 1950, impulsionado por fatores como a democratização, a política de industrialização e a chegada de empresas multinacionais, que trouxeram uma cultura de valorização da comunicação e implementação dos primeiros departamentos estruturados de relações públicas no país (Kunsch, 2006).

Inicialmente, a prática baseou-se nas técnicas que já eram utilizadas com sucesso por empresas matrizes. Porém, com o passar do tempo, essas práticas adaptaram-se às diversas realidades empresariais, políticas, econômicas e sociais do país, promovendo assim a

ISBN: 978-65-89165-30-9

propagação dos valores organizacionais, como também o apoio ao posicionamento das marcas em um contexto tecnológico e em evolução constante (Scapol; Grohs, 2022).

O profissional de relações públicas desempenha uma função estratégica nas organizações, sendo encarregado de planejar e implementar estratégias que posicionem a organização perante seus públicos e a sociedade. Essa função envolve desde a criação de canais de comunicação, a construção de credibilidade e administração da identidade corporativa, através da utilização de técnicas e pesquisas, que garantam a eficácia nas relações institucionais (Kunsch, 2006).

Dessa forma, o profissional de relações públicas deve levar em conta a abrangência, as responsabilidades e as limitações da sua atuação. Contudo, é fundamental que ele compartilhe conhecimentos e experiência com as outras áreas, como marketing, publicidade, propaganda e jornalismo, para o aprimoramento do desempenho das estratégias e políticas de comunicação, tornando-se ainda mais relevante em um ambiente cada vez mais interligado pelas novas tecnologias de comunicação e informação. (Scapol; Grohs, 2022).

Assim, torna-se fundamental que os profissionais de relação pública estejam sempre atentos, tanto ao que ocorre na sociedade, o chamado mundo real (espaço físico), quanto no ambiente digital. A imprensa e as redes sociais, de certo modo, estão interligadas e promovem debates, críticas e trocas de opiniões. Nesse cenário, para que a organização consiga alcançar os seus objetivos estratégicos, o profissional de relações públicas deve atuar como informador, formular pareceres e propor alternativas de maneira assertiva (Barrichello; Machado, 2015).

3.3 O comportamento do consumidor digital

O conceito de comportamento do consumidor refere-se ao estudo das maneiras pelas quais os indivíduos, grupos e organizações selecionam, compram, utilizam e descartam produtos, serviços ou experiências, com o objetivo atender as suas necessidades e desejos (Kotler; Keller, 2013).

Assim, o comportamento do consumidor estuda “porque as pessoas compram”, visto que é mais fácil compreender os motivos iniciais pelas quais as pessoas adquirem determinados produtos ou marcas, para depois criar estratégias que influenciam o consumo (Blackwell; Miniard; Engel, 2011). Dessa forma, analisar o comportamento do consumidor consiste em investigar suas ações, pensamentos e sentimentos, pois são essas influências que determinam suas escolhas (Honorato, 2004).

ISBN: 978-65-89165-30-9

O avanço do mundo digital transformou significativamente o comportamento de compra dos consumidores, de forma que alterou suas percepções em relação ao processo de aquisição e decisão. É evidente que a internet e as plataformas digitais desempenharam um papel significativo nessa transformação (Stephen, 2016).

Dessa maneira, é necessário compreender e analisar o comportamento do consumidor nesse ambiente digital, porque é nesse cenário que são formadas as opiniões-chave durante o processo de decisão de compras, bem como são compartilhadas experiências. Nesse sentido, essas características podem representar vantagens e percepções valiosas para marcas, produtos e serviços (Heinonen, 2011).

Em virtude do crescimento do uso das redes sociais e outras plataformas digitais, o papel do consumidor tem passado por mudanças consideráveis. Agora, o consumidor foca sua busca por informações sobre produtos, como também a decisão de compra e o consumo na troca de experiências com outros indivíduos (Appel *et al.*, 2020).

Desse modo, os consumidores devem ser vistos como "produtores ativos de valor comercial", pois o conceito clássico de indivíduos apenas como consumidores está desatualizado (Heinonen, 2011). É relevante destacar que fatores como a confiabilidade das informações e mensagens transmitidas são cada vez mais fundamentais e de grande importância para os consumidores (Westerman; Spence; Van Der Heide, 2014).

Por outro lado, fatores como qualidade e preço de um produto ou serviço passaram a não ser decisivos para os mesmos. Hoje em dia, os consumidores possuem uma inclinação a depositar confiança nas opiniões e avaliações de outros indivíduos com quem compartilham aspectos em comum, como personalidades valores e aspirações. Ao explorar essa nova dinâmica de comportamento do consumidor, as marcas buscam, através do marketing de influência, moldar as percepções dos consumidores sobre os seus produtos e serviços. O conteúdo compartilhado nas redes sociais por influenciadores promove confiança e credibilidade entre o público (Muniesa; Giménez, 2020).

Contudo, esses consumidores interagem com as marcas por meio de dispositivos digitais e móveis, o que transforma significativamente a jornada de compra do cliente. Em circunstâncias em que uma marca possui estabelecimento financeiro e presentes online, a internet e bancos de dados de clientes bem estruturados permitem entender e acompanhar os consumidores em diferentes etapas do processo de compra (Gauri *et al.*, 2021).

ISBN: 978-65-89165-30-9

4 COMO OS INFLUENCIADORES DIGITAIS INFLUENCIAM NAS CAMPANHAS DE RELAÇÕES PÚBLICAS

Desde quando surgiu a atividade de relações públicas, os públicos eram influenciados pela comunicação das organizações através das ações dos profissionais da área, posteriormente, os mesmos começaram a atuar através do ambiente digital. Com o surgimento das redes sociais, “os públicos passaram a ter mais importância para as organizações”, na medida em que passaram a ter voz, expressar suas opiniões e discutirem sobre temas abordados (Dreyer, 2017).

As relações públicas desenvolvem a função estratégica de planejar, executar e avaliar a comunicação de uma organização, como também assegurar e cuidar das relações com os públicos. Com o avanço da tecnologia, essas funções foram transferidas para o canal digital, em que a comunicação, a informação e as relações passaram a ser trabalhadas no contexto *online*, por meio de diferentes plataformas digitais (Terra, 2015).

O crescimento dessas novas plataformas digitais teve um impacto na comunicação, especialmente no que diz respeito à circulação da informação, à produção de conteúdo e ao *download* de aplicativos para celulares. Isso refletiu em uma significativa mudança nos padrões de produção e consumo, uma vez que a comunicação passou a bidirecional, o que permitiu que a mesma ocorresse de um para muitos, com os usuários podendo participar de forma ativa, interagir, partilhar e opinar sobre o conteúdo produzido. O avanço de novas indústrias de mídia e a indefinição da distinção entre as massas, no sentido que, a informação se dissemina rapidamente e alcança o mundo, impactaram a forma como as relações públicas atuam. Diante desse contexto, pode-se afirmar que os meios de comunicação agora gerenciam e sustentam redes sociais, não apenas públicos e mercados (Turner, 2016).

Pertinente à revolução tecnológica, exerceu-se um forte impacto na comunicação, o que fez com que as organizações se tornem mais competitivas, visto que passaram a ser mais transparentes e a interagirem com a comunidade *online* por meio de sistemas interativos, como plataformas digitais (Philips; Young, 2009).

Nesse contexto, o valor das relações públicas recai sobre a transparência das organizações ao delinear estratégias que geram sentimentos de confiabilidade com os públicos, o que demonstra como o processo de comunicação é desenvolvido e o que envolve a tomada de decisões. Afinal, os públicos exigem proximidade, instantaneidade, como também o desejo de saber o que ocorre dentro das organizações das marcas ou na vida de influenciadores digitais e celebridades. Desse modo, as relações públicas devem compreender

ISBN: 978-65-89165-30-9

a importância da criação e manutenção de relacionamento com seus públicos, utilizando-se dessas novas ferramentas (L'etang, 2008).

As novas maneiras de interação do público com a tecnologia despertam a atenção de todos os segmentos de mídia, pois os mesmos estão transformando radicalmente o mercado, a forma como as relações públicas executam suas tarefas, assim como o modelo de comunicação das marcas. Tais mudanças impactam diretamente a maneira como as organizações se relacionam com seus públicos e exigem adaptações rápidas às novas ferramentas digitais e às expectativas dos consumidores (Tomaz, 2018).

Os influenciadores digitais despertam o interesse ao protagonizarem novas formas de consumo e ao estabelecerem relações com as marcas. Assim, as organizações se veem obrigadas a adaptar-se com esse novo público nas plataformas digitais (Tomaz, 2018).

A crise no modelo de comunicação tradicional levou várias organizações e marcas a recorrerem a novos meios de aproximação com seu público, o qual se tornou cada vez mais seletivo e passou a escolher aquilo que deseja ou não consumir. Nesse prisma, os influenciadores digitais apresentam características de credibilidade e persistência em convencer os seguidores. A capacidade de conduzir as conversas, compartilhar as ideias ou opiniões tornou-se um recurso importante para a relação e comunicação entre a organização e o público (Helman; Schindeler; Weaver, 2008).

Além disso, com fluxo de comunicação acessível a qualquer pessoa, é crucial que o profissional possua o discernimento necessário para compreender o que os públicos pensam, onde e de que maneira se expressam, bem como o seu poder de influenciar a audiência sobre determinados assuntos, visto que "o conteúdo gerado pelo consumidor tem relevância para as organizações na criação de estratégias de comunicação". O profissional de relações públicas deve ser um gestor que utiliza das funções de monitoramento oferecidas pela internet, escolhe as melhores ferramentas para se comunicar com seus públicos e prevê comportamentos e formas de relacionamentos no meio digital (Terra, 2015).

Diante do cenário de evolução tecnológica, das mídias sociais e da relação entre público e influenciadores digitais, conclui-se que o relacionamento entre as organizações e o público, através de incentivo das redes sociais, "reconfigura as relações públicas, transformando-as em uma área fundamental e imprescindível para corporações, marcas, produtos ou serviços" (Terra, 2015). As relações públicas são "uma filosofia e a prática para melhorar a qualidade de trabalho, com poder de mudar o jogo e interagir de maneira mais informada e inteligente com seu público" (Solis; Breakenridge, 2009).

ISBN: 978-65-89165-30-9

As experiências tecnológicas motivadas pelas marcas e o uso estratégico da comunicação corporativa, por meio das relações públicas, contribuíram significativamente para transformar o consumidor em seguidor e criar uma imagem e reputação digital através de ações de diálogo, interatividade e participação por parte dos seguidores, o que legitima a presença das marcas nas diferentes plataformas digitais (Terra, 2015).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo geral deste estudo foi analisar como os influenciadores digitais impactam as campanhas de relações públicas e evidenciar os aspectos relacionados à imagem das organizações. Os resultados obtidos demonstram que os influenciadores digitais desempenham um papel significativo na potencialização da comunicação entre as organizações e seus públicos, principalmente no ambiente digital. Através da proximidade da conexão que estabelece com seus seguidores, conferem maior resposta às informações, o que impacta positivamente a imagem das marcas associadas. Além disso, a pesquisa evidenciou que os influenciadores criam ambientes de engajamento nas plataformas digitais ao produzirem conteúdos que promovem interatividade e conexão com o público, posicionando-se estrategicamente no cotidiano dos seguidores. Dessa forma, esse estudo respondeu ao objetivo proposto ao destacar como atuação dos influenciadores digitais não apenas molda a percepção dos consumidores, mas também influencia comportamentos, o que reforça a importância desses agentes nas estratégias de relações públicas.

Assim, as organizações que contratam os influenciadores digitais estão em busca de uma abordagem inovadora de se comunicar com seus consumidores e encontram nesses profissionais uma oportunidade de estreitar os laços com o público e alcançar diferentes segmentos. Ademais, os influenciadores despertam o desejo de consumo ao integrarem produtos ou serviços no seu cotidiano e são considerados pelos seguidores como uma fonte de credibilidade e confiança.

Dessa forma, ao apresentar produtos ou serviço em situações reais no seu cotidiano, os influenciadores moldam a percepção do consumidor fazendo com que associem a marca a experiências positivas, o que afeta diretamente a decisão de compra do consumidor. Em acréscimo, com o modelo de comunicação bidirecional promovido pelo ambiente digital, conseguem uma interação contínua com os consumidores e as organizações também conseguem troca de informações e *feedbacks*, para se ajustar às expectativas do público.

ISBN: 978-65-89165-30-9

Assim, o uso dos influenciadores nas campanhas das organizações tem mostrado uma prática cada vez mais comum nas organizações, que buscam a consolidação da marca e a ampliação do seu alcance.

Entretanto, essa estratégia contém tanto vantagens quanto desvantagens, as quais devem ser criteriosamente analisadas pelas organizações antes de incorporá-las as suas campanhas. A credibilidade está entre as vantagens que esses profissionais possuem com seus seguidores, porque são considerados uma fonte confiável de informação, conseguem transferir isso para as marcas e contribuem para o fortalecimento da reputação das organizações. O alcance segmentado é outra vantagem, pois esses influenciadores possuem públicos específicos, o que permite à organização direcionar suas campanhas a esse público que, de outra forma, seria difícil de atingir. Essa possibilidade de alcançar diretamente esse público faz com que a comunicação se torne mais eficaz e eficiente, o que aumenta as chances de conversão e engajamento.

Em relação às desvantagens, destaca-se o alinhamento inadequado entre os valores da organização e o perfil do influenciador. Selecionar um influenciador que não partilhe dos mesmos princípios o que tenha um comportamento incompatível com a imagem da empresa pode trazer danos à reputação da organização. Assim como os riscos éticos associados ao comportamento do influenciador, ou seja, caso um influenciador adote posturas inadequadas, pode impactar diretamente na imagem da organização o qual trará prejuízos imediatos. Contudo, embora o uso dos influenciadores digitais traga benefícios para as estratégias de relações públicas, a escolha deve ser cuidados na busca por alinhar os objetivos da marca de forma que as vantagens superem as desvantagens e os riscos possam ser mitigados.

Durante o desenvolvimento deste trabalho, foram enfrentadas algumas dificuldades que refletiram na produção do artigo. Entre elas, o acesso limitado a fontes confiáveis e atualizadas sobre o impacto que os influenciadores exercem nas campanhas de relações públicas, como também a restrição de dados estatísticos específicos sobre o tema. Outra dificuldade é que o mercado digital está em constante evolução, o que torna assim a pesquisa ainda mais complexa, pois exige atualizações frequentes ao longo do processo.

Apesar dos desafios, a pesquisa abre diversas perspectivas para o futuro, como, por exemplo, aprofundar e ampliar o foco da análise, explorar segmentos como marketing ou publicidade de forma a compreender o impacto dos influenciadores digitais nas estratégias das organizações, como também investigar o papel das novas tecnologias nas interações digitais. Além disso, os resultados desta pesquisa contribuem para o mercado ao fornecer *insights*, pelos quais as empresas podem orientar-se na criação de estratégias eficazes e alinhadas às

ISBN: 978-65-89165-30-9

demandas no ambiente digital, de forma que otimize o uso de influenciadores como ferramentas estratégicas para a construção da imagem e do relacionamento com o público.

REFERÊNCIAS

APPEL, G.; GREWAL, L.; HADI, R.; STEPHEN, A. T. *The Future of Social Media In Marketing*. ***Journal of the Academy of Marketing Science***, v. 48, p. 79-95, 2020. Disponível em: https://doi.org/10.1007/s11747-019-00695-1. Acesso em: 17 out. 2024.

BARRICHELLO, E.; MACHADO, J. Relações Públicas em novas mídias: o papel do monitoramento digital na comunicação das organizações. *In*: GONÇALVES, Gisela; LISBOA FILHO, Flavi F. (Org.). **Novos media e novos públicos**. Covilhã: Livros LabCom, 2015.

BATISTA, K.; HEBER, F.; LUFT, M.; SILVA, M. Reflexões sobre a sociedade de consumo: como os influenciadores digitais afetam o consumo na pós-modernidade?. **Caderno Profissional de Marketing**, v. 8 n. 1, p.176-197, 2020. Disponível em: https://www.academia.edu/43257400/Reflexões_sobre_a_sociedade_de_consumo_como_os_influenciadores_digitais_afetam_ou_o_consumo_na_pós_modernidade. Acesso em: 19 out. 2024.

BLACKWELL, R. D.; MINIARD, P. W.; ENGEL, J. F. **Comportamento do consumidor**. 9. ed. São Paulo: Cengage Learning , 2011.

DREYER, B. Relações públicas e influenciadores digitais: abordagens para a gestão do relacionamento contemporaneidade**. Revista Communicare**, v. 17, p. 56-75, 2017. Disponível em: https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2017/09/Artigo-2-Communicare-17 EdiçãoEspecial.pdf. Acesso em: 17 out. 2024.

EIRÓ-GOMES, M.; NUNES, T. Relações Públicas / Comunicação Institucional / Comunicação Corporativa: três designações para uma mesma realidade?. *In*: **CONGRESSO SOPCOM**, VIII, Lisboa, 2013 - Comunicação global, cultura e tecnologia: livro de atas. Lisboa: SOPCOM/ESCS, 2013. Disponível em http://hdl.handle.net/10400.21/7286. Acesso em: 10 out. 2024.

GAURI, D. K.; JINDAL, R. P.; RATCHFORD, B.; FOX, E.; BHATNAGAR, A.; PANDEY, A.; HOWERTON, E. *Evolution of retail formats: Past, present, and future.* ***Journal of Retailing***, p. 42-61, 2021.

GOUVEIA, M. **Marketing Digital:** O Guia Completo. Ideias de Ler, 2022.

HEINONEN, K. *Consumer activity in social media: Managerial approaches to consumers' social media behavior***.** ***Journal of Consumer Behaviour,*** p. 356-364, 2011.

HONORATO, G. **Conhecendo o marketing**. São Paulo: Manole, 2004.

JUNG, L. *What is Influencer Marketing?* ***The Shelf***., 2022. Disponível em: https://www.theshelf.com/the-blog/what-is-influencer-marketing/. Acesso em: 7 out. 2024.

ISBN: 978-65-89165-30-9

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing.** 14. ed. v. 14. Pearson Education do Brasil, 2013.

KUNSCH, W. Gênese e desenvolvimento do campo profissional e acadêmico das relações públicas no Brasil. *In*: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). **Relações públicas**: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas. São Paulo: Summus, 2009. p. 7-42.

KUNSCH, W. **Gestão das relações públicas na contemporaneidade e sua institucionalização profissional e acadêmica no Brasil.** n. 5, jul./dez. 2006.

LINCOLN, J. ***Digital Influencer****: a Guide to Achieving Influencer Status Online. Platform, CreateSpace Independent Publishing*, 2016.

L'ETANG, J. ***Public Relations:*** *concepts, practice and critique. London, SAGE Publications*, 2008.

MUNIESA, R. L.; GIMÉNEZ, C. G. *The importance of the loyalty of fashion brands through digital marketing****. Journal of Spatial and Organizational Dynamics***, v. 8, n. 3, p. 230-243, 2020.

PHILLIPS, D.; YOUNG, P. ***Online public relations:*** *a practical guide to developing an online strategy in the world of social media*. 2. ed. UK, Kogan Page, 2009.

PINHEIRO, A. **O poder dos Influenciadores Digitais:** o olhar da comunicação estratégica em Relações Públicas (Relatório de estágio submetido como requisito parcial para obtenção do grau de mestre em gestão estratégica das relações públicas). Escola Superior de Educação Social, 2021.

PIZZANI, L.; SILVA, R. C. da; BELLO, S. F.; HAYASHI, M. C. P. I. A arte da pesquisa bibliográfica na busca do conhecimento. **RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, v. 10, n. 2, p. 53–66, 2012.

SCAPOL, L. C.; GROHS, A. C. C. P. As Interfaces entre Relações Públicas e Marketing de Influência. *In*: XVI CONGRESSO ABRAPCORP, 2022, Maceió. **Anais eletrônicos**, 2022. Disponível em: https://proceedings.science/abrapcorp-2022/trabalhos/as-interfaces-entre-relacoes-publicas-e-marketing-de-influencia?lang=pt-br. Acesso em: 30 set. 2024.

SEBASTIÃO, S. P. Relações públicas: a comunicação, as organizações e a sociedade. **Comunicação Pública**, 12. ed., v. 7. p. 23-42, 2012. Disponível em: https://doi.org/10.4000/cp.112. Acesso em: 5 out. 2024.

SILVA, C.; TESSAROLO, F. Influenciadores Digitais e as Redes Sociais Enquanto Plataformas de Mídia. [Comunicação oral]. **XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, São Paulo, Brasil, 2016. p. 5-9.

SILVA, M. S.; OLIVEIRA, G. S.; SILVA, G. O. A pesquisa bibliográfica nos estudos científicos de natureza qualitativos. **Revista Prisma**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 1, p. 91-109, 2021.

ISBN: 978-65-89165-30-9

SOLIS, B., BREAKENRIDGE, D. ***Putting the public back in public relations:*** *How social media is reinventing the aging business of PR.*, 3rd ed. *New Jersey: Pearson Education*, 2009.

SOUTO, M. N. **A utilização de influenciadores digitais como estratégia de comunicação das marcas de moda** - o caso da Josefinas (Relatório de Estágio - Mestrado em Ciências da Comunicação Especialização em Publicidade e Relações Públicas). Universidade do Minho Instituto de Ciências Sociais, 2022.

STEPHEN, A. T. Comportamento do consumidor em marketing digital e de mídia social: uma revisão de descobertas recentes e direções para pesquisas futuras, ***Current Opinion in Psychology***, p. 17-21, 2016.

TERRA, C. F., Relacionamentos nas mídias sociais (ou relações públicas digitais): estamos falando da das relações públicas?. **Organicom**, 22. ed., v. 12, 2015. Disponível em: https://doi.org/10.11606/issn.2238-2593.organicom.139271. Acesso em: 18 out. 2024.

THEAKER, A. *What is Public Relations? In*: THEAKER, A.; YAXLEY, H. ***The Public Relations Strategic Toolkit****: An essential guide to successful Public Relations practice*. *New York: Routledge*, 2013. p. 5-17.

TOMAZ, S. R. A. ***To use or not to use digital influencers?*** Uma análise do recurso a influenciadores digitais em estratégias de relações públicas. Lisboa: Escola superior de comunicação social, 2018.

TURNER, G. ***Re-inventing the media***. *London; New York: Routledge Taylor & Francis Group.*, 2016.

