

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA**  
**ESCOLA TÉCNICA IRMÃ AGOSTINA - CLASSE DESCENTRALIZADA**  
**CEU VILA RUBI CURSO**  
**TÉCNICO EM SECRETARIADO**

**COMUNICA AÍ**

**SÃO PAULO**

**2021**

**Barbara Nunes**

**Barbara Silva**

**Camille Dantas**

**Carine Barros**

**Débora Teixeira**

**Elis Ribeiro**

**Isabelle Benecke**

**Joesia Silva**

**Kelly Alves**

**Luma Ferreira**

**Raquel Araújo**

**Sabrina Dias**

**Sara Santana**

**Silaine Da Silva**

**Thawane Barbosa**

## **COMUNICA AÍ**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado como requisito da disciplina  
Desenvolvimento de Trabalho de Conclusão  
de Curso para o Curso Técnico em  
Secretariado

Professor Orientador

Prof. Paulo Henrique dos Santos

**São Paulo**

**2021**

## **DEDICATÓRIA**

Dedicamos especialmente ao nosso Professor Paulo Henrique, pela dedicação, atenção e extremo cuidado na forma como nos orientou. E aos nossos familiares e amigos, que nos incentivaram e apoiaram.

## **AGRADECIMENTO**

Agradecemos primeiramente a Deus, pois sem a Sua força não seríamos capazes de alcançarmos a conclusão deste trabalho.

Nossos agradecimentos a esta instituição por ter nos proporcionado a estrutura necessária para que pudéssemos crescer academicamente e profissionalmente.

Toda a nossa gratidão ao corpo docente e, em especial, ao nosso orientador Paulo Henrique, por todo incentivo e apoio tão importante. Sem sua ajuda e ensino nada disso seria possível.

Às nossas famílias e amigos, por serem nosso pilar, estarem ao nosso lado e nos fazerem acreditar que tínhamos a força e as ferramentas necessárias para finalizarmos este trabalho.

E, por fim, agradecemos todas as pessoas que, de alguma forma, foram essenciais para que alcançássemos este objetivo com o qual sempre sonhamos.

## EPÍGRAFE

*“É muito melhor lançar-se em busca de conquistas grandiosas, mesmo expondo-se ao fracasso, do que alinhar-se com os pobres de espírito, que nem gozam muito nem sofrem muito, porque vivem numa penumbra cinzenta, onde não conhecem nem vitória, nem derrota.”*

**Theodore Roosevelt**

## **RESUMO**

Este trabalho intitulado a Comunicação tem como objetivo encontrar formas de melhorá-la em qualquer ambiente de convivência mostrando não só a importância da comunicação corporativa, estudantil e pessoal, mas casos de empresas e escolas que não utilizavam a comunicação ao seu favor e obtiveram falência. Sabendo que a falta de comunicação pode gerar muitos ruídos na transmissão da informação desenvolvemos projetos e eventos que estimulassem a interação entre alunos e professores da instituição ETEC IRMÃ AGOSTINA e CEU VILA RUBI, além de auxiliar na vida pessoal e profissional dos alunos.

Por tanto ao se tratar de um assunto tão importante, a comunicação foi abordada durante este trabalho, mostrando a sua importância, processo evolutivo, seus problemas e soluções, além de ter sido tem estruturado para a compreensão de todos ao entendê-la e usa lá com clareza e objetivo.

## **ABSTRACT**

This work entitled Communication aims to find ways to improve it in any living environment, showing not only the importance of corporate, student and personal communication, but courses from companies and schools that did not use communication in their favor and died. Knowing that the lack of communication can generate a lot of noise in the transmission of information, we developed projects and events that stimulated interaction between students and professors at the institution ETEC IRMÃ AGOSTINA and CEU VILA RUBI, in addition to helping in personal and professional.

Because it is such an important issue, communication was addressed during this work, showing its evolutionary process, its problems and solutions, in addition to having been structured for the understanding of everyone to understand and use it clearly and objective.

Figura 1 - Qual o seu gênero?.....	14
Figura 2 - Qual a sua faixa etária? .....	15
Figura 3 - Se for do Extensão CEU Vila Rubi, qual curso? .....	15
Figura 4 - Se for da ETEC Irmã Agostina, qual curso? .....	15
Figura 5 - Com qual frequência você abre as suas redes sociais? .....	16
Figura 6 - Você gostaria de participar de quais eventos? .....	16
Figura 7 - Você ouviu Podcasts? .....	17
Figura 8 - O que você acha de receber uma mensagem no seu aniversário? .....	33
Figura 9 - Você nos autoriza a encaminhar essa mensagem para o seu e-mail? .....	33
Figura 10 - Você tem Instagram? Então deixa seu user aqui 😊 .....	34
Figura 11 - Comprovante de envio de felicitações .....	35
Figura 12 - Print do e-mail enviado .....	36
Figura 13 - Cartaz de parabenização masculina .....	37
Figura 14 – Cartaz de parabenização feminino .....	38
Figura 15 - Cartaz enviado vide e-mail.....	38
Figura 16 - Velhos ou jovens?.....	39
Figura 17 - Print 1.....	41
Figura 18 - Print 2.....	41
Figura 19- Print 3.....	42
Figura 20 - Print 4.....	42
Figura 21 - Você participaria de uma dinâmica como essa novamente? .....	43
Figura 22 - Na sua opinião a dinâmica foi bem desenvolvida? .....	43
Figura 23 - Qual sua nota de avaliação?.....	44
Figura 24 - Nível de satisfação.....	47
Figura 25 - Você sentiu que suas dúvidas foram sanadas? .....	48
Figura 26 - Você indicaria esse evento para alguém? .....	48
Figura 27 - Se você for aluno da ETEC. Qual sua unidade?.....	48
Figura 28 - Qual o seu curso? .....	49
Figura 29 - Caixa de cupcake como agradecimento. ....	50
Figura 30 - Template principal.....	51
Figura 31 - Maquiagem usada para o 1º vídeo .....	52
Figura 32 - Maquiagem usada para o 2º vídeo .....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
Figura 33 - Maquiagem usada para o 3º vídeo .....	53
Figura 34 - Print do evento 1 .....	55
Figura 35 - Print do evento 2.....	56
Figura 36 - 1º Anísio, 2º Laryssa, 3º Priscila Muriely.....	56
Figura 37 - 1º Cosma, 2º Priscila Muriely, 3º Laryssa .....	57
Figura 38 - Comprovante de pagamento 1 .....	57
Figura 39 - Comprovante de pagamento 2.....	58
Figura 40 - Comprovante de pagamento 3.....	58
Figura 41 - Comprovante de pagamento 4.....	59
Figura 42 - Comprovante de pagamento 5.....	60
Figura 43 - Comprovante de pagamento 6.....	61
Figura 44 - Nível de satisfação.....	62
Figura 45 - Você indicaria esse evento para alguém? .....	62
Figura 46 - Você participaria desse evento novamente? .....	62



Figura 47 - Qual seu curso? .....63

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	10
2. DESCRIÇÃO DO PROJETO .....	11
3. PROBLEMATIZAÇÃO .....	12
4. JUSTIFICATIVA.....	13
5. PESQUISA COM O PÚBLICO ÁLVO .....	14
6. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA .....	18
6.1. COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA.....	18
6.1.1. Torquato (2002, p. 304) .....	19
6.2. PLANEJAMENTO, TEMPO E PROCESSO .....	19
6.3. FALHA NA COMUNICAÇÃO .....	19
6.4. CASOS DE EMPRESAS QUE UTILIZAM A COMUNICAÇÃO PARA MELHORAR SEUS RESULTADOS.....	20
6.4.1. Best Buy .....	20
6.4.2. Citibank.....	20
6.4.3. Portobello .....	20
6.5. TRÊS PERGUNTAS SIMPLES.....	22
6.6. RELACIONAMENTO ESCOLA/ALUNO.....	22
6.6.1. Como aprimorar a comunicação interna?.....	22
6.6.2. Como aperfeiçoar a comunicação externa? .....	22
6.7. HÁBITOS DE ESTUDO.....	22
6.8. EVENTOS ONLINE.....	23
6.9. FINALIZAÇÃO.....	24
6.10. PROJETOS.....	24
6.10.1. Aniversariantes do mês .....	24
6.10.2. Como? .....	25
6.10.3. Câmeras abertas .....	25
6.11. Dia da Secretaria .....	27
6.11.1. Dia das bruxas.....	28
6.11.2. Podcast Comunica aí.....	29
6.12. CRONOGRAMA .....	30
6.12.1. Câmeras abertas .....	31
6.12.2. Dia da Secretaria .....	31
6.12.3. Dia das bruxas.....	31
6.12.4. Podcast.....	31
7. ANIVERSARIANTES DO MÊS .....	32

7.1. DIVISÕES DAS INTEGRANTES.....	32
7.2. CÂMERAS ABERTAS.....	38
7.2.1. Dinâmica de personalidade .....	39
7.2.2. Dinâmica de apresentação .....	39
7.2.3. Considerações finais .....	40
7.2.4. Fotos do desenvolvimento do trabalho .....	40
7.2.5. Conclusão Câmeras abertas .....	44
7.3. Dia da secretária .....	45
7.3.1. PRÉ-EVENTO/PLANEJAMENTO.....	45
7.3.2. Objetivo do evento.....	45
7.3.3. Justificativa .....	45
7.3.4. Divulgação.....	46
7.3.5. TRANS EVENTO.....	46
7.3.6. PÓS-EVENTO .....	47
7.3.7. Resultado da pesquisa de satisfação .....	47
7.4. Dia das Bruxas/Halloween .....	50
7.4.1. PRÉ-EVENTO/Planejamento .....	50
7.4.2. Objetivo do evento.....	50
7.4.3. Justificativa .....	50
7.5. TRANS EVENTO .....	55
7.6. PÓS-EVENTO.....	55
7.7. PODCAST .....	63
7.8. INDICASHOW .....	64
7.9. Apresentação do Projeto e das TIAS .....	64
7.10. Tipos de variação.....	65
7.11. Variação diatópica (variação regional) .....	65
7.12. CURIOSIDADE .....	66
7.13. VARIAÇÃO SOCIAL (VARIAÇÃO DIASTRÁTICA).....	66
7.13.1. Curiosidade .....	67
7.14. VARIAÇÃO DIACRÔNICA (VARIAÇÃO HISTÓRICA).....	67
7.14.1. Curiosidade .....	67
7.15. Variedades estilísticas/diafásicas/situacional.....	68
7.16. Variação Diamésica .....	68
7.17. Indicashow .....	68
7.18. Podcast Jovem Nerd.....	68

7.19.	Beyoncé - Pretty Hurts.....	69
7.20.	Instagram.....	69
7.21.	Surdos e as libras.....	69
7.22.	Língua X Linguagem.....	69
7.23.	O significado de Libras é:.....	70
7.24.	Origem das Libras.....	70
7.25.	Congresso de Milão.....	70
7.26.	Cultura Surda.....	70
7.27.	Suros e o Português.....	71
7.28.	Variação Linguística.....	71
7.29.	Variações de Surdez.....	72
7.30.	Identidade Surda.....	72
7.30.1.	Ouvintismo.....	74
7.30.2.	Diferença De Educação Inclusiva E Educação Bilíngue.....	74
7.31.	INDICASHOW.....	75
7.31.1.	SÉRIE.....	75
7.31.2.	INSTAGRAM.....	75
7.31.3.	YOUTUBE.....	75
7.31.4.	CURSOS.....	76
7.31.5.	FILME.....	76
7.32.	SÉRIE.....	77
7.33.	LIVRO.....	79
7.33.1.	Cidade Do Sol - Khaled Hosseini.....	79
7.33.2.	Príncipe Cruel (Trilogia Povo Do Ar) - HOLLY BLACK.....	79
7.33.3.	É ASSIM QUE ACABA - Colleen Hoover.....	79
7.33.4.	JOGOS VORAZES.....	80
7.33.5.	ADMIRÁVEL MUNDO NOVO.....	80
7.34.	MÚSICA.....	80
7.35.	PODCAST.....	80
7.35.1.	PODCAST AUTO PERFORMANCE.....	80
7.35.2.	CONHECIMENTO ALEATÓRIO.....	80
7.35.3.	TEMPERO DRAG.....	81
7.36.	AS CORES DE SETEMBRO.....	81
7.36.1.	Setembro amarelo.....	81
7.36.2.	Origem.....	81

7.36.3. Origem.....	82
7.36.4. Propósito .....	82
7.36.5. Câncer de intestino.....	83
7.36.6. Setembro vermelho .....	83
7.36.7. Dados .....	83
7.36.8. Campanha .....	83
7.36.9. Dia Mundial do Coração .....	84
7.36.10. Infarto agudo do miocárdio (ataque cardíaco).....	85
7.36.11. Hipertensão arterial .....	86
7.36.12. Prevenção .....	86
7.37. INDICAÇÕES DE HALLOWEEN .....	86
7.38. FILMES.....	86
7.38.1. A CASA MONSTRO .....	86
7.38.2. A MORTE TE DA PARABÉNS - DUOLOGIA .....	87
7.38.2.1. A Morte Te da Parabéns I .....	87
7.38.2.2. A Morte Te Da Parabéns II.....	87
7.39. A NOIVA CADÁVER .....	87
7.40. ANNABELLE.....	88
7.41. AS BRUXINHAS GÊMEAS.....	88
7.42. CORALINE E O MUNDO SECRETO / @_brownyx.....	88
7.43. FAMÍLIA ADAMS / @silainemariadasilva .....	89
7.44. GOOSEBUMPS - DUOLOGIA .....	89
7.44.1.1. GOOSEBUMPS - MONSTROS E ARREPIOS.....	89
7.44.1.2. GOOSEBUMPS II - HALLOWEEN ASSOMBRADO .....	89
7.45. HOCUS POCUS / @wlluw .....	90
7.46. OS FANTASMAS SE DIVERTEM.....	90
7.47. O ESTRANHO MUNDO DE JACK / @thaicrisba.....	90
7.48. INVOCAÇÃO DO MAL - TRIOLOGIA .....	91
7.48.1.1. INVOCAÇÃO I / @Hey_giovannaa .....	91
7.48.1.2. INVOCAÇÃO DO MAL II.....	91
7.48.1.3. INVOCAÇÃO DO MAL III: A ORDEM DO DEMÔNIO .....	92
7.48.2. O HALLOWEEN DO HOBBY.....	92
7.48.3. O MISTÉRIO DO RELÓGIO NA PAREDE .....	92
7.48.4. RUA DO MEDO - TRIOLOGIA .....	92
7.49. SÉRIES.....	93

7.49.1. AMERICAN HORROR STORY / @raquel_thawany.....	93
7.49.2. MUNDO SOMBRIO DE SABRINA.....	93
7.49.3. SCREAM QUEENS .....	93
7.49.4. BATES MOTEL.....	93
7.50. MÚSICAS.....	94
7.51. PODCAST.....	94
7.51.1. QUINTA MISTERIOSA .....	94
7.51.2. LA QUINTA PARED .....	94
7.51.3. CLUBE DO TERROR .....	94
7.51.4. OBSCURO: HISTÓRIAS DE TERROR .....	94
7.52. YOUTUBE.....	95
7.53. SAÚDE MENTAL - ROTEIRO.....	95
7.53.1. INTRODUÇÃO.....	95
7.53.2. ABERTURA .....	95
7.54. FINALIZAÇÃO .....	97
8. O FUTURO DA PROFISSÃO .....	98
9. CONCLUSÃO .....	99
10. BIBLIOGRAFIA.....	101

## **1. INTRODUÇÃO**

A comunicação é um processo evolutivo dos seres humanos. Criamos e ensinamos outros e assim nascem diversas formas de comunicação: verbal, auditiva, visual, siglas, palavras e por sinais. Desenvolvemos a comunicação para entender as ações e reações de cada indivíduo.

Mas nada é perfeito, principalmente na comunicação. Cada ser humano é único em corpo, pensamentos e mente, portando em uma mesma fala pode haver diversas interpretações. Cada um compreende visando seu próprio “benefício”, ocasionando ruídos e falhas na comunicação.

O objetivo central do trabalho é a comunicação; qual a importância dela, o que é considerado prejudicial para que ela aconteça de forma clara e objetiva; qual seria forma correta de se comunicar no âmbito profissional.

Para colocar isso em prática teremos duas equipes (divididas entre: Comunicação Interna e Comunicação Externa), para planejar e executar eventos, como palestras, dinâmicas, entre outros, para melhorar a comunicação entre as turmas do CEU Vila Rubi e Irmã Agostina.

O foco principal são os estudantes, e como prepará-los para uma boa Comunicação no âmbito profissional e assim melhorar essa problemática vivida pelo mercado corporativo.

## **2. DESCRIÇÃO DO PROJETO**

O foco do trabalho são os estudantes, porém será abordado um pouco sobre os profissionais. Será falado sobre a comunicação, qual a importância dela, o que pode vir a atrapalhar, e a forma de se comunicar. Terão equipes para planejar e executar eventos, dinâmicas, comunicados, entre outros, para melhorar a comunicação entre as turmas do CEU Vila Rubi e Irmã Agostina.

Para atingir um maior público a turma será dividida em dois grupos: Comunicação interna e externa. O grupo de Comunicação interna, está responsável pela organização dos eventos, dinâmicas e na interação com os alunos. Já o Externo fará a captação de possíveis novos alunos, divulgação do curso de Secretariado e divulgação dos eventos promovido pelo Interno. O objetivo é fazer todo o processo de entrosamento das turmas de forma dinâmica e divertida, para que sejam atividades prazerosas para os alunos.

Para interagir com os alunos e divulgar os projetos, foi criado um e-mail, Instagram, Facebook e um Podcast. Todas as mídias sociais têm o mesmo nome “Comunica Aí ETEC” que é o nome do projeto.

Mesmo o foco sendo os estudantes a equipe pretende falar um pouco sobre o âmbito profissional, por exemplo, como a comunicação ou a falta dela afeta um profissional (principalmente o de secretariado) e formas de como a comunicação pode melhorar um ambiente.

É esperado que ao final do projeto os alunos do CEU Vila Rubi e Irmã Agostina estejam engajados em comunicação e prontos para fazer um bom marketing da nossa ETEC.