WESTERMAN, D.; SPENCE, P. R.; VAN DER HEIDE, B. *Social media as information source: Recency of updates and credibility of information.* ***Journal of computermediated communication***, 2. ed., v. 19, p. 171-183, 2014.

WHATMOUGH, D. ***Digital PR (PRCA Practice Guides).*** *Emerald Publishing*, 2019.

ISBN: 978-65-89165-30-9

INFORMATIZAÇÃO DOS SERVIÇOS CONTÁBEIS E AS ADEQUAÇÕES À LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS (LGPD)

COMPUTERIZATION OF ACCOUNTING SERVICES AND COMPLIANCE WITH THE GENERAL DATA PROTECTION LAW

Anderson Costa dos Santos

Cristiano José Moura Marques

Resumo: Este trabalho examina a interseção entre a informatização dos serviços contábeis e a conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) no Brasil. O objetivo geral é avaliar como a digitalização dos processos contábeis contribui para as práticas de conformidade com a LGPD, com foco específico nas alterações nos processos contábeis, devido à informatização, estratégias de adaptação à LGPD e os benefícios dessa digitalização para a conformidade legal. A metodologia empregada é qualitativa, baseada em uma revisão bibliográfica abrangente que inclui análise de literatura acadêmica, documentos legais e outros materiais relevantes para compreender as dinâmicas envolvidas na informatização contábil e sua relação com a LGPD. Os resultados apontam que a informatização oferece várias vantagens, como a automação de tarefas e a maior precisão e segurança dos dados contábeis, facilitando a conformidade com a LGPD. As estratégias para adaptação à LGPD incluem treinamento de funcionários, revisão de contratos e implementação de políticas de governança de dados robustas. A informatização também promove uma maior transparência e eficiência na gestão de dados pessoais. Apesar dos desafios iniciais, a informatização dos serviços contábeis é importante para a conformidade com a LGPD, oferecendo benefícios significativos em termos de segurança, eficiência e integridade dos dados. A adesão a essas práticas não apenas atende às exigências legais, mas também serve como um diferencial competitivo no mercado, aumentando a confiança dos clientes e a sustentabilidade dos serviços contábeis.

Palavras-chave: informatização contábil; LGPD; segurança de dados.

Abstract: *his study explores the interface between the informatization of accounting services and compliance with Brazil's General Data Protection Law (LGPD). The main objective is to assess how the digitization of accounting processes contributes to LGPD compliance practices, focusing specifically on changes in accounting processes due to informatization, strategies for adapting to the LGPD, and the benefits of this digitization for legal compliance. The methodology is qualitative, based on an extensive literature review including academic literature, legal documents, and other relevant materials to understand the dynamics involved in accounting informatization and its relationship to the LGPD. The findings suggest that informatization provides several advantages, such as task automation and enhanced accuracy and data security, facilitating LGPD compliance. Adaptation strategies to the LGPD include employee training, contract reviews, and the implementation of robust data governance policies. Informatization also promotes greater transparency and efficiency in the management of personal data. It is concluded that despite initial challenges, the informatization of accounting services is crucial for LGPD compliance, offering significant*

ISBN: 978-65-89165-30-9

benefits in terms of data security, efficiency, and integrity. Adhering to these practices not only meets legal requirements but also serves as a competitive differentiator in the market, enhancing client trust and the sustainability of accounting services.

Keywords: *Accounting informatization; LGPD; Data security.*

1 INTRODUÇÃO

A informatização dos serviços contábeis tem se mostrado uma tendência irreversível e fundamental no cenário atual, impulsionada principalmente pela constante evolução tecnológica e pelas exigências crescentes do mercado. O processo de digitalização dos registros e procedimentos contábeis, além de otimizar o tempo e reduzir erros, possibilita um gerenciamento de dados mais eficaz e seguro.

No entanto, a implementação dessas tecnologias traz consigo desafios significativos, especialmente no que tange à proteção de dados e à conformidade com legislações específicas, como a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) no Brasil. Esta lei estabelece diretrizes claras para a coleta, armazenamento, tratamento e compartilhamento de dados pessoais, impondo um novo paradigma para as práticas contábeis.

Na visão de Silva (2022), a evolução da contabilidade possibilitou diversas formas de avaliar o valor dos ativos, como mensuração dos bens pelo custo histórico, as novas práticas de apresentação das demonstrações contábeis, que envolvem notas explicativas, nomeação de grupo no balanço patrimonial e outros.

A transição para um ambiente contábil informatizado exige não apenas um investimento em novas tecnologias, mas também uma mudança cultural dentro das organizações contábeis. Profissionais da área precisam se adaptar às novas ferramentas e processos, o que envolve uma atualização constante de conhecimentos e habilidades. Além disso, a segurança da informação se torna uma prioridade inegociável, uma vez que a manipulação de grandes volumes de dados financeiros e pessoais aumenta os riscos de vazamentos e fraudes. Assim, a adequação à LGPD não é apenas uma exigência legal, mas também uma necessidade para garantir a confiança dos clientes e a integridade dos serviços prestados.

A adaptação à LGPD, por parte das empresas de contabilidade, envolve a implementação de políticas claras de privacidade, a nomeação de um encarregado de dados (DPO), a revisão de contratos com fornecedores e clientes e a garantia de que todos os processos estejam em conformidade. Essas ações, embora possam representar um ônus inicial,

ISBN: 978-65-89165-30-9

são fundamentais para a sustentabilidade e credibilidade do setor. Afinal, a proteção de dados pessoais não é apenas uma questão legal, mas também um diferencial competitivo no mercado.

Ribeiro *et al*. (2022) asseveram que o impacto da LGPD nos escritórios de contabilidade é direto, já que essas empresas possuem informações importantes de seus clientes e outras pessoas. Por estarem envolvidas com a regulamentação, devem ser adotadas mudanças para garantir a adequação à lei e à proteção das atividades.

De acordo com Cruz, Passaroto e Thomaz Jr. (2023), a necessidade de adaptação às diretrizes e regras da LGPD surgiu para qualquer empresa que realiza atividades de tratamento de dados, independente do setor que essa empresa atua e do seu modelo de negócio. Isso vale para empresas de contabilidade, sejam elas de pequeno, médio ou grande porte.

Diante do exposto, o objetivo geral desse trabalho é avaliar o impacto da informatização dos serviços contábeis nas práticas de conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). Tendo como objetivos específicos: Identificar e descrever as alterações significativas nos processos contábeis resultantes da informatização, destacando como essas mudanças contribuem para a adequação e cumprimento da LGPD; examinar as estratégias e medidas adotadas pelos escritórios de contabilidade para se adequarem às exigências da LGPD e explorar os benefícios trazidos pela informatização dos serviços contábeis para a conformidade com a LGPD.

2 METODOLOGIA

Para o desenvolvimento deste trabalho foi adotada uma metodologia qualitativa, com ênfase em revisão bibliográfica. Este enfoque metodológico permitiu aprofundar a compreensão sobre as dinâmicas envolvidas na informatização dos serviços contábeis e sua relação com os requisitos da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), através da análise de literatura existente e documentação pertinente.

Inicialmente, realizou-se um levantamento de fontes bibliográficas, incluindo artigos científicos, livros, dissertações, teses e documentos legais relacionados à contabilidade, informatização de processos e legislação sobre proteção de dados. A busca por material relevante abarcou bases de dados acadêmicas, bibliotecas digitais e sites especializados, priorizando publicações que abordassem tanto os aspectos técnicos, quanto legais da temática em estudo.

ISBN: 978-65-89165-30-9

Posteriormente, procedeu-se à seleção dos materiais, a busca por artigos conduzida nas bases de dados da Literatura Latino-Americana e do Caribe em Ciências da Saúde (LILACS), Biblioteca Virtual da Saúde (BVS), *Scientific Electronic Library Online (SciELO)*, e *U.S. National Library of Medicine (PubMed)*, utilizando descritores em Ciências da Saúde (DECS), com combinações específicas, que ofereciam ensinamentos significativos sobre a aplicação prática e teórica da informatização contábil frente às exigências da LGPD. Esta etapa envolveu a leitura detalhada dos textos, anotação das informações mais relevantes e organização das ideias centrais, de acordo com os objetivos específicos do trabalho.

A análise dos dados coletados foi realizada de forma crítica, buscando compreender as implicações da informatização para a conformidade com a LGPD no setor contábil. Discutiram-se os desafios e oportunidades identificados, destacando-se as melhores práticas e estratégias de adequação adotadas pelas empresas de contabilidade. Através dessa abordagem, foi possível sintetizar o conhecimento existente sobre o tema e contribuir para o debate acadêmico e profissional acerca das transformações na contabilidade decorrentes das inovações tecnológicas e da legislação de proteção de dados.

Essa abordagem metodológica qualitativa e baseada em revisão bibliográfica revelou-se adequada para explorar a complexidade do tema proposto, possibilitando uma análise aprofundada sobre a interseção entre tecnologia, contabilidade e legislação sobre proteção de dados. Dessa forma, o trabalho contribui para o entendimento das nuances envolvidas na informatização dos serviços contábeis e suas implicações para a conformidade com a LGPD.

3 A CONTABILIDADE

Segundo Ribeiro *et al*. (2022), o profissional da área contábil vem entrando em uma nova era cada vez mais atualizada, dinâmica, exigente e inovadora. É de responsabilidade do profissional contábil a maximização da informação contábil e todo o trabalho de procurar atender aos diferentes usuários destas informações, com esse contexto a classe contábil não pode deixar que a contabilidade seja apenas um retrato histórico da situação passada à entidade.

Do ponto de vista de Carvalho *et al.* (2009), a presença do profissional de contabilidade nas empresas e na sociedade adquiriu, no século atual, uma grande essencialidade para o desenvolvimento do negócio do cliente, e para que tal desenvolvimento ocorra, necessita-se de presteza, integridade e formação técnica ou acadêmica por parte desse profissional. A compreensão de suas limitações e a visão ampla sobre a sua atividade são

ISBN: 978-65-89165-30-9

pontos fundamentais para que o profissional de contabilidade forneça o suporte adequado para auxiliar a tomada de decisão do cliente.

A contabilidade não deve se limitar apenas a escrituração dos fatos contábeis, como no âmbito fiscal, ou ainda, às rotinas de departamento pessoal. Além de entregar as declarações solicitadas pelas organizações nos prazos determinados e de atender suas obrigações Municipais, Estaduais e Federais, deverá ter um olhar crítico em processos e a visão clara para as mudanças que se adequem ao seu propósito e que sejam convenientes ao desempenho satisfatório das organizações.

Com tempos modernos e situações adversas de tempestividade, Rodrigues (2023) diz que o contador atual não é mais o mal necessário, mas sim um profissional essencial que, por meio da contabilidade gerencial, pode impulsionar as organizações de todos os portes para melhor avaliação e estabilidade no mercado com visão para sua expansão.

3.1 As alterações significativas nos processos contábeis resultantes da informatização

A informatização dos processos contábeis representou uma revolução na maneira como as informações financeiras são processadas e analisadas. Com a adoção de sistemas integrados de gestão empresarial, conhecidos como *ERP (Enterprise Resource Planning)*, as empresas conseguiram maior integridade e confiabilidade nos dados contábeis.

Para Santos *et al*. (2024), esses sistemas permitem a automação de tarefas que anteriormente eram realizadas manualmente, reduzindo a incidência de erros e aumentando a eficiência operacional. Além disso, a capacidade de gerar relatórios em tempo real proporcionou aos gestores ferramentas valiosas para a tomada de decisão baseada em dados precisos e atualizados.

No pensamento de Chopra e Meindi (2003), o *Enterprise Resource Planning (ERP)* oferece rastreamento e visibilidade global da informação de qualquer parte da empresa e de sua cadeia de suprimento, para que possibilite decisões inteligentes. Também veio para facilitar a tomada de decisão do cliente, como o recolhimento de arquivos necessários para a execução da contabilidade, que não precisa mais ser solicitado ao cliente os arquivos, pois tudo fica em nuvem fiscal com o acesso compartilhado para ambos, assim tanto o cliente consegue uma maior eficiência contábil, como o contador tem uma maior imersão na empresa e consegue auxiliar com maior agilidade em momentos tempestivos

Como afirmam Oliveira e Malinowski (2023), com o uso de sistemas inteligentes, a empresa é vista como um todo, e ao mesmo tempo como unidades distintas. O setor contábil é

ISBN: 978-65-89165-30-9

uma das áreas que mais ganha com as novas tecnologias, já que são utilizadas desde programas criados especificamente para as operações de registro, indo até programas contábeis, que geram todos os relatórios legais e gerenciais de que as empresas necessitam.

Outra mudança significativa decorrente da informatização é a conformidade e aderência às normas contábeis internacionais, como as *IFRS (International Financial Reporting Standards)*. Oliveira, Campos e Macedo (2022) aduzem que os *softwares* contábeis modernos são projetados para estar em conformidade com tais normas, facilitando o processo de harmonização contábil e permitindo uma apresentação mais transparente das finanças para o mercado global. Isso é particularmente importante para empresas que possuem operações internacionais ou que buscam atrair investimentos estrangeiros

Para Barcelos (2014), o sistema de informação contábil oferece inúmeras conveniências para o contador realizar seu trabalho por meio da rápida digitação e processamento de dados, geração de relatórios e arquivos e envios de extratos auxiliares por meio eletrônico, transformando o processo contábil em sua totalidade.

Além disso, a informatização impactou a forma como os contabilistas interagem com os dados. Com ferramentas de análise de dados e inteligência artificial, os profissionais da área contábil podem, agora, dedicar mais tempo à análise estratégica em vez de se concentrarem apenas no registro de transações. Isso elevou o papel do contador para um consultor de negócios, que não apenas garante a conformidade fiscal e a precisão dos registros, mas também sugere caminhos para a otimização de custos e aumento de receitas.

Toda a escrituração contábil, emissões, alterações e até o processo de abertura de empresa sofreram um ganho na performance de entrega por conta dessa facilidade tecnológica, a informatização dos serviços trouxe consigo uma gama de novidade e melhorias da mobilidade para o trabalho contábil, que hoje não é mais concebida como uma contabilidade local ou mesmo um peso no bolso do cliente, pois conta com uma folha salarial mais enxuta, quando se fala em setor contábil exclusivo para a organização (Barcelos, 2014).

Barcelos (2014) acrescenta que o objetivo do sistema de informação contábil informatizado é alcançar uma forma de ser mais efetivo em controle e gerenciamento da informação e tornar-se uma ferramenta de suporte para a tomada de decisões assertivas em momentos sensíveis.

A informatização trouxe inúmeras vantagens para a contabilidade, mas não podemos esquecer que a segurança da informação se tornou uma preocupação central. A gestão de enormes volumes de dados financeiros através de sistemas informatizados exige rigorosas medidas de segurança para prevenir acessos não autorizados e garantir a integridade dos

ISBN: 978-65-89165-30-9

dados. A implementação de soluções de segurança robustas são necessárias para manter a confiança de todos os interessados nesse processo.

3.2 As estratégias para adequação às exigências da LGPD

A LGPD estabelece que as organizações devem adotar medidas técnicas e administrativas capazes de proteger os dados pessoais de acessos não autorizados e de situações acidentais ou ilícitas de destruição, perda, alteração, comunicação ou qualquer forma de tratamento inadequado. Nesse contexto, a primeira estratégia passa pela conscientização e treinamento dos colaboradores. Toda equipe deve estar ciente das normas e práticas de segurança da informação, pois muitas violações de dados ocorrem devido a erros humanos ou negligência (Cruz; Passaroto; Thomaz, 2023).

Implementar políticas de governança de dados robustas é outra estratégia importante nesse processo. Essas políticas devem definir claramente quem tem acesso a quais dados, como esses dados podem ser utilizados e por quanto tempo serão retidos. A definição de responsabilidades é fundamental para garantir que os dados sejam manipulados de forma a respeitar a privacidade dos titulares e a conformidade com a legislação (Santos *et al.*, 2024).

A revisão e adaptação dos contratos de serviço com fornecedores e parceiros comerciais também se faz necessária. É essencial garantir que todas as partes envolvidas na cadeia de tratamento de dados estejam igualmente em conformidade com a LGPD. Isto inclui a exigência de que fornecedores e parceiros adotem medidas de segurança adequadas e se comprometam a proteger os dados da mesma forma que a empresa contratante (Oliveira; Campos; Macedo, 2022).

Outro aspecto a se pensar é a adoção de sistemas e tecnologias que ofereçam garantias de segurança apropriadas. Isso inclui a criptografia de dados, a utilização de softwares atualizados e seguros, e a implementação de ferramentas que permitem o controle rigoroso sobre o acesso e a manipulação dos dados pessoais. Ferramentas de monitoramento e detecção de intrusões também são fundamentais para prevenir e responder rapidamente a qualquer violação de dados (Oliveira; Campos; Macedo, 2022).

A criação de uma figura de encarregado pela proteção de dados *(DPO – Data Protection Officer)* é uma estratégia que muitas empresas têm adotado. O *DPO* é o profissional responsável por orientar a empresa sobre o cumprimento da LGPD e agir como ponto de contato entre a empresa, os titulares dos dados e a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD). A nomeação de um *DPO* é obrigatória para determinadas organizações e

ISBN: 978-65-89165-30-9

recomendada para todas que desejam demonstrar compromisso com a proteção de dados (Silva, 2022).

A realização regular de auditorias de privacidade é também uma estratégia eficaz. Estas auditorias ajudam a identificar vulnerabilidades no tratamento de dados pessoais e a verificar a eficácia das políticas de privacidade e segurança da informação implementadas. Com isso, a organização pode ajustar suas práticas conforme necessário para garantir a conformidade contínua com a LGPD (Silva, 2022).

Seria igualmente importante também desenvolver um plano de resposta a incidentes de segurança que inclua procedimentos específicos para lidar com violações de dados pessoais. Para Ribeiro *et al*. (2022), este plano deve estabelecer como identificar e reportar uma violação, além de definir as ações para reduzir seus efeitos. A rápida resposta a incidentes não só minimiza danos potenciais, como também demonstra a seriedade da empresa em proteger os dados pessoais.

As organizações devem garantir transparência total em suas práticas de tratamento de dados. Isto envolve manter os titulares de dados informados sobre como seus dados são coletados, usados, armazenados e eliminados. A transparência não apenas fortalece a confiança do titular dos dados, mas também reforça a imagem da empresa como responsável e consciente em relação à proteção de dados, além de manter a confiança de todos que fazem parte da organização.

3.3 Benefícios trazidos pela informatização dos serviços contábeis para a conformidade com a LGPD

A informatização contábil, quando aliada à conformidade com a LGPD, promove uma maior transparência nas operações financeiras e contribui para a construção de um relacionamento mais sólido e confiável entre contadores e seus clientes. A capacidade de oferecer serviços contábeis digitais, seguros e em conformidade com a legislação, torna-se um fator de atração e retenção de clientes, em um mercado cada vez mais consciente da importância da proteção de dados.

A adequação da LGPD também inclui a adoção de boas práticas de governança de dados, visando sempre a proteção e privacidade, já que a norma surgiu da precaução atual de manter as informações pessoais em sigilo, o que gera implicações para a prestação de serviços de várias empresas, inclusive no setor contábil (De Carvalho, 2023).

ISBN: 978-65-89165-30-9

A implementação de sistemas informatizados na contabilidade facilita a gestão de dados de acordo com os princípios da LGPD, como a minimização de dados e a limitação de finalidade. Com softwares especializados, é possível configurar, de modo que apenas os dados necessários para determinadas operações sejam coletados e processados, evitando-se o armazenamento de informações irrelevantes ou excessivas. Esta prática não apenas reduz o risco de violações de dados, mas também simplifica a gestão dos mesmos, mantendo a organização em conformidade legal (Cruz; Passaroto; Thomaz, 2023).

Além disso, os sistemas contábeis modernos oferecem recursos de auditoria robustos que registram automaticamente todas as atividades realizadas no sistema. Estes registros são cruciais para demonstrar conformidade com a LGPD, pois permitem às empresas fornecer evidências concretas de como os dados são manipulados e protegidos. Isto inclui quem acessou informações, quando e por quais motivos, detalhes essenciais para investigações em caso de incidentes de segurança (Oliveira, 2023).

Como podemos identificar durante a leitura das referências, a segurança dos dados é grandemente aprimorada pela informatização dos serviços contábeis. Sistemas modernos são equipados com tecnologias avançadas de criptografia e medidas de segurança como autenticação multifatorial e controle de acesso baseado em roles. Tais funcionalidades garantem que apenas pessoal autorizado tenha acesso aos dados sensíveis, protegendo as informações de acessos não autorizados e minimizando o risco de vazamentos de dados.

Os softwares contábeis modernos suportam a implementação de políticas de retenção de dados, permitindo que as empresas definam automaticamente os períodos de armazenamento para diferentes tipos de dados. Isso ajuda as organizações a cumprir o requisito da LGPD de não manter dados pessoais por mais tempo do que o necessário para alcançar os propósitos para os quais são processados. Além disso, esses sistemas, frequentemente, incluem funcionalidades para deletar dados de forma segura e definitiva (Sousa, 2022).

A conformidade com a LGPD também é reforçada pela capacidade dos sistemas informatizados de facilitar a portabilidade de dados. Essa funcionalidade permite que as informações contábeis sejam transferidas de maneira segura entre diferentes sistemas, atendendo à exigência de que os titulares de dados possam solicitar a transferência de seus dados pessoais para outro fornecedor de serviço ou produto (Santos *et al.*, 2024).

Sistemas informatizados possibilitam uma resposta mais rápida e eficiente a solicitações dos titulares dos dados, como acesso, correção e exclusão de informações pessoais. A automatização desses processos assegura que as solicitações sejam atendidas

ISBN: 978-65-89165-30-9

dentro dos prazos estabelecidos pela LGPD, melhorando a eficiência operacional e reduzindo a carga de trabalho manual associada à gestão de tais requisições.

Finalmente, a informatização ajuda as empresas a adaptarem-se rapidamente a mudanças na legislação de proteção de dados. Sistemas de software atualizados regularmente podem incorporar rapidamente novos requisitos regulatórios, garantindo que a organização permaneça em conformidade, mesmo quando as normas legais evoluem. Essa adaptabilidade é crucial em um ambiente regulatório que está constantemente mudando, como é o caso da proteção de dados pessoais.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A informatização dos serviços contábeis demonstrou ser uma ferramenta essencial para a conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), oferecendo melhorias substanciais na precisão, segurança e gestão de dados. Através da automação e modernização dos processos, as empresas de contabilidade podem atender mais eficazmente às exigências legais e operacionais, ao mesmo tempo em que protegem as informações pessoais contra acessos não autorizados e vazamentos de dados.