### **3. PROBLEMATIZAÇÃO**

A falta de comunicação tem feito muitas empresas se dissolverem, pois ou vão a falência ou acaba perdendo a credibilidade, e ao contrário do que muitos pensão, a comunicação não é somente informar ao chefe que terminou de preencher a planilha, também é cumprir com prazos, saber como e quando se posicionar em frente as dificuldades, entre outros.

O objetivo do projeto é solucionar os ruídos causados pela falta da comunicação, os problemas que eles podem causar se as pessoas não souberem como se comunicar tanto na vida pessoal quanto na profissional. Informar o público como o “telefone sem fio” pode atrapalhar e prejudicar. Conseguindo sanar esses pequenos problemas e ensinando a todos como melhorar a comunicação, acredita-se que todos irão evoluir de forma mais completa.

#### **4. JUSTIFICATIVA**

Antes de iniciar o planejamento do TCC a turma se reuniu diversas vezes para entender o que era viável e o que faria com que os alunos se lembrassem do curso de Secretariado, por isso, as idealizadoras desse projeto acreditam que ele terá êxito, pois o trabalho envolve os alunos da ETEC, e em sua maioria, estão ali para se aperfeiçoar para o mercado de trabalho, sendo assim, o projeto é uma forma de ajudar o público-alvo a melhorar e exercitar a comunicação para a vida pessoal e profissional. Buscando claro, que o público de fora e os profissionais possam ter o mesmo aproveitamento.

Como será usado as mídias sociais para a promoção dos eventos e exercer de fato a ação de se comunicar, entende-se que é uma forma quase que certa para atingir o público-alvo. Na atualidade muito jovens utilizam redes sociais, e ainda mais em tempo de pandemia, onde todo acesso a pessoas está restrito a internet.

Nosso diferencial é a promoção de eventos, palestras, dinâmicas, e tudo isso feito por alunos, tornando o conhecimento mais didático e fácil de aprender.

## 5. PESQUISA COM O PÚBLICO ALVO

Foi feito o recolhimento de dados para uso de desenvolvimento e experimentação de eventos futuros, tendo em vista o público-alvo como alunos da Sede ETEC Irmã Agostina e da Classe Decentralizada do CEU Vila Rubi. A partir dos resultados, serão demonstrados em gráficos para melhor visualização, facilitando o desenvolvimento do estudo, trazendo como objetivo promover eventos e dinâmicas no segundo semestre de 2021.

As perguntas consistem em saber mais sobre os alunos e sua opinião sobre determinadas áreas possibilitando a criação de um planejamento/projeto mais eficaz, tornando assim, maior a satisfação e o interesse nos eventos de comunicação que serão organizados pela turma de secretariado, 2º módulo.

82,4% dos alunos são do sexo feminino, e 63,5% dos alunos são de idades entre 15 e 20 anos, e de acordo com os resultados vemos que em primeiro lugar estão os alunos do curso de Administração tanto da Classe descentralizada quanto da Irmã Agostina (67,1%), em segundo temos Recursos Humanos (27,1%), terceiro Química – ETIM (14,1%), Secretariado (2,4%) em quarto, e por fim Marketing (1,2%).

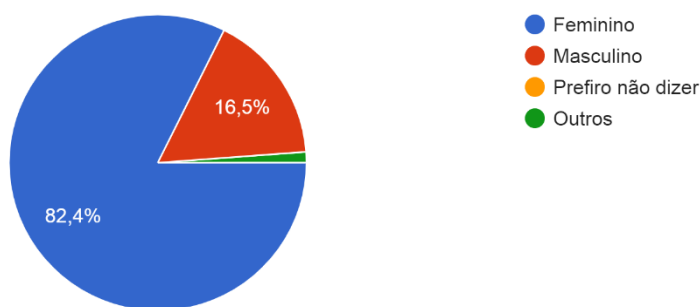


Figura 1 - Qual o seu gênero?

Fonte: Autoria própria (2021).

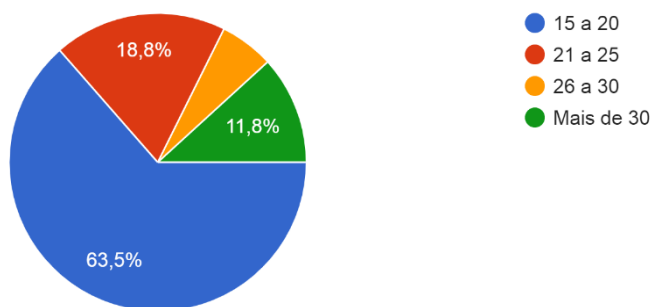


Figura 2 - Qual a sua faixa etária?

Fonte: Autoria própria (2021).

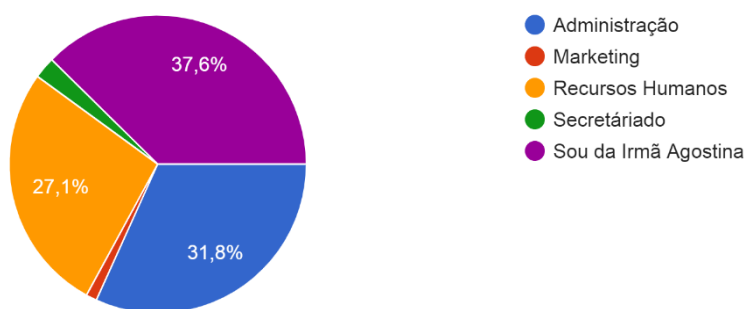


Figura 3 - Se for do Extensão CEU Vila Rubi, qual curso?

Fonte: Autoria própria (2021).

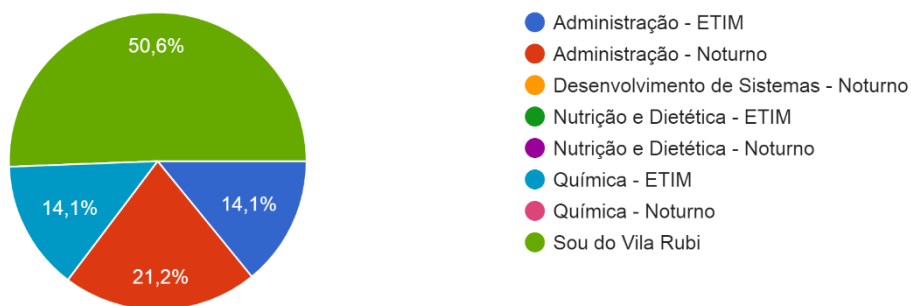


Figura 4 - Se for da ETEC Irmã Agostina, qual curso?

Fonte: Aatoria própria (2021).

Sobre o uso das redes sociais, 52,9% dos alunos ficam metade do seu tempo navegando nas redes, e isso é algo relevante já que o objetivo é usar as redes sociais como “ponto de encontro”. Os resultados também apontam que 61,7% dos alunos estão interessados em um evento com dinâmicas e 60,5% estão interessados em palestras.

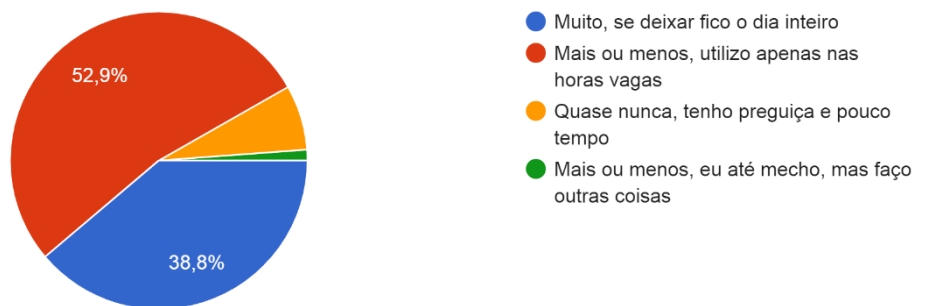


Figura 5 - Com qual frequência você abre as suas redes sociais?

Fonte: Aatoria própria (2021).

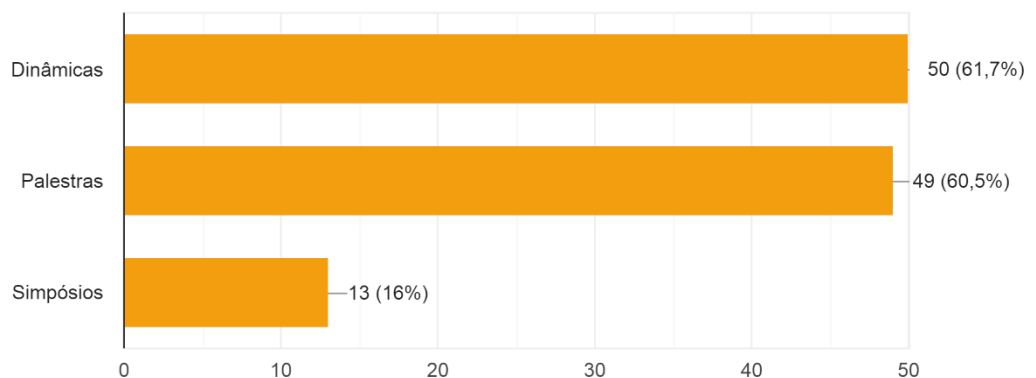
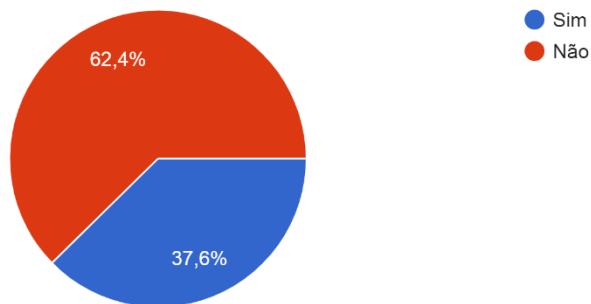


Figura 6 - Você gostaria de participar de quais eventos?

Fonte: Aatoria própria (2021).

Uma das ideias iniciais era de fazer Podcast, que serviria como uma “ponte” entre nossa equipe e os alunos, onde abordaríamos assuntos relevantes, para melhor

comunicação entre os alunos das duas instituições, porém os dados da pesquisa apontam que mais da metade do nosso público não tem o costume de ouvir podcast.



*Figura 7 - Você ouve Podcasts?*

Fonte: Autoria própria (2021).

A partir da análise das respostas tem-se mais conhecimento sobre o público-alvo, que são os alunos da ETEC Irmã Agostina e a Classe Descentralizada no CEU Vila Rubi, a fim de tornar maior a satisfação, eficácia e interesse dos alunos com as informações coletadas.

De acordo com suas respostas é necessário focar nos eventos com dinâmicas e nas palestras, assim o projeto será mais eficiente.

## **6. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

A comunicação corporativa ensina diversos pontos importante, pois ela também remete ao funcionário quanto pessoa. Sem a comunicação, sendo ela verbal, escrita, corporal ou por imagem pode ser passado uma imagem negativa, demonstrando que não sabemos nos comunicar, nos impor, resolver desafios, conflitos, darmos feedback e outros. Conforme Nassar (2008, p. 11), o trabalhador é ao mesmo tempo acionista, consumidor, formador de opinião, influencia e é influenciado, é um ser que pensa, fala, interage com o mundo, especialmente com o mundo à sua volta.

A comunicação corporativa tem um papel muito importante, pois, é através dela que a empresa mostrará ao mercado como quer ser vista, através dela será construído a imagem e identificação da marca.

### **A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO CORPORATIVA**

“(...) A Comunicação Interna é responsável por fazer circular as informações, o conhecimento, de forma vertical, ou seja, da direção para os níveis subordinados; e horizontal, entre os empregados de mesmo nível de subordinação (Quézia, 2017)”. Logo, a comunicação corporativa precisa ser trabalhada de maneira global e estratégica para ser altamente eficaz na excelência dos relacionamentos e para a gestão do negócio.

Para Andréa (2021):

Trabalhar a comunicação interna é muito mais que informar funcionários das decisões da diretoria e das novas regras que devem ser observadas para o comportamento em situações diversas. Exige sensibilidade para perceber que o diálogo não deve ser procurado apenas em emergências e que manter a credibilidade dos empregados na organização é uma atitude democrática que contribui para a harmonia a relação capital/trabalho, líder/liderado, empresa/empregado, ou como é denominado atualmente, colaborador.”

### **6.1. COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA**

A comunicação estratégica é um fator determinante para a sobrevivência e desenvolvimento de qualquer empreendimento, Lussier (2010, p. 129) descreve que uma “estratégia” é um plano para, pautando-se pela missão, atingir os objetivos. Em

razão disso, a empresa deve alinhar suas ações de comunicação ao planejamento estratégico.

Se antes a comunicação exercia uma atividade acessória, para o relacionamento com a imprensa e a divulgação de produtos e serviços, hoje assume o papel de formuladora de estratégias para a inserção de uma organização na comunidade.

#### **6.1.1. Torquato (2002, p. 304)**

A partir desse momento a Comunicação passou a ter uma função estratégica, passou a ser vista como um instrumento estratégico capaz de manter uma boa imagem diante dos diversos públicos de uma organização utilizando-se de várias ferramentas e canais, tais como publicações, propaganda, eventos, campanhas mercadológicas institucionais, enfim, diversas outros, dos quais as empresas podem investir para conquistar, fidelizar e manter clientes.

### **6.2. PLANEJAMENTO, TEMPO E PROCESSO**

A estratégia da comunicação corporativa requer o desenvolvimento de processos de comunicação e fluxos de informação, para que ao longo do tempo se disseminem e se efetivem em canais constantes.

Esse desenvolvimento, no entanto, exige planejamento: primeiro, para traçar, desenvolver e implantar o processo; e segundo, para monitorar e medir seus resultados.

Toda estratégia precisa ser programada por meio de um calendário. Tal organização cronológica deve compreender tanto o calendário em si, ou seja, quando as informações circularão, assim como a periodicidade, isto é, quantas vezes as informações serão divulgadas.

A organização em função do tempo permite que as empresas avaliem objetivamente os resultados de suas ações de comunicação, realizando um levantamento comparativo de períodos e retornos, além de poder identificar pontos que necessitem de um redirecionamento.

### **6.3. FALHA NA COMUNICAÇÃO**

Uma significativa parcela das organizações, principalmente as mais tradicionais/antigas, costumam ver a comunicação como algo supérfluo, banal, um



gasto desnecessário. E isso se reflete em alguns dados de pesquisa, como divulgado pela Social Base, software de gestão de comunicação corporativa:

35% das empresas não têm um setor responsável pela comunicação;

75% têm dificuldade em localizar as informações na empresa.

Por isso, subestimar a necessidade de melhorar os processos comunicacionais acaba sendo um erro. Na verdade, essa atitude é capaz de trazer consequências muito ruins para a organização, como boatos, retrabalhos e prejuízos financeiros.

## **6.4. CASOS DE EMPRESAS QUE UTILIZAM A COMUNICAÇÃO PARA MELHORAR SEUS RESULTADOS**

### **6.4.1. Best Buy**

A Best Buy é uma empresa multinacional de eletrônicos nos Estados Unidos, porém enfrentou uma alta rotatividade na empresa, beirando aos 60%. Para conhecer melhor os funcionários e diminuir essa estatística, criaram uma rede social interna chamada Blue Shirt Nation.

Nesta rede social, os colaboradores trocam ideias, dicas, experiências e informações entre si, sem hierarquia. Com esse case de sucesso em comunicação interna, a Best Buy reduziu a taxa de rotatividade para 12% e aumentou a produtividade e motivação dos colaboradores.

### **6.4.2. Citibank**

O Citibank é instituição financeira com mais de 200 anos em atuação, presente em 98 países, sendo 23 deles na América Latina. A empresa criou uma campanha de comunicação interna na empresa chamada “Sou Mais Citi”, em que, sem que os funcionários soubessem, fotografou os colaboradores com a mão no peito para demonstrar o afeto que sentiam pelo local de trabalho.

As fotos foram utilizadas como material publicitário para a campanha de comunicação interna, deixando os funcionários mais motivados, pois foram surpreendidos com esta ação de comunicação interna.

### **6.4.3. Portobello**

A Portobello é uma das maiores fabricantes de revestimentos cerâmicos no mundo. Para conseguir ser um case de sucesso em comunicação interna, uma de suas maiores preocupações era permitir o desenvolvimento dos colaboradores, proporcionando oportunidades reais de um plano de carreira.

Para conquistar este objetivo, criou o Programa de Desenvolvimento e Crescimento, que promove a transparência nos processos. A estratégia de comunicação escolhida foi lúdica: criou materiais em formatos de histórias em quadrinhos, cartilhas e jogos, oferecendo informação sobre a importância de se qualificar para conquistar. Tudo isso de uma forma bem leve.

Analisar cases de sucesso em comunicação interna de outras organizações é importante para o gestor entender como pode estruturar a sua própria estratégia dentro da sua empresa.

Melhorando a comunicação interna e externa nas instituições de ensino.

Em instituições de ensino a prerrogativa não muda, pois sem comunicação não há organização de processos, não há diálogo com o público, o trabalho dos colaboradores é comprometido e o relacionamento com os alunos torna-se insuficiente. Em suma, o desempenho do seu negócio está bastante associado à eficiência da sua comunicação interna e externa.

As instituições de ensino atendem os mais diversos tipos de público, o interno como colaboradores, professores e alunos, e o externo. Garantir a integração e a comunicação eficiente entre todos é um grande desafio.

A comunicação interna pode ser vista como um conjunto de estratégias e ações planejadas e realizadas com o intuito de estabelecer canais entre os profissionais que integram o ambiente educacional. Seu principal objetivo é tornar essa interação ágil, transparente e, sobretudo, eficaz. É importante dentro do ambiente escolar, pois torna o trabalho em equipe mais eficiente, interliga os diversos segmentos presentes na escola e fortalece a articulação e a parceria entre colaboradores — docentes e funcionários — e gestores. Além disso, ela atua como determinante no trabalho pedagógico dos educadores. Já que a partir dela é possível constatar as deficiências na aprendizagem de determinados alunos e elaborar novas estratégias de ensino.

## **6.5. TRÊS PERGUNTAS SIMPLES**

Elas ajudarão a definir as ferramentas e abordagens corretas da estratégia.

O quê? O que sua empresa deseja exatamente ao se comunicar? Essa pergunta serve para definir os grupos e categorias de informações que deverão ser estrategicamente trabalhadas para cada tipo de público.

Quem? Quem será o público atingido por determinadas categorias de informações de forma específica, sem que os demais sejam acionados?

Como? Definidos os públicos e as categorias de informações a serem comunicadas, é o momento de definir como essas informações serão repassadas, ou seja, por quais canais de comunicação.

## **6.6. RELACIONAMENTO ESCOLA/ALUNO**

O relacionamento precisa ser aberto, positivo e sincero. A instituição deve explicar as tomadas de decisão, como as coisas funcionam e ter uma administração transparente, demonstrando que está aberta a ouvir o que os estudantes têm a dizer. Igualmente os estudantes podem se servir do canal aberto ao diálogo para apontar com clareza e respeito não apenas os pontos de insatisfação, mas também suas sugestões. Os estudantes podem assim contribuir para otimizar o funcionamento da escola e melhorar a relação com os professores.

### **6.6.1. Como aprimorar a comunicação interna?**

- Estimule o diálogo e a interatividade
- Utilize ferramentas de comunicação corporativa
- Transmita os valores organizacionais de forma clara
- Crie pequenos eventos

### **6.6.2. Como aperfeiçoar a comunicação externa?**

- Capriche no design
- Invista em assessoria de imprensa
- Mantenha um bom relacionamento com os seus alunos

## **6.7. HÁBITOS DE ESTUDO**

Todo mundo adquire hábitos ao longo da vida, e isso não é diferente na hora dos estudos. Adquirir hábitos específicos para essa área é algo importante, com eles podemos ter melhor aproveitamento, entender a matéria.

A adaptação para novos hábitos não é algo fácil, mas só depende da força de vontade daquele que o quer. No Brasil temos vários documentos, livros e sites que disponibilizam passo a passo de como alcançar essa meta de hábitos.

Na rotina de uma estudante ou profissional de secretariado isso não é diferente, é preciso essencialmente disciplina e organização por parte desses indivíduos, sendo assim adquirir hábitos de estudo para a área, que vem se atualizando com o passar dos anos é indispensável.

Nesse momento mais do que nunca, que a maioria das pessoas está confinada em casa, é importante criar uma rotina de estudos. Um cronograma com horários disponíveis, essa pode ser a parte mais difícil, mas a principal a se começar em relação a hábitos.

A rotina, a repetição de algo, essa é a essência do assunto em questão, sem isso nada poderá ser feito.

Depois da rotina e horários, devemos separar as matérias mais importantes para serem estudadas a princípio e assim ir estudando as mais dispensáveis por último, para assim ter mais tempo de estudar aquilo que realmente importa.

Lugares com pouca perturbação e sem objetos que possam roubar sua atenção são os mais indicados para estudar, nesse caso a tecnologia pode te ajudar muito com novas informações e ferramentas, porém, podem ser um empecilho atrapalhando mais do que ajudando, tentações como notificações e redes sociais devem ser silenciadas por completo, e se mesmo assim não funcionar deixo-o em outro cômodo.

Já no campo das novas tecnologias, o pensador, atribui bastante importância à internet. A mesma, com seus jornais e/ou revistas eletrônicas, rádios on-line, funciona como o carro chefe da comunicação externa de qualquer empresa. Com o aumento do número de usuários de internet, atualmente, não é possível que uma empresa, mesmo que de médio, porte não tenha seu espaço na Web.

## **6.8. EVENTOS ONLINE**

Eventos possuem inúmeras vantagens para aquele que o desenvolve, uma empresa pode aproveitar essa ferramenta como forma de marketing, incentivar colaboradores ou até mesmo deixar sua marca e sua identidade no mercado.

Mas o mundo mudou e com os eventos não foi diferente, o novo formato de evento online por algumas vezes pode não chamar muito atenção quanto um presencial, mas ainda assim é valorizado por aqueles que se interessam pelo assunto apresentado.

Workshops, palestras e dinâmicas, estão vindo com certa força nesse nova fase que estamos vivendo, a cada dia é mais comum ver esse formato oferecido por pequenos e grandes negócios e até mesmo escolas, nesse formato remoto.

Esse formato oferece muitas vantagens, uma delas é a redução de custos, com eventos online os gastos diminuem. Desde a impressão de brindes e certificamos até a plataforma escolhida.

Outra vantagem é o maior alcance, na internet notícias e novidades chegam mais rápido a diversos tipos de pessoas além disso todos podem comparecer mesmo se não estiverem em casa.

Para realizar um evento nesse formato é necessário o mesmo empenho que o presencial necessita, sendo assim decidir data, horário e a plataforma com antecedência é essencial, assim como decidir um tema ou objetivo do evento pois assim é possível ter um conhecimento mais amplo, além de mais ideias e consequentemente um alcance maior do nosso público-alvo.

Com essa base, já podemos começar a nos preparar e assim realizar o evento desejado.

## **6.9. FINALIZAÇÃO**

A comunicação promove a harmonia para alcançar os resultados almejados. Podendo ser trabalhada e aperfeiçoada, através de dinâmicas e técnicas para conhecimento e aprimoramento de interações e crescimento da empresa.

## **6.10. PROJETOS**

### **6.10.1. Aniversariantes do mês**

**O que?**

É um projeto para promover a interação entre os alunos, fazendo com que eles se sintam importantes e lembrados em seu aniversário.

### **Por quê?**

Sabe-se o quanto os aniversários são divertidos e importantes, todos gostam de receber aquelas “mensagens” de felicitações, desta forma o aniversariante do mês pode ser tanto uma forma de interação com os alunos quanto um objetivo de tornar o dia mais importante de cada um estudante.

### **Onde?**

Pelo e-mail e as redes sociais (Facebook e Instagram).

### **Quando?**

No dia do aniversário de cada aluno serão enviados, individualmente por e-mail. Além de ser enviado no final de cada mês pelas redes sociais as mensagens de felicitações., parabenizando em geral todos os aniversariantes.

### **Quem?**

A equipe responsável pelo controle e realização dos aniversariantes do mês, é composta pelas integrantes: Camille, Raquel, Cristiane, Joesia e Gabriela Almeida.

### **6.10.2. Como?**

Será criado um formulário para que todos os alunos que quiserem participar possam inserir seu e-mail e a data de aniversário, assim, serão separados as demandas e todos os meses uma integrante do grupo será responsável em encaminhar os e-mails. E a equipe fará também divulgações nas redes sociais para todos os aniversariantes de cada mês no geral.

### **Quanto?**

Sem gastos. (Apenas o uso da internet).

### **6.10.3. Câmeras abertas**

#### **O quê?**

Evento para promover a comunicação entre os alunos da Etec Irmã Agostina – Extensão CEU vila Rubi.

**Por quê?**

Serão identificados aspectos que não são percebidos em um primeiro contato e revelar características importantes que podem ser desenvolvidas para um melhor desempenho profissional, além do crescimento pessoal.

**Onde?**

Online: Pelas plataformas da Microsoft Teams ou Google Meet.

**Quando?**

A partir de agosto. As datas serão definidas depois que o horário de aula de cada turma estiver disponível. Os professores serão notificados com antecedência para não atrapalharmos o conteúdo que está sendo desenvolvido.

**Quem?**

Barbara Silva, Barbara Nunes, Kelly Alves e Sabrina Dias direcionam as funções no projeto.

## **Como?**

A equipe entrará em contato com o professor da aula desejada para pedir permissão para entrar em determinadas aulas em cada sala para fazer um bate papo descontraído com os alunos, trazendo algumas dinâmicas envolvendo a área de Recursos Humanos, procurando desenvolver os alunos para futuras entrevistas profissionais, trazendo o conhecimento das mesmas e tornando os alunos mais familiarizados com o mundo profissional.

## **Quanto?**

Nenhum custo.

### **6.11. Dia da Secretaria**

#### **O que?**

Um evento para falar sobre a importância da comunicação nas redes sociais.

#### **Por quê?**

Desde de o início da Internet as redes sociais tem se tornado um grande ponto de encontro, e durante a pandemia do Covid-19 elas se tornaram ainda mais essenciais e presente no dia a dia das pessoas. Com esse rápido crescimento muitos ainda não conseguem se adaptar e esse meio de comunicação, por isso, o evento do Dia da Secretária, como o tema A Importância da Comunicação nas Redes Sociais, onde será debatido sobre as melhores formas de se comunicar nessas redes, seja por trabalho ou lazer.

#### **Quem?**

Contato ao palestrante: Raquel Araújo.

Palestrante: Bruno Pereira, Coordenador de Marketing.

Perguntas para o palestrante: Joesia Silva e Sabrina Dias.

Cerimonial e protocolo: Barbara Silva e Silaine da Silva.

Divulgação: Carine Barros, Luma Ferreira, Isabelle Benecke, Sara Santana e Thawane Barbosa.



Pós-evento: Kelly Alves, Luma Ferreira e Thawane Barbosa.

Apresentadoras: Thawane Barbosa e Raquel Araújo.

Suporte Trans Evento: Camille Dantas e Silaine Silva.

### **Como?**

Será feito de forma remota pelo Instagram do projeto o @comunicaaietec, pela ferramenta de Lives (ao vivo).

### **Quanto?**

Sem custos

### **Onde?**

Instagram

### **Quando?**

Dia 30 de setembro, das 19:00 às 20:30 horas, de forma remota pelo Instagram do Comunica Aí.

## **6.11.1. Dia das bruxas**

### **O que?**

Um evento para promover a interação entre os alunos em ambiente amigável e confortável.

Para que a interação dos alunos seja maior, a divulgação do evento será feita pelo Instagram do projeto, os responsáveis pela coordenação do evento estarão a caráter, já que o evento é em comemoração ao Dia das Bruxas.

### **Por quê?**

O Dia das Bruxas tem como intuito ser um dia divertido por isso, as dinâmicas têm como objetivo revelar qualidades para diferentes situações de maneira divertida.

### **Quem?**

A equipe de dia das bruxas: Luma, Camille e Sara

## **Como?**

Será feita uma dinâmica:

## **Tema: Venda de produto.**

Ela funciona da seguinte maneira: será entregue um briefing de produtos aleatórios, mas relacionados ao Dia das Bruxas. Os alunos terão que convencer o público a comprar esse produto, terão 10 minutos para montar os seus argumentos e 20 minutos para fazer essa “propaganda” obedecendo as regras do briefing.

Essa dinâmica tem como objetivo desenvolver a comunicação dos alunos com o público, fazê-los trabalhar com prazos e trabalhar a argumentação. –

## **Quanto?**

Sem gastos

## **Quando?**

O evento será no dia 23/10 (outubro), um sábado letivo

## **Onde?**

Como a data do evento cai em um dia letivo faremos pela plataforma Teams já que os alunos têm o costume em acessar essa plataforma.

## **6.11.2. Podcast Comunica aí**

### **O que?**

O podcast é um projeto para estabelecermos uma ponte de comunicação com os alunos. Um podcast para falarmos de comunicação de forma amigável em ambiente confortável.

### **Por quê?**

O podcast está se tornando um dos queridinhos na internet, então resolvemos trazê-lo para o projeto, para falarmos de comunicação como se fosse uma conversa entre amigos.

### **Quem?**

Equipe de podcast: Thawane, Luma, Elis e Isabelle

Thawane e Elis: gravações dos episódios

Isabelle: roteiros e pauta

Luma: edição

### **Como?**

Será feito de forma remota e divulgando episódios pelo Instagram do projeto. Com o primeiro episódio de 10m de duração apresentando o podcast, os outros episódios terão 30 a 40m de duração podendo ter convidados.

### **Quanto?**

Sem custos

### **Onde?**

Pela plataforma de áudio Anchor by Spotify.

### **Quando?**

Serão episódios semanais.

A comunicação externa tem um papel muito importante, pois é através dela que faremos toda a divulgação do nosso projeto. Assim que colhermos todos os dados necessários para criação dos eventos, conquistando o público, sabendo das expectativas deles, teremos a definição de público-alvo, faremos a divulgação e quando o Feedback desses públicos estiverem nítidos, faremos também a divulgação dos projetos e dos eventos e, com isso, evitaremos erros e alcançaremos o nosso objetivo e a tão esperada comunicação e traremos mais públicos para a instituição.

## **6.12. CRONOGRAMA**

Para melhor desenvolvimento do projeto foi criado um cronograma de planejamento dos eventos e um plano de divulgação.

Aniversariantes do mês

Início do planejamento será sempre com 15 dias de antecedência, e como o início do evento é todo dia 1º do mês subsequente, o planejamento iniciará no dia 15 do mês que antecede o evento.

#### **6.12.1. Câmeras abertas**

O planejamento será iniciado no mês de julho. Como o planejamento já estará pronto quando as aulas retornarem será feita a revisão com uma semana de antecedência de cada evento.

#### **6.12.2. Dia da Secretaria**

O planejamento do evento será iniciado com dois meses de antecedência. Como é necessário envolver a gestão do CEU Vila Rubi, o planejamento será iniciado a tempo de comunicar as devidas partes.

#### **6.12.3. Dia das bruxas**

O planejamento do evento será iniciado com dois meses de antecedência. Como será feito em um sábado letivo, é necessário envolver a gestão do CEU Vila Rubi, por isso, o planejamento será iniciado a tempo de comunicar as devidas partes.

#### **6.12.4. Podcast**

Início do planejamento dia será 15 de junho. A equipe pretende iniciar as gravações antes do início do segundo semestre.

## **7. ANIVERSARIANTES DO MÊS**

O Evento Aniversariantes do mês está focado na interação dos alunos e professores de uma forma interna e externa. Muito além da interação, a forma de comunicação entre emissor e receptor, para que possamos termos como retorno um feedback das mensagens enviadas.

Iniciamos o projeto coletando dados pessoais, criando um formulário para enviarmos aos alunos e professores. O formulário havia perguntas como: nome, data de aniversário (nascimento), e-mail e o Instagram. Depois que fizemos esse primeiro formulário e obtemos as respostas, criamos um segundo formulário e nele continha o termo de uso de autorização de imagem. Após responderem esse segundo formulário, demos início ao projeto.

Nos e-mails, no dia do aniversário de cada um aluno e professor(a), que responderam os formulários, enviamos um cartão de Feliz Aniversário, incluindo uma linda mensagem e para completar, uma legenda abaixo do cartão dando os Parabéns. E pelo Instagram, quem respondeu o formulário de uso de imagem, fizemos uma publicação no final de cada mês, com as fotos desses alunos e professores e uma descrição no post também, desejando em uma mensagem, as felicitações novamente. E só pra ressaltar, cada e-mail que enviamos, colocamos cópias para o professor Paulo Henrique (que é o nosso mentor de TCC) para estar por dentro do andamento do projeto.

E, sabemos que todos estão gostando dessa forma de nos comunicarmos, porque tivemos alguns feedbacks tanto por e-mails, quanto pelo Instagram e até mesmo pessoalmente, da parte de alunos e professores.

Sendo assim, tivemos certeza de que a adoção das práticas, com a interação de intensificar o processo de comunicação entre a organização de ensino e seu público interno e externo, resultados e feedbacks.

Obs: O interno foram os formulários e os e-mails e o externo foram as publicações nas redes sociais.

### **7.1. DIVISÕES DAS INTEGRANTES**

Camille Dantas: Responsável pela elaboração dos cartões de aniversários que foram enviados por e-mails.

Raquel Araújo: Responsável pela elaboração das mensagens de parabenização a serem enviadas nos e-mails.

Joesia Silva: Responsável em emitir todos os e-mails aos receptores.

Carine Barros: Foi incluída no grupo recentemente, como já estava tudo dividido de uma forma igualável, ela ficou de ajudante, ou substituta, caso precisássemos. Mas ela está inclusa na apresentação do projeto no TCC.

Luma Ferreira: Responsável pelas publicações do Instagram (mesmo ela não sendo integrante desse grupo, ela ficou responsável por todas as postagens que se refere as redes sociais).

## Resultados

O que você acha de receber uma mensagem no seu aniversário?

26 respostas



Figura 8 - O que você acha de receber uma mensagem no seu aniversário?

Fonte: Autoria própria (2021).

Você nos autoriza a encaminhar essa mensagem para o seu e-mail?

26 respostas

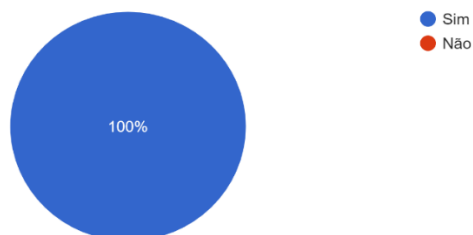


Figura 9 - Você nos autoriza a encaminhar essa mensagem para o seu e-mail?

Fonte: Autoria própria (2021).

Você tem Instagram? Então deixa seu user aqui 😊

26 respostas

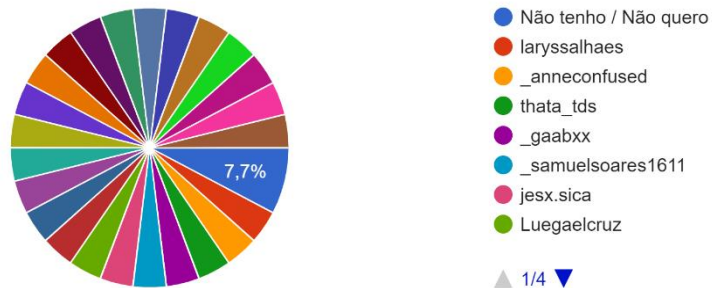


Figura 10 - Você tem Instagram? Então deixa seu user aqui 😊

Fonte: Autoria própria (2021).

Dando continuidade ao nosso projeto, abaixo imagens referentes a transmissão das mensagens de parabéns pelo e-mail e os posts divulgados em nossa rede social (Instagram).



Figura 11 - Comprovante de envio de felicitações

Fonte: Autoria própria (2021).

Os e-mails foram enviados conforme as datas de aniversário de cada participante do projeto.



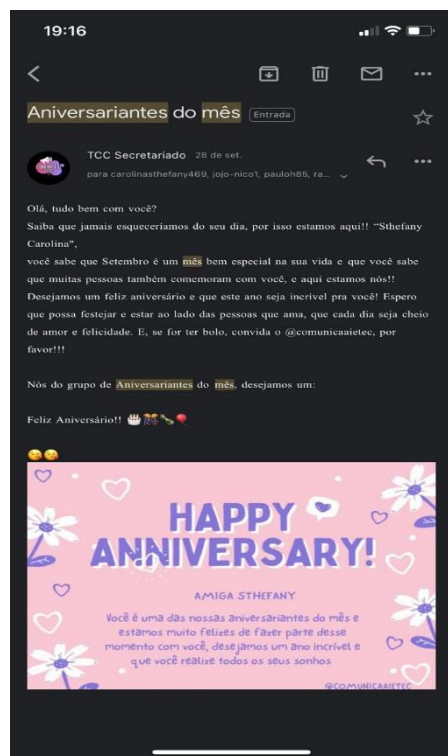


Figura 12 - Print do e-mail enviado

Fonte: Autoria própria (2021).