As estratégias implementadas, incluindo a atualização constante de *softwares*, treinamento de colaboradores e revisão de políticas internas, são fundamentais para assegurar que a informatização contribua positivamente para a adequação à LGPD. Essas medidas não apenas reforçam a segurança dos dados, mas também garantem uma maior transparência na interação com clientes e outros interessados na organização.

A informatização se apresenta como um diferencial estratégico para as empresas de contabilidade. A capacidade de se adaptar rapidamente a um ambiente regulatório em constante mudança é um atributo crucial no mercado contemporâneo. Portanto, investir em tecnologia e conformidade com a LGPD não é apenas uma necessidade legal, mas uma decisão estratégica que potencializa a confiança do cliente e a competitividade no setor.

REFERÊNCIAS

BARCELOS, L. L. **Reflexos da inserção da informatização nos sistemas de informação contábil.** 132 f. 2014. Disponível em: http://hdl.handle.net/11422/18262. Acesso em: 28 abr. 2024.

ISBN: 978-65-89165-30-9

CARVALHO, J. R. M.; SILVA, J. A. A.; MARTINS, J. D. M.; CURI, W. F.; ALBUQUERQUE, L. S. Dificuldades dos Profissionais de Contabilidade em Relação à Prestação dos Serviços Contábeis. **Anais do Congresso Brasileiro de Custos - ABC**, *[S. l.]*, 2009. Disponível em: https://anaiscbc.abcustos.org.br/anais/article/view/1147. Acesso em: 29 abr. 2024.

CÂMARA, F. da S. **Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) – aplicada às empresas de Contabilidade**. 2020. 50 f. Disponível em: https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/41227. Acesso em: 20 abr. 2024.

CRUZ, U. L.; PASSAROTO, M.; THOMAZ JUNIOR, N. O Impacto da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) nos Escritórios de Contabilidade. **Contexto - Periódicos Científicos da UFRGS**, v. 24, n. 4, p. 1-17, 2023. Disponível em: https://seer.ufrgs.br/ConTexto/article/view/112561. Acesso em: 12 abr. 2024.

FONSECA, R. A.; TAROCO, J. S.; NAZARETH, L. G. C.; FERREIRA, R. do N. A importância do contador nas organizações. *In*: **Anais do Simpósio de Administração, Contabilidade e Economia da UFSJ**, v. 14, n. 1, p. 1-12, 2014. Disponível em: https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos14/32720337.pdf. Acesso em: 29 abr. 2024.

OLIVEIRA, C.; SANTOS A., J. Lei Geral de Proteção de Dados e sua influência no exercício da profissão contábil. **Revista Científica Multidisciplinar do CEAP**, v. 4, n. 2, 7 dez. 2022. Disponível em: http://periodicos.ceap.br/index.php/rcmc/article/view/171. Acesso em: 29 abr. 2024.

OLIVEIRA, B. D.; MALINOWSKI, C. D. A importância da Tecnologia da Informação na Contabilidade Gerencial. **Revista de Administração**, Natal, v. 20, n. 4, p. 45-58, out.-dez. 2023. Disponível em: http://revistas.fw.uri.br/index.php/revistadeadm/article/view/1596. Acesso em: 21/04/2024.

OLIVEIRA, A.; CAMPOS, B.; MACEDO, A. LGPD-Proposta de implementação de melhorias em um escritório de contabilidade na cidade de Macapá/AP: estudo de caso. ***Concilium***, v. *22*, n. 6, p. 39-53, 2022. Disponível em: https://clium.org/index.php/edicoes/article/view/513. Acesso em: 08 maio 2024.

RIBEIRO, J. G.; SILVA, R. A. P. da; BAHIA, R. S.; SANTOS, J. A. M.; RODRIGUES, G. A. Lei geral de proteção de dados: aplicação da lei geral de proteção de dados na contabilidade. **LIBERTAS: Revista de Ciênciais Sociais Aplicadas**, *[S. l.]*, v. 12, n. 1, 2022. Disponível em: https://www.periodicos.famig.edu.br/index.php/libertas/article/view/205. Acesso em: 29 abr. 2024.

RODRIGUES, A. C. A. **Análise da influência da marca na decisão de compra do consumidor:** um estudo de caso na Pernambucanas. 134 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade do Sul de Santa Catarina, Lages, SC. 2023 Disponível em: https://repositorio.pgsscogna.com.br/bitstream/123456789/53311/1/ANNY_CAROLINE_ALVES_RODRIGUES.pdf. Acesso em: 29 abr. 2024.

ISBN: 978-65-89165-30-9

SANTOS, J. B.; FRAGOSO, G. K. M.; FROMA, M.; LUZ, S. S. V.; PORTULHAK, H. LGPD: novos fatores associados à sua aderência por profissionais de contabilidade. **Redeca: Revista Eletrônica do Departamento de Ciências Contábeis & Departamento de Atuária e Métodos Quantitativos**, v. 11, p. e64076-e64076, 2024. Disponível em: https://revistas.pucsp.br/redeca/article/view/64076. Acesso em: 30 abr. 2024.

SILVA, A. L. S. Os serviços contábeis e a evolução tecnológica. **Contabilidade**, São Paulo, v. 2022, n. 1, p. 1-12, jan./abr. 2022. Disponível em: http://ric.cps.sp.gov.br/handle/123456789/10995. Acesso em: 01 abr. 2024.

SOUSA, R. G. **LGPD e conformidade nas organizações contábeis da Paraíba**. 224 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa – PB, 2022. Disponível em: https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/26986. Acesso em: 21 abr. 2024.

ISBN: 978-65-89165-30-9

PEDAGOGIA HOSPITALAR:

as dificuldades na aprendizagem das crianças hospitalizadas

HOSPITAL PEDAGOGY:

difficulties in hospitalized children's learning

Katielly Siqueira da Silva

Analupe Bheatriz Carneiro

Resumo: A intenção desse estudo é apontar os impasses no ensino de crianças e adolescentes com internações múltiplas. Realçando a importância de ter um pedagogo em área hospitalar, com apoio não só na aprendizagem, mas também emocionalmente. Pontuando os seguintes questionamentos: O que é Pedagogia hospitalar? Quais são as dificuldades encontradas no ensino de uma criança, que necessita de tratamentos com longos períodos em hospitais? O que está sendo realizado e o que pode ser acrescentado para melhorar o ensino da criança hospitalizada? Qual a importância desse profissional? A metodologia utilizada para a realização deste trabalho foi a pesquisa teórica bibliográfica, por meio da qual foi possível dialogar com vários autores estudiosos do assunto. A pesquisa bibliográfica foi embasada em diversos autores, referindo-se de maneira abrangente e profunda a um tema de grande importância na atualidade. Foi possível identificar o quanto é recente a oferta desse serviço e o quanto é um serviço social e humanista de fundamental importância para crianças e adolescentes que se encontram na condição de aluno-paciente.

Palavras-chave: pedagogia hospitalar; didática; aprendizagem; aluno-paciente.

Abstract*: The intention of this study is to highlight the impasses in teaching children and adolescents with multiple hospitalizations. Highlighting the importance of having a pedagogue in the hospital area. With support not only in learning, but also emotionally. Answering the following questions: What is hospital pedagogy? What are the difficulties encountered in teaching a child who requires long periods of treatment in hospitals? What is being done and what can be added to improve teaching for hospitalized children? How important is this professional? The methodology used to carry out this work was theoretical bibliographic research, which made it possible to dialogue with several authors who study the subject. The bibliographical research was based on several authors, referring in a comprehensive and in-depth way to a topic of great importance today. It was possible to identify how recent the provision of this service is and how fundamentally important it is a social and humanistic service for children and adolescents who find themselves as student-patients.*

Keywords*: pedagogy. hospital. didactics. learning. student-patient.*

ISBN: 978-65-89165-30-9

1 INTRODUÇÃO

Este estudo foi realizado com o objetivo de abordar os desafios do pedagogo fora de seu ambiente escolar, especificamente em hospitais. Pretende-se, neste trabalho, abordar o papel do pedagogo e sua atuação neste ambiente não formal. Doenças ou acidentes leves, médios ou graves levam milhares de crianças a se afastaram da escola por pouco ou longo tempo. Este fato leva a um grande índice de evasão, atraso de aprendizagem e reprovação. É relevante pontuar que a pedagogia hospitalar é mais um espaço para a atuação do pedagogo. A interação fundamental entre a educação e a saúde possibilita ir mais além da escola formal, sendo um processo contínuo, que atende indivíduos com a saúde comprometida e até mesmo em fase terminal.

Temos por objetivo responder o que é Pedagogia hospitalar; segundo: quais são seus maiores desafios; e terceiro: qual a relevância desse profissional para o processo de cura desse aluno. A metodologia usada para a realização desse estudo se concentrou na pesquisa bibliográfica referente à área de pedagogia hospitalar. Outra questão que influenciou a escolha desse estudo é de cunho subjetivo, devido à nossa própria experiência como aluno-paciente, embora essa vivência não esteja presente no corpo do texto aqui apresentado. Pretendemos que esse estudo possa servir de base para futuros escritos na área da pedagogia hospitalar.

Em uma internação o paciente apresenta várias complicações, sejam elas decorrentes da enfermidade ou de cunho puramente emocional. Mas, para a criança ou adolescente, uma das principais carências é o afastamento da escola. Visto que ele perderá conteúdos no decorrer da internação e muito dificilmente serão repostos com extremos detalhes, como foi feito no dia aplicado em sala de aula. Não é recorrente encontrar hospitais equipados com classes hospitalares para que se cumpram as leis específicas desse aspecto com seus pacientes. A escassez encontra-se também presente na falta de profissionais preparados ou interessados. Muitas vezes, ou quase sempre, permanecem apenas no papel os direitos da criança e adolescentes hospitalizadas. O pedagogo interessado deverá se profissionalizar ainda mais, principalmente com cursos de Inclusão e de Educação Especial. Desse modo, ele estará preparado para garantir os direitos estabelecidos por lei, para aquele aluno fora de seu ambiente escolar. O Estatuto da Criança e do Adolescente prevê: “Art. 53 A criança e o adolescente têm direito à educação visando ao pleno desenvolvimento de sua pessoa, preparo para o exercício da cidadania e qualificação para o trabalho” (Brasil, 1990, p. 1).

Aqueles que são pertencentes à classe alta da sociedade se veem bastante privilegiados quando o assunto é enfermidade, podendo pagar não somente planos de saúde, mas também

ISBN: 978-65-89165-30-9

serviços e professores particulares. É legítimo afirmar que a comunidade mais carente seria bastante beneficiada se diretores hospitalares e Secretarias de Educação induzissem mais projetos como esses, com objetivo principal de acompanhar as crianças hospitalizadas, principalmente em hospitais públicos. A lei favorece o enfermo/aluno a adquirir seus direitos, mas a efetivação desse trabalho se dará com a intermediação dos responsáveis da criança, entre equipe escolar e professor hospitalar. Somente assim será possível manter a continuidade dos conteúdos aplicados em ambiente escolar. A educação hospitalar é um direito garantido pela legislação brasileira a toda criança em situação de internação, porém, nem todas fazem uso do mesmo (Conceição *et al.*, 2008).

Esse acompanhamento apresenta diversos desafios a depender da causa da internação e de conjunturas físicas e humanas na realização do trabalho pedagógico junto ao aluno/paciente. Um dos vários contratempos verificados é o quadro debilitado que a criança ou o adolescente se encontra, devido à doença ou acidente sofrido, necessitando assim, de medicações com dosagens mais fortes ou a piora de seu quadro clínico, fatores estes que atrasarão o acompanhamento pedagógico. O profissional que atua nessa área deve proporcionar ao aluno/paciente tranquilidade emocional, mas ele próprio deve possuir essa disposição de espírito e estar preparado para acompanhar essa criança e saber enfrentar até mesmo o pior, o falecimento dessa criança ou adolescente em detrimento do mal a que ele estava acometido.

O pedagogo é a chave principal da pedagogia hospitalar, em razão de que, para enfrentar esse projeto, ele deve possuir muito mais do que uma formação básica, sendo assim, é primordial a capacitação desse profissional em cursos da área, além de disposição física e emocional e, ainda, preparado para saber lidar com as idiossincrasias e complexidades do trabalho pedagógico em ambiente hospitalar. O professor deve estar apto a orientar a criança enferma não só no conteúdo escolar, mas também em conduzi-lo à sua nova realidade, sendo esta de diferentes prazos de internação.

2 PEDAGOGIA HOSPITALAR

O Pedagogo trabalha como professor em creches e em instituições de ensino que oferecem cursos de Educação Infantil e Fundamental; como gestor de processos educativos de sistemas e de instituições de ensino; em editoras e em órgãos públicos e privados que produzem e avaliam programas e materiais didáticos para o ensino presencial e a distância. Além disso, atua em espaços de educação não-formal, como organizações não-

ISBN: 978-65-89165-30-9

governamentais, hospitais, asilos, movimentos sociais, associações e clubes; em empresas que demandem sua formação específica e em instituições que desenvolvem pesquisas educacionais. Também pode atuar de forma autônoma, em empresa própria ou prestando consultoria.

De acordo com Amorim (2011), a Pedagogia hospitalar tem sua origem na França do século XX, especificamente no ano de 1935, com a inauguração da primeira classe hospitalar para atender crianças e jovens que se encontravam internadas e impossibilitadas de darem continuidade à sua vida escolar de forma regular. O surgimento dessa especialidade do pedagogo é consequência do reconhecimento da necessidade de continuar promovendo à criança ou adolescente a construção do conhecimento por parte desse sujeito, contribuindo para sua permanência, mesmo que em condições de restrição, no processo de socialização a qual ele tem total direito. Sendo assim, a Pedagogia Hospitalar: "[...] busca oferecer assessoria e atendimento pedagógico humanístico tanto para o paciente quanto para o familiar, na busca de promover situações e atitudes educativas, a partir do efetivo envolvimento com o doente e com o ambiente" (Ortega; Santiago, 2009, p. 32).

A pedagogia hospitalar, no Brasil, tem sua efetivação com a implementação, em 1950, da classe hospitalar, no hospital Menino Jesus, no Rio de Janeiro. Em São Paulo, também em 1950, foi implantada a classe hospitalar no Hospital Santa Casa de Misericórdia. A princípio, os primeiros atendimentos não dispunham de sala de atendimento, sendo estes realizados nas enfermarias dos hospitais. O curso de Pedagogia está regulamentado pelas Diretrizes Curriculares Nacionais (Brasil, 2006), que o define como sendo um curso que visa a formação de professores aptos para atuarem na Educação Infantil e nas séries iniciais do Ensino Fundamental. A atuação desse profissional não será restrita aos espaços escolares, conforme o trecho a seguir:

> Art. 4º O curso de Licenciatura em Pedagogia destina-se à formação de professores para exercer funções de magistério na Educação Infantil e nos anos iniciais do Ensino Fundamental, nos cursos de Ensino Médio, na modalidade Normal, de Educação Profissional na área de serviços e apoio escolar e em outras áreas nas quais sejam previstos conhecimentos pedagógicos.
> Parágrafo único.
> II – planejamento, execução, coordenação, acompanhamento e a avaliação de projetos e experiências educativas não escolares;
> IV – trabalhar em espaços escolares e não-escolares na promoção da aprendizagem de sujeitos em diferentes fases do desenvolvimento humano, em diversos níveis e modalidades do processo educativo (Brasil, 2006, p. 2).

Atendendo a esse dispositivo amparado por lei, existe uma denominação institucional chamada classe hospitalar, que é o exercício do professor junto à criança ou adolescente

ISBN: 978-65-89165-30-9

hospitalizado, de acordo com as demandas pedagógicas desse aluno/paciente dentro deste contexto. Como afirmam Franco, Libâneo e Pimenta (2007, p. 89),

> O papel da pedagogia é promover mudanças qualitativas no desenvolvimento e na aprendizagem das pessoas, visando ajuda-las a se constituírem como sujeitos, melhorar sua capacidade de ação e as competências para viver e agir na sociedade e na comunidade. Assim, o pedagogo é o profissional que cuida da formação humana em todos os lugares em que essa formação acontece de forma intencional e sistemática.

Porém, é importante não confundir esse auxílio pedagógico com assistencialismo. É preciso esclarecer o que o pedagogo hospitalar não é. O pedagogo hospitalar não é enfermeiro, ele não deve assumir procedimentos hospitalares; o pedagogo hospitalar não é psicólogo, embora deverá oferecer apoio emocional a este aluno/paciente; o pedagogo hospitalar não é médico para discutir os diagnósticos ou ter acesso aos prontuários. Ele e a equipe médica irão trabalhar, em conjunto, em prol desse aluno /paciente. Tamm (1997 *apud* Fontes, 2008, p. 7) descreve essas classes hospitalares:

> Em alguns hospitais públicos existem as chamadas classes hospitalares. As escolas públicas municipais que, na verdade, utilizam espaços que deviam estar ocupados por mais leitos pediátricos, laboratórios e consultórios e não estão, por descaso das autoridades com a saúde pública. Essas classes sofrem um problema de identidade: sendo anexos de uma escola da rede municipal, não fazem, de fato, parte de escola alguma; por outro lado, embora funcionem dentro do hospital, não fazem parte dele. [...] O que precisamos mesmo é olhar a enfermaria pediátrica de modo novo, um modo de olhar que talvez possa ser apreendido na pedagogia clínica, quando a pedagogia clínica existir.

Quando a criança ou adolescente ficam afastados da escola por um determinado tempo, têm o direito de receber o atendimento educacional de acordo com a escolarização que estiverem cursando no momento anterior à sua internação. Receberão do Pedagogo hospitalar, que é um profissional devidamente habilitado para o trabalho, as atividades pedagógicas referentes ao ano que ela está cursando. Os atendimentos às crianças e adolescentes podem acontecer de maneira individual ou em salas hospitalares, onde o atendimento é feito em grupos também. Mas isso dependerá de outros fatores e serão determinados de acordo com o posicionamento da equipe médica responsável.

A pedagogia hospitalar veio para o Brasil na década de 1950 com o objetivo de apoiar o processo de cura da criança internada. Hoje há novos objetivos devido às mudanças das Leis sobre o assunto. A pedagogia hospitalar encontra suas bases legais na Constituição Federal, ao tratar sobre direito à educação, esta afirma: “Art. 205. A educação, direito de todos e dever do

ISBN: 978-65-89165-30-9

Estado e da família, será promovida e incentivada com a colaboração da sociedade, visando ao pleno desenvolvimento da pessoa, seu preparo para o exercício da cidadania e sua qualificação para o trabalho" (Brasil, 1988, p. 1).

Além disso, o Estatuto da criança e do adolescente, em 1995, trouxe assegurado em seu texto o direito da criança e do adolescente em estudar em qualquer situação. Não fosse suficiente, a Lei de Diretrizes e Bases da Educação, de 1996, em seu artigo 4º diz que:

> **Art. 4º**-A. É assegurado atendimento educacional, durante o período de internação, ao aluno da educação básica internado para tratamento de saúde em regime hospitalar ou domiciliar por tempo prolongado, conforme dispuser o Poder Público em regulamento, na esfera de sua competência federativa (Brasil, 2018, p. 1).

A pedagogia hospitalar faz parte de uma abordagem que vem surgindo e ganhando força a partir das novas demandas sociais, especialmente frente àqueles alunos que, por algum motivo de doença ou acidente, precisam estar hospitalizados por um tempo maior e, em decorrência disso, podem ficar prejudicados em relação aos conteúdos escolares. O pedagogo hospitalar deve, antes de atuar junto ao aluno/paciente, colher informações com a família e com o professor escolar daquela criança antes dela estar hospitalizada. O professor escolar deve se informar sobre o nível de desenvolvimento, quais conteúdos já foram trabalhados, se houve avaliações sobre a verificação da aprendizagem etc. De posse desses informes ele norteará seu planejamento, estabelecendo conteúdos e métodos de ensino.

3 OS DESAFIOS DA PEDAGOGIA HOSPITALAR

Os motivos pelos quais crianças ou adolescentes são hospitalizados podem ser de diferentes naturezas. No caso de doenças crônicas, os problemas e os desafios de aprendizagem podem ter surgido muito antes da internação, portanto, esse aluno-paciente, precisa de um atendimento pedagógico de qualidade para sanar possíveis lacunas no processo de aquisição e construção de conhecimento. O trabalho pedagógico do professor em classes hospitalares é de extrema delicadeza, pois a vontade da criança é fundamental para que o atendimento pedagógico se verifique eficaz. É preciso administrar os momentos em que o aluno-paciente não se mostra aberto a nenhuma atividade, momentos estes que podem ter por causa reações físicas ou psicológicas advindas do tratamento ou medicação prescrita. Atitudes de encorajamento devem ser constantes. Ortiz e Freitas (2005, p. 67) salientam:

ISBN: 978-65-89165-30-9

> A prática docente é fortemente marcada pelas relações afetivas, servindo de reforço para que a criança não desista da luta por sua saúde e se mantenha esperançosa em sua capacidade de esforço. O professor passa a ser um mediador de estímulos cauteloso, solícito e atento, reinventando formas para desafiar o enfermo quanto à continuidade dos trabalhos escolares, a vencer a doença e a engendrar projetos na vida emancipatória.

É importante que o profissional que trabalhe na área de educação em hospitais seja formado em Pedagogia. O pedagogo, dentro do espaço hospitalar, faz parte de uma equipe multidisciplinar, da qual fazem parte médicos, enfermeiros, assistentes sociais e outros. Ele passará boa parte do seu tempo no hospital ou até mesmo na residência do aluno/paciente. O profissional que optar por esse tipo de serviço deve ter consciência que atenderá crianças com os mais diferentes quadros clínicos. Ao atender uma criança ou adolescente internado, a primeira providência a ser tomada é se inteirar com os médicos dos motivos pelos quais aquela criança ou adolescente precisou ser hospitalizada e qual o tempo estimado de sua internação. O próximo passo será entrar em contato com a família e com o professor/professores desse aluno para obter maiores informações, de acordo com o seu trabalho junto a essa criança/adolescente.