Olá, tudo bem com você?

Saiba que jamais esqueceremos do seu dia, por isso estamos aqui!! “nome do participante”.

Você sabe que “\*” é um mês bem especial na sua vida e que você sabe que muitas pessoas também comemoram com você, e aqui estamos nós!!

Desejamos um feliz aniversário e que este ano seja incrível para você! Espero que possa festejar e estar ao lado das pessoas que ama, que cada dia seja cheio de amor e felicidade. E, se for ter bolo, convida o @comunicaaietec, por favor!!!

Nós do grupo de aniversariantes do mês, desejamos um:

Feliz aniversário!!

Corpo dos e-mails de parabenização aos alunos e professores que aceitaram participar do projeto.

Esses foram os e-mails enviados durante o mês de agosto, setembro e outubro. Os meses de novembro e dezembro continuaram no planejamento até o encerramento do curso.



*Figura 13 - Cartaz de parabenação masculina*

- Cartaz que foi desenvolvido para parabenizar os meninos.

própria (2021).

Fonte: Autoria



- Cartaz desenvolvido para parabenizar as meninas.

Figura 14 – Cartaz de parabenização feminino

Fonte: Autoria

própria (2021).

Cartazes inclusos no e-mail de felicitações:



Figura 15 - Cartaz enviado vide e-mail.

Fonte: Autoria própria (2021).

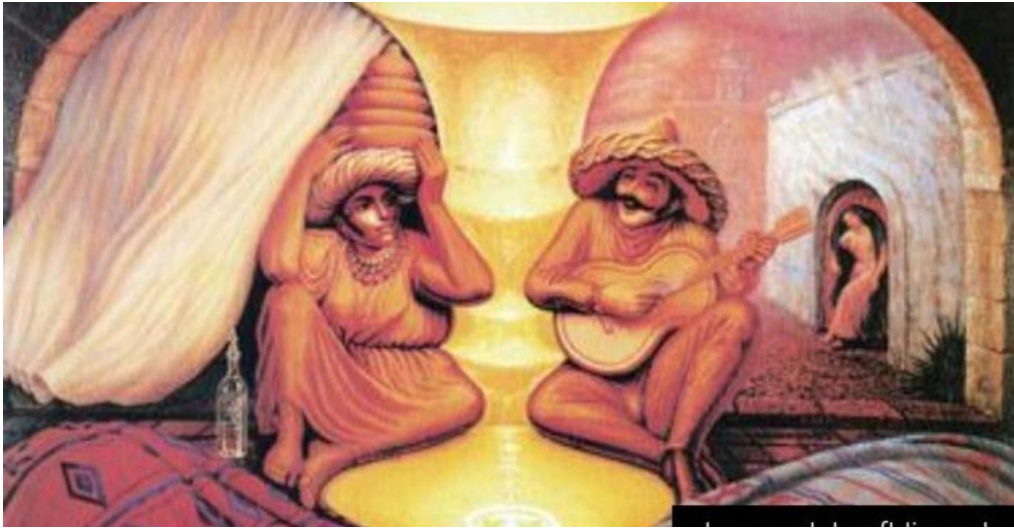
## 7.2. CÂMERAS ABERTAS

A equipe do Câmeras Abertas estudou algumas dinâmicas que poderiam ser desenvolvidas com as salas do CEU VILA RUBI, no intuito de conhecer, se comunicar e trazer interação para com o 3ºA secretariado. Com isso foram escolhidas duas dinâmicas:

### 7.2.1. Dinâmica de personalidade

Essa dinâmica busca a interação dos alunos no intuito que eles digam o que estão vendo em imagens com “dupla percepção”, o que eles conseguirem ver primeiro indica uma possível personalidade de cada um.

Exemplo:



*Figura 16 - Velhos ou jovens?*

Fonte: Atlantic Mirror (2021).

É perguntado aos participantes o que eles enxergam primeiro, velhos ou jovens?

Alguns podem ver um casal de idosos a se olharem, e de acordo com a New Zealand Herald, isso significa que você viveu uma vida ótima até aqui e está satisfeito com a forma como ela se desenrolou.

Agora, caso tenham visto um casal de jovens, isso indica que você está relativamente jovem e despreocupado, seguro em ter um bom apoio ao seu redor.

### 7.2.2. Dinâmica de apresentação

Essa dinâmica faz com que os alunos participantes tentem se apresentar de forma correta, tendo uma boa comunicação, sendo direto, preciso, dando o máximo de informação em pouco tempo. Uma dinâmica muito utilizada em entrevistas de emprego.

Exemplo:

“Meu nome é José Silva, tenho 23 anos, moro com meus pais em Interlagos, Zona Sul, estou no 3 semestre da faculdade de Administração, termino no 2 semestre de 2022, estudo no horário noturno, já trabalhei como auxiliar administrativo, possuo experiência com atendimento ao cliente, DARF, lançamento de NF, Excel, word, Outlook, arquivamento, envio de mercadoria, compra de suprimentos, conhecimento em inglês e espanhol. Sou muito organizado, pontual, porém não tenho o hábito de leitura.”

Nesse exemplo, José foi objetivo, procurando dar o máximo de informações na sua apresentação, sendo assim, caso o recrutador tenha alguma dúvida, ele questionará em cima do que José já disse, não necessitando de tantas perguntas para conseguir as mesmas respostas já citadas.

### **7.2.3. Considerações finais**

Contudo, a equipe escolheu a dinâmica de número 1, pois, acredita-se que a interação seria maior e mais descontraída. Essa dinâmica foi desenvolvida em 5 salas, tendo todo o auxílio dos professores e muitos alunos participaram. Para verificar a satisfação e pontos a melhorar, foi desenvolvido um formulário que continham as seguintes perguntas:

### **7.2.4. Fotos do desenvolvimento do trabalho**

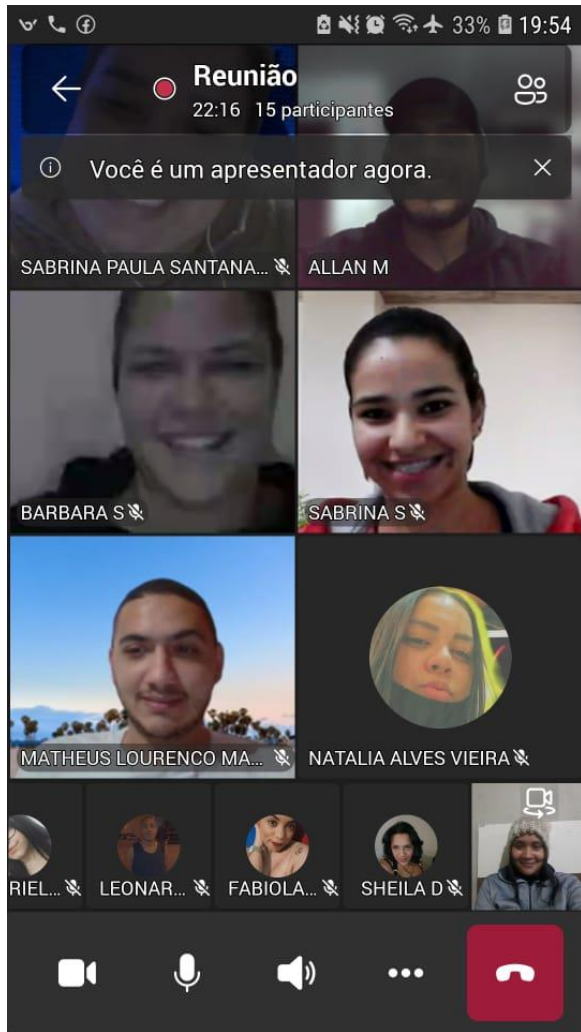


Figura 17 - Print 1

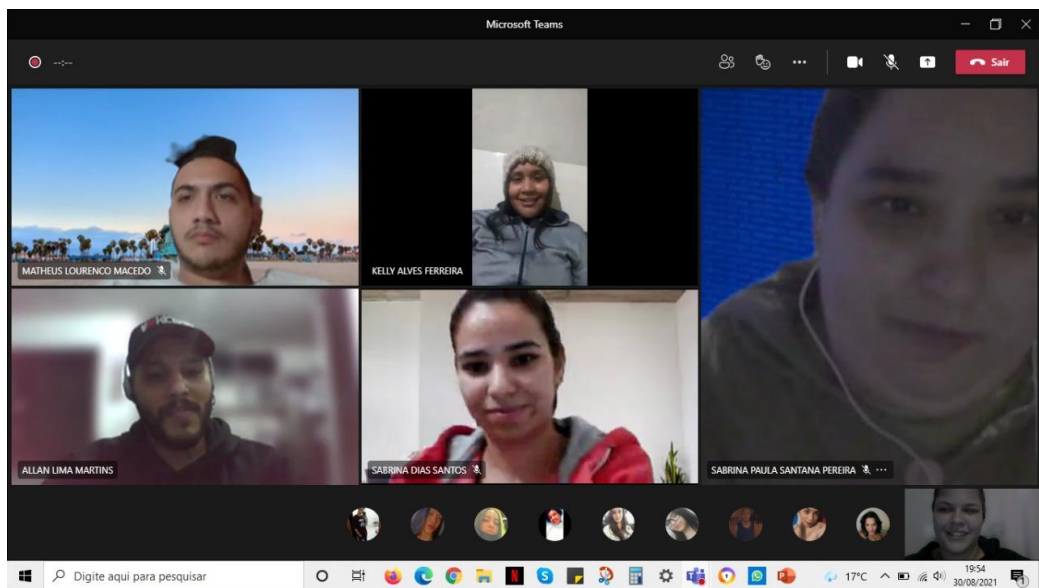


Figura 18 - Print 2



Figura 19- Print 3

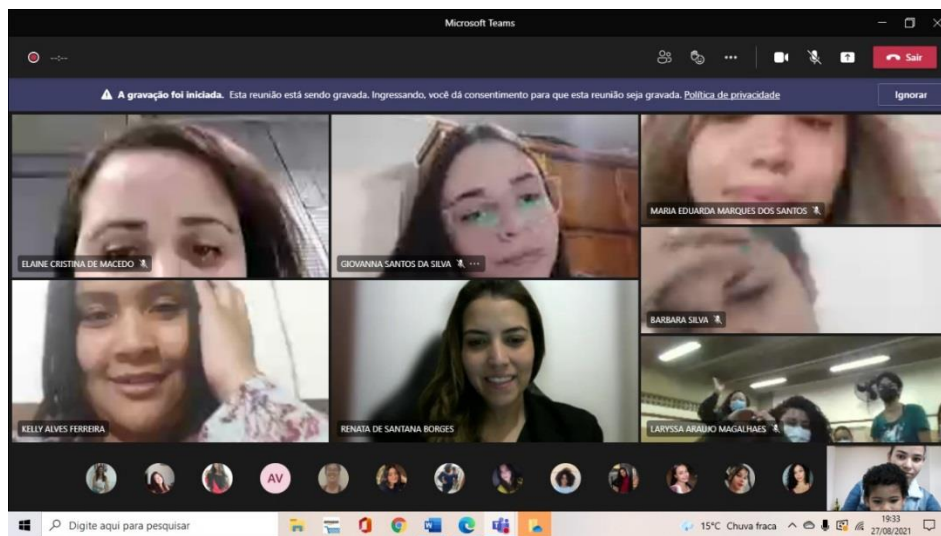


Figura 20 - Print 4

A cada sala que era realizada a apresentação da dinâmica, era disponibilizado um formulário para toda a turma responder, no entanto, muitos não responderam e os resultados foram baixos.



Figura 21 - Você participaria de uma dinâmica como essa novamente?

Fonte: Autoria própria (2021).



Figura 22 - Na sua opinião a dinâmica foi bem desenvolvida?



Fonte: Aatoria própria (2021).

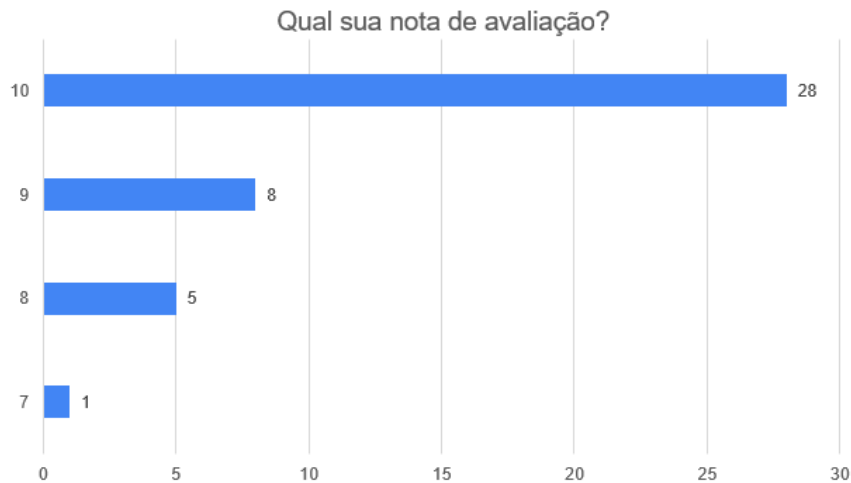


Figura 23 - Qual sua nota de avaliação?

Fonte: Aatoria própria (2021).

### 7.2.5. Conclusão Câmeras abertas

O projeto Câmeras Abertas foi criado para convencer e propor de forma dinâmica, que os alunos do céu Vila rubi interagissem por áudio e imagem

Foram identificados aspectos que não são percebidos em um primeiro contato e revelou-se características importantes que desenvolvidas podem melhorar o desempenho profissional, além do crescimento pessoal.

As chamadas “invasões” aconteceram a partir do mês de agosto, com dias e horários alinhados com a permissão e disponibilidade dos professores e as salas selecionadas.

Basicamente, a equipe entrou nas aulas transmitidas pelo Microsoft Teams e desenvolveu um bate-papo descontraído, seguido de uma introdução à comunicação e uma dinâmica de personalidade, aonde envolvia a área de Recursos humanos, emitindo um feedback de acordo com características específicas da dinâmica.

Através de toda dinâmica realizada em sala, a equipe pôde constatar informações relevantes, como por exemplo quantos alunos voltariam a participar de uma dinâmica parecida com a proposta pela equipe. Trazendo aos alunos, ainda que de forma básica, a vivência de uma dinâmica que muitas vezes são propostas no mundo profissional.

Ressaltando no final a importância da identidade e diferença entre todos, desde pontos fortes até os pontos de melhoria, motivando os assim, a se prepararem sempre e se comunicarem de forma clara, pois a comunicação será essencial no âmbito escolar e profissional.

### **7.3. Dia da secretária**

Para realizar o planejamento desse evento as atividades desenvolvidas foram separadas por categorias: pré-evento, trans evento e pós-evento.

#### **7.3.1. PRÉ-EVENTO/PLANEJAMENTO**

##### **7.3.2. Objetivo do evento**

Promover a interação entre alunos através de uma palestra sobre “O impacto das redes sociais nas comunicações.”

##### **7.3.3. Justificativa**

O evento teve como objetivo comemorar “O Dia da Secretária” ou da “Profissão de Secretariado” que é comemora no dia 30 de setembro. Para essa comemoração foi realizada uma live no Instagram @Comunicaaietec, que pertence ao 3ªA Secretariado, com o tema “A Importância da Comunicação nas Redes Sociais”, e participação do palestrante Bruno Pereira, Coordenador de Marketing.

O evento foi criado para comemorar o “Dia da Secretaria” e trazer conhecimentos aos participantes sobre o quão é importante saber se comunicar em suas redes sociais.

##### **Data, hora e local**

Realizada no dia 30 de setembro, das 19:00 às 20:30 horas, de forma remota pelo Instagram do Comunica Aí.

##### **Classificação do Evento**

Tipo: Palestra

Área de interesse: Educativo e empresarial.

Porte: pequeno

Público-alvo: Alunos, professores e seguidores/usuários do Instagram.

A estimativa de público foi de 30 a 50, pois o evento aconteceu em dia letivo durante o horário das aulas

#### **7.3.4. Divulgação**

A divulgação foi feita através das redes sociais das organizadoras do evento, do Instagram do projeto e do palestrante convidado, o Bruno Pereira da Silva.

Foram realizados dois templates e um reels como forma de divulgação, informando quem seria o convidado e o tema da palestra, despertando a curiosidade e interesse do público.

A publicações foram feitas em 29 e 30 de setembro, e foram usadas para chamar atenção para o evento.

#### **Contratação de pessoas**

O evento foi todo realizado pela turma do 3ªA secretariado da instituição de ensino Escola Técnica Irmã Agostina - Classe Descentralizada CEU Vila Rubi, por isso não foi necessário contratar colaboradores para a organização do evento. Abaixo estão as alunas e suas devidas funções:

Contato ao palestrante: Raquel Araújo.

Cerimonial: Barbara Silva e Silaine da Silva.

Divulgação: Carine Barros, Luma Ferreira, Isabelle Benecke, Sara Santana e Thawane Barbosa.

Perguntas para o palestrante: Joesia Silva e Sabrina Dias.

Pós-evento: Kelly Alves, Luma Ferreira e Thawane Barbosa.

#### **7.3.5. TRANS EVENTO**

##### **Estimativa de pessoas**

Por ser realizado em um dia letivo nem todos os professores liberaram suas turmas, mas a quantidade de pessoas estava dentro da estimativa planejada.

### 7.3.6. PÓS-EVENTO

#### O que aconteceu no pós-evento

O evento foi um sucesso e atingiu o público-alvo de 30 participantes em um dia letivo. Foi realizada a palestra com nosso convidado Bruno, houve caixa de perguntas para que as pessoas pudessem tirar suas dúvidas.

#### Total de participantes

Em média foram 30 participantes no evento do “Dia da secretária”, presentes estavam alunos, professores e participantes que seguem a rede social @Comunicaaietec.

### 7.3.7. Resultado da pesquisa de satisfação

Ao final do evento o link de um formulário do Google, onde tivemos 21 respostas e em mais de 90% dos participantes classificou-o com no 5 (nota máxima). Também houveram perguntas como, “Indicaria esse evento e Sentiu que suas dúvidas foram sanadas”, e novamente os resultados foram positivos.

Como o evento tinha como público-alvo os alunos do CEU e seguidores não alunos do Instagram a pergunta “Se você for aluno da ETEC. Qual sua unidade?”, auxiliou a equipe na percepção do público atingido, onde 76,2% eram alunos do da ETEC Irmã Agostina e 23,8% eram familiares ou seguidores.

Abaixo estão os resultados em formato de gráfico.

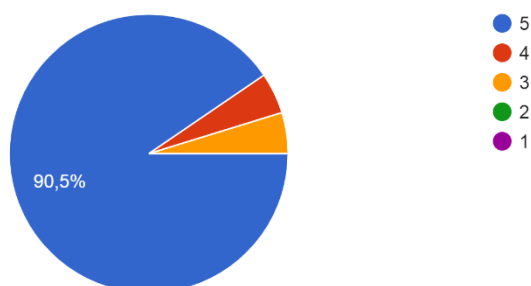


Figura 24 - Nível de satisfação.

Fonte: Autoria própria (2021).

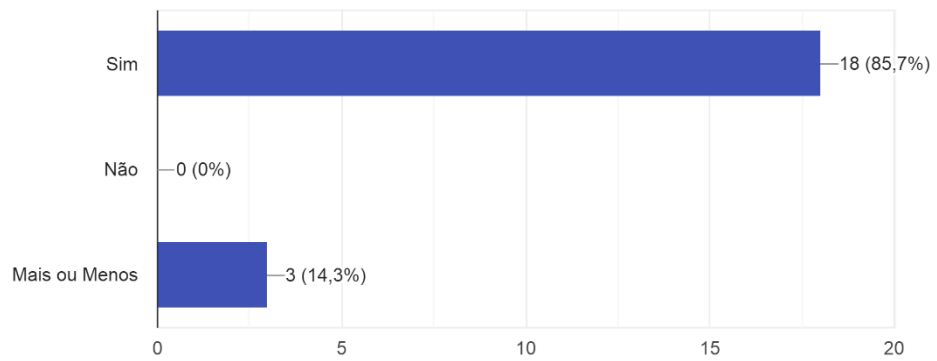


Figura 25 - Você sentiu que suas dúvidas foram sanadas?

Fonte: Autoria própria (2021).

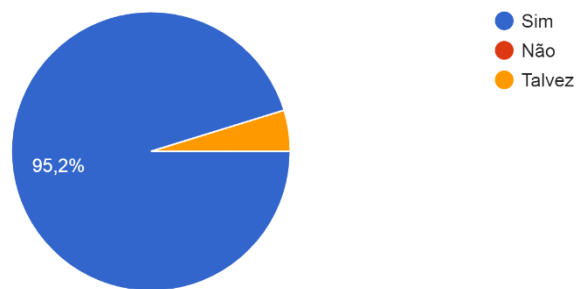


Figura 26 - Você Indicaria esse evento para alguém?

Fonte: Autoria própria (2021).

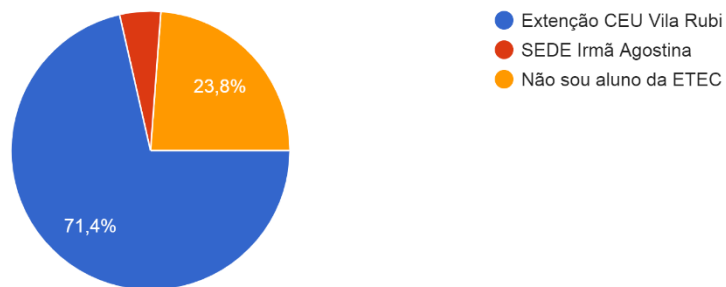


Figura 27 - Se você for aluno da ETEC. Qual sua unidade?

Fonte: Autoria própria (2021).

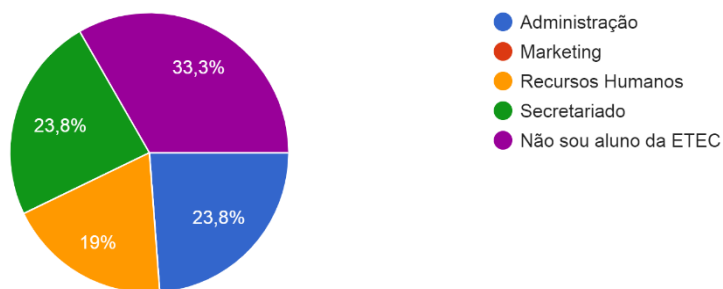


Figura 28 - Qual o seu curso?

Fonte: Autoria própria (2021).

Ao final do evento e da análise da pesquisa de satisfação, a equipe atingiu os objetivos determinados no pré-evento, que é informar sobre a importância da comunicação nas redes sociais.

### Prêmio do palestrante



Figura 28 - Mensagem de agradecimento ao palestrante.

Fonte: Autoria própria (2021).



*Figura 29 - Caixa de cupcake como agradecimento.*

Fonte: Autoria própria (2021).

#### **7.4. Dia das Bruxas/Halloween**

Para realizar o planejamento desse evento as atividades desenvolvidas foram separadas por categorias: pré-evento, trans evento e pós-evento.

##### **7.4.1. PRÉ-EVENTO/Planejamento**

##### **7.4.2. Objetivo do evento**

Ter um momento de descontração com os professores e alunos da Extensão do CEU Vila Rubi, com conversas, fantasias e dinâmicas.

##### **Nome do evento**

Halloween do Comunica Aí

##### **7.4.3. Justificativa**

Devido a pandemia do Covid-19, muitas pessoas cumpriram o isolamento social proposto pelo Estado de São Paulo, ficando assim sem contato mais próximo com outras pessoas. Para que os professores e alunos tivessem um momento de lazer e interagissem uns com os outros sem ser em uma relação professor – aluno, o Comunica Aí utilizou sábado-letivo e aproveitou que no mês de outubro onde celebrado o Dia das Bruxas, para realizar esse evento.

##### **Data, hora e local**

Foi realizado no dia 23 de outubro (sábado-letivo), das 12:00 as 14:00 horas, de forma remota pelo Google Meet e Microsoft Teams.

Público

### **Classificação do Evento**

Tipo: Experiência;

Área de interesse: Lazer;

Porte: Pequeno

Público alvo: Alunos e professores.

### **Divulgação**

A divulgação foi feita de 2 (duas) formas: pelo Instagram e WhatsApp.

Pelo Instagram, foi postado uma imagem e 3 vídeos (Reels) em forma de contagem regressiva com maquiagens inspiradas no tema.

A imagem foi postada em 19 de outubro, e ela foi usada chamar a atenção para o evento.



*Figura 30 - Template principal*

Fonte: Autoria própria (2021).



Nos dias 20, 21 e 22, foram publicados 3 vídeos para realizar um “esquenta” para o evento. Para incentivar os alunos a participarem do encontro caracterizados as integrantes do Comunica Aí também se caracterizaram. Abaixo estão as imagens das caracterizações:



*Figura 31 - Maquiagem para o 1º vídeo.*



*Figura 32 - Maquiagem usada para o 1º vídeo*



*Figura 33 - Maquiagem usada para o 3º vídeo*

Pelo WhatsApp também foi feito um vídeo e encaminhado para os representantes das turmas e para os professores. No vídeo havia um convite para que os participantes estivessem caracterizados no tema de halloween.

### **Contratação de pessoas**

O evento foi todo realizado pela turma do 3ªA secretariado da instituição de ensino Escola Técnica Irmã Agostina - Classe Descentralizada CEU Vila Rubi, por isso não foi necessário contratar colaboradores para a organização do evento. Abaixo estão as alunas e suas devidas funções:

Roteiro: Barbara Silva.

Divulgação: Luma Ferreira e Thawane Barbosa.

Organização e criação das dinâmicas: Barbara Silva, Camille Dantas, Joesia Silva, Kelly Alves, Luma Ferreira, Raquel Araújo, Sara Santana e Thawane Barbosa.

Pós-evento: Luma Ferreira e Thawane Barbosa.

Responsável pelo financeiro: Barbara Silva e Thawane Barbosa

## **Financeiro**

Para a incentivar os alunos a participar do evento as organizadoras incluíram dinâmicas, onde os 3 primeiros ganhadores receberão prêmios em dinheiro. Os valores de acordo com a classificação serão: 1º lugar R\$10,00, o 2º lugar R\$7,00 e 3º lugar R\$5,00.

A estimativa de gastos é de R\$44,00.

Para arrecadar o valor as organizadoras do evento realizaram uma “vaquinha”.

## **Dinâmicas e seus Objetivos**

### **Venda de Produto**

O objetivo da dinâmica é levar o vendedor a pensar fora da caixa, ir além do discurso comum e incentivá-los a enxergar o produto com outros olhos. O principal é se colocar na visão do cliente identificando as características do produto e focando nos benefícios.

Dentro do contexto do projeto Comunica Aí, essa dinâmica, prove a comunicação e auxilia na preparação para o mercado de trabalho.

### **Mestre Mandou ou Gugu**

Ao final da dinâmica é esperado que os participantes entendam a necessidade do dinamismo, agilidade e como um ruído na comunicação pode afetar o resultado.

### **Premiação**

As dinâmicas terão classificação por desempenho. Os 3 primeiros colocados ganharam um prêmio em dinheiro. O 1º lugar receberá R\$10,00, o 2º lugar receberá R\$7,00 e o 3º lugar receberá R\$5,00.

## **Descrição das Dinâmicas**

### **Venda de Produto**

Cada aluno terá 5 minutos para vender o produto. O objetivo não é adivinhar, e sim ser convencido de comprar o produto. O vendedor que tiver mais vendas ao final do tempo será o vencedor.

## **Mestre Mandou ou Gugu**

Uma das mediadoras será o Mestre. O mestre deve dizer a frase “O Mestre Mandou pegar um...” e em seguida dirá o nome de um objeto. O participante que conseguir um objeto igual ao solicitado recebe 2 (dois) pontos, o que trouxer um semelhante recebe apenas 1 (um). Ao final, os pontos são somados, o que somar mais pontos será o vencedor.

### **Pontuação**

O objeto exato da mesma cor 2 pontos.

O objeto semelhante 1 ponto.

## **7.5. TRANS EVENTO**

### **Estimativa de pessoas**

Por ser realizado em um dia letivo nem todos os professores liberaram suas turmas, mas a quantidade de pessoas estava dentro da estimativa planejada.

## **7.6. PÓS-EVENTO**

### **O que aconteceu no pós-evento**

O evento foi um sucesso e atingiu o público-alvo de 20 participantes em um dia sábado letivo. Abaixo estão algumas das imagens do final do evento:



*Figura 34 - Print do evento 1*



Figura 35 - Print do evento 2

## Prêmios e ganhadores

### Vendas

Abaixo está uma imagem com o nome e colocação dos ganhadores:



Figura 36 - 1º Anízio, 2º Laryssa, 3º Priscila Muriely

Fonte: Autoria própria (2021).

### O Mestre Mandou

Abaixo está uma imagem com o nome e colocação dos ganhadores:



Figura 37 - 1º Cosma, 2º Priscila Muriely, 3º Laryssa

Fonte: Autoria própria (2021).

Para realizar o pagamento dos prêmios foram feitas transferências via TED e PIX para a conta bancária dos ganhadores. Abaixo estão os comprovantes de transferência alterados para a segurança dos que enviaram e receberam os valores:

Recomendamos a impressão desse Comprovante  
Para tanto, utilize a opção da impressão de seu browser

**bradesco** Comprovante Pix

Data e hora: 09/11/2021 - 12:49:45  
Número de Controle: E60746948202111

**DADOS DA CONTA**  
Nome: BARBARA SILVA  
CPF: \*  
Instituição: Banco Bradesco S.A.

**DADOS DE QUEM RECEBEU**  
Nome: LARYSSA MAGALHAES  
CPF/CPNJ:  
Instituição: Banco Bradesco S.A.  
Agência:  
Conta:

**DADOS DA TRANSFERÊNCIA**  
Valor: R\$ 7,00  
Tarifa: R\$ 0,00  
Descrição: Vendas 2º lugar premio 75  
Data e hora: 09/11/2021 - 12:49:45  
Debitado da:  
Transação concluída pelo Bradesco Celular

Identificador:

AUTENTICAÇÃO

MtvDpOfs 6aPvkyQb YsUAavpL : y1Z7P2Vh tpiBjv08 7xoKYGe1 Hs5\*RNFE  
8eTC3kff P511E7eG 7mS0Y0a 8nj5tW9 xuz2zJab #16tqgin 839npyrE  
@petkNF ACwYzV0X 1Qv6L6Fr DEUv\*U0B 2PKv@\*B 75-57274 2519700

Figura 38 - Comprovante de pagamento 1

Recomendamos a impressão desse Comprovante  
Para tanto, utilize a opção da impressão de seu browser

	<b>Comprovante Pix</b>
Data e hora: 09/11/2021 - 12:49:45 Número de Controle: E60746948202111*	
<b>DADOS DA CONTA</b> Nome: BARBARA SILVA CPF: Instituição: Banco Bradesco S.A.	
<b>DADOS DE QUEM RECEBEU</b> Nome: LARYSSA . MAGALHAES CPF/CPNJ: Instituição: Banco Bradesco S.A. Agência: Conta:	
<b>DADOS DA TRANSFERÊNCIA</b> Valor: R\$ 7,00 Tarifa: R\$ 0,00 Descrição: Vendas 2º lugar premio 75 Data e hora: 09/11/2021 - 12:49:45 Debitado da: Transação concluída pelo Bradesco Celular	
Identificador:	
<b>AUTENTICAÇÃO</b> M1vdP0Fs 6wPvkYQb Ys1IAvP L yezHmQTr y1Z7P2Yh tp1bJv08 7xoKYGe4 8eTC8kff P51IB7eG 7mMSOY0a DeoQY*Yr RHj6TYH9 xu3z5Ja8 #16tggh; @petKMHF ACwY2vDX 1QvvlGfN #xgBKHT* DEuv*UdB 2PkKv@*B 75-57274	

Figura 39 - Comprovante de pagamento 2

Identificação: Pagamento com chave  
ID/Transação: 83e46332-17e  
Data/hora: 09/11/2021 13:00:47  
Descrição: Prêmio Dinâmica: Mestre Mandou 1º lugar

Informações do destinatário:



Nome: Cosma  
CPF:  
Instituição: BANCO DO BRASIL S.A.

Informações do pagador:



Nome: Thawane Augusta Barbosa  
CPF:  
Instituição: SUPER PAGAMENTOS

Valor pago: R\$ 10,00

Figura 40 - Comprovante de pagamento 3

nu

## Comprovante de transferência

29 OUT 2021 - 10:35:58

Valor R\$ 7,00

Tipo de transferência Pix

### Descrição

Prêmio da dinâmica: O Mestre Mandou. 2º Lugar

### Destino

Nome PRISCILLA MURIELY

CPF

Instituição CAIXA ECONOMICA FEDERAL

Tipo de conta Conta poupança

### Origem

Nome Thawane Augusta Barbosa

Instituição Nu Pagamentos S.A. - Instituição de Pagamento

Agência 0001

Conta

Figura 41 - Comprovante de pagamento 4





## Comprovante de transferência

29 OUT 2021 - 10:38:38

Valor R\$ 10,00

Tipo de transferência Pix

### Descrição

Prêmio da dinâmica: Vendas. 1º Lugar

### Destino

Nome ANIZIO DOS SANTOS

CPF [REDACTED]

Instituição ITAÚ UNIBANCO S.A.

Tipo de conta Conta corrente

### Origem

Nome Thawane Augusta Barbosa

Instituição Nu Pagamentos S.A. - Instituição de Pagamento

Agência 0001

Conta [REDACTED]

Figura 42 - Comprovante de pagamento 5

**nu**

### Comprovante de transferência

29 OUT 2021 - 10:34:46

Valor R\$ 5,00

Tipo de transferência Pix

Descrição

Prêmio da dinâmica: Vendas. 3º Lugar

---

**Destino**

Nome PRISCILLA MURIELY

CPF

Instituição CAIXA ECONOMICA FEDERAL

Tipo de conta Conta poupança

---

**Origem**

Nome Thawane Augusta Barbosa

Instituição Nu Pagamentos S.A. - Instituição de Pagamento

Agência 0001

Conta

Figura 43 - Comprovante de pagamento 6

## Resultado da pesquisa de satisfação

Ao final do evento o link de um formulário do Google, onde tivemos 12 respostas e em mais de 90% dos participantes classificou-o com no 5 (nota máxima). Também houveram perguntas como, “Indicaria esse evento e Sentiu que suas dúvidas foram sanadas”, e novamente os resultados foram positivos.

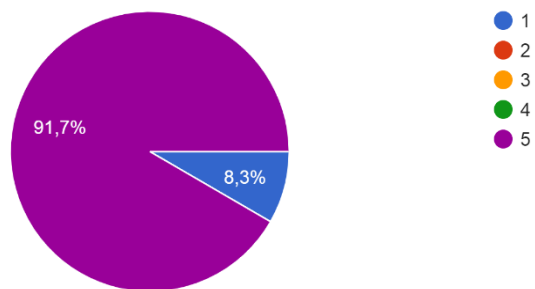


Figura 44 - Nível de satisfação

Fonte: Autoria própria (2021).

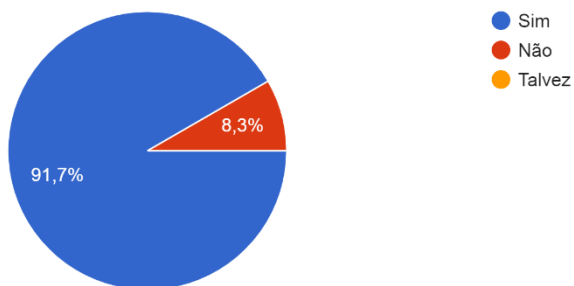


Figura 45 - Você indicaria esse evento para alguém?

Fonte: Autoria própria (2021).