As crianças ou adolescentes internados se encontram num ambiente totalmente diferente daquele que estão acostumados, assim, geralmente apresentam um quadro emocional depressivo, receoso e ansioso. Quanto mais tenra a idade do interno mais complexo será seu estado emocional. Os problemas enfrentados em uma internação vão muito mais além das quatro paredes do hospital, visto que as crianças ou adolescentes são tirados do seu mundo lá fora e a área que mais sente impacto quando a mesma tem retorno à realidade é a educação. Há várias enfermidades que causam longos períodos de internação. Às vezes provocando ainda mais problemas, como a depressão, pois aquela criança ou adolescente foi tirado do seu dia a dia, de perto de seus coleguinhas e familiares. Mutti (2016, p. 136) reflete: “Pensemos no olhar. No olhar de uma criança. No olhar de uma criança em fase escolar. No olhar de um escolar em tratamento de saúde que traz olhares ocultos que veem e sentem o que não nos está evidente, ainda que aparente”.

O Professor hospitalar é alguém que, de certa forma, traz momentos de alegria. Além do apoio no processo de cura da criança ou adolescente, o atendimento pedagógico em ambiente hospitalar utiliza a ludicidade para desviar o foco da doença, pois se espera que esse aluno/paciente, principalmente se for criança, deixe de pensar na doença e na sua condição de distanciamento de parentes e amigos. Sobre isso, Fontes (2005, p. 135) diz que é importante “[...] acolher a ansiedade e as dúvidas da criança hospitalizada, criar situações coletivas de

ISBN: 978-65-89165-30-9

reflexão sobre elas, construindo novos conhecimentos que contribuam para uma nova compreensão de sua existência, possibilitando a melhora de seu quadro clínico".

Podemos perceber que a amplitude do caso e o papel do pedagogo é ir além da sala de aula e assim fazer jus ao direito da criança. Sua presença visa garantir o direito à educação dos hospitalizados, oferecendo suporte pedagógico e promoção do desenvolvimento cognitivo, emocional e social desses pacientes. A sua atuação contribui para minimizar os impactos negativos da hospitalização, promovendo a resiliência, o desenvolvimento pessoal e a esperança de um futuro melhor. Assim como exposto por Loss (2014, p. 161),

> A disciplina de fundamentos da pedagogia hospitalar tem por objetivo proporcionar aos acadêmicos do curso de pedagogia a compreensão das dimensões Pedagógicas do cuidado e preservação da saúde, com ênfase no resgate da humanização dos sujeitos que necessitam de acompanhamento e tratamento hospitalar, domiciliar e demais entidades de assistência a saúde.

Um dos maiores desafios enfrentados é garantir o acesso à educação de qualidade dentro do ambiente hospitalar. Muitas vezes, há limitações de recursos materiais e humanos, o que pode impactar a oferta de aulas regulares e atividades educacionais adequadas ao aluno/interno. É importante estabelecer estratégias e orientações para que o acompanhamento educacional hospitalar aconteça de forma eficaz, no sentido de construção de conhecimentos por parte do aluno nesta condição de internação temporária ou permanente. O objetivo da pedagogia hospitalar é garantir a manutenção do vínculo com a escola por meio de um currículo de flexibilização, que favoreça o retorno ou adequada integração ao seu ambiente escolar após a alta-médica. Matos e Mugiatti (2013, p. 42) apontam:

> Com novas abordagens, a pedagogia acadêmica abrange aspectos sobre os quais está sendo levada a efeito uma série de ações de auxílio à criança ou ao adolescente enfermo hospitalizado. Em decorrência dos resultados do referido projeto de Hospitalização Escolarizada, este implantado com sucesso já área hospitalar infantojuvenil, tem-se buscado alertar aos pedagogos para a necessidade da proposição de uma complementação aos cursos de pedagogia para que abranja, ao mesmo tempo, a função humanizadora da universidade e o trabalho acadêmico multi/inter/transdisciplinar.

O atendimento pedagógico hospitalar deve estar vinculado ao sistema de ensino e compete às Secretarias de Educação a contratação e a capacitação de profissionais, além de provisão de recursos financeiros e materiais para que esse serviço se desenvolva de forma minimamente possível. O pedagogo designado para atuar em hospitais deve estar capacitado a trabalhar com a diversidade humana, com diferentes valores culturais, identificando as

ISBN: 978-65-89165-30-9

necessidades específicas de cada quadro de internação. Ele deverá propor procedimentos didático-pedagógicos e práticas alternativas necessárias a cada criança ou adolescente atendido. Sobre isso, Loss (2014, p. 88) afirma:

> Para trabalhar na Pedagogia Hospitalar, o pedagogo deve estar bem preparado tanto profissionalmente quanto psicologicamente, pois dependendo da enfermidade o sujeito poderá obter melhoras, ou até vir a óbito. O pedagogo auxilia o sujeito a trabalhar seus medos e angústias por meio de intervenções pedagógicas voltadas à humanização e o restabelecimento e manutenção das relações sociais escolares.

O professor hospitalar deve necessariamente dispor de uma visão humanista, não ficar preso aos desafios do ponto de vista físico, pois o aluno/paciente deve ser assistido em sua totalidade, suas necessidades físicas, mas também psíquicas e sociais. O pedagogo hospitalar deverá, sempre que possível, mesmo que o espaço físico do hospital não contribua, desenvolver ações educativas que visem ensinar, mas se utilizando do lúdico sempre: brincar, jogar, cantar etc. Ele estará, assim, contribuindo para o desenvolvimento da criança ou do adolescente. Um dos maiores desafios da pedagogia hospitalar é a questão física, da existência de um espaço apropriado para esse tipo de atendimento, embora exista a lei Federal nº 11.104, de 21/03/2005, que determina a obrigatoriedade de instalação de Brinquedotecas nos hospitais brasileiros. A condição de internação não pode ser impedimento à continuidade da instrução e socialização.

As principais atividades a serem desenvolvidas no ambiente hospitalar, além do apoio propriamente pedagógico, serão de estimulação, continuidade de sua escolarização formal, recreação que proporcione a oportunidade aos alunos/pacientes, de tenra idade, principalmente o brincar e jogar como propostas terapêuticas. Essas práticas, através de recursos pedagógicos e lúdicos adequados, possibilitarão o auxílio do resgate à vitalidade e autoconfiança. O pedagogo hospitalar terá que ser capaz de adaptar, se houver a necessidade, as atividades a serem desenvolvidas com seus alunos/pacientes. De acordo com Rocha (2010, p. 17), “Trabalhar junto a crianças e adolescentes hospitalizados é um desafio que implica em descobrir estratégias diferenciadas e adaptáveis à realidade e necessidade de cada um, por exemplo, como abordar e provocar neles interesse em aprender, diante de uma doença grave”.

Os desafios ao profissional em ambiente hospitalar são diversos e um dos mais evidentes é a necessidade desse profissional ser um agente de mudanças, com metas pedagógicas, em um ambiente de educação não formal. Outros obstáculos poderão surgir nesse contexto, como a resistência ou insatisfação do profissional com o trabalho desenvolvido, sua falta de aptidão, falta de interesse por parte do aluno, falta de espaço,

ISBN: 978-65-89165-30-9

limitação de verbas para melhores recursos e até a descrédito por parte da família e da equipe médica.

4 A RELEVÂNCIA DO PEDAGOGO HOSPITALAR

A importância desse profissional não se resume a trazer conteúdos da escola. Vai muito além disso. O pedagogo hospitalar proporciona suporte físico e psicológico para essa criança ou adolescente que se vê inserido em um ambiente nostálgico e silencioso, tão diferente do ambiente escolar. É preciso diálogo, carinho e paciência com essas crianças e não somente realizar o ato de lançar friamente os conteúdos a serem adquiridos ou recuperados. O conteúdo deve ser transmitido de forma dinâmica e propositiva, na tentativa de fazer com que esse aluno/paciente se sinta motivado. As brincadeiras devem ser uma ferramenta indispensável no desenvolvimento das ações pedagógicas. Sobre este aspecto, Garvey (2015, p. 56) ressalta: "[...] as atividades consideradas lúdicas são indispensáveis para o desenvolvimento físico, emocional e intelectual sadio das crianças. Jogos, atividades físicas, brinquedos e brincadeiras fazem parte do mundo das crianças, pois estão presentes desde o seu nascimento".

O pedagogo hospitalar saberá adaptar de forma otimizada a aplicação dos conteúdos, respeitando os limites físicos e mentais apresentados pela criança ou adolescente internado. O profissional deverá trabalhar o lúdico, apesar das limitações físicas dessas crianças que se encontram em situação tão adversa, visto que, alguns nem podem se mexer, não podem nem sequer segurar um lápis. Em condições normais, até mesmo as crianças na escola apresentam alternância em seus comportamentos e interesse pela aprendizagem, portanto, essa inconstância provavelmente se apresentará como um dos desafios a serem enfrentados pelo pedagogo hospitalar. Daí a importância do lúdico na transmissão de qualquer conteúdo em todas as instâncias pedagógicas. Sobre o papel do pedagogo hospitalar, Silva (2012, p. 5) elucida:

> O trabalho do pedagogo hospitalar também tem como proposta a intervenção terapêutica procurando resgatar seu espaço sadio, provocando a criatividade, as manifestações de alegria, os laços sociais e a diminuição de barreiras e preconceitos da doença e da hospitalização, a metodologia deve ser variada mudando a rotina da criança no qual permanece no hospital.

É possível que o pedagogo seja até mesmo o suporte emocional para além da criança internada, estendendo sua força emocional aos pais. Outro aspecto a se pontuar é o auxílio que

ISBN: 978-65-89165-30-9

esse profissional pode proporcionar junto à equipe médica, alertando sobre alguma mudança ou comportamento apresentado pela criança. A esse respeito, Silva (2012, p. 167) frisa:

> Partindo-se da hipótese de que a presença e atuação de um pedagogo no ambiente hospitalar são de extrema importância às crianças e adolescentes em fase escolarização, como forma de dar continuidade ao seu aprendizado, garantindo-lhes seu direito a educação e possibilitando instantes lúdicos, de descontração, bem estar, interatividade e de compartilhamento e aquisição de novos conhecimentos, de modo a preencher seu tempo ocioso de forma sadia, através de atividades variadas, fazendo com que se "desliguem" temporariamente, do momento tão difícil que estão atravessando.

A importância do pedagogo hospitalar se efetiva não apenas ao cumprir suas obrigações de ensino, mas também quando este restitui a autoestima dessa criança ou adolescente. A pedagogia hospitalar minimiza as dificuldades de aprendizagem e garante um atendimento humanizado.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A importância do pedagogo em ambientes que extrapolam os muros da escola é fato indiscutível. Vivemos em um contexto social marcado por desigualdades profundas em vários aspectos. Oferecer e garantir educação de qualidade não é somente um dever do Estado, como também é um ato de amor para com todas as crianças e adolescentes desse país. Pela educação é possível construir um conjunto de saberes que possibilita mudar a vida de qualquer indivíduo. A atuação do professor em ambiente diferente deve ser incentivado pelas instituições educacionais. O pedagogo sempre atuou no ambiente escolar, mas nos últimos anos vem ampliando seu campo de atuação, assumindo novas competências, novas responsabilidades e novos desafios que ganham importância em outros ambientes.

O profissional da pedagogia hospitalar deve ser devidamente habilitado e apto física, intelectual e emocionalmente para esse trabalho, pois ele dará continuidade ao processo educativo e contribuirá para com a promoção, a humanização e a cidadania desses educandos, neste delicado contexto em que se encontra o aluno.

ISBN: 978-65-89165-30-9

REFERÊNCIAS

AMORIM, N. S. **Histórico da pedagogia hospitalar**: a pedagogia hospitalar enquanto prática inclusiva. Porto Velho, 2011. Disponível em: http://www.webartigos.com/artigos/histórico-da-pedagogia20hospitalar/74994/#ixzz2iL0VaeMw. Acesso em: 30 set. 2023.

BRASIL. Lei n. 13.716, de 24 de setembro de 2018. Altera a Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Poder Executivo, Brasília, DF, 25 set. 2018.

BRASIL. Resolução do Conselho Nacional de Educação nº 1, de 15 de maio de 2006. Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso de Graduação em pedagogia, licenciatura. **Diário Oficial da União, Brasília**, Seção 1, 16 maio 2006.

BRASIL. **Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990**. Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8069.htm. Acesso em: 06 set. 2023.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: http:/www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituição/constituição.htm. Acesso em: 08 set. 2023.

CONCEIÇÃO, J. M.; MENEZES, M. R. G. de; CARVALHO, J. M. de; SANTOS, J. C.; CARVALHO, R. M. de. Pedagogia hospitalar: a educação no leito oferecida as crianças internadas no hospital infantil da zona leste de Manaus. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE EDUCAÇÃO ESPECIAL, 3. **Anais**... São Carlos, 2008.

FONTES, R. S. Da classe á pedagogia hospitalar: a educação para além da escolarização. **Linhas**, Florianópolis, jan./jun. 2008.

FONTES, R. S. A escuta pedagógica à criança hospitalizada: discutindo o papel da educação no hospital. **Revista Brasileira de Educação**, v. 9, n. 2, p. 119-139, 2005.

GARVEY, Catherine. **A brincadeira:** a criança em desenvolvimento. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.

LIBÂNEO, José Carlos. **Pedagogia e Pedagogos para quê?** 4. ed. São Paulo: Cortez, 2001.

LOSS, Adriana. **Para aonde vai a Pedagogia?** Os desafios da atuação profissional na Pedagogia Hospitalar. Curitiba, PR: Annris, 2014.

MATOS, Elizete Lúcia Moreira; MUGGIATI, Margarida Maria Teixeira de Freitas. **Pedagogia Hospitalar**: A humanização integrando educação e saúde. Petrópolis: Vozes, 2013.

MATOS, Elizete Lúcia Moreira; MUGGIATI, Margarida Maria Teixeira de Freitas. **Pedagogia Hospitalar.** Curitiba: Champagnat, 2001.

ISBN: 978-65-89165-30-9

MATOS, Elizete Lúcia Moreira; PAVÃO, Zélia Milléo. **O desafio ao professor universitário na formação do pedagogo para atuação na educação hospitalar**. 1998. 145 f. Dissertação (Mestrado em Educação) - Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Curitiba, 1998.

MORAIS, Ana Maria Galeazzi. **A importância do brincar no desenvolvimento infantil.** 2013. Disponível em: http://www.tribunaimpressa.com.br/Conteudo/Aimportancia-do-brincar-no,771,778. Acesso em: 28 out. 2023.

MUTTI, Maria. **Pedagogia Hospitalar e Formação do Docente:** A Arte de Ensinar, Amar e se Encantar. Jundiaí-SP: Paco, 2016.

ORTIZ, L. C. M; FREITAS, S. N. **Classe hospitalar**: caminhos pedagógicos entre saúde e educação. Santa Maria: Editora UFSM, 2005. Disponível em: http://www.psicopedagogia.com.br/artigos/artigo.asp?entrID=1039. Acesso em: 10 set. 2023.

RAU, M.C.T.D. **A ludicidade na educação:** uma atitude pedagógica. Curitiba: Ibpex, 2007.

ROCHA, Simone M.; PASSEGGI, M. C. F. B. S. Classe hospitalar: um espaço de vivências educativas para crianças e adolescentes em tratamento de saúde. **Revista @mbienteeducação**, São Paulo, v. 3, n. 1, p. 113-121, jan./jun., 2010.

SILVA, Adrieli. O papel do pedagogo no ambiente hospitalar. **Brasil Escola**, [S. l.], [2012?]. Disponível em: https://meuartigo.brasilescola.uol.com.br/educacao/o-papel-pedagogohospitalar.htm. Acesso em: 31 out. 2023.

ISBN: 978-65-89165-30-9

A VITALIDADE DAS CONEXÕES AFETIVAS EM BELL HOOKS:

o *Eros* na relação entre educadores e estudantes nas séries iniciais

THE VITALITY OF AFFECTIVE CONNECTIONS IN BELL HOOKS:

Eros in the relationship between educators and students in the early grades

Rafaela da Silva Barbosa

Antonio Henrique Rosa

Resumo: Este estudo enfatiza o papel do *Eros* na educação, conforme destacado por Bell Hooks, o qual impacta o envolvimento dos alunos, a aprendizagem e o desenvolvimento infantil. Sugere uma mudança de atitude para que o professor promova as conexões emocionais e afetivas em sua prática docente, criando possibilidades de ambientes mais inclusivos e estimulantes. Destacam-se os benefícios para o desenvolvimento emocional e social, para que o mesmo potencialize o processo de ensino-aprendizagem. Dá ênfase à relação professor-aluno na educação, com destaque para a fase infantil, para demonstrar a positividade, desta atitude, na escolarização e no sucesso educacional das crianças.

Palavras-chave: aprendizagem; Bell Hooks; conexões afetivas; *Eros*; práticas pedagógicas.

***Abstract**: This study emphasizes the role of Eros in education, as highlighted by bell hooks, which impacts student engagement, learning and child development. It suggests a change in attitude so that teachers can promote emotional and affective connections in their teaching practice, creating possibilities for more inclusive and stimulating environments. The benefits for emotional and social development stand out, so that it enhances the teaching-learning process. It emphasizes the teacher-student relationship in education, with emphasis on the childhood phase, to demonstrate the positive influence of this attitude on children's schooling and educational success.*

***Keywords**: learning; Bell Hooks; affective connections; Eros; pedagogical practices.*

1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

A educação, enquanto meio fundamental para a formação de pessoas e para a construção de sociedades mais justas e igualitárias, tem sido objeto de intensos debates e reflexões, consideradas as complexidades das relações interpessoais no contexto educacional. A sala de aula oferece um ambiente de diálogo ativo, envolvendo diversas subjetividades que moldam as necessidades de aprendizagem.

O paradigma convencional da educação que persiste em adotar práticas de ensino focalizadas unicamente na transmissão do currículo, resulta numa extensa compilação de

ISBN: 978-65-89165-30-9

materiais programáticos. O conteúdo selecionado para o ensino levanta preocupações devido à sua natureza preponderante, alinhado unicamente a uma abordagem educacional voltada para o mercado. Nesse contexto, o foco do ensino recai sobre o conteúdo em si, e não nas pessoas a ele submetidas, nem nos valores subjacentes.

Simultaneamente, percebe-se uma resistência em lidar com emoções, o que acarreta uma dificuldade significativa. Essa atitude reduz a amplitude de sensações e sentimentos, causa um amortecimento psicológico que prejudica a capacidade de assimilar e reagir diante das informações. A energia despendida na tentativa de ocultar sentimentos de desespero é desviada de maneiras mais criativas, minando a resistência e habilidade de gerar novas visões e estratégias.

Por diante, o presente estudo analisa o conceito de amor, na educação, voltado principalmente à perspectiva de Bell Hooks, uma renomada pensadora norte-americana, contemporânea, cujas contribuições destacam a importância do *Eros* como uma força vital que impulsiona o processo educacional.

Refletindo sobre a atitude de amar, Hooks diz que “todos na nossa cultura desejam, até certo ponto, estar amando. Contudo, de fato muitos não estão. Portanto, o desejo de amar não é amor. O amor é expresso amando. É um ato de vontade - isto é, tanto uma intenção quanto uma ação. A vontade também implica em escolha. “Nós não temos de amar. Escolhemos amar” (Hooks, 2023, p. 1). Assim, ela apresenta uma descrição sucinta do amor, valiosa para aqueles que pretendem centralizar uma ética baseada no afeto em todas as interações humanas. Define o amor como disposição de se dedicar inteiramente à promoção do crescimento espiritual, seja pessoalmente ou para outro indivíduo. Em um ensaio publicado na revista *Outras Palavras*, Hooks (2023, p. 1) argumenta que

> somos ensinados, dentro da estrutura do capitalismo competitivo de consumo, a ver o amor como um negócio: “Esse conceito de amor pressupõe que o maquinário de compras e vendas de necessidades é o que faz tudo funcionar. Considera a vida como um mercado e o amor como uma variação da livre-iniciativa”. Embora muitas pessoas reconheçam e critiquem a comercialização do amor, elas não veem outra alternativa.

Logo, Hooks propõe uma visão do *Eros* que transcende as barreiras do amor convencional, transformando-se em uma energia que permeia as relações entre professores e alunos, impactando diretamente na qualidade e significado da educação.

Nisto, Freire (2005, p. 29) afirma que “O amor é uma tarefa do sujeito. É falso dizer que o amor não espera retribuições. O amor é uma intercomunicação íntima de duas

ISBN: 978-65-89165-30-9

consciências que se respeitam. Cada um tem o outro, coma sujeito de seu amor. Não se trata de apropriar-se do outro.” Ao explorar essas idéias, busca-se compreender como o *Eros* pode ser incorporado de maneira prática no ambiente educacional, não apenas como um elemento afetivo, mas como um catalisador para o florescimento intelectual, emocional e interpessoal das pessoas no processo de ensino e aprendizagem.

Desta forma, este estudo não apenas analisa o conceito de *Eros* na obra de Hooks, mas também explora estratégias e práticas que podem ser adotadas por educadores para integrar essa perspectiva em suas abordagens pedagógicas, visando uma educação mais inclusiva, significativa e transformadora. Ao longo desta investigação, destaca-se a relevância da empatia, do diálogo aberto, da humanização do processo educacional e da promoção da diversidade como elementos-chave na implementação do *Eros* na educação.

Além disso, examinar-se-á como o desenvolvimento de habilidades de autocuidado, a conexão do currículo com as experiências de vida dos alunos e a prática da autorreflexão podem contribuir para a construção de um ambiente educacional enriquecedor e fundamentado nos princípios propostos por Hooks. Por meio dessa análise, almeja-se oferecer contribuições significativas para educadores, pesquisadores e demais interessados no aprimoramento do processo educacional, pautando-o em fundamentos que vão além a mera transmissão de conhecimento, ao promover um verdadeiro florescimento educacional.

2 O *EROS* COMO PRÁTICA PEDAGOGIA

“Sem uma ética do amor que molde o rumo da nossa visão política e das nossas aspirações radicais, somos muitas vezes seduzidos, de uma forma ou de outra, a uma fidelidade contínua a sistemas de dominação (imperialismo, sexismo, racismo, classismo” (Hooks, 2023, p. 1).

O conceito de amor, muitas vezes associado ao sentimentalismo romântico, é enriquecido e expandido quando analisado sob a perspectiva de Bell Hooks. Para ela, o *Eros* vai além de uma dimensão estritamente amorosa, transformando-se em uma força vital que permeia diversas esferas da vida, incluindo o campo educacional. A pensadora imagina o *Eros* como uma energia dinâmica que impulsiona o desenvolvimento humano, influenciando as relações interpessoais e, consequentemente, o processo de aprendizagem.