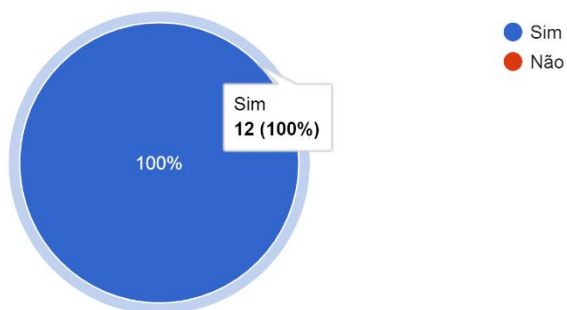


Figura 46 - Você participaria desse evento novamente?

Fonte: Autoria própria (2021).

Como o evento tinha como público-alvo os alunos do CEU e o professores foi feita a pergunta “Qual o seu curso?” para contabilizar quais professores e alunos participaram. Em primeiro lugar estavam as alunas de secretariado e em segundo Administração.

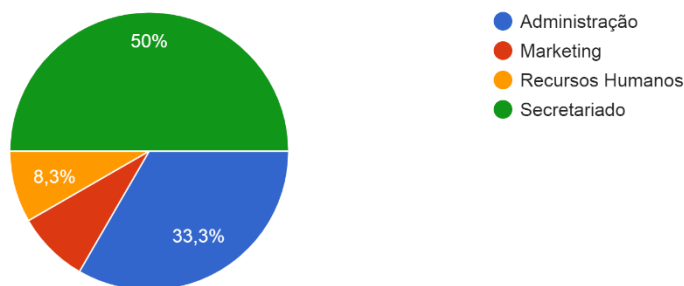


Figura 47 - Qual seu curso?

Fonte: Autoria própria (2021).

A última pergunta foi “Você mudaria algo no evento?” e 41% disse que preferia o evento presencialmente, com mais músicas, mais participantes, entre outros.

Ao final do evento e da análise da pesquisa de satisfação, a equipe atingiu os objetivos determinados no pré-evento, e no geral os participantes tiveram um momento de descontração após meses em distanciamento social.

## 7.7. PODCAST

O podcast é um projeto para criar uma ponte de comunicação com os alunos. Um local para falar de comunicação de forma amigável em ambiente confortável, como se fosse uma conversa entre amigos.

Será feito de forma remota e divulgando episódios pelo Instagram do projeto. Com o primeiro episódio de 10m de duração apresentando o podcast, os outros episódios terão 30 a 40m de duração podendo ter convidados.

### **7.8. INDICASHOW**

Foi criado um quadro chamado IndicaShow, como objetivo de realizar indicações dos mais variados temas, tendo ou não relação com o assunto do episódio. Para coletar as indicações para cada episódio foi realizada uma pesquisa sobre o tema. Abaixo estão os temas de cada episódio em ordem cronológica e a pesquisa realizada. Junto aos episódios estão as indicações do quadro IndicaShow.

### **7.9. Apresentação do Projeto e das TIAS**

Nesse episódio foi feita a apresentação do projeto e da turma e das integrantes do podcast, por isso não foi necessário realizar nenhuma pesquisa, abaixo estão os principais pontos abordados nesse episódio:

1. Apresentação da turma, e ETEC (o que é a ETEC e a Classe Descentralizada);
2. Falar sobre o projeto: o que é, de onde veio a ideia, porquê do podcast;
3. Falar sobre as integrantes que estão produzindo o podcast;
4. Encerrar informando que esse episódio é para introduzir o podcast.

variação linguística

A variação linguística é a diversidade linguística de um idioma e a alteração dos seus elementos (vocabulário, pronúncia, morfologia, sintaxe), seja por variação histórica e/ou regional. Ela existe porque as línguas tendem a ser sensíveis e dinâmicas a fatores como, região geográfica, o sexo, a idade, a classe social do falante e o grau de formalidade do contexto da comunicação.

É uma idealização, pensar que a comunicação será igualitária em um país, isso é comum em todas as línguas, até os idiomas mais antigos possuem variantes. O português e outras línguas românicas provêm de uma variedade do latim, o chamado latim vulgar, muito diferente do latim culto. Além disso, as línguas mudam. O português moderno é muito distinto do português clássico. Se fôssemos aceitar a ideia de estabilidade das línguas, deveríamos dizer que o português inteiro é um erro e,

portanto, deveríamos voltar a falar latim. Ademais, se o português provém do latim vulgar, poder-se-ia afirmar que está tudo errado.

Saber uma língua é conhecer variedades. Um bom falante é “poliglota” em sua própria língua.

#### **7.10. Tipos de variação**

As variações são divididas em grupos, pois como dito ela é sensível a fatores que aqui serão apresentados por grupos/tópicos.

#### **7.11. Variação diatópica (variação regional)**

Corre de acordo com as diferenças geográficas dos falantes. Pode acontecer tanto no mesmo país por exemplo, Minas Gerais e Amazonas, quanto, entre países que falam o mesmo idioma como Brasil e Guiné-Bissau.

No caso dos Estados, a proximidade linguística vem do processo de colonização, que resultou na imposição de um novo idioma aos habitantes.

Mesmo a língua portuguesa sendo a oficial no Brasil, ela se afastou em vários aspectos da língua empregada na Europa, tendo em mente que houve a influência de diversas línguas não só dos indígenas, mas também de povos estrangeiros, como os diversos grupos étnicos africanos.

Essas diferenças são notórias no vocabulário dos brasileiros. Por exemplo, apelido, no Brasil, significa um nome informal dado a alguém, enquanto, em Portugal, o termo carrega o sentido de sobrenome.

Regionalismo: palavras ou expressões típicas de uma região. Ex.: semáforo, farol, sinaleira.

Sotaque: forma que os indivíduos de uma região pronunciam certos fonemas. Ex.: Porrta (porta), maixx (mais), miô (melhor).

Qual a diferença entre Sotaque e Dialeto?

Muitos confundem dialeto com sotaque ou nem sabem a diferença entre eles. O dialeto é uma variante linguística, que tem origem em uma outra língua, e por isso, as construções frasais podem ser diferentes e as palavras também. Alguns linguistas entendem o português falado no Brasil como um dialeto brasileiro, comparando com a as estruturas e a forma como se fala e escreve-se no Brasil e em Portugal. Já

sotaque é a pronúncia, a forma como se fala, por exemplo, os cariocas têm a característica do chiado, o que faz parecer que quase sempre há um “X” nas frases, como Exquerda(esquerda), Ixqueiro (Isqueiro).

Deve-se lembrar que as variantes não são feias ou bonitas, erradas ou certas, deselegantes ou elegantes; são simplesmente diferentes. Usando o Brasil como exemplo. O ensino nesse país é completamente desigualitário e de baixa qualidade quando se trata do ensino público para a educação básica. Os Estados do Norte e Nordeste, são os mais afetados por essa desigualdade tanto de qualidade no ensino quanto no acesso a ele, ou seja, nem sempre os brasileiros têm acesso ao ensino básico e quando tem é de baixa qualidade. Vale ressaltar que, quanto mais o indivíduo tem acesso à educação formal mais ele será capaz de adaptar/trocar as expressões estigmatizadas (que são consideradas “erradas” ou “feias”) por aquelas tem um status “aceitável”.

Além dessa situação que ocorre nos contextos locais, é importante observar que a mudança linguística também pode ser originada caso um número considerável de falantes de uma determinada língua veja-se coagido a utilizar uma escrita e fala diferentes das suas, seja em razão de emigração, seja em virtude de relações de dominação, como as vivenciadas pelos indígenas brasileiros em relação aos portugueses.

#### **7.12. CURIOSIDADE**

A palavra Diatópico tem origem grega. DIA é “através”, mais TOPOS, “lugar”. A tradução literal seria “Através do lugar”.

#### **7.13. VARIAÇÃO SOCIAL (VARIAÇÃO DIASTRÁTICA)**

As variações diastráticas ou variações sociais, são variações que ocorrem de acordo com os hábitos e cultura de diferentes grupos sociais. Ela acontece porque diferentes grupos sociais possuem diferentes conhecimentos, modos de agir e sistemas de comunicação.

Alguns exemplos dessa variação são as gírias, dialetos e sotaques, jargões profissionais (jargão é tipo as “gírias” de uma profissão). Por exemplo:

Gírias: Moiado (quando algo não está bom), Mano do Céu (o mesmo que meu Deus do céu), Pokas (poucas ideias, quando você não quer assunto com uma pessoa). Essas são muito comuns em São Paulo.

Jargão: Cateter (profissionais da saúde), Alopecia por tração (esteticistas, dermatologistas, médicos).

Alguns outros grupos sociais são: os por idades, nível de escolaridade, classe socioeconômica, religião, afinidade ou não por esportes e política, interesses culturais, entre outros.

### **7.13.1. Curiosidade**

A palavra diastrática vem de uma junção do Latim e do grego. dia é “através”, mais o Latim stratum, “camada, cobertura”. A tradução literal seria “Através da camada”.

## **7.14. VARIAÇÃO DIACRÔNICA (VARIAÇÃO HISTÓRICA)**

Variação diacrônica ou histórica, é o resultado da passagem do tempo, já que a língua está em constante modificação. Essa evolução acontece, pois os falantes são criativos e procuram novas expressões para comunicarem-se de forma mais efetiva, prática e assertiva. Além disso, também é causado pelos processos históricos. Pensando na história da língua no Brasil, tiveram influência de várias outras regiões como, os países da América do Norte; devido a escravidão, o continente Africano também foi de grande influência, alguns países da Europa como Portugal que foi o colonizador do país, e até os povos nipônicos influenciaram nas mudanças históricas da língua portuguesa falada no Brasil.

Importante destacar que grande parte das inovações linguísticas não permanece por muito tempo, isso faz com que só sejam percebidas algumas mudanças das formas faladas e escritas após certo tempo.

Um termo que é muito utilizado quando falamos de variações históricas é arcaico/arcaísmo, é designado para palavras ou expressões comuns em determinada época do passado, mas que caíram em desuso. Ex.: Vossa Mercê (você), photo ou quaisquer coisas que substitua o “F” por “PH”.

### **7.14.1. Curiosidade**



A palavra diacronia vem do grego onde dia significa "através" + khrónos, "tempo" + ia". A tradução literal seria "Através do tempo".

### **7.15. Variedades estilísticas/diafásicas/situacional**

São as mudanças da língua de acordo com o grau de formalidade e contexto, ou seja, a língua pode variar entre uma linguagem formal ou uma linguagem informal.

Linguagem Informal: considerada menos prestigiada e culta. É usada em situações em que os falantes possuem certa familiaridade ou em situações descontraídas, como reuniões familiares, encontro com amigos etc.

Linguagem formal: é usada em situações em que é necessário manter ambiente mais sério, como uma palestra, um congresso, uma reunião empresarial etc. É a forma mais prestigiada e culta pela sociedade.

Gíria ou Jargão: é uma linguagem utilizada por um determinado grupo social, fazendo com que se diferencie dos demais falantes da língua. A gíria é normalmente relacionada à linguagem de grupos de jovens (skatistas, surfistas, rappers, pessoas periféricas etc.). O jargão é, em geral, relacionado à linguagem de grupos profissionais (professores, médicos, advogados etc.)

### **7.16. Variação Diamésica**

Essa variação é a que acontece entre a fala e a escrita ou entre os gêneros textuais, ou seja, é a forma da transmissão de uma informação que contenham características quase regulares, por exemplo, o WhatsApp e a bula de remédio. Deve-se enfatizar que a diferença entre fala e escrita não é estática, considerando que se pode construir um texto escrito marcado por expressões tipicamente orais e vice-versa.

Desse modo, o que difere a fala e a escrita é a instantaneidade ou não da formulação. Pense bem, quando você está conversando com alguém, as junções entre as palavras parecem muito naturais e formuladas no exato momento da fala, já na escrita, normalmente, requer um planejamento e estabelece uma possibilidade maior de transmitir uma mensagem exata, caso você tenha o domínio das normas padrões da língua.

### **7.17. Indicashow**

### **7.18. Podcast Jovem Nerd**

Há quase 20 anos no ar, o Podcast Jovem Nerd abrange temas da cultura Nerd, história, ciência e temas do cotidiano. Indicado pelo Paulo Henrique @pauloh85. Ele é o orientador da turma, e não foi podia faltar a indicação dele, olhamos quem mandou depois de separar as indicações.

### **7.19. Beyoncé - Pretty Hurts**

Para quem não conhece a rainha também chamada de Beyoncé... brincadeira. Essa música fala sobre o quanto as pessoas sofrem para ficar dentro padrão. Em algumas partes ela cita quais são esses padrões, “barriga chapada, peitos duros, dentes bonitos’ e diz que a mãe dela falava que “o que está na cabeça não importa e sim o corpo”. Esse veio da Ana Eliza, mas ela não deixou o Instagram dela.

### **7.20. Instagram**

@escurecendofatos: Aqui se fala de raça, paternidade e FORABOLSONARO. Eles falam sobre política, racismo, e sobre atualidades.

@aliensanttana: ela é uma estudante de Letras e é do interior do RN. Ela tem feito reels falando sobre a língua portuguesa e sobre a etimologia (origem) das palavras. Ex: de onde surgiu a expressão “trem” dos mineiros ou por que algumas pessoas puxam tanto o “r”.

E por último, mas não menos importante, um podcast chamado “Língua Portuguesa Para Todos”. O último Ep. Dele foi em julho, mas ele já tem alguns lá que são um chuchuzinho.

### **7.21. Surdos e as libras**

O objetivo desse episódio é conscientizar sobre a cultura surda e promover o interesse na Libras, pois de acordo com o IBGE de 2010, são mais 10 milhões de surdos no Brasil, por isso é necessário que haja um maior esforço daqueles que n]ao fazem parte dessa comunicada para que a comunicação e interação seja mais eficaz.

Os assuntos abordados nesse episódio foram divididos por tópicos para um melhor entendimento.

### **7.22. Língua X Linguagem**

A linguagem é como as pessoas se expressam e é voltada para grupos, podendo ser gírias, música, arte etc. Já a língua é um conjunto de elementos como, sons, gestos, sinais que possibilitam a comunicação, usada por grupos e sociedades.

### **7.23. O significado de Libras é:**

LÍ – Língua; BRA – Brasileira; S – Sinais.

Ou seja, Libras é uma língua pois tem todos os elementos necessário para ser classificada, como tal. Ela foi reconhecida pela Lei 10.436/02

### **7.24. Origem das Libras**

Começou a se pensar em uma língua de sinais para surdos no Brasil em 1857, quando Dom Pedro II convidou um francês chamado, Eduard Huet (surdo). Ele trouxe a Língua de sinais da França para ser aplicada no Brasil, tanto que ainda existem sinais que são semelhantes a LSF (Língua Francesa de Sinais). Ele dava aulas no Instituto Surdo Mudo, que hoje se chama INES, Instituto Nacional de Educação de Surdos.

### **7.25. Congresso de Milão**

Do 6 a 11 de setembro de 1880, foi realizado o congresso de Milão, com mais de 100 professores, e eles discutiram sobre a educação dos surdos. E foi decidido que surdos não eram capazes de aprender por não conseguir ouvir, e que a comunicação por sinais não seria permitida.

Somente 100 anos depois, que as decisões tomadas nesse congresso foram revogadas. Então, em 2010, em Vancouver, Canadá, surdos oralizados lutaram pelo direito de sinalizar e o decreto de proibição foi revogado.

### **7.26. Cultura Surda**

É importante estar para um surdo incluído na comunidade surda, por uma questão de representatividade, conforto e identificação. Muitas vezes quando os surdos estão entre ouvintes, eles se sentem excluídos e não pertencentes aquele grupo, pois raramente tem pessoas que falam Libras. Para que fique mais claro as diferenças entre essas comunidades, abaixo estão tópicos que exemplificam as diferenças entre os ouvintes e os surdos:

Língua: ouvintes falam português, surdo libras;

Campainha: ao invés de ela emitir um som, luzes piscam;

Esportes: quando ouvintes estão jogando e precisam ser parados por algum motivo, soa um apito. Para os surdos, são feitos, gesto, sinal com luzes, é levantada a bandeira;

Aplausos: São com o movimento das mãos;

Chamar Atenção: Os ouvintes gritam, ou falam. Surdos tocam ou acenam;

Atuação em teatro/cinema: os ouvintes entendem o que é dito pela entonação da voz, o surdo é pelas expressões faciais;

Festas: os ouvintes ouvem a música, já os surdos geralmente ficam próximos as caixas de som para sentir as vibrações e entrar no clima;

Piadas: quase nenhuma piada que funciona para os ouvintes são interessantes para os surdos, por isso são adaptas para o público surdo.

### **7.27. Suros e o Português**

Libras não é o português sinalizado e também não deriva do português, mas algumas coisas são semelhantes, mas não são a mesma coisa.

Uma coisa muito conhecida é que surdo não sabem escrever. Mas deve-se frisar que a gramática dessas línguas é diferente, por exemplo, no português a gramática é composta por: fonética, morfologia, sintaxe, etc., já na Libras a gramática é composta por cinco parâmetros, configuração de mão, ponto de articulação, movimento, direção ou orientação e expressão facial e corporal. Outro ponto de atenção é que não tem sinal para cada palavra, Libras é contextual. Então o mesmo sinal, pode servir para laranja (cor ou fruta), sábado.

### **7.28. Variação Linguística**

O último episódio foi sobre variação linguística, e você precisa saber que até aqui temos variações. Diferente do português que um objeto pode ter palavras diferentes, na Libras o mesmo sinal pode ter significados diferentes. O exemplo apresentado é da cor Azul, que assim como o Vosmecê foi sendo reduzido para ficar mais fácil.

### **7.29. Variações de Surdez**

- Surdo Sinalizante - surdo e utiliza Língua Brasileira de Sinais para sua comunicação, independente do grau de sua perda auditiva, ele pode ou não fazer uso de aparelho auditivo.

- Surdo Bilíngue - É a pessoa que se identifica como surdo e utiliza duas línguas para se comunicar, a Libras e a oralização da língua portuguesa, independente do grau de sua perda auditiva, ele pode ou não fazer uso de aparelho.

- Surdo Bilíngue Sinalizante - É a pessoa que se identifica como surdo e utiliza duas línguas para se comunicar.

- Surdo Oralizado - se identifica como surdo e utiliza a oralização da língua portuguesa, independente do grau de sua perda auditiva, de utilização de aparelho ou implante coclear.

- Deficiente Auditivo - Na maioria das vezes não se identificam como surdo e não participam ativamente

da comunidade surda, porém possuem perda auditiva e na maioria das vezes utilizam o aparelho auditivo ou implante e são oralizados.

- Surdo/cego - A Surdo-cegueira é uma deficiência que compromete, em diferentes graus, os sentidos da visão e audição. Vale ressaltar que, mesmo com a presença de resíduos (auditivo e/ou visual), o indivíduo pode ser considerado uma pessoa com surdo-cegueira.

### **7.30. Identidade Surda**

É como as pessoas surdas compreenderem a surdez e a si próprias. São concepções que impactam sua postura e comportamento. Segundo A Autora Gladis Perlin: “As diferentes identidades Surdas são bastante complexas, diversificadas. Isto pode ser constatado nesta divisão por identidades onde se tem ocasião para identificar outras muitas identidades Surdas, ex: Surdos filhos de pais Surdos; Surdos que não tem nenhum contato com Surdo, Surdos que nasceram na cidade, ou que tiveram contato com Língua de Sinais desde a infância etc...”

## **1 - Identidades surdas Política**

São aqueles que lutam pela identidade dos surdos. Os surdos que lutaram pela revogação das proibições do congresso de Milão

## **2 - Identidades surdas híbridas**

Geralmente são pessoas que nasceram ouvintes e perderam a audição e por algum motivo elas ainda interagem com ouvintes, mas também faz parte da comunidade surda. Geralmente eles permanecem na cultura ouvinte por causa da família que não fala em libras, e isso não é algo ruim, se é assim, pois ela se sente acolhida.

## **3 - Identidades surdas flutuantes**

Ele não interage muito com a comunidade surda. Geralmente não se identifica como surdo, e se identifica mais com os ouvintes. As vezes essas pessoas tentam disfarçar a surdez.

## **4 - Identidades surdas embaraçadas**

É uma pessoa que poderia interagir com a comunidade surda, mas por não entender e não se sentir “bem” acaba não participando. São pessoas que não compreendem nem a comunidade ouvinte nem a surda; pessoas isoladas que não tem muito contato com outros grupos. Mas ela também não se reconhece como ouvinte

## **5 - Identidades surdas de transição**

São pessoas que cresceram no meio ouvinte e com dificuldade de comunicação, mas ao se deparar com a libras e com a cultura surda se identificam e transicionam para a comunidade surda.

## **6 - Identidades surdas de diáspora**

É o surdo que quer participar de tudo. Sempre que for possível absorver novas informações, aprender coisas novas, sobre culturas, pessoas, religião, tudo eles estarão lá. São pessoas curiosas e que estão em busca de conhecimento.

## **7 - Identidades intermediárias**

São surdos que estão em desenvolvimento, e interagem razoavelmente com as duas comunidades, ouvinte e surda. Mas ele ainda não se identifica com nenhuma. Não sente que precisa de um intérprete, mas também não se comunica muito bem com a comunidade surda.

### **7.30.1. Ouvintismo**

Tem a ideia de que o ouvinte superior ao surdo ou que a identidade ouvinte é superior à identidade surda.

Ao longo do tempo, surdos resistem a essas formas de opressão, principalmente na área profissional e corporativa: eles resistem em seus locais de trabalho mostrando que estão ali e que são capazes.

Em algumas situações os surdos são impedidos de se expressar, pois os ouvintes acreditam que entendem as vivências de um surdo que querem falar por ele tirando a voz e representatividade dessas pessoas.

Quando falamos de ouvintismo acabamos entrando em capacitismo pois são semelhantes. Mas geralmente quando os comentários são capacitistas eles vêm de uma maneira inocente, delicada, fofa. Já o ouvintismo são maneiras rudes de dizer que os surdos são “inferiores”.

### **7.30.2. Diferença De Educação Inclusiva E Educação Bilíngue**

Inclusiva: são escolas onde a todos ou a maioria são ouvintes, e o surdo é incluído em uma turma, mas as metodologias de ensino são totalmente criadas para ouvintes e necessitam de adaptação para surdos.

Bilíngue: são unidades preparadas para receber alunos surdos. Eles são ensinados na primeira língua que é a libras e o português é ensinado simultaneamente como segunda língua.

## **7.31. INDICASHOW**

### **7.31.1. SÉRIE**

Anne with E é uma série que é baseada no livro publicado em 1908, intitulado Anne de Green Gables, de Lucy Maud Montgomery, a série foi adaptada trazendo muitos temas de discussão que tem grande impacto na sociedade como machismo, preconceito racial, feminismo, pessoas LGBT, críticas à família tradicional entre muitos outros temas! A série tem grande repertório para redações do ENEM por exemplo. Indicado por @uui\_mayza.

### **7.31.2. INSTAGRAM**

#### **@lumaeponto**

Para quem fará Enem e precisa melhorar na redação ou tem alguma dificuldade esse perfil pode ajudar. Indicado por Aline Bastos.

#### **@omundodasmaos**

Um mundo inclusivo e especial, onde mãos falam e os olhos ouvem.

#### **@isflocos**

O surdo que adora fazer conteúdos de todo tipos sobre o mundo surdo, em Libras.

#### **@aprender\_librass**

SINAIS SAO AOS OLHOS O QUE PALAVRAS SÃO AOS OUVIDOS.

#### **@coletivo\_surdovisao**

Movimento de acadêmicos, artistas e jovens da comunidade surda na luta pelos direitos e saberes Surdos do Brasil

#### **@maluparis**

Conta sobre as vivências dela como uma adolescente surda.

### **7.31.3. YOUTUBE**

Libras é o Canal!

Canal dedicado ao ensino de Libras de modo fácil e prático.

Signa Libras



Um canal dedicado ao ensino de Libras, com conteúdo construídos com a intensão de ensinar de verdade, ao invés de apenas entreter.

### **Danilo Libras**

Professor e surdo, no canal ele fala sobre: surdez, Desafios e Vlog

#### **7.31.4. CURSOS**

Gramatica da Libras

Libras Além das mãos

Trocando figurinha com as titias

O objetivo desse episódio foi divulgar as indicações feita pelos alunos no formulário do Indicashow.

#### **7.31.5. FILME**

- **Swing Kids**

Durante a Guerra na Coreia, o rebelde soldado norte-coreano Ki-Soo (Do Kyung-Soo) se apaixona por sapateado no campo de concentração. O rapaz se reúne a um grupo de sapateado chamado "Swing Kids", que planeja apresentar um espetáculo para os demais prisioneiros. Liderados por um dançarino da Broadway, o grupo encontra um novo sentido de liberdade através da dança.

Onde ver – Fansub

- **Amor Com Data Marcada / Holidate**

Em Amor Com Data Marcada, Sloane (Emma Roberts) é uma ácida jovem que gosta de sua vida de solteira, acreditando não precisar de namorado. Jackson (Luke Bracey) é um solteiro divertido que foge de relacionamentos. Quando a pressão de amigos e familiares cresce para que eles encontrem um amor, os dois fazem um acordo: ser o par um do outro em ocasiões especiais. Mas o que fazer quando novos e indesejados sentimentos começam a surgir entre eles?

É um clichê, mas é um clichê bom"

Onde ver - NETFLIX

- **Trilogia O Senhor Dos Anéis**

Em uma terra fantástica e única, um hobbit recebe de presente de seu tio um anel mágico e maligno que precisa ser destruído antes que caia nas mãos do mal. Para isso, o hobbit Frodo tem um caminho árduo pela frente, onde encontra perigo, medo e seres bizarros.

Onde ver - NETFLIX

- **Bacurau**

Pouco após a morte de dona Carmelita, aos 94 anos, os moradores de um pequeno povoado localizado no sertão brasileiro, chamado Bacurau, descobrem que a comunidade não consta mais em qualquer mapa. Aos poucos, percebem algo estranho na região: enquanto drones passeiam pelos céus, estrangeiros chegam à cidade pela primeira vez. Quando carros se tornam vítimas de tiros e cadáveres começam a aparecer, Teresa, Domingas, Acácio, Plínio, Lunga e outros habitantes chegam à conclusão de que estão sendo atacados. Falta identificar o inimigo e criar coletivamente um meio de defesa.

Onde ver - GloboPlay

### **7.32. SÉRIE**

- **Wandavision - Marvel Studio**

Após os eventos de Vingadores: Ultimato (2019), Wanda Maximoff/Feiticeira Escarlate e Visão se esforçam para levar uma vida normal no subúrbio e esconder seus poderes. Mas a dupla de super-heróis logo começa a suspeitar que nem tudo está tão certo assim. Eles se encontram, na verdade, dentro de uma constante sitcom, que vai desde a década de 50 até os dias de hoje. Conforme o tempo passa, Wanda e Visão perdem o controle da situação, sem saber mais o que é real e o que é ficção. Eles ficam presos em um eterno vai e vem: da Era de Ouro da TV nos EUA, com imagens em preto e branco, ao presente - e vice-versa.

Onde ver - Disney

- **Loki - Marvel Studio**

Loki, Deus da Trapaça, sai da sombra de seu irmão para embarcar em uma aventura que ocorre após os eventos de "Vingadores: Ultimato".

Onde ver - Disney

- **Sombra E Ossos - Netflix**

Em um mundo destruído pela guerra, a órfã Alina Starkov descobre que tem poderes extraordinários e vira alvo de forças sombrias.

- **Jujutsu kaisen**

Sofrimento, arrependimento, vergonha: os sentimentos negativos dos humanos tornam-se Maldições que assolam o nosso dia a dia. Maldições avassalam o mundo todo, levando as pessoas a sofrer terríveis acidentes, levando até mesmo à morte. E para piorar, Maldições só podem ser exorcizadas por outras Maldições. Itadori Yuji é um garoto com tremenda força física que leva uma vida colegial absolutamente normal. Certo dia, para salvar amigos que estavam sendo atacados por Maldições, ele engole o dedo do Ryomen-Sukuna, absorvendo sua Maldição. Desse momento em diante, Gojo e o Ryomen-Sukuna compartilham o mesmo corpo. Orientado pelo mais poderoso dos feiticeiros, Gojo Satoru, Itadori se matricula no Colégio Técnico de Feitiçaria de Tóquio, uma organização que combate as Maldições... e assim começa a heróica lenda do garoto que se tornou uma Maldição para exorcizar uma Maldição, uma vida da qual ele nunca mais conseguirá se desvencilhar.

- **Blue Exorcist**

Determinado a se livrar da maldição de ser filho ilegítimo de Satã, Rin segue os passos de seu mentor e se alista na Academia Vera Cruz para se tornar exorcista.

- **Princesa Mononoke**

Princesa Mononoke se passa no final do período Muromachi (aproximadamente 1336 a 1573) do Japão com elementos de fantasia. A história segue o envolvimento do jovem príncipe Emishi Ashitaka em uma luta entre os deuses de uma floresta e os humanos que consomem seus recursos. O termo "Mononoke" não é um nome, mas uma palavra japonesa para espírito ou monstro: seres sobrenaturais que mudam de forma.

### **7.33. LIVRO**

#### **7.33.1. Cidade Do Sol - Khaled Hosseini**

Mariam tem 33 anos. Sua mãe morreu quando ela tinha 15 anos e Jalil, o homem que deveria ser seu pai, a deu em casamento a Rasheed, um sapateiro de 45 anos. Ela sempre soube que seu destino era servir seu marido e dar-lhe muitos filhos. Mas as pessoas não controlam seu destino. Laila tem 14 anos. É filha de um professor que sempre lhe diz - 'Você pode ser tudo o que quiser'. Ela vai à escola todos os dias, é considerada uma das melhores alunas do colégio e sempre soube que seu destino era muito maior do que casar e ter filhos. Confrontadas pela História, o que parecia impossível acontece - Mariam e Laila se encontram, absolutamente sós.

#### **7.33.2. Príncipe Cruel (Trilogia Povo Do Ar) - HOLLY BLACK**

O príncipe cruel é o primeiro volume da série best-seller O Povo do Ar. Jude tinha apenas sete anos quando seus pais foram brutalmente assassinados e ela e as irmãs levadas para viver no traiçoeiro Reino das Fadas. Dez anos depois, tudo o que Jude quer é se encaixar, mesmo sendo uma garota mortal. Mas todos os feéricos parecem desprezar os humanos... Especialmente o príncipe Cardan, o mais jovem e mais perverso dos filhos do Grande Rei de Elfhame. Para conquistar o tão desejado lugar na Corte, Jude precisa desafiar o príncipe - e enfrentar as consequências do ato. A garota passa, então, a se envolver cada vez mais nos jogos e intrigas do palácio, e acaba descobrindo a própria vocação para trapaças e derramamento de sangue.

Esse livre é perfeito, tem construção de personagem, protagonista feminina (e que protagonista viu), enemies to lovers... é maravilhoso.

Ps. Tem antagonista de cabelo preto que é sarcástico, tem um caráter duvidoso, com um passado triste e o melhor de tudo é cadelinha da protagonista.

#### **7.33.3. É ASSIM QUE ACABA - Colleen Hoover**

Em "É assim que acaba", Colleen Hoover nos apresenta Lily, uma jovem que se mudou de uma cidadezinha do Maine para Boston, se formou em marketing e abriu a própria floricultura. E é em um dos terraços de Boston que ela conhece Ryle, um neurocirurgião confiante, teimoso e talvez até um pouco arrogante, com uma grande aversão a relacionamentos, mas que se sente muito atraído por ela. Quando os dois se apaixonam, Lily se vê no meio de um relacionamento turbulento que não é o que ela esperava. Mas será que ela conseguirá enxergar isso, por mais doloroso que seja?

Esse livro fala sobre abuso físico e psicológico. É um livro bem pesado, mas com uma narrativa ótima. Mostra o lado da vítima em situações de abuso e fez com que eu entendesse. Esse livro responde perguntas como: "Mas porque a vítima não pediu ajuda?", de uma forma impactante e dolorosa."

#### **7.33.4. JOGOS VORAZES**

Num futuro distante, boa parte da população é controlada por um regime totalitário, que relembra esse domínio realizando um evento anual - e mortal - entre os 12 distritos sob sua tutela. Para salvar sua irmã caçula, a jovem Katniss Everdeen (Jennifer Lawrence) se oferece como voluntária para representar seu distrito na competição e acaba contando com a companhia de Peeta Melark (Josh Hutcherson), desafiando não só o sistema dominante, mas também a força dos outros oponentes.

#### **7.33.5. ADMIRÁVEL MUNDO NOVO**

É um romance escrito por Aldous Huxley e publicado em 1932. A história se passa em Londres no ano 2540, o romance antecipa desenvolvimentos em tecnologia reprodutiva, hipopneia, manipulação psicológica e condicionamento clássico, que se combinam para mudar profundamente a sociedade.

### **7.34. MÚSICA**

- EU PROCURO POR VOCÊ - GIULIA ON FIRE
- WHERE'S MY LOVE - AYML
- NOITE DO PRAZER – BRYLHO
- A LITTLE WICKED - VALERIE BROUSSARD
- NOIR – SUNMI
- EVERYTHING IS SUCK

### **7.35. PODCAST**

#### **7.35.1. PODCAST AUTO PERFORMANCE**

Para quem gosta de dicas sobre a vida e de histórias vencedoras e inspiradoras.

#### **7.35.2. CONHECIMENTO ALEATÓRIO**

Um podcast aleatório, com aleatoriedades que geram conhecimento.

## **1. AUTOCONSCIENTE**

Nesse podcast é tratado de assuntos sobre a mente as emoções e pode ajudar em momentos conturbados.

### **7.35.3. TEMPERO DRAG**

Este é o novo "braço" do canal Tempero Drag, e toda semana recebo uma pessoa que amo e admiro para um papo que se conduzirá dentro do tema, mas como um chá de comadres, aqui no Rita & Migs Show!

YOUTUBE

TEMPERO DRAG

DIVA DEPRESSÃO

O VENENO CHEGA A ESCORRER

### **7.36. AS CORES DE SETEMBRO**

#### **7.36.1. Setembro amarelo**

Pela prevenção do Suicídio

#### **7.36.2. Origem**

Em 1994 um jovem chamado Mike Emme cometeu suicídio, com apenas 17 anos, nos Estados Unidos. Era conhecido por sua personalidade carinhosa e habilidade mecânica, sua marca era um Mustang 68 que ele mesmo restaurou e pintou de amarelo. Infelizmente nem a família, nem os amigos de Mike, perceberam os sinais de que ele pretendia tirar sua própria vida.

No funeral, os amigos montaram uma cesta de cartões e fitas amarelas com a mensagem: "Se precisar, peça ajuda". A ação ganhou grandes proporções e expandiu-se pelo país.

Após isso, diversos jovens passaram a utilizar cartões amarelos para pedir ajuda a pessoas próximas. A fita amarela foi escolhida como símbolo do programa que incentiva aqueles que têm pensamentos suicidas a buscarem ajuda.

Em 2003, a Organização Mundial da Saúde (OMS) instituiu o dia 10 de setembro para ser o Dia Mundial da Prevenção do Suicídio. O amarelo do Mustang de Mike é a cor escolhida para representar essa campanha.

Existem alguns locais onde você pode pedir ajuda. Como:

CVV (Centro de Valorização da Vida. Funciona 24h, e tem 3 canais de atendimento. Por e-mail (o atendimento não é on-line, mas assim que possível um voluntário te responde), chat (não funciona 24h) e telefone 188 (funciona 24h)

No site do CVV tem uma área para você buscar psicólogos. Setembro Verde

Luta para inclusão da pessoa com deficiência E Prevenção do câncer do intestino

### **7.36.3. Origem**

O Dia Nacional de Luta da Pessoa com Deficiência foi instituído por movimentos sociais, em 1982, com o objetivo de promover e debater a inclusão social, porém, a data só foi oficializada no Brasil pela Lei nº 11.133 em 14 de julho de 2005.

### **7.36.4. Propósito**

Com base nos dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE), no Brasil são mais de 45 milhões de pessoas que possuem algum tipo de deficiência, ou seja, se o Brasil tivesse 100 pessoas, aproximadamente 7 delas teriam deficiência motora, 5 teriam deficiência auditiva e 19 teriam deficiência visual.

Mas o que é a deficiência?