Sua abordagem transcende as limitações convencionais do amor, revelando o *Eros* como uma força motriz capaz de promover um ambiente educacional mais significativo, ou seja, desempenha um significado “[...] importantíssimo em todas as relações, além de

ISBN: 978-65-89165-30-9

influenciar decisivamente a percepção, o sentimento, a memória, a autoestima, o pensamento, a vontade e as ações, e ser, assim, um componente essencial da harmonia e do equilíbrio da personalidade humana" (Mello, 2013, p. 2).

Em sua obra, ressalta que o *Eros* não se restringe ao amor romântico, mas é uma força que nutre as relações humanas em sua totalidade, abrangendo aspectos emocionais, intelectuais e interpessoais. Essa amplitude do *Eros* sugere uma compreensão mais profunda e holística da energia que impulsiona as interações humanas, transcendendo estereótipos que moldam as bases para uma sociedade mais empática.

Na obra *Ensinando a transgredir* (2017), esta pesquisadora destaca que o *Eros*, quando integrado ao ambiente educacional, não é apenas uma emoção isolada, mas uma força dinâmica que pode transformar a experiência de aprendizagem. Para ela, este sentimento representa uma abordagem apaixonada e comprometida com o despertar intelectual e emocional dos envolvidos no processo. Machado e Grossi (2023, p. 11) falam que "o amor envolve o cuidado e o compromisso consigo mesmo e com o outro".

Assim, ao considerar o *Eros* em suas diversas dimensões, oferece umaperspectiva ampliada e vitalista desse, destacando sua aplicabilidade em contextos que vão além das narrativas tradicionais de romance. Então, este conceito está intrinsecamente ligado à construção de relações significativas, especialmente no contexto da educação. Logo, ressalta o entendimento de uma força que ajuda o esforço geral de cada pessoa por meio do que, para Hooks (2017, p. 258), "[...] pode proporcionar um fundamento epistemológico para sabermos como sabermos, habilita tanto os professores quanto os alunos a usar essa energia na sala de aula de maneira a revigorar as discussões e excitar a imaginação crítica".

A ideia central é que esta força, quando aplicada à sala de aula, pode fornecer uma base de conhecimento, para entender como adquirimos conhecimento. Isso implica que o *Eros* não se restringe a um sentimento, mas se relaciona com o desejo de explorar, questionar e se envolver ativamente. Nisto, essa compreensão permite que tanto os professores quanto os alunos utilizem essa energia de forma a revigorar as discussões e estimular a imaginação. Em outras palavras, o *Eros* torna-se um motivador do interesse pelo aprender. Quando os professores reconhecem e incorporam esta ação em sua abordagem pedagógica, eles criam um ambiente estimulante aos interesses pelos objetivos do aprender.

Ainda de acordo com Hooks (2017), a educação deve ir além do convencional e criar um ambiente onde os envolvidos se sintam confortáveis para expressar suas opiniões. Isso não apenas ajuda os alunos a compreenderem melhor o mundo, mas também lhes proporciona um aprendizado mais abrangente. Logo, a sala de aula, seria o local onde as informações e ideias

ISBN: 978-65-89165-30-9

poderiam ser transformadas em uma espécie de êxtase intelectual. No contexto da vida de estudante, Hooks (2017, p. 266) conta que lembra "[...] dos rostos, gestos e hábitos de todos professores e professoras, que me ofereceram a oportunidade de sentir alegria no aprendizado, que fizeram da sala de aula um espaço de pensamento crítico, que transformam as informações e ideias em uma espécie de êxtase".

Consequentemente, ela ainda ressalta a importância da pedagogia multicultural. Cada aluno traz consigo um conjunto único de experiências, perspectivas e valores. A escola não é um paraíso, mas o aprendizado é um fenômeno onde o paraíso pode ser criado.

A sala de aula, com todas as suas limitações, continua sendo um ambiente de possibilidades (Hooks, 2017, p. 273). Nesse contexto, o processo educativo não se restringiria a informações ou a indicar caminhos que possam ser oa melhores. Mello e Rubio (2013, p. 6) dizem que "Educar é ajudar o aluno a tomar consciência de si mesmo, dos outros, da sociedade em que vive e o seu papel dentro dela. É saber aceitar-se como pessoa e principalmente aceitar ao outro com seus defeitos e qualidades".

A influência dos educadores na vida de seus alunos é profundamente significativa. Elevar a sala de aula como um espaço para o pensamento crítico é essencial, pois vai além da mera transmissão de conhecimento; envolve todos os presentes no processo de questionamento, análise e avaliação independente das informações. Para Hooks (2017, p. 63), isso impulsiona um tipo de ensino capaz de transformar mentes, estabelecendo um ambiente propício à livre expressão, que é a essência de uma educação genuinamente libertadora.

No mesmo sentido, Paulo Freire (2005, p. 15) enfatiza que a educação é uma ferramenta para a mudança social. Ele ressalta que o indivíduo deve se tornar "sujeito de sua própria educação". Não pode ser o objeto dela. Por isso, ninguém educa ninguém. Por outro lado, a busca deve ser algo e deve traduzir-se em ser mais: é uma busca permanente de "si mesmo". Aqui, o pedagogo aponta a importância da conscientização e da reflexão crítica, incentivando os alunos a desafiarem as normas determinantes e a colaborarem para construir uma sociedade mais justa e igualitária. Freire percebe a escola e a sala de aula como espaços onde as pessoas podem adquirir consciência e agir em prol de mudanças substanciais.

Embora a pensadora norte-americana e Paulo Freire se dediquem a campos de estudo distintos, suas visões convergem quanto ao papel da educação como agente de transformação, tanto em nível individual quanto social. Suas perspectivas convidam a uma reflexão crítica sobre a integração do princípio do *Eros* no contexto educacional, que estabelece relações mais equitativas, apreciadas e conscientes dos problemas sociais. Os pensadores defendem que a sala de aula vai além da simples transmissão de conhecimento, sendo um ambiente propício

ISBN: 978-65-89165-30-9

para o desenvolvimento do pensamento crítico. Assim, Parreiras (2021, p. 26) complementa essa ideia ao sugerir que a educação pode ser "[...] o espaço de promoção de uma comunidade equilibrada, ou que, ao menos, busca o equilíbrio, uma vez que o melhor que uma pessoa pode ser é, também, o melhor que ela pode ser em relação aos outros e ao ambiente".

O relato de um colega docente oferece uma visão paradigmática e esclarecedora das complexidades do *Eros* na educação, destacando a presença do amor, cuidado e conexão emocional nas relações humanas no ambiente educacional. Este relato específico revela a experiência de uma professora em uma sala de aula marcada por sucessivas mudanças de professores ao longo do ano letivo, o que gerou descontentamento entre os pais e dificuldades de aprendizagem para as crianças.

Um dos alunos apresentou comportamento atípico, o que exigiu da professora uma abordagem sensível e adaptativa. Ela investiu tempo para construir confiança com esse aluno, buscando compreender suas dificuldades e empregando estratégias como técnicas de respiração e suporte físico para diminuir seu nervosismo, criando assim um ambiente propício para o desenvolvimento educacional e interpessoal.

Nisto, é singular observar que o professor deve ter a importância de compreender profundamente o aluno para estabelecer uma comunicação eficaz. Adaptando sua forma de expressão para se alinhar à maneira de comunicação do aluno, ela construiu um vínculo gradual, o que resultou na participação mais ativa do aluno nas aulas, adaptada às suas características individuais. O diálogo também desempenhou um papel essencial, especialmente na interação com a família do aluno, uma vez que, inicialmente, seus pais interpretam seu comportamento como normal para uma criança única.

A confiança estabelecida entre o "Ser" professor, seu aluno e a família deste, refletiram positivamente no comportamento do aluno, que passou a preferir a presença da docente na escola. Sua percepção e cuidado indicaram que o comportamento do aluno estava além das expectativas para sua idade, apontando a necessidade de uma abordagem mais especializada. Consequentemente, o educador brasileiro, Freire (2005, p. 16-17) reflete sobre a ação de cuidado

> […] sobre si, sobre seu estar no mundo, associada indissoluvelmente à sua ação sobre o mundo, não existe no ser, seu estar no mundo se reduz a um não poder transpor os limites que lhe são impostos pelo próprio mundo, do que resulta que este ser não é capaz de compromisso [...] Somente um ser que é capaz de sair de seu contexto, de "distanciar-se" dele para ficar com ele, capaz de admirá-lo para, objetivando-o, transformá-lo e, transformando-o, saber-se transformado pela sua própria criação, um ser que é e está sendo no tempo que é o seu, um ser histórico, somente este é capaz, por tudo isto, de comprometer-se.

ISBN: 978-65-89165-30-9

Ao interpretar essa experiência e atitude à luz do conceito de *Eros*, fica evidente a conexão entre a abordagem pedagógica sensível e afetuosa da professora e os elementos fundamentais do *Eros* - amor, cuidado e conexão emocional nas relações humanas. Como afirma Hooks (2017, p. 262): "Quando *Eros* está presente na sala de aula, é certo que o amor irá florescer." Aqui a abordagem adotada pela professora passa pela postura, ao se colocar no lugar do aluno, adaptando-se à sua forma de comunicação e construindo uma relação de confiança, vai além dos métodos tradicionais de ensino. Essa abordagem criou um ambiente de aprendizagem que valora a singularidade e as individualidades do aluno em questão.

O amor, segundo a mesma, não deve ser considerado rigidamente como um mero sentimento, mas sim como uma ação que abarca, segundo Hooks (2017, p. 47), a "[...] determinação de se empenhar plenamente na promoção do crescimento pessoal próprio e alheio". Essa visão ampla do amor na educação destaca a importância do comprometer-se ativamente na promoção do desenvolvimento tanto dos alunos quanto do próprio educador.

Essa perspectiva destaca que o amor vai além de uma experiência emocional, sendo um compromisso ativo. Uma visão dinâmica, distinta das concepções tradicionais que o associam a sentimentos intensos e afetos. Essa abordagem deve ser uma força ativa na vida das pessoas, exigindo um engajamento consciente e ações práticas para o crescimento pessoal, tanto de si próprio, quanto do outro. Assim, "Não há educação sem amor. O amor implica luta contra o egoísmo. Quem não é capaz de amar os seres inacabados não pode educar. Não há educação imposta, como não há amor imposto. Quem não ama não compreende o próximo, não o respeita" (Freire, 2005, p. 25). Essa visão amplia o amor pode influenciar profundamente as dinâmicas das relações e a nossa forma de nos relacionarmos com os outros.

Cada indivíduo traz uma história de vida repleta de experiências que englobam alegrias, conquistas, sofrimentos e angústias. A capacidade de ouvir sem julgamentos e conceder espaço para a expressão cria um ambiente propício para que os alunos compartilhem suas histórias. Muitas vezes, os alunos procuram alguém confiável, disponível para o diálogo. Essa abordagem é um dos métodos mais eficazes para motivar os estudantes, demonstrando preocupação e disponibilidade para oferecer apoio.

O papel do professor desempenha é fundamental, atuando como um suporte emocional para crianças que enfrentam desafios no ambiente familiar, especialmente quando esse ambiente se mostra problemático. Ao estabelecer uma relação de confiança e estar presente para ouvir e apoiar, o educador pode ser uma âncora vital para esses alunos, ajudando-os a lidar com dificuldades e promovendo um ambiente seguro e acolhedor. Paulo Freire (2005, p.

ISBN: 978-65-89165-30-9

25) revela que “ama-se na medida em que se busca comunicação, integração a partir da comunicação com os demais”.

Nisto, a principal dificuldade enfrentada pelos professores, é a falta de apoio e colaboração por parte das famílias. É essencial destacar que tanto a escola quanto os pais desempenham papéis fundamentais que exigem cooperação para estabelecer uma relação mais afetiva aos alunos. Hooks (2017, p. 11) ilustra a importância da escola como um ambiente onde os alunos podem escapar das concepções pré-estabelecidas em seus lares e explorar novas ideias. O relato evidencia que, em alguns casos, a escola se torna um refúgio onde os alunos podem desenvolver-se de forma mais livre e autêntica do que em seus ambientes familiares.

Infelizmente, muitas instituições educacionais enfrentam desafios, já que várias crianças vêm de ambientes familiares vulneráveis, caracterizadas pela falta de estrutura, atenção e oportunidades. No entanto, é crucial, segundo Hooks, rejeitar a ideia errônea de que a responsabilidade pela educação recai apenas sobre as instituições escolares. Como as famílias têm um papel crucial no apoio ao desenvolvimento educacional de seus filhos, é essencial que compreendam e aceitem esse compromisso.

É comum observar que alguns pais subestimam a importância do envolvimento em casa, permitindo que seus filhos se dediquem aos dispositivos eletrônicos e à televisão, negligenciando o estímulo ao diálogo e à interação familiar. Nesse contexto, a perspectiva de Freire (1996, p. 49) enfatiza a necessidade de uma colaboração eficaz entre a instituição e a família para aprimorar o processo educacional. É essencial promover a colaboração ativa e o comprometimento dos pais no desenvolvimento educacional de seus filhos. Nisto há uma necessidade de um esforço coletivo, envolvido na sociedade, nas escolas e nas famílias, para superar os desafios que afetam o processo educativo das crianças em contextos socialmente desfavorecidos.

Aqui, a carência afetiva das crianças, especialmente em um contexto dominado pela prevalência das tecnologias, que os pais, por vezes, tendem a fornecer dispositivos eletrônicos aos filhos em vez de dedicarem tempo para atividades de afeto, como brincar e passear com eles. Machado e Grossi (2023) revelam que o amor constitui uma ação que implica o compromisso de se dedicar ao crescimento pessoal próprio e dos outros, por meio de práticas que envolvem cuidado, carinho, afeição, compromisso, respeito, reconhecimento, honestidade, confiança e comunicação aberta. Esse conceito de amor abrange tanto o cuidado consigo mesmo quanto o compromisso com os outros.

ISBN: 978-65-89165-30-9

Bell Hooks (2017, p. 55) também destaca a importância de uma abordagem no ensino que respeite e proteja as "almas" dos alunos, registrando o valor intrínseco de cada indivíduo e seu potencial. Isso não se limita a uma pedagogia simples, mas cria um ambiente educacional enriquecedor, não apenas facilitando a aquisição de conhecimento, mas também promovendo uma conexão mais profunda e íntima entre educadores e aprendizes.

Em uma conversa com uma educadora especializada em inclusão nos anos iniciais, observa-se a importância de dedicar atenção especial às crianças com necessidades especiais. Foi destacado que, além da instrução convencional em leitura e escrita, é crucial oferecer um cuidado personalizado, envolvendo a inclusão de afeto e a construção de relações de confiança entre alunos e professores. Na busca por uma educação inclusiva, é fundamental enxergar essas crianças não apenas como estudantes em busca de conhecimento acadêmico, mas como indivíduos únicos, promovendo, assim, seu desenvolvimento holístico. "Para servir aos outros, não posso enxergá-los como objeto, devo enxergar sua subjetividade" (Hooks, 2023, p. 1).

Nesse contexto, o ensino de habilidades de autocuidado tem um papel significativo. Esta forma de ensino visa capacitar as crianças com necessidades especiais a cuidarem de si mesmas. Isso envolve uma variedade de tarefas diárias, como vestir-se, escovar os dentes, alimentar-se e usar o banheiro, além de habilidades mais amplas, como planejamento, organização e comunicação. Embora essas habilidades possam representar desafios para algumas crianças, é crucial considerar que ao proporcionar essa educação, estamos ampliando suas oportunidades.

A promoção da autonomia é um dos principais objetivos nesta forma de ensinar. Quando as crianças com deficiências físicas, ou não, adquirem a capacidade de cuidar de si mesmas, experimentam um aumento na autoestima e na autoconfiança, aspectos cruciais para o seu desenvolvimento. Essa forma de educação os capacita a enfrentar desafios do dia a dia com mais segurança. Além disso, o ensino dessas habilidades tem implicações significativas para a inclusão social dessas crianças. Ao desenvolver essas habilidades, elas se tornam mais aptas a interagir e participar em diversos ambientes sociais, promovendo, assim, uma maior inclusão e integração na sociedade.

Nota-se que, quando as crianças adquirem habilidades de autocuidado e comunicação eficazes, suas oportunidades de participação em atividades sociais, interação com colegas e integração em comunidades mais amplas aumentam consideravelmente. Essa cooperação requer a formulação de planos de ensino personalizados para atender às necessidades específicas de cada criança.

ISBN: 978-65-89165-30-9

Garantir ambientes adequados, tanto no contexto escolar quanto no doméstico, exige essas adaptações para garantir o acesso a recursos e ferramentas que facilitem o aprendizado e a prática dessas habilidades. Isso sublinha a necessidade de mudanças substanciais no sistema educacional, promovendo uma pedagogia crítica que encoraje os educadores a desafiar as estruturas de poder existentes, estimulando o questionamento e o pensamento crítico entre os alunos. Nisto, a autora revela que "é somente quando mudamos coletivamente a maneira como olhamos para nós mesmos e para o mundo que podemos mudar a maneira como somos vistos" (Hooks, 2023, p. 1).

Tal abordagem capacita os estudantes a analisar questões sociais, desigualdades e injustiças, incentivando a busca por soluções e promovendo uma educação inclusiva que valorize a diversidade como elemento essencial na construção de um futuro mais equitativo. Nisso, Hooks (2017, p. 266) evidencia que o pensamento crítico é essencial para viabilizar mudanças, desempenhando um papel fundamental no potencial transformador da escola, especialmente no que diz respeito à educação e às relações interpessoais. É importante ter em mente que a educação desempenha um papel crucial na formação das futuras gerações, indo além do conhecimento para se tornar um meio de cultivar relacionamentos afetuosos e empáticos entre educadores e estudantes. Nesse contexto, a teoria sobre o *Eros*, emerge como uma abordagem inovadora para aprimorar as práticas pedagógicas.

Uma estratégia eficaz para integrar o *Eros* na educação envolve promover a empatia e facilitar o diálogo aberto. Os educadores podem orientar os alunos na prática da escuta atenciosa e na compreensão das experiências e pontos de vista uns dos outros. A humanização do processo educacional é fundamental para tal finalidade, considerando a identidade e as experiências singulares dos alunos. Os professores devem, neste prisma, demonstrar empatia diante das dificuldades e desafios enfrentados pelos alunos em suas vidas extracurriculares, evidenciando cuidado e preocupação com seu bem-estar. Isso não apenas promove a construção de relações de confiança, mas também contribui para o desenvolvimento dos alunos.

Aqui, promover a inclusão e valorizar a diversidade na sala de aula é igualmente essencial. Celebrar a diversidade cultural, étnica, de gênero e outras formas de diversidade presentes no ambiente educacional contribui para a criação de um ambiente de aprendizado enriquecedor. A inclusão de uma variedade de materiais, narrativas e autores diversos no currículo educacional reflete uma ampla gama de perspectivas, desempenhando um papel fundamental na sensibilização dos alunos para a riqueza inerente às diferenças. Além disso, o ensino de competências de resolução de conflitos e habilidades de comunicação emerge como

ISBN: 978-65-89165-30-9

um componente essencial na incorporação do *Eros* no contexto educacional. O papel do professor deve ser o de conectar-se ao aluno como mediador do conhecimento.

Sobre essa temática, De Araújo (2020, p. 14) enfatiza que se essa ação for

> [...] prazerosa, lúdica e criativa, o aluno alcança uma maior gama de conhecimento. A partir disso, ele pode usar esses conhecimentos construídos em sua vida futura, sendo assim, a importância da relação de afetividade entre o aluno e o professor é muito evidente na construção do conhecimento.

Consequentemente, ao dotar os alunos com ferramentas que lhes permitem abordar conflitos de maneira construtiva e promover uma comunicação eficaz, não apenas previnem conflitos, mas também fortalecem as relações interpessoais.

Por último, porém muito importante, está que os professores devem promover benefícios por meio da prática da autorreflexão de sua ação pedagógica. Se guiar pela conscientização e *Práxis* freiriana, neste sentido seria

> […] um teste de realidade. Quanto mais conscientização, mais se penetra na essência fenomênica do objeto, frente ao qual nos encontramos para analisá-lo. Por esta mesma razão, a conscientização não consiste em "estar frente à realidade" assumindo uma posição falsamente intelectual. A conscientização não pode existir fora da práxis, ou melhor, sem ato ação-reflexão. Esta unidade dialética constitui, de maneira permanente, o modo de ser ou de transformar o mundo que caracteriza os homens (Freire, 1996, p. 26).

Aqui, nesta ação, também imaginamos que Hooks, considera ser uma práxis observar o *Eros*, por parte do professor, este deve carregar presente no cotidiano a autorreflexão, com seus alunos, devem sempre estar na pauta de avaliação contínua. Ser um referencial ao seu aluno é, antes de tudo, realizar-se como ser humano. É amar a todos, de forma igualitária, e a nenhum em especial, além dos outros. Ter com cada um de seus alunos, uma relação de empatia interligada pelo *Eros* e estar disposto a abrir mão do planejamento para cuidar do humano à sua frente; realizar ajustes e melhorias com base no cuidar. Tudo isto é essencial para aprimorar de maneira contínua o ambiente de aprendizagem e assim fomentar uma educação que seja mais humana, inclusiva e que valorize o respeito à individualidade da vida.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O texto baseia-se em explorar de maneira abrangente a concepção de *Eros* na perspectiva de Bell Hooks e sua relevância para o ambiente educacional. Bell Hooks transcende a visão convencional de *Eros* como apenas um sentimento romântico, expandindo-

ISBN: 978-65-89165-30-9

o para uma força vital que permeia diversas esferas da vida, inclusive a educação. Ela destaca que o *Eros* não se limita ao amor romântico, mas representa uma energia dinâmica que influencia as relações interpessoais, os processos de aprendizagem e o desenvolvimento humano como um todo.

Hooks defende que o *Eros* na educação não é apenas uma emoção isolada, mas uma força transformadora que pode revitalizar uma experiência de aprendizagem. Ela enfatiza a importância do amor, cuidado e comprometimento consigo mesmo e com o outro no ambiente educacional, criando um espaço onde os alunos se sintam valorizados, respeitados e encorajados a explorar o conhecimento.

Além disso, o autor destaca a necessidade de uma abordagem pedagógica que vá além da mera transmissão de informações, enfatizando a importância de criar um ambiente de sala de aula que seja estimulante, inclusivo e propício ao desenvolvimento holístico dos alunos. Isso implica em consideração e valorização da diversidade presente na sala de aula, promovendo um diálogo aberto, a escuta ativa e a reflexão crítica sobre questões sociais e culturais.

Também ressalta a importância da relação entre professores e alunos. Destaca-se a experiência de uma professora que, ao adotar uma abordagem sensível e adaptativa para um aluno com comportamento atípico, conseguiu estabelecer uma conexão significativa. Isso ilustra como o cuidado, a compreensão e o esforço para entender as necessidades individuais dos alunos podem influenciar positivamente seu desenvolvimento acadêmico e emocional.

Além disso, o texto aborda a necessidade de uma colaboração mais eficaz entre escola e família, enfatizando o papel dos pais no processo educacional. Destaca-se a importância de os pais se envolverem ativamente na educação de seus filhos, não apenas confiando totalmente na escola essa responsabilidade.

A ideia central do texto é que a aplicação do conceito de *Eros* na educação representa uma abordagem transformadora que valoriza não apenas o conhecimento intelectual, mas também o crescimento emocional, interpessoal e moral dos alunos. Isso implica em criar um ambiente educacional inclusivo, empático e humanizado, onde os alunos se sintam motivados, respeitados e capacitados para explorar seu potencial máximo.

ISBN: 978-65-89165-30-9

REFERÊNCIAS

DE ARAÚJO, Amanda Patrícia. **A afetividade nas relações de ensino-aprendizagem entre professor e aluno**. 2020. Disponível em: https://revistavox.metropolitana.edu.br/wp-content/uploads/2020/08/01_OK.pdf. Acesso em: 01 nov. 2023.

FREIRE, Paulo. **Educação e mudança**. 28. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2005.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia**: saberes necessários para a prática educativa. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

HOOKS, Bell. Amor como prática da liberdade. **Outras Palavras**, online, SP, 15 set. 2023. Disponível em: https://outraspalavras.net/movimentoserebeldias/bell-hooks-amor-como-pratica-da-liberdade/. Acesso em: 23 set. 2023.

HOOKS, Bell. **Tudo sobre o amor**: novas perspectivas. Elefante, 2020.

HOOKS, Bell. **Ensinando a Transgredir** - A educação como prática da liberdade. Tradução de Marcelo Brandão Cipolla. 2. ed. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2017.

HOOKS, Bell. **Vivendo de amor**. O livro da saúde das mulheres negras: nossos passos vêm de longe, v. 2, p. 188-198, 2010. Disponível em: https://www.olibat.com.br/documentos/Vivendo%20de%20Amor%20Bell%20Hooks.pdf. Acesso em: 23 set. 2023.

MACHADO, Lucas Antunes; GROSSI, Patrícia Krieger. O projeto ético-político de Bell Hooks para a educação: contribuições ao campo da Educação em Direitos Humanos. **Educação**, v. 1, 2023. Disponível em: https://revistaseletronicas.pucrs.br/index.php/faced/article/view/42825. Acesso em: 05 nov. 2023.

MELLO, Tágides; RUBIO, J. D. A. S. A importância da afetividade na relação professor/aluno no processo de ensino/aprendizagem na educação infantil. **Revista Eletrônica Saberes da Educação**, v. 1, p. 1-11, 2013. Disponível: https://docs.uninove.br/arte/fac/publicacoes/pdf/v4-n1-2013/tagides.pdf. Acesso em: 08 set. 2023.

PARREIRAS, Tauana Macedo de Britto Pereira. **O *Eros* pedagógico na prática docente do ensino de artes visuais**. 2021. Disponível em: http://www.rlbea.unb.br/jspui/handle/10482/40513. Acesso em: 18 set. 2023.

ISBN: 978-65-89165-30-9

A ANSIEDADE E OS SEUS REFLEXOS NA APRENDIZAGEM

ANXIETY AND ITS IMPACTS ON LEARNING

Laressa Alves dos Santos

Analupe Bheatriz Carneiro

Resumo: A ansiedade é um transtorno emocional que pode afetar significativamente a aprendizagem na educação infantil. A criança ansiosa tem dificuldade em se concentrar, se organizar e lidar com situações estressantes, que interferem diretamente em seu desempenho. Compreender o sentimento e administrá-lo é complexo e para as crianças, isso pode acabar sendo mais difícil. Falar sobre ansiedade em crianças especificamente no contexto escolar, na Educação Infantil, é importante para que possamos compreender formas de prevenção e combate desse tipo de transtorno, através de práticas responsáveis e sensíveis. Por isso, o presente trabalho tem como objetivo analisar o impacto da ansiedade nos processos de desenvolvimento e aprendizagem de crianças na Educação Infantil. Com abordagem exploratória, foi realizada pesquisas em artigos científicos e os resultados obtidos revelam aspectos que evidenciam a importância da discussão sobre esse tema.

Palavras-chave: ansiedade; educação infantil; criança; desenvolvimento; aprendizagem.

Abstract: *Anxiety is an emotional disorder that can significantly affect learning in early childhood education. Anxious children have difficulty concentrating, organizing themselves and dealing with stressful situations, which directly interferes with their performance. Undertanding and managing feelings is a complex task and for children it can end up being even more difficult. Talking about anxiety in children specifically in the school contexto, starting from early childhood education, is importante so that we can understand ways to prevent and combat this type of disorder in Young children, through responsible and sensitive practices. Therefore, the presente work aims to analyze the impacto f anxiety on the development and learning processes of children in Early Childhood Education. With an exploratory approach, research was carried out on scientific articles and the results obtained reveal aspects that highlight the importance of discussing this topic today.*

Keywords: *anxiety; early childhood education; child; development; learning.*

1 INTRODUÇÃO

A ansiedade é um transtorno emocional que pode afetar significativamente a aprendizagem na educação infantil. A criança ansiosa tem dificuldade em se concentrar, se organizar e lidar com situações estressantes, o que interfere diretamente em seu desempenho acadêmico. Na Educação Infantil, é fundamental que as crianças estejam emocionalmente equilibradas para que possam se envolver e aproveitar ao máximo as atividades de

ISBN: 978-65-89165-30-9

aprendizado. No entanto, a ansiedade pode levar a criança a sentir medo, nervosismo e insegurança, o que impede o engajamento efetivo nas tarefas escolares. A ansiedade em seus dias atuais leva muitas crianças a desenvolverem quadros do transtorno que podem ter sido agravados pela pandemia e que na grande maioria das vezes não são identificados pelos adultos. O transtorno de ansiedade surge ainda na infância e se propaga até a vida adulta e seu diagnostico pode se dar em todas as fases da vida.

O transtorno surge quando menos se espera, ele começa com sintomas leves que podem se agravar, em crianças os sintomas podem iniciar na mudança de hábitos alimentares, isolamento social percebendo pelo seu comportamento a indisposição para fazer alguma atividade. Segundo McReynolds (1965 *apud* Pereira, 2008, p. 2), "o sentimento de ansiedade é parte intrínseca da condição humana. É uma resposta natural a determinados fatores ambientais e psicológicos". Em outras palavras, a ansiedade até certo ponto, é necessária para a sobrevivência social. A ansiedade também pode impactar a relação social da criança na escola, dificultando a interação com os colegas e professores. Ela pode se tornar mais reservada, tímida e evitar participar de atividades em grupo, isso pode levar ao isolamento social e influenciar negativamente o desenvolvimento da criança.

Todavia, é essencial que os profissionais da educação infantil estejam atentos aos sinais de ansiedade nas crianças e ofereçam suporte emocional adequado. Estratégias como criação de um ambiente seguro e acolhedor, estabelecimento de rotinas claras e promoção de atividades que estimulem a expressão emocional e a autoconfiança como estratégias que visam reduzir a ansiedade e permitir que as crianças aprendam de maneira mais eficaz. O distúrbio pode ser compreendido como um sentimento negativo de extrema preocupação antecipando um perigo, de modo que os sintomas podem aparecer como distúrbio do sono, pesadelos constantes, fobias, enxaquecas e problemas digestivos.

Esse tipo de ansiedade acontece quando uma criança tem problemas na sua residência, como por exemplo, separação dos pais, que pode ocasionar uma maior dificuldade no processo ensino-aprendizagem ou até mesmo falta de interesse em frequentar a instituição escolar. Ligada a fatores econômicos e socioculturais, além de emocionais e ambientais, as dificuldades de aprendizagem se associam a aplicação de práticas pedagógicas que não motivam o aluno. Segundo dados da Organização Mundial da Saúde (OMS), em 2019, 18,6 milhões de brasileiros sofriam ansiedade. O número representa cerca de 9,3% da população, de modo que o Brasil está como líder do ranking de países mais ansiosos. A idade média para o aparecimento do distúrbio é de 10 anos, mas pode iniciar aos 6 anos de idade e permanecer ou aparecer de repente na vida adulta.

ISBN: 978-65-89165-30-9

O objetivo deste artigo é apresentar uma discussão atualizada acerca da ansiedade, suas causas e sintomas, apresentar o conceito de ansiedade, as dificuldades de aprendizagem ocasionadas por ela e analisar os impactos no processo de aprendizagem de crianças e fornecer informações que podem ajudar no tratamento. A metodologia utilizada está baseada em levantamentos a partir de dados bibliográficos sobre ansiedade. Os dados para o desenvolvimento deste estudo e alcance dos resultados foram coletados por meio de levantamento bibliográfico em bases de dados de artigos científicos disponíveis em meio eletrônico.

2 ANSIEDADE

2.1 Conceito, diagnóstico e tratamento na infância

O foco deste artigo é a ansiedade na Infância. A criança com sintomas de ansiedade deve ser supervisionada pela família e pela escola e os principais itens a serem analisados é a identificação dos sintomas e o reconhecimento do prejuízo no processo de ensino-aprendizagem que a criança está tendo. Essas informações quando obtidas auxiliam no diagnóstico e tratamento da ansiedade. Em alguns casos a escola também pode ser responsável pela ansiedade na criança. Alguns fatores que podem levar a ansiedade são as regras, as avaliações ou até mesmo o bullying, uma prática sistemática e repetitiva de atos de violência física e psicológica, tais como a intimidação, humilhação, xingamentos e agressão. O termo dificuldade na aprendizagem diz respeito ao aluno que demora aprender e que demonstra um comportamento diferente em relação ao conteúdo aplicado.

Contudo, o transtorno é diagnosticado quando os sintomas causam sofrimento significativo para a criança ou prejudicam seu funcionamento social ou acadêmico, geralmente têm dificuldades para prestar atenção e podem ser hiperativos e agitados. A ansiedade incluem características de medo e ansiedade excessivos e perturbações, quando uma criança sofre com esse transtorno ela fica com medo de falar o motivo que causa essa ansiedade, nesse caso ela se sente ameaçada em contar para a família o que está acontecendo. Todavia, de acordo com o Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtorno Mentais DSM-V (2014), os transtornos de ansiedade diferem entre si nos tipos de objetos ou situações que induzem medo, comportamento de esquiva e na ideação cognitiva associada.

O Diagnóstico e Tratamento precoce podem evitar repercussões negativas na vida da criança, o tratamento da ansiedade na infância é eficaz com o uso de medicamentos

ISBN: 978-65-89165-30-9

apropriados, associados à psicoterapia, em especial a terapia cognitiva comportamental. Em um mundo com pessoas cada vez mais afetadas em sua saúde mental, incluindo as crianças e os adolescentes, a ansiedade é a experiência que as crianças e os jovens podem ter quando têm pensamentos angustiantes, preocupações ou percepções negativas sobre um evento futuro ou antecipado ou podem ter uma capacidade limitada de lidar com pensamentos ou preocupações angustiantes. Essas situações claramente aumentaram na pandemia.

> Rendimento ou desempenho insuficiente ou desviante; imaturidade ou falta de disponibilidade para a aprendizagem; lentidão ou atraso na aquisição de competências escolares; prolongamento do insucesso; não-integração dos pós-requisitos cognitivos; falta de prática e de automaticidade nas aprendizagens básicas; dispedagogia; problemas psicoafetivos e socioculturais; desinteresse; desmotivação; inibição cognitiva; bloqueio emocional (Fonseca, 2016, p. 16).

Se a criança que sofre com a ansiedade não fizer o diagnóstico ela pode evoluir causando uma depressão leve e passageira ou mesmo manifestar em episódios graves, estudos mostram que a ansiedade na infância é um fator de risco aumentado para o desenvolvimento de outros transtornos comportamentais na vida adulta. Contudo caso não seja diagnosticado na infância, esse transtorno pode causar outros muito mais graves quando a criança for adulto, com isso pode apresentar outros casos como:

- Transtorno de Ansiedade Generalizada.
- Transtorno de Ansiedade de Separação (mais comum em crianças pequenas).
- Fobias Específicas.
- Fobias Sociais.
- Transtorno de Pânico (mais comum em adolescentes).
- Transtorno de Estresse Pós- traumáticos (DSM-V, 2014).

É importante ressaltar que medos, preocupações e angústia podem ser considerados normais durante as etapas do desenvolvimento psíquico infantil, porém quando exagerados são considerados patológicos. Ao identificar essas características nas crianças se torna necessário buscar por ajuda psicológica ou psicopedagógica. Visto que o indivíduo ansioso e estressado busca maneiras para anestesiar a sua ansiedade, e ela pode ser identificada na criança quando ela se apresenta constantemente cansada e permanece muito tempo isolada, como aconteceu no período da pandemia. Outro fator que pode deixar a sociedade ansiosa é a evolução tecnológica que se dá em uma velocidade muito acima da do cérebro. Esses transtornos podem afetar a vida social dos brasileiros e a fobia social é uma condição de saúde mental crônica em que as interações sociais causam um medo irracional. Por isso, se um

ISBN: 978-65-89165-30-9

indivíduo tiver uma crise de ansiedade em público é necessário chamar a emergência ou alguém que esteja próximo para auxiliar no momento ou até a própria pessoa pode se ajudar respirando fundo e conseguir ter o controle mental de respiração.

Durante a pandemia da COVID-19, os sintomas de ansiedade em jovens dobraram, especialmente em meninas. As consultas de saúde mental para ansiedade também aumentaram, quando comparados à época pré-COVID, foi observado os seguintes preditores dos sintomas de ansiedade em crianças provocados pela pandemia:

- Conexão ruim com o cuidador.
- Problemas de sono.
- Muito tempo passado em frente a uma tela.

O medo e a ansiedade são faces da mesma moeda no complexo mecanismo de sobrevivência e autoproteção da espécie humana. Sentir medo e ansiedade, além de ser normal, é algo previsto e necessário para nossa existência. Em tais sociedades, notamos que desde muito cedo as crianças aprendem a expressar suas necessidades e seus sentimentos por meio de coisas materiais, sejam alimentos ou brinquedos. O problema ocorre quando ela é desproporcional às situações vividas, causando impacto funcional no dia a dia, a ansiedade patológica é excessiva, persistente e causa sofrimento. Diante disso, em muitos casos a criança se afasta ou tenta evitar a situação que lhe causa ansiedade a qualquer custo.

2.2 Tratamento reconhecido na escola

Uma das formas de se reconhecer esse transtorno na escola é a partir da observação de que a criança apresenta isolamento social, se são “solitárias”. A ansiedade social, na qual é chamada, leva o indivíduo a temer e se sentir envergonhado, faz com que o aluno evite ser foco de atenções e se expor durante a aula. Visto que, isso pode prejudicar a criança em diversos aspectos e desencadear problemas mais graves como: dificuldades de concentração e assimilação de informações, isolamento social, depressão e doenças cardíacas. Os principais papéis da escola são: identificar os alunos que sofrem com esses sintomas, ser agente para a redução de danos e incentivar as crianças a vencerem seus medos.

Para falar sobre esse transtorno nas escolas devem construir um ambiente de acolhimento e de escuta, realizar atividade física, falar sobre a ansiedade em sala de aula, explicar os sintomas que apresenta e incentivar os cuidados com a saúde mental como finalidade de garantir um futuro promissor para os estudantes. De acordo com uma pesquisa realizada, os índices de ansiedade no ambiente escolar estão crescentes e preocupando os

ISBN: 978-65-89165-30-9

responsáveis pelas crianças. Uma forma de combater a ansiedade no ambiente escolar é estimular o estudo sem sobrecarga, fazer com que a criança não sinta na sua rotina de estudos uma sobrecarga causando a ansiedade, por sua vez, a escola deve motivar o aluno a comemorar cada conquista e cada aprendizado diário.

> As crianças e jovens aprendem a lidar com fatos lógicos, mas não sabem lidar com fracassos e falhas. Aprendem a resolver problemas matemáticos, mas não sabem resolver seus conflitos existenciais. São treinados para fazer cálculos e acertá-los, mas a vida é cheia de contradições, as questões emocionais não podem ser calculados, nem têm conta exata (Cury, 2003, p. 12).

Todavia, o outro aspecto que revê a ansiedade no ambiente escolar é muita agitação (cognitiva e de comportamento), tensão muscular, sudorese, tonturas, dificuldade respiratória, taquicardia e rubor facial. O que a escola poderia estar fazendo para falar sobre o transtorno, é dar uma palestra para as crianças ou fazendo atividades falando sobre o tema. O tratamento da ansiedade deve ser feito com a ajuda dos responsáveis e quando a criança tiver uma crise no ambiente escolar o professor deve comunicar a direção sobre o estado da criança, chamar os responsáveis ou procurar um jeito de estar ajudando esta criança. As preocupações exageradas e expectativas de resultados negativos em situações desconhecidas que desencadeiam a ansiedade são, frequentemente, acompanhadas de sintomas físicos.

Os psicólogos serão capazes de identificar o que causa a ansiedade e dar sequência ao tratamento ideal, indicando que durante ao processo o indivíduo mantenha a mente focada no objetivo e evite distrações ou situações que podem causar o transtorno. Desta forma, as crianças não são preparadas para lidar com decepções e fracassos. No entanto, esse também não é um trabalho exclusivo dos educadores, os pais também precisam estar presentes na vida de seus filhos, auxiliando no processo de equilíbrio das emoções dos mesmos.

> O fracasso escolar não é tão grave num núcleo com escassa expectativa de promoção social, como naquelas que conquistaram o poder através da profissionalização. Neste caso, produz-se a frustração das possibilidades vitais e o grupo devolve à família uma imagem muito desvalorizada de si mesma (Pain, 1992, p. 39).

Há também os pais que sabem o que está acontecendo, percebem os sintomas de seu filho, mas não levam a sério, ou como um problema. A ansiedade provoca impactos muito fortes na infância, sabe-se que cada criança é única, ou seja, nenhuma se comporta exatamente que nem a outra, tem-se diferentes sintomas de ansiedade. No entanto, existem sim, algumas semelhanças que podem ser citadas. No perfil de uma criança ansiosa é visível um quadro em que são observados agitação e apreensão.

ISBN: 978-65-89165-30-9

De acordo com Gentill (1997), a ansiedade é uma associação de sintomas somáticos. A causa dos transtornos ansiosos infantis, muitas vezes é desconhecida e provavelmente multifatorial, incluindo fatores hereditários e ambientais diversos. Não é possível determinar uma causa específica para esse transtorno em crianças. Os fatores desencadeantes são crise conjugal dos pais e cuidadores, perda por morte ou separação, doença na família e nascimento de irmãos. Deve-se levar em conta o temperamento da criança, como presença de comportamento inibido e o estilo de cuidados materno e paterno (presença de superproteção). O Transtorno de Ansiedade Social ou Fobia Social (TAS) pode ser entendido como uma vivência exagerada e persistente de ansiedade a estranhos. Crianças com até 2 anos e meio tendem a não se sentir confortáveis perto de pessoas não familiares, evitam estabelecer uma comunicação assertiva, este comportamento é esperado para a idade e deve ser entendido como parte do desenvolvimento infantil normal.

2.3 Causa da dificuldade de aprendizagem no aluno com ansiedade

Todavia a ansiedade não está ligada apenas em nossos instintos, ela tem origem nos valores culturais aos quais somos submetidos desde cedo. Esses variam em sequência e intensidade, conforme a sociedade em que estamos inseridos, já no início da vida as crianças aprendem a expressar suas necessidades e seus sentimentos por meio de coisas materiais, como alimentos ou brinquedos. A atenção seletiva e codificação de informações na memória levam os professores e pais suspeitarem que a criança esteja passando por um quadro de ansiedade patológica, que se caracteriza pela severidade e persistência, cujos sintomas afetam o desenvolvimento psicossocial da criança. De acordo com o DSM-V, a ansiedade patológica se classifica em diferentes transtornos de ansiedade. Estes são classificados como: Transtorno de Ansiedade de Separação (TAS), Transtorno de Pânico (TP), Transtorno de Ansiedade Generalizada (TAG), entre outros. No TAS, é notório que há uma figura com a qual o indivíduo estabeleça um exagerado contato afetivo, na maioria dos casos essa figura é a mãe, ou uma pessoa que representa, diante de separações significativas para a criança, mãe, pai ou alguém amado, esse tipo de ansiedade interfere nas atividades normais da criança.

> O incentivo ao progresso do autocontrole se faz fundamental na organização das emoções e na interação com o meio quando os educandos apresentam dificuldades de adaptação, relacionamentos, demonstração de competência e outros, passando a apresentar déficits pedagógicos pela duração das dificuldades acima colecionadas. Por outro lado, o estresse emocional também compromete a capacidade das crianças para aprender (Smith; Strick, 2001, p. 33).

ISBN: 978-65-89165-30-9

As dificuldades na aprendizagem são entendidas como um transtorno que comprometem o desenvolvimento acadêmico e pode se manifestar na leitura e escrita. A criança começa a inventar desculpas no ambiente escolar e sem perceber passa a sentir medo com frequência. O quadro começa com mal-estar ao se falar algo que a desagrada na escola, sua primeira reação é o negativismo que desencadeia o choro, o medo de dormir sozinha, de ir para casa de amigos e ela acaba se isolando por causa do transtorno. A criança com o desenvolvimento afetivo e social acometido pela ansiedade, geralmente apresenta dificuldades de aprendizagem que se caracteriza na perda da concentração, baixo rendimento na alfabetização e numeração.

Diante das novas relações sociais e intenso ritmo de trabalho provocado pelo advento das tecnologias da informação, comunicação, da crescente urbanização e industrialização, a ansiedade tem acometido cada vez um número maior de pessoas. Segundo dados da Organização Mundial Da Saúde (OMS), em 2019, 18,6 milhões de brasileiros sofriam com ansiedade, sendo o Brasil o país considerado o com maior prevalência do transtorno no mundo. De modo geral, a ansiedade interfere na capacidade de concentração do aluno e no seu foco de aprendizagem, o que interfere em prejuízo para o seu desenvolvimento cognitivo. Os sentimentos negativos e a insegurança, também, provocam malefícios para o desenvolvimento social, emocional e psíquico da criança de forma, que, ao acentuar os sintomas de ansiedade a criança passe a desenvolver uma voz trêmula, perda de voz ou gaguejar etc.

> Não há ser humano que tenha aprendido algo significativo para seu desenvolvimento em um mundo isolado. Toda a aprendizagem, toda situação de avanço ontogenético, se, em última análise, é resolvida pela criança e assimilada às suas estruturas intelectuais, resulta das variadas trocas com o meio sócio-cultural (Beyer, 2006, p. 117).

A criança precisa sentir que há um investimento nela, desenvolvendo assim, o amor próprio, o autocontrole e o reconhecimento de suas emoções, para sair do caos em que se encontra. Deve realizar lembretes quando o comportamento destoa do momento escolar, procurar torná-lo colaborador e responsável por uma tarefa. À medida que o aluno se organiza e sente seus progressos, tornar-se-á confiante e adquirirá estabilidade para aprender. A família e a escola devem desenvolver habilidades sociais, ensinar a criança a dividir brinquedos, a solicitar ajuda, a ler o comportamento dos outros para controlar o seu. Ao participar de situações de lazer desenvolvem a comunicação e o prazer relações sociais.

ISBN: 978-65-89165-30-9

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante da pesquisa realizada sobre as dificuldades de aprendizagem ocasionadas pela ansiedade, conclui-se que os alunos precisam ser acolhidos por uma escola que forma e orienta seus profissionais, para realizar a adaptação das crianças no ambiente escolar. Os familiares devem ser acolhidos, proporcionando-lhes entendimento e segurança sobre o processo adaptativo da criança, que terá como foco o respeito e a especificidade das suas necessidades educativas especiais. Todos os alunos terão um acompanhamento durante a vida escolar, com finalidade de evitar perturbações no seu aprendizado, para que não tenha interferências no processo de aquisição e manutenção de informações de forma acentuada e prejudicial ao seu processo de ensino-aprendizagem.

Nesse sentido a escola deve proporcionar novas abordagens quanto às avaliações e promoções dos alunos, fazendo com que também eles se responsabilizem por suas aquisições emocionais, pessoais e acadêmicas, garantindo-lhes o direito de pertencimento, estimulando a amizade, negociando conflitos. Estas atitudes levará a criança a ter um melhor autoconhecimento, o qual proporcionará ou garantirá seu lugar no grupo, culminando assim a etapa final do processo adaptativo.

Todavia, constata-se que é no ambiente familiar que a criança aprenderá o controle das emoções, que por sua vez proporcionar-lhe-á harmonia para conviver com outras crianças, enfrentando as possíveis frustrações dos relacionamentos, fortalecendo-se e possibilitando-lhe estar no meio social e escolar. Tendo como base a educação da família, o reconhecimento das especificidades dos alunos com Transtorno de Ansiedade, conjuntamente com a medicação indicada, o comparecimento nas terapias, à atualização contínua dos professores e de todos os profissionais envolvidos no tratamento, acredita-se que o sucesso acontecerá.

Todas as crianças têm o direito de aprender de acordo com seu ritmo, potencialidades e especificidades. Crescem e transformam-se pela aprendizagem quando percebem que os que ensinam acreditam no seu potencial e na sua força pessoal, o que resulta na elevação da sua autoestima. Por fim acredita-se que a convivência construtiva dos alunos preservará a aprendizagem comum a todos, sem desconsiderar a natureza pedagógica de cada indivíduo na escola.

ISBN: 978-65-89165-30-9

REFERÊNCIAS

BEYER, Hugo Otto. **Inclusão e Avaliação na Educação de Alunos com Necessidades Educacionais Especiais.** Porto Alegre: Mediação, 2006.

CURY. **Pais Brilhantes e Professores Fascinantes.** Rio de Janeiro: Sextante, 2003.

FONSECA, Vitor da. **Dificuldades de Aprendizagem:** abordagem neuropsicopedagógia. 5. ed. Rio de Janeiro: wak. 2016.

PAIN, Sara. **Diagnóstico e tratamento dos problemas de aprendizagem.** Porto Alegre: Artes Médicas, 1992.

SMITH, Corinne; STRICK, Lisa. **Dificuldades de Aprendizagem de A a Z.** Um Guia Completo para Pais e Educadores. Traduzido por Deise Batista. Porto Alegre: Artmed, 2001.

ISBN: 978-65-89165-30-9

A LUDICIDADE NA EDUCAÇÃO INFANTIL

THE LUDIC ON THE CHILDHOOD EDUCATION

Cleidiane Cardoso Araújo

Bruna Milene Ferreira

Resumo: O presente trabalho tenciona refletir sobre a importância do brincar na educação infantil e como ela exerce um impacto significativo no desenvolvimento cognitivo, emocional e social das crianças. O uso de atividades lúdicas, conforme destacado por autores como Piaget (1976) e Vygotsky (1984), facilita a aquisição de habilidades essenciais, como a resolução de problemas e a criatividade, além de fomentar a cooperação entre os pequenos. A integração de práticas lúdicas no ambiente educacional torna a aprendizagem mais envolvente e significativa, despertando a curiosidade e o desejo de aprender. Além disso, o brincar permite uma expressão espontânea de emoções e pensamentos, promovendo o bem-estar emocional e respeitando o ritmo individual de cada criança. Desta forma, a ludicidade não é apenas uma estratégia pedagógica, mas um componente vital para a formação integral das crianças, preparando-as para enfrentar desafios futuros com confiança e criatividade. Portanto, a exploração e aplicação de métodos lúdicos são essenciais para otimizar o desenvolvimento infantil e oferecer uma experiência educacional enriquecedora.

Palavras-chave: ludicidade; educação infantil; desenvolvimento cognitivo; práticas.

Abstract: *This paper aims to reflect on the importance of play in early childhood education and how it has a significant impact on children's cognitive, emotional and social development. The use of playful activities, as highlighted by authors such as Piaget (1976) and Vygotsky (1984), facilitates the acquisition of essential skills, such as problem-solving and creativity, in addition to fostering cooperation among children. The integration of playful practices in the educational environment makes learning more engaging and meaningful, awakening curiosity and the desire to learn. In addition, play allows a spontaneous expression of emotions and thoughts, promoting emotional well-being and respecting the individual rhythm of each child. Thus, playfulness is not only a pedagogical strategy, but a vital component for the integral formation of children, preparing them to face future challenges with confidence and creativity. Therefore, the exploration and application of playful methods are essential to optimize child development and offer an enriching educational experience.*

Keywords: *playfulness; early childhood education; cognitive development; practices.*

ISBN: 978-65-89165-30-9

1 INTRODUÇÃO

"É preciso que a leitura seja um ato de amor."
(Paulo Freire)

A pesquisa irá analisar e debater a respeito da ludicidade na educação infantil, e como a mesma torna-se fundamental para o desenvolvimento integral das crianças, pois, facilita a aprendizagem de maneira prazerosa e envolvente. O brincar é uma atividade natural e instintiva que permite às crianças explorarem o mundo ao seu redor, experimentar novas ideias e desenvolver habilidades essenciais. Quando incorporada ao contexto educativo, a ludicidade torna-se uma ferramenta poderosa que ajuda a consolidar conhecimentos e estimular a criatividade. Assim, ao valorizar o brincar, a educação infantil garante um ambiente mais acolhedor e propício para o aprendizado.

A ludicidade promove o desenvolvimento social das crianças, pois muitas atividades lúdicas são realizadas em grupo. Isso favorece a interação entre os pequenos, ensinando-lhes a importância da cooperação, do respeito e da empatia. Ao brincar juntos, as crianças aprendem a compartilhar, a resolver conflitos e a trabalhar em equipe, habilidades que serão essenciais ao longo de toda a vida. Portanto, a ludicidade não só facilita o aprendizado de conteúdos escolares, mas também contribui para a formação de cidadãos mais conscientes e colaborativos.

No aspecto cognitivo, o brincar estimula diversas áreas do desenvolvimento infantil. Jogos e brincadeiras desafiam as crianças a pensar, planejar e resolver problemas, o que melhora suas habilidades de raciocínio lógico e crítico. Atividades lúdicas também são oportunidades para a prática da linguagem, expandindo o vocabulário e melhorando a comunicação. Dessa forma, a ludicidade é um meio eficaz de promover o desenvolvimento cognitivo de forma natural e divertida, respeitando o ritmo individual de cada criança.

Em termos emocionais, a ludicidade oferece às crianças um espaço seguro para expressar sentimentos e emoções. Ao se envolverem em atividades lúdicas, as crianças podem explorar suas próprias emoções e as dos outros, desenvolvendo empatia e autoconsciência. Além disso, o brincar proporciona momentos de alegria e satisfação, contribuindo para o bem-estar emocional das crianças. Um ambiente lúdico é, portanto, essencial para que as crianças se sintam felizes, seguras e valorizadas.

A ludicidade também favorece o desenvolvimento físico das crianças, pois muitas brincadeiras envolvem movimento e coordenação motora. Atividades como correr, pular e dançar ajudam a melhorar a força, a agilidade e a coordenação. Ao integrar atividades físicas

ISBN: 978-65-89165-30-9

lúdicas no currículo, os educadores incentivam hábitos saudáveis desde cedo, promovendo um estilo de vida ativa. Assim, a ludicidade contribui para o desenvolvimento físico, ao mesmo tempo em que garante que as crianças se divirtam e se mantenham engajadas.

Por fim, é importante destacar que a ludicidade na educação infantil prepara as crianças para enfrentarem desafios futuros com criatividade e resiliência. Ao aprenderem de forma lúdica, as crianças desenvolvem uma atitude positiva em relação ao aprendizado, tornando-se mais curiosas e motivadas. Esta abordagem inovadora e dinâmica é essencial para formar indivíduos capazes de pensar de maneira independente e a enfrentarem problemas de maneira criativa. Portanto, a ludicidade deve ser considerada um componente central na educação infantil, contribuindo para o desenvolvimento integral e harmonioso das crianças.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 A importância da ludicidade para a educação infantil

A ludicidade na educação infantil é destacada tanto por Jean Piaget quanto por Lev Vygotsky como fundamental para o desenvolvimento cognitivo e social da criança. Piaget acredita que o jogo é uma forma natural de aprendizagem, permitindo que a criança explore e entenda o mundo ao seu redor através de experiências concretas e significativas. Vygotsky, por sua vez, ressalta a importância do brincar como um meio de desenvolvimento das funções mentais superiores, como a linguagem e o pensamento abstrato, por meio da interação social. Ambos os teóricos concordam que o brincar não é apenas uma atividade recreativa, mas um elemento essencial para o desenvolvimento integral da criança, promovendo o aprendizado de forma natural e prazerosa.

Dessa forma, ao incorporar a ludicidade no contexto educacional, os educadores não apenas respeitam as necessidades naturais das crianças, mas também potencializam o processo de ensino e aprendizagem. Através do brincar, as crianças têm a oportunidade de vivenciar situações que estimulam a criatividade, a resolução de problemas e a cooperação, aspectos que são fundamentais para seu desenvolvimento integral. Piaget e Vygotsky (1998) enfatizam que a aprendizagem se torna mais eficaz quando a criança está engajada em atividades que despertem seu interesse e que estejam alinhadas ao seu nível de desenvolvimento. Portanto, o uso de atividades lúdicas na educação infantil deve ser visto como uma estratégia pedagógica indispensável, que contribui para o desenvolvimento

ISBN: 978-65-89165-30-9

cognitivo, emocional e social das crianças, preparando-as de maneira mais holística para os desafios futuros.

De acordo com Vygotsky (1997, p. 29), "A criança utiliza o brinquedo para externalizar uma ação ilusória e imaginaria buscando satisfação de seus desejos não realizáveis. […] o brinquedo é uma forma de a criança realizar desejos que não são possíveis no seu mundo imediato".

Seguindo essa ideia, a ludicidade é extremamente importante na educação infantil, conforme defendido por Piaget e Vygotsky. Para Piaget, o brincar é crucial porque ajuda a criança a entender e explorar o mundo à sua volta através de experiências práticas. Ele acredita que o jogo é uma forma natural de aprendizado. Vygotsky, por sua vez, vê o brincar como essencial para o desenvolvimento das habilidades mentais superiores. Segundo ele, através do jogo, a criança desenvolve a linguagem e aprende a resolver problemas, interagindo com os outros e testando suas ideias. Portanto, tanto Piaget quanto Vygotsky mostram que atividades lúdicas são fundamentais para o crescimento e aprendizado das crianças, tornando o ensino mais eficiente e prazeroso.

Aplicação prática das ideias de Piaget e Vygotsky no ambiente escolar evidencia como a ludicidade pode transformar a educação infantil. Piaget sugere que ao brincar, as crianças experimentam e constroem conhecimento de forma ativa, adaptando-se às novas informações e desafios. Isso permite que elas desenvolvam habilidades cognitivas essenciais, como a resolução de problemas e o pensamento lógico. Vygotsky, por outro lado, enfatiza que o brincar em grupo e a interação social são cruciais para o avanço das funções mentais superiores, como a linguagem e a colaboração. Dessa forma, ao integrar atividades lúdicas na rotina escolar, os educadores criam um ambiente mais rico e interativo, onde as crianças podem aprender de maneira natural e engajante, refletindo as ideias de ambos os teóricos e promovendo um desenvolvimento mais completo e harmonioso.

Piaget (1976, p. 86) entende que "O jogo é uma forma de atividade em que a criança pode experimentar e compreender o mundo ao seu redor, desenvolvendo suas capacidades cognitivas e sociais".

A implementação de práticas lúdicas no ambiente educacional não só apoia o desenvolvimento cognitivo, mas também fortalece a socialização das crianças. Ao envolver-se em atividades brincadeiras e jogos, as crianças aprendem a negociar, compartilhar e resolver conflitos com seus colegas. Esse tipo de interação social é fundamental para o desenvolvimento emocional e para a construção de habilidades sociais, conforme apontado por Vygotsky. Além disso, as atividades lúdicas permitem que as crianças experimentem

ISBN: 978-65-89165-30-9

diferentes papéis e situações, o que contribui para sua compreensão de diferentes perspectivas e contextos. Portanto, ao adotar abordagens lúdicas, os educadores não apenas estimulam o aprendizado cognitivo, mas também promovem um ambiente social positivo e colaborativo, alinhando-se às teorias de Piaget e Vygotsky sobre a importância do brincar na educação infantil.

Seguindo essa perspectiva, é evidente que a integração de atividades lúdicas no ensino infantil contribui significativamente para um aprendizado mais equilibrado e envolvente. Ao oferecer uma variedade de jogos e brincadeiras, os educadores proporcionam às crianças oportunidades para explorar suas habilidades e interesses de maneira diversificada. Isso não só facilita a aquisição de novos conhecimentos, mas também ajuda a manter as crianças motivadas e engajadas no processo educacional. Além disso, atividades lúdicas frequentemente envolvem desafios que encorajam a criatividade e a resolução de problemas, habilidades importantes para o desenvolvimento integral da criança. Dessa forma, a aplicação constante de métodos lúdicos no ambiente escolar reforça a ideia de que aprender pode e deve ser uma experiência prazerosa e enriquecedora, conforme defendido por Piaget e Vygotsky. Nas palavras de Vygotsky (1997, p. 94), “O jogo é o principal meio de desenvolvimento das funções mentais superiores, pois permite que a criança se engaje em uma variedade de interações sociais e mentais”.

Dando sequência, a importância da ludicidade para a educação infantil é amplamente reforçada pelos estudos de Piaget e Vygotsky, que destacam como o brincar é essencial para o desenvolvimento das crianças. Piaget observa que, através do jogo, as crianças têm a oportunidade de desenvolver habilidades cognitivas, como a lógica e a resolução de problemas, enquanto exploram e fazem sentido do mundo ao seu redor. Vygotsky, por sua vez, enfatiza que o brincar também é crucial para o desenvolvimento social e emocional, pois permite que as crianças pratiquem e internalizem normas sociais e habilidades de comunicação. Portanto, a integração de atividades lúdicas no currículo escolar não apenas enriquece a experiência de aprendizado, mas também apoia o desenvolvimento integral das crianças. Essa abordagem confirma que, ao utilizar o jogo como uma ferramenta pedagógica, os educadores podem criar um ambiente de aprendizado mais efetivo e engajante, alinhando-se às perspectivas de Piaget e Vygotsky sobre o valor do brincar na educação infantil. Piaget (1976, p. 107) explica:

> Para a criança, o jogo é uma atividade essencial que permite a construção e a reorganização do conhecimento, além de facilitar a adaptação ao ambiente. O lúdico

ISBN: 978-65-89165-30-9

> promove na educação infantil uma pratica educacional conhecimento de mundo, oralidade, pensamento e sentido.

Os estudos de Piaget e Vygotsky deixam claro que a ludicidade é um componente vital na educação infantil. Ambos os teóricos demonstram que o brincar não é apenas uma forma de entretenimento, mas um meio essencial para o desenvolvimento cognitivo, social e emocional das crianças. Ao promover um ambiente educacional que valorize e integre atividades lúdicas, os educadores ajudam as crianças a adquirir habilidades importantes de forma natural e envolvente. Dessa maneira, a ludicidade se revela como uma prática pedagógica indispensável, capaz de tornar o processo de aprendizagem mais significativo e eficaz, conforme evidenciado pelas teorias de Piaget e Vygotsky. Conclui-se, portanto, que a aplicação consistente de métodos lúdicos na educação infantil é fundamental para apoiar o crescimento equilibrado e a formação integral das crianças.

2.2 O lúdico e a aprendizagem infantil

O lúdico desempenha um papel essencial na aprendizagem infantil, pois, por meio de brincadeiras e jogos, as crianças conseguem assimilar conhecimentos de forma natural e prazerosa. Ao se envolverem em atividades lúdicas, elas desenvolvem habilidades cognitivas, sociais e emocionais, aprendendo a resolver problemas, a se comunicar e a trabalhar em equipe. Esses momentos de diversão permitem que os pequenos explorem o mundo ao seu redor, experimentem novas ideias e consolidem conceitos importantes de maneira criativa, tornando o processo de aprendizagem mais eficaz e significativo.

Entre os exemplos de brincadeiras e jogos que contribuem para o lúdico na aprendizagem infantil, destacam-se o jogo da memória, que ajuda no desenvolvimento da concentração e da memória, e a brincadeira de faz de conta, onde as crianças assumem papéis e aprendem sobre diferentes situações do cotidiano. Além disso, os jogos de construção, como blocos de montar, são excelentes para estimular a criatividade e a coordenação motora. Brincadeiras como esconde-esconde e pega-pega também são importantes, pois incentivam o trabalho em equipe e a socialização, permitindo que as crianças aprendam de forma divertida e colaborativa. Para Vygotsky (1997, p. 87), “Brincar é a atividade social da criança, e através dela, ela aprende a se comunicar e a interagir com os outros. A brincadeira fornece a estrutura básica para o desenvolvimento das habilidades necessárias para a aprendizagem escolar e a vida diária”.

ISBN: 978-65-89165-30-9

Essas atividades lúdicas não só despertam o interesse das crianças, como também facilitam a compreensão de conceitos mais abstratos. Jogos de tabuleiro, por exemplo, podem ser utilizados para ensinar noções de matemática, como contar e somar, além de desenvolver o raciocínio lógico. Da mesma forma, brincadeiras com músicas e rimas ajudam a estimular a linguagem, ampliando o vocabulário e melhorando a capacidade de comunicação dos pequenos.

Outro ponto importante é que o lúdico promove a autonomia da criança. Ao participar de jogos e brincadeiras, ela aprende a tomar decisões, resolver problemas e lidar com diferentes emoções, como a frustração de uma derrota ou a alegria de uma vitória. Isso contribui para o desenvolvimento da autoconfiança e da resiliência, habilidades essenciais para o sucesso em outras áreas da vida, tanto na escola quanto fora dela. Na concepção de Montessori (2007, p. 14), "A criança é uma mente absorvente, uma mente que cria, que se desenvolve e que se educa sob a influência do ambiente, de maneira totalmente independente".

Além disso, a utilização do lúdico na educação infantil favorece uma aprendizagem mais ativa e significativa. Ao interagir com jogos e brincadeiras, a criança se torna protagonista do seu aprendizado, experimentando, descobrindo e resolvendo desafios de forma autônoma. Esse tipo de experiência permite que ela construa o conhecimento com mais segurança, compreendendo conceitos de maneira concreta e aplicável em diferentes situações do dia a dia.

Por outro lado, o lúdico também oferece um ambiente seguro para o desenvolvimento de competências emocionais. Nas brincadeiras, as crianças aprendem a lidar com sentimentos como frustração, empatia e cooperação, o que contribui para o seu crescimento emocional. Ao serem desafiadas a pensar de forma criativa e a trabalhar em conjunto, elas desenvolvem habilidades sociais e aprendem a conviver melhor com os outros, algo fundamental para sua formação integral. Piaget (1976, p. 24) menciona:

> O jogo simbólico é, portanto, uma forma de atividade que permite à criança ir além das situações imediatas, representando experiências passadas e projetando-se em situações futuras... Ele é a verdadeira 'linguagem' da criança, a expressão de suas ideias e uma fonte de desenvolvimento intelectual.

Essas experiências lúdicas, quando bem orientadas, também estimulam a curiosidade e a capacidade de investigação da criança. Ao explorar diferentes tipos de jogos e brincadeiras, ela se sente incentivada a fazer perguntas, testar hipóteses e encontrar soluções, o que

ISBN: 978-65-89165-30-9

desenvolve seu pensamento crítico desde cedo. Esse tipo de abordagem permite que a criança associe a aprendizagem a algo positivo e prazeroso, favorecendo uma relação mais saudável com o processo educativo ao longo da sua vida escolar.

Além disso, é importante destacar o papel do educador nesse contexto. Ele deve ser o facilitador dessas atividades, criando um ambiente de aprendizado que promova o desenvolvimento integral da criança. Ao planejar brincadeiras que despertem o interesse dos alunos, o educador garante que o lúdico esteja sempre presente de forma intencional, contribuindo não só para a aquisição de conhecimentos acadêmicos, mas também para a formação de cidadãos mais conscientes, criativos e colaborativos. Piaget (1976) adita que "O jogo simbólico é uma forma de assimilação que não apenas reflete a realidade, mas também a transforma e reconstrói... Ele é uma maneira de expressar e de elaborar o pensamento".

O lúdico é uma ferramenta poderosa no processo de aprendizagem infantil, permitindo que a criança desenvolva competências cognitivas, emocionais e sociais de forma natural e prazerosa. Através de brincadeiras e jogos bem orientados, ela explora o mundo ao seu redor, experimenta novas ideias e consolida conceitos essenciais para seu desenvolvimento. Cabe ao educador integrar essas atividades de maneira estratégica no dia a dia escolar, garantindo que o aprendizado seja sempre significativo e adaptado às necessidades da criança. Dessa forma, o lúdico se torna não apenas um momento de diversão, mas uma parte fundamental do crescimento e da formação integral dos pequenos.

2.3 Os principais métodos de ludicidade na educação infantil

Na educação infantil, a ludicidade é um componente crucial no processo de alfabetização. Professores frequentemente recorrem a métodos lúdicos para ensinar as crianças a ler e escrever, entendendo que o brincar é uma linguagem natural da infância e um meio eficaz de aprendizagem. Entre os principais métodos de ludicidade na alfabetização, estão as histórias infantis, que capturam a imaginação das crianças e as incentivam a conhecer novas palavras e construções frasais. Além disso, jogos de alfabetização, que podem incluir caça-palavras e jogos de tabuleiro, promovem o reconhecimento de letras e a formação de palavras de maneira divertida e interativa. Essas abordagens lúdicas são fundamentais para criar um ambiente de aprendizagem motivador e eficiente, onde as crianças se engajam ativamente no processo de alfabetização.

Método lúdico de grande importância na alfabetização é a utilização de rimas e trava-línguas, que ajudam a desenvolver a consciência fonológica e a compreensão da estrutura da

ISBN: 978-65-89165-30-9

língua. Ao brincar com sons e palavras, as crianças aprendem a isolar e manipular fonemas, o que é uma habilidade crucial para a compreensão do princípio alfabético. Ademais, atividades de colagem e desenho associadas ao aprendizado de palavras e frases reforçam a associação entre o concreto e o abstrato, ajudando a fixar o conhecimento de maneira mais efetiva.

Segundo Piaget (1976, p. 35),

> A ludicidade é a alma da infância, e na educação infantil, ela é a chave que abre as portas para a alfabetização. O ensino através dos jogos pedagógicos e brincadeiras facilita a aprendizagem das crianças, sendo possível mencionar que do ponto de vista didático as atividades lúdicas possibilitam que as crianças se desenvolva.

Jean Piaget, um dos principais teóricos do desenvolvimento cognitivo infantil, apoiava a ideia de que a aprendizagem é um processo ativo e que as crianças constroem conhecimento através de interação com o mundo ao seu redor. Em sua teoria, Piaget destacou a importância de atividades que desafiam as crianças a pensar e explorar, fundamentando assim a ludicidade na educação. Para ele, os jogos e brincadeiras são estratégias essenciais para o desenvolvimento intelectual e social das crianças, pois promovem a experimentação, a descoberta e a resolução de problemas.

Diante da realidade na qual o que predomina é a industrialização, muitos estudiosos apontam que os setores produtivos estão disponibilizando brinquedos na área educacional, dando maior destaque para tais produtos. Brincar não significa perda de tempo como também não é uma forma de preenchimento de tempo, mas uma maneira de se colocar a criança de frente com o objeto, muito embora nem sempre a brincadeira envolva um objeto. Até porque o brinquedo possibilita o desenvolvimento total da criança, já que ela se envolve afetivamente no seu convívio social. A brincadeira faz parte do mundo da criança. É nesse momento que ela experimenta, organiza-se, regula-se, constrói normas para si e para o grupo. Desse modo, o brincar é uma das formas de linguagem que a criança usa para entender e interagir consigo mesma e com os outros e o próprio mundo.

Na perspectiva do pesquisador supracitado, os educadores devem proporcionar um ambiente rico em estímulos e oportunidades de aprendizagem que sejam adequadas ao estágio de desenvolvimento da criança. Ele argumentava que, através de atividades lúdicas, as crianças podem internalizar conceitos e procedimentos, além de aprender a se engajar em comportamentos sociais e a respeitar regras e limites. Portanto, a ludicidade na alfabetização, quando bem estruturada e intencional, é uma poderosa ferramenta para promover o

ISBN: 978-65-89165-30-9

crescimento cognitivo e social das crianças, alinhando-se perfeitamente aos princípios pedagógicos de Jean Piaget.

Piaget (1976, p. 15) pontua: “A aprendizagem é ação, e através da interação com o mundo, as crianças constroem não apenas conhecimento, mas também o fundamento de sua sociabilidade”. Também enfatizou a importância do brincar como uma forma de autoexpressão e exploração do mundo físico e social. Segundo ele, as crianças aprendem a se conhecer e a entender o ambiente por meio de atividades lúdicas, que permitem a elas experimentar papéis, fazer escolhas e tomar iniciativas.

O brinquedo pode tornar-se uma chance ou oportunidade de desenvolvimento cognitivo, pelo qual as brincadeiras terminam descobrindo, inventando e aprendendo através das suas habilidades mesmo sendo criança. A partir disto, a brincadeira é como uma atividade social específica, ou seja, ela é fundamental na interação e construção de conhecimentos da realidade das crianças e a mesma faz com que se estabeleça um vínculo com a função pedagógica da pré-escola.

As brincadeiras se constituem como lazer e ensinamento para a própria criança, porque é justamente por meio delas que as crianças podem discernir situações, resolvê-las e aprender ao mesmo tempo. Portanto, a brincadeira sempre aparece de forma educativa e organizada, pois existe para a criança que brinca certas decisões a tomar e, com o companheirismo, ela aprende a conviver em grupo, compreende o mundo que vive, construindo e compartilhando significados, assim como motivação atitudes para sua sociabilidade e autonomia.

Nesse sentido, jogos, brinquedos e brincadeiras não são apenas um entretenimento, mas uma atividade que possibilita a aprendizagem de várias habilidades e, portanto, é com esse desenvolvimento prazeroso da criança que o educador deverá interagir com o lúdico, concretizando os jogos, brinquedos e brincadeiras não apenas como recursos pedagógicos decorrente dos diversos níveis do conhecimento. Muitos estudiosos ressaltam a importância das atividades lúdicas na infância, observam o brincar como estímulo ao desenvolvimento cognitivo e social desta. O brincar social vai refletindo o grau em que a criança interage umas com as outras, e o brincar cognitivo mostra o desenvolvimento mental da criança, mas, para que isso aconteça, a criança precisa de experiência concreta, motivações, desafios e situações-problema, como o desenvolvimento da linguagem oral.

Na alfabetização, isso significa que jogos e brincadeiras que envolvem a criação de narrativas, o faz de conta e a representação de diferentes personagens são fundamentais para o desenvolvimento da linguagem e da identidade pessoal.

ISBN: 978-65-89165-30-9

Para aplicar os princípios de Piaget na alfabetização, os educadores devem proporcionar um ambiente que estimule a curiosidade e a exploração. Isso inclui a criação de espaços de aprendizagem onde as crianças possam manipular objetos, interagir com diferentes texturas e formas, e participar de jogos que desafiam sua compreensão da língua. Além disso, atividades que promovam a colaboração e a comunicação entre as crianças, como jogos de grupo e atividades em duplas, são essenciais para o desenvolvimento social e cognitivo, reforçando a teoria construtivista de Piaget, que defende a ideia de que o conhecimento é construído social e interativamente. Piaget (1976, p. 91) complementa: "No brincar, a criança encontra a liberdade para explorar, expressar e entender a si mesma e o mundo, construindo conhecimento e identidade de forma dinâmica e criativa".

Ao integrar as ideias de Jean Piaget na prática de alfabetização, os educadores reconhecem a importância de respeitar os estágios de desenvolvimento cognitivo das crianças. Piaget estabeleceu que a aprendizagem ocorre através de assimilação e acomodação, e os jogos e brincadeiras lúdicas são fundamentais para esses processos. Na educação infantil, isso se traduz em atividades que não apenas ensinam as letras e sons, mas também promovem o desenvolvimento de habilidades de pensamento e a capacidade de relacionar ideias novas com conhecimentos prévios.

À medida que a criança vai se desenvolvendo fisicamente, as brincadeiras vão tomando dimensão mais socializadora, os participantes se encontram, numa atividade comum e ao mesmo aprendem a coexistência, contudo lhes possibilita aprender, como lhe dar com respeito mútuo, bem como partilhar brinquedos, dividir tarefas e tudo aquilo que implica uma tarefa coletiva no seu dia. Além disso, acreditamos que é brincando que a criança começa a se relacionar com as pessoas, que ela descobre o mundo, se desenvolve com o que ela aprendeu, a criança desenvolve com mais saúde, elimina o estresse, aumenta a criatividade e a sensibilidade, estimula a sociabilidade. Brincar é um dos alimentos mais importantes da infância. Brincar é a atividade que permite que a criança desenvolva, desde os primeiros anos de vida, todo o potencial que tem. Por fim, acredita-se que é a brincadeira que faz a criança ser criança.

Os educadores que seguem a linha de pensamento de Piaget entendem que é crucial oferecer oportunidades para que as crianças explorem e experimentem com diferentes materiais e situações. A ludicidade, nesse contexto, não é apenas uma forma de entretenimento, mas um meio de estimular a mente infantil e prepará-la para a aprendizagem formal. Atividades como contação de histórias, teatro de fantoches e jogos de alfabetização

ISBN: 978-65-89165-30-9

são estrategicamente planejadas para desafiar as crianças a pensar, criar e aprender de maneira significativa.

Piaget (1976, p. 92) dispõe que "A alfabetização é um processo de descoberta e construção do conhecimento, onde o respeito aos estágios de desenvolvimento cognitivo e a oferta de experiências lúdicas e desafiadoras são a base para a assimilação e acomodação de novos saberes".

A ludicidade na alfabetização da educação infantil é um método que se mostra coeso e coerente, alinhando as necessidades de desenvolvimento das crianças com as práticas pedagógicas eficazes. Ao final desse ciclo, as crianças não apenas dominam a leitura e a escrita, mas também desenvolvem um vínculo afetivo com os livros e com a literatura, o que é essencial para a formação de futuros leitores autônomos e pensadores críticos. A ludicidade, como pilar central dessa abordagem, cria um ambiente de aprendizagem envolvente e motivador, onde a curiosidade e a criatividade são estimuladas, e as crianças são encorajadas a explorar, experimentar e conhecer o mundo de maneira divertida e significativa.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo teve como intenção demonstrar como a ludicidade conseue dar alcance a um novo processo de ensino e aprendizagem dos educando, com a presença da interação entre educando e professor é possível interagir mais com o processo do saber, existem diversas metodologias de ensino que conseguem ser adaptativas, modernas e lúdicas ao mesmo tempo, basta que o professor tenha prática para lidar com o educar, apoiando-se sempre em um material pedagógico que consiga alcançar o ato de estudar como algo prazeroso.

Considerando a ludicidade na educação infantil, este estudo tencionou oferecer várias contribuições significativas para o campo educacional. Primeiramente, a integração de atividades lúdicas pode melhorar a motivação e o engajamento dos alunos, tornando a aprendizagem mais atrativa e eficaz. Em segundo lugar, os usos de métodos lúdicos ajudam no desenvolvimento de habilidades socioemocionais, como a empatia e a cooperação, fundamentais para a formação integral das crianças. Além disso, a ludicidade favorece a criatividade e a resolução de problemas, preparando os alunos para enfrentar desafios futuros com maior flexibilidade e inovação. É importante que o educador insira o brincar em um projeto educativo, com objetivos e metodologia definidos, o que supõe ter consciência da importância de sua ação em relação ao desenvolvimento e à aprendizagem das crianças. Ressalta-se que a aprendizagem é o mais frequente motivo pelo qual o jogo é considerado

ISBN: 978-65-89165-30-9

importante para a educação, em que o brincar se torna realmente significante com a ajuda dos seus educadores, que devem seguir o seu papel de auxiliadores nesse processo. Por fim, um ambiente educativo que valorize o brincar promove o bem-estar emocional dos estudantes, criando um espaço seguro e estimulante para a expressão e o crescimento pessoal.

Para futuros trabalhos voltados à ludicidade na educação infantil, recomenda-se investigar a eficácia de diferentes estratégias lúdicas específicas para essa faixa etária, avaliando quais métodos são mais eficazes para promoverem o desenvolvimento cognitivo e emocional das crianças. Também seria útil explorar a integração da ludicidade em diferentes contextos e tipos de instituições de educação infantil, como creches e pré-escolas. Outra sugestão é analisar o impacto da formação contínua de educadores na aplicação de práticas lúdicas, verificando como a capacitação pode influenciar a qualidade das atividades lúdicas oferecidas. Além disso, estudos longitudinais podem ser realizados para observar os efeitos a longo prazo das práticas lúdicas na formação integral das crianças ao longo de sua trajetória na educação infantil.

Na pesquisa, foi possível avaliar que o comportamento do próprio educador na relação com o processo de ludicidade, visto que o mesmo depende de uma série de fatores externos que o movimente em relação a adoção de um novo modelo ou metodologia de aula, é notório perceber que as crianças o quanto antes estão tendo acesso a tecnologia, percebe-se então que o ideal, não é a escolar tirar o celular ou o tablete do aluno, mas, sim utiliza-lo a favor da educação, com a adoção de novas práticas pedagógicas que irão fazer com que o aluno interaja mais com o conteúdo ministrado.

Por fim, resta dizer que o lúdico permite novas maneiras de a criança se desenvolver, associado a fatores como: capacitação dos profissionais envolvidos, infraestrutura, pode-se obter uma educação de qualidade, capaz de ir ao encontro dos interesses essências à criança, pois as atividades lúdicas não são somatórias, mas sim fazem parte do processo de aprendizagem.

REFERÊNCIAS

FREIRE, Paulo. **Educação e mudança.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

FREIRE, Paulo. **Educação como prática de liberdade.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1965.

FRIEDMANN, Adriana. **Brincar**: crescer e aprender - o resgate do jogo, da brincadeira e da fantasia na educação. São Paulo: Moderna, 1996.

ISBN: 978-65-89165-30-9

KISHIMOTO, T. M. **Jogo, brinquedo, brincadeira e a educação.** São Paulo: Cortez, 2003.

OLIVEIRA, R.; CARVALHO, E. A ludicidade como meio para o desenvolvimento cognitivo infantil: contribuições de Piaget. **Educação Infantil em Foco**, v. 17, n. 3, p. 156-170, 2019.

PIAGET, J. **Fazer e compreender.** Tradução de Cristina L. de P. Leite. São Paulo: Melhoramentos; EDUSP, 1978. 186p.

PIAGET, J. O Direito à Educação no Mundo Atual. *In*: PIAGET, J. **Para onde vai a educação**? Tradução de Ivette Braga. Rio de Janeiro: José Olympio, 1976.

SANTOS, Edimara Meurer. **A ludicidade na educação infantil:** jogos e brincadeiras na educação escolar. Curitiba: Inter Saberes, 2017.

VYGOTSKY, Levi. **Aprendizado e desenvolvimento:** um processo sócio-histórico. 7. ed. São Paulo: Scipione, 1997.

ISBN: 978-65-89165-30-9

BIODADOS

Aline de Campos Costa Alves
Bacharel em Ciências Contábeis da Faculdade Alfredo Nasser.
E-mail: contatoalinecampos@gmail.com.

Analupe Bheatriz Carneiro
Doutoranda em Ciências da Religião - PUC-GO (2023). Mestrado em Ciências da Religião - PUC-MG (2011). Especialização em Língua Portuguesa e Literatura Brasileira - UEG (2006) e em Filosofia - PUC-MG (2007). Graduação em Pedagogia - UEMG (2001); e, em Filosofia - Claretiano Centro Universitário. Professora efetiva da rede Municipal de Pontalina - GO. Experiência no Ensino Fundamental I e II. Atuação no Ensino Médio: Filosofia. Colégio Integração - Pontalina GO. Professora da Faculdade Alfredo Nasser de Pontalina GO. Áreas de atuação no Ensino Superior: Filosofia da Educação, História da Educação, Sociologia da Educação, Psicologia da Educação, Arte e Educação, Organização do trabalho pedagógico, Currículo, Políticas públicas educacionais.

Anderson Costa dos Santos
Bacharel em Ciências Contábeis pela Faculdade Alfredo Nasser.

Andressa Souza da Silva Amorim
Bacharel em Ciências Contábeis pela Faculdade Alfredo Nasser.
E-mail: amorimandressa109@gmail.com.

Antonio Henrique Rosa
Mestre em Educação pela Faculdade de Inhumas - GO (FacMais, 2023); Especialista em História Contemporânea pelo Centro Universitário do Cerrado Patrocínio - MG (Unicerp, 2003); Licenciado em Pedagogia pelo Centro Universitário de Goiatuba - GO (UniCerrado, 2001). Em Filosofia, pelo Centro Universitário Newton Paiva - MG (NEWTON, 2011).
E-mail: antoniohenrique@unifan.edu.br
Lattes: https://lattes.cnpq.br/4714141108716425
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-9147-6455

Bruna Milene Ferreira
Possui graduação em Filosofia pela Universidade Federal de Goiás (2001) e Mestrado em Ética e Filosofia Política pela Universidade Federal de Goiás (2004). Atualmente é professora de Filosofia Geral e da Educação, Sociologia Geral e da Educação e Pesquisa Educacional no curso de Pedagogia. Coordena o Programa de Orientação de Trabalhos de Conclusão de Curso do Instituto Superior de Educação do Centro Universitário Alfredo Nasser. Tem experiência na área de Filosofia, com ênfase em Lógica, Ética, Política e Linguagem. É integrante do grupo de estudo sobre Indústria Cultural e Sociedade do Espetáculo. É editora chefe da Revista Acadêmica do ISE - UNIFAN (Educação e Cultura em Debate). Colaboradora da Revista Sociedade, Saúde e Meio Ambiente. Integrante do NDE do curso de Pedagogia. É orientadora de Trabalhos de Conclusão do Curso de Pedagogia (UNIFAN).

ISBN: 978-65-89165-30-9

Cleidiane Cardoso Araújo
Licenciada em Pedagogia pela Faculdade Alfredo Nasser.

Crist Ellen Oliveira Gomes
Bacharel em Administração pela Faculdade Alfredo Nasser.

Cristiano José Moura Marques
Doutorando em Educação. Mestre em Gestão de Cuidados da Saúde. Graduado em Enfermagem pela Universidade Federal do Piauí (2004); Curso Superior Tecnológico em Gestão Hospitalar; Bacharelado em Serviço Social; Licenciatura em Biologia e Pedagogia; Bacharelado em Administração pela UNOPAR. Experiência profissional na área de Enfermagem (Assistência, Saúde Pública e Gestão), professor de Curso Técnico de Enfermagem e professor no Curso de Bacharelado em Administração (UNIFAN). Diversas especializações entre elas estão: Saúde da Família, Saúde Pública, Docência em Ensino Superior, Enfermagem do Trabalho, Vigilância em Saúde Pública, Epidemiologia, Gestão Social, Redes e Defesas de Direitos, Administração Pública, Administração de Recursos Humanos, Docência no Ensino de Biologia e ainda tenho aperfeiçoamento em gestão de serviços de saúde e Gestão em Administração Pública.
E-mail: cristianomarx@hotmail.com.

Hudmilla de Sousa Aragão
Mestra pelo Programa de Pós-graduação em Formação de Professores e Práticas Interdisciplinares na Universidade de Pernambuco, Campus Petrolina. Especialista em Educação Especial e Inclusiva pela Faculdade Anísio Teixeira; em Docência do Ensino Superior pela Faculdade Anísio Teixeira; e, em Gestão de Pessoas e Liderança Empresarial pelo Centro Universitário Alfredo Nasser. Licenciada em Letras (Português - Inglês) pelo Centro Universitário Cidade Verde. Bacharel em Administração pelo Centro Universitário Alfredo Nasser. Coordenadora do Colégio Tropicália - Pilão Arcado. Coordenadora da Estácio EaD - Polo Pilão Arcado - BA. Docente na Faculdade Alfredo Nasser de Remanso, nos cursos de Administração, Ciências Contábeis e Pedagogia. Docente no Colégio Municipal Ruy Barbosa - Remanso.

Katielly Siqueira da Silva
Licenciada em Pedagogia pela Faculdade Alfredo Nasser.

Laressa Alves dos Santos
Licenciada em Pedagogia pela Faculdade Alfredo Nasser.

Luiz Miguel Picelli Sanches
Mestrado (2006) e Doutorado em Enfermagem (2013) pela Universidade Estadual de Campinas, com período sanduíche na *School of Nursing - University of Michigan*, com apoio da CAPES. Pós-graduação *lato sensu* em Cuidados Intensivos pela Universidade Estadual de Campinas (2000) e Informática em Saúde pela Universidade Federal de São Paulo (2017). Bacharel em Enfermagem pela Universidade Estadual de Maringá (1999). Atualmente, é Professor Associado da Universidade Federal de Pernambuco para o curso de Enfermagem no Centro Acadêmico de Vitória, nas disciplinas de Semiologia e Semiotécnica, Enfermagem em Unidades Complexas e Informática em Saúde. Atua como orientador Capstone no Programa

ISBN: 978-65-89165-30-9

de Mestrado em *Health Management* pela *Must University* (Florida/USA). Licenciado como *Registered Nurse pelo Board of Nursing* (Montana/USA), Alberta e Ontário (Canadá). Coordenador do Contêiner Saúde - um laboratório de ideias e inovações/UFPE. Tem experiência na área de Enfermagem Fundamental com ênfase no laboratório de simulaçção clínica, Enfermagem em Unidade de Terapia Intensiva e seus processos educativos da força de trabalho, e também em Informática aplicada à Saúde, no planejamento e aplicação de novas tecnologias, além dos processos de usabilidade aplicados à softwares em saúde..

Luís Felipe Felix da Silva Xavier
Bacharel em Ciências Contábeis da Faculdade Alfredo Nasser.
E-mail: luisfelippe.xavier@gmail.com.

Maria Luiza Viana Matos
Bacharel em Administração pela Faculdade Alfredo Nasser.

Rafaela da Silva Barbosa
Licenciada em Pedagogia pela Faculdade Alfredo Nasser.

Vitória Evangelista Gonçalves
Bacharel em Administração pela Faculdade Alfredo Nasser.

ISBN: 978-65-89165-30-9