Segundo a Classificação Internacional de Deficiências, Incapacidades e Desvantagens (CIDID), deficiência é "qualquer perda ou anormalidade à estrutura ou à função psicológica, fisiológica ou anatômica". Ou seja, a pessoa com deficiência é aquela que tem alguma restrição de longo prazo, seja de natureza física, intelectual, mental ou sensorial, assim enfrentando algumas barreiras na participação em sociedade.

Em de 6 de julho de 2015, foi aprovada a Lei nº 13.146, que instituiu a Lei Brasileira de Inclusão - também conhecida como Estatuto da Pessoa com Deficiência.

Em 2015 pela FEAPAES-SP, em parceria com a Apae de Valinhos, em São Paulo, criou-se o setembro verde, já que dia 21 de setembro o Dia Nacional da Pessoa com Deficiência. A campanha tem o intuito de promover atividades voltadas para a inclusão social e dar visibilidade à causa da pessoa com deficiência.

Ainda pensando nessa lógica de conscientização, essa cor também tem mais um significado, a Luta e conscientização da doação de órgãos e tecidos, e Sobre o Câncer de Intestino.

#### **7.36.5. Câncer de intestino**

Grande maioria do câncer de intestino se dá nas pessoas com mais de 50 anos, e com o envelhecimento da população, a tendência é um aumento no número de casos nos próximos anos.

A campanha tem o objetivo de oferecer informações gerais sobre o câncer de intestino e, principalmente, suas formas de prevenção, orientando a população para a existência da doença e a necessidade de realizar exames preventivos.

Existem algumas doenças que eu conheço que a longo prazo podem se causar um câncer, como a doença celíaca e as DIIs.

#### **7.36.6. Setembro vermelho**

Conscientizar a população com ações que promovem a informação sobre prevenção e tratamento de doenças cardiovasculares

#### **7.36.7. Dados**

Problemas cardiológicos, matam mais do que acidentes ou violência. Segundo os dados da SBC (Sociedade Brasileira de Cardiologia), morrem 1.100 pessoas diariamente no Brasil em decorrência de alguma doença cardiovascular. Isso equivale a 1 morte a cada 1,5 minutos.

Não é à toa que os problemas cardiovasculares estão entre as principais causas de morte no Brasil e no mundo, como afirma a Organização Mundial de Saúde (OMS).

#### **7.36.8. Campanha**

Setembro é considerado o mês do coração porque no dia 29, do mesmo mês, é celebrado o Dia Mundial do Coração. Só para você ter uma noção, com pequenas mudanças de hábitos é possível evitar cerca de 80% das cardiopatias. Portanto, o principal objetivo dessa campanha é promover a conscientização sobre essas doenças.



### **7.36.9. Dia Mundial do Coração**

O Dia Mundial do Coração, que ocorre todos os anos no dia 29 de setembro, é uma campanha mundial que alerta sobre os perigos das doenças relacionadas ao órgão, como hipertensão, arritmia, insuficiência cardíaca, infarto, acidente vascular cerebral (AVC), entre outras.

Vamos falar de algumas das principais doenças do coração, pois são muitas:

#### **Acidente Vascular Cerebral (AVC)**

O Ministério da Saúde (MS) explica que o acidente vascular cerebral, mais conhecido como AVC, é causado pela alteração do fluxo sanguíneo no cérebro que leva à morte de células nervosas na região afetada. E existem tipos de AVC, não são sempre as mesmas características. Saiba identificar os dois tipos de AVC:

Acidente vascular hemorrágico – ocorre quando há o rompimento de vasos sanguíneos na região cerebral, fazendo com que haja uma maior pressão dentro do crânio. Esse tipo de AVC é considerado mais grave, pois seu índice de mortalidade é muito alto. Ou seja, uma veia no cérebro estoura e faz com que crie uma pressão no crânio.

Acidente vascular isquêmico – ocorre quando há uma obstrução dos vasos sanguíneos, como entupimento de vasos cerebrais, trombose ou embolia. Chamado também de infarto cerebral, esse tipo de AVC ocorre em 80% dos casos. Ou seja, sua veia entope.

Os sintomas mais comuns para o AVC são:

Fraqueza;

Dormência em um dos lados do corpo;

Dor de cabeça muito forte;

Paralisia;

Perda da visão ou dificuldade em enxergar;

Perda da fala ou dificuldade em se comunicar.

Existem alguns fatores que contribuem para essa emergência médica, sendo eles:

Hipertensão;

Diabetes;

Estresse;

Colesterol elevado;

tabagismo;

Sedentarismo;

Consumo frequente de drogas e álcool;

Doenças do sangue;

Doenças cardiovasculares, principalmente as que desencadeiam arritmias.

E se você tem mais de 55 anos ou tem propensão para essa doença, vale redobrar o cuidado.

#### **7.36.10. Infarto agudo do miocárdio (ataque cardíaco)**

Segundo o MS, o infarto agudo do miocárdio, mais conhecido como ataque cardíaco, ocorre quando há uma obstrução do fluxo sanguíneo causada por um coágulo.

Os sintomas são:

Dor no peito que pode irradiar para o rosto, braço esquerdo e costas;

Suor frio;

Falta de ar;

Palidez;

Sensação de desmaio.

Os principais fatores que contribuem para o infarto são o tabagismo, diabetes, estresse, obesidade, hipertensão, sedentarismo e colesterol alto.

### **7.36.11. Hipertensão arterial**

Também conhecida como hipertensão arterial, a doença pode comprometer o coração, vasos sanguíneos, cérebro, rins e olhos.

Ela se caracteriza por uma pressão dos vasos sanguíneos acima de 140 por 90 mmHg, sendo herdada geneticamente em quase 90% dos casos. Mas alguns fatores influenciam o surgimento da hipertensão arterial, como o tabagismo, obesidade, estresse, consumo de álcool, sedentarismo, consumo excessivo de sal, colesterol alto e diabetes.

A hipertensão é uma doença silenciosa, e só é percebida quando há um aumento súbito da pressão. Os sintomas se manifestam como dores no peito, tonturas, dor de cabeça, fraqueza, zumbido no ouvido, sangramento nasal e visão embaçada.

### **7.36.12. Prevenção**

Para as três doenças a prevenções são parecidas:

Alimentação adequada;

Prática regular de atividade física;

Prevenção de outras doenças cardiovasculares;

Eliminação do tabagismo.

## **7.37. INDICAÇÕES DE HALLOWEEN**

O nosso projeto é voltado para a comunicação, por isso foi pensado em realizar um episódio de indicações na temática de halloween, para mostrar diferentes formas de passar uma mensagem.

## **7.38. FILMES**

### **7.38.1. A CASA MONSTRO**

DJ Walters é um garoto de 12 anos que acredita que há algo de estranho na casa do velho Nebbercracker, localizada do outro lado da rua. Tudo que passa perto da casa simplesmente desaparece, incluindo triciclos, brinquedos e animais de estimação. Na véspera do Dia das Bruxas, DJ e seu amigo Chowder deixam que a bola de basquete com a qual estão jogando caia no terreno de Nebbercracker, sumindo misteriosamente. Logo em seguida a casa tenta devorar Jenny, uma amiga

de ambos, que é salva do ataque. Eles tentam avisar a todos do perigo que é a casa, mas ninguém acredita neles. O trio recorre a Skull, um preparador de pizza preguiçoso que ganhou fama pôr no passado ter jogado videogame por 4 dias seguidos. Skull acredita que a casa tenha adquirido alma humana e que o único meio de eliminar o perigo que ela representa seja acertando-a direto em seu coração. É quando os amigos elaboram um plano que permita que entrem na própria casa.

Faixa etária: Livre para todos os públicos

Onde assistir: Netflix

### **7.38.2. A MORTE TE DA PARABÉNS - DUOLOGIA**

#### **7.38.2.1. A Morte Te da Parabéns I**

Tree é uma jovem estudante que trata mal os meninos, desdenha das amigas e não parece estar muito disposta a atender as ligações do pai no dia do aniversário dela. No fim do mesmo dia, no entanto, ela é brutalmente assassinada por um mascarado. Acontece que ela "sobrevive", ou melhor, acorda no mesmo e fatídico dia, numa espécie de looping macabro, que termina sempre com a morte da garota. Repetir, seguidamente, o mesmo dia, por outro lado, dá a Tree a chance de investigar quem a está querendo morta e o porquê.

#### **7.38.2.2. A Morte Te Da Parabéns II**

Depois de morrer diversas vezes para quebrar o feitiço temporal que a mantinha presa no dia de seu aniversário, Tree Gelbman olha para o futuro, tentando escrever uma nova história ao lado de Carter. No entanto, quando um experimento científico dá errado, a jovem é forçada a retornar ao fluxo de repetição e, desta vez, morrer não será o bastante para escapar.

Faixa etária: Não recomendado para menores de 14 anos

Onde assistir: Netflix

### **7.39. A NOIVA CADÁVER**

A Noiva-Cadáver se passa em um vilarejo europeu do século XIX, onde vive Victor Van Dorst (Johnny Depp), um jovem que está prestes a se casar com Victoria Everglot (Emily Watson). Porém, acidentalmente, Victor se casa com a Noiva-Cadáver (Helena Bonham Carter), que o leva para conhecer a Terra dos Mortos. Desejando desfazer o ocorrido para poder enfim se casar com Victoria, aos poucos Victor percebe

que a Terra dos Mortos é bem mais animada do que o meio vitoriano em que nasceu e cresceu.

Faixa etária: Livre para todos os públicos

Onde assistir: HBO Max

#### **7.40. ANNABELLE**

Em Anabelle, John (Ward Horton) encontrou o presente perfeito para sua futura esposa, Mia (Annabelle Wallis): uma rara boneca antiga com um lindo vestido. Mia fica bastante contente com seu presente, porém, sua animação com a boneca não duraria muito tempo. Certa noite, sua casa é invadida por membros de uma seita satânica que, buscando completar um ritual, atacam violentamente o casal. Após derramarem sangue, os cultistas são detidos. O que o casal não contava é que, mesmo depois de um tempo, as consequências dessa invasão continuariam a aterrorizar suas vidas, principalmente quando ocorrências sobrenaturais, envolvendo a boneca, passam a permear a vida de Mia.

Faixa etária: A partir de 16 anos

Onde assistir: HBO Max

#### **7.41. AS BRUXINHAS GÊMEAS**

Artemis (Tia Mowry-Hardrict) e Apolla (Tamera Mowry), as bruxinhas gêmeas, acabam sendo enviadas para longe do reino de Coventry e para outra dimensão por causa das forças das trevas que estavam perseguindo as duas irmãs. Elas acabam parando na Terra, são adotadas por famílias diferentes e só se reencontram nos seus aniversários de vinte e um anos de idade como Alex Fielding e Camryn Barnes,

Faixa etária: A Livre para todos os públicos

Onde assistir: Disney

#### **7.42. CORALINE E O MUNDO SECRETO / @\_brownnyx**

Entediada em sua nova casa, Caroline Jones (Dakota Fanning) um dia encontra uma porta secreta. Através dela tem acesso a uma outra versão de sua própria vida, a qual aparentemente é bem parecida com a que leva. A diferença é que neste outro lado tudo parece ser melhor, inclusive as pessoas com quem convive. Caroline se

empolga com a descoberta, mas logo descobre que há algo de errado quando seus pais alternativos tentam aprisioná-la neste novo mundo.

Faixa etária: A partir de 10 anos

Onde assistir: Prime Vídeo

#### **7.43. FAMÍLIA ADAMS / @silainemariadasilva**

Os Adams, uma família macabra, correm o risco de perder seu tesouro de moedas de ouro, pois Tully Alford, um advogado desonesto de quem os Adams são clientes, está em sérias dificuldades financeiras. Como os credores de Alford, Abigail Craven e o filho Gordon estão dispostos a fazer qualquer coisa para receber o dinheiro, o advogado tem uma ideia ao notar que Gordon é muito parecido com Fester, o irmão perdido de Gomez Adams. Assim, Gordon finge ser Fester para tentar encontrar a fortuna de Gomez, Mortícia, Vandinha e Pugsley Addams. Mas o plano não é tão simples como parece, pois os Adams são uma família bastante peculiar.

Faixa etária: A partir de 10 anos

Onde assistir: Netflix

#### **7.44. GOOSEBUMPS - DUOLOGIA**

Um adolescente liberta acidentalmente os monstros dos livros de um famoso autor e agora precisa ajudar a capturar as criaturas e enviá-las de volta ao mundo da imaginação antes que seja tarde demais.

##### **7.44.1.1. GOOSEBUMPS - MONSTROS E ARREPIOS**

O jovem Zach Cooper se muda de Nova York para uma cidade pequena dos Estados Unidos, para onde a mãe é transferida. Lá, eles passam a morar na casa ao lado da de Hannah – por quem o adolescente se apaixona – e o pai, o ranzinza R. L. Stine. Depois de escutar gritos vindo da propriedade ao lado, Zach invade a residência com a ajuda do medroso colega (Ryan Lee) e acaba, acidentalmente, abrindo um dos livros e, conseqüentemente, dando início à libertação de todos os monstros criados por Stine. Juntos, eles terão que mandar as criaturas de volta para as prateleiras.

##### **7.44.1.2. GOOSEBUMPS II - HALLOWEEN ASSOMBRADO**

Wardenclyffe, Estados Unidos, às vésperas do Halloween. Sonny e Sam são grandes amigos, que encontram um livro incompleto guardado dentro de um baú, em

uma casa abandonada. Ao abri-lo, eles despertam o boneco Slappy, que surge inesperadamente. Criação do autor R.L. Stine, ele usa os jovens e ainda a irmã de Sonny, Sarah, para criar sua própria família de monstros.

Faixa etária: A partir de 10 anos

Onde assistir: Netflix e TeleCine

#### **7.45. HOCUS POCUS / @wlluw**

Após se mudar para Salem, Massachusetts, o adolescente Max Dennison explora uma casa abandonada com sua irmã Dani e sua nova amiga Allison. Depois de não acreditar em uma história que Allison conta, Max acidentalmente liberta um grupo de bruxas más que morava na casa. Agora, com a ajuda de um gato mágico, as crianças devem roubar o livro de magias das bruxas para impedi-las de se tornarem imortais.

Faixa etária: Livre

Onde assistir: Disney

#### **7.46. OS FANTASMAS SE DIVERTEM**

Após morrerem quando o carro deles cai em um rio, Barbara Maitland e Adam Maitland se veem como fantasmas que não podem sair da sua casa de campo na Nova Inglaterra, pois antes que possam ganhar suas asas têm que ocupar a casa como fantasmas pelos próximos cinquenta anos. A paz é rompida quando Charles e Delia Deitz, um casal de novos-ricos, compra a casa. Mas os Maitland são inofensivos como fantasmas e os esforços para espantar os compradores acaba em fracasso. E se o casal não fica apavorado, Lydia Deitz, a excêntrica e dark filha deles, pode ver e falar com Barbara e Adam, que contratam os serviços de um Beetlejuice, um "bio-exorcista", para apavorar os moradores, apesar de sentirem simpatia por Lydia. Mas logo a situação foge do controle.

Faixa etária: Livre

Onde assistir: HBO Max

#### **7.47. O ESTRANHO MUNDO DE JACK / @thaicrisba**

Jack Skellington é um ser fantástico que vive na Cidade do Halloween, um local cercado por criaturas fantásticas. Lá todos passam o ano organizando o Halloween

do ano seguinte, mas, após mais um Halloween, Jack se mostra cansado de fazer aquilo todos os anos. Assim ele deixa os limites da Cidade do Halloween e vagueia pela floresta. Por acaso acha alguns portais, sendo que cada um leva até um tipo festividade. Jack acaba atravessando o portal do Natal, onde vê demonstrações do espírito natalino. Ao retornar para a Cidade do Halloween, sem ter compreendido o que viu, ele começa a convencer os cidadãos a sequestrarem o Papai Noel e fazerem seu próprio Natal. Apesar de argumentos fortes de sua leal namorada Sally contra o projeto, o Papai Noel é capturado. Mas os fatos mostrarão que Sally estava totalmente certa.

Faixa etária: Livre para todos os públicos

Onde assistir: Disney

## **7.48. INVOCAÇÃO DO MAL - TRIOLOGIA**

### **7.48.1.1. INVOCAÇÃO I / @Hey\_giovanna**

Harrisville, Estados Unidos. Um casal muda para uma casa nova ao lado com suas cinco filhas. Inexplicavelmente, estranhos acontecimentos começam a assustar as crianças, o pai e, principalmente, a mãe. Preocupada com algumas manchas que aparecem em seu corpo e com uma sequência de sustos que levou, ela decide procurar um famoso casal de investigadores paranormais, mas eles não aceitam o convite, acreditando ser somente mais um engano de pessoas apavoradas com canos que fazem barulhos durante a noite ou coisas do gênero. Porém, quando eles aceitam fazer uma visita ao local, descobrem que algo muito poderoso e do mal reside ali. Agora, eles precisam descobrir o que é e o porquê daquilo tudo acontecendo com os membros daquela família. É quando o passado começa a revelar uma entidade demoníaca querendo continuar sua trajetória de maldades.

Faixa etária: A partir de 14 anos

Onde assistir: TeleCine.

### **7.48.1.2. INVOCAÇÃO DO MAL II**

Os famosos demonologistas Lorraine e Ed Warren viajam até o norte de Londres. Lá, eles ajudam uma mãe solteira que cria quatro filhos sozinha em uma casa atormentada por espíritos malignos.

Faixa etária: A partir de 14 anos



Onde assistir: HBO Max.

### **7.48.1.3. INVOCAÇÃO DO MAL III: A ORDEM DO DEMÔNIO**

Ed (Patrick Wilson) e Lorraine Warren (Vera Farmiga) voltam a investigar um caso que se passa nos anos 80.

Faixa etária: A partir de 14 anos

Onde assistir: HBO Max.

### **7.48.2. O HALLOWEEN DO HOBBY**

Em O Halloween do Hubie, filme de Adam Sandler para a Netflix, Hubie Dubois é uma figura de grande zombaria para as crianças e adultos, apesar de sua devoção a Salém, sua cidade natal. Quando um assassinato próximo ao Dia das Bruxas ocorre, Hubie assume a responsabilidade de investigar o caso, sendo a esperança para salvação da data. O Halloween do Hubie conta no elenco com Adam Sandler, Maya Rudolph e Noah Schnap (Stranger Things).

Faixa etária: A partir de 14 anos

Onde assistir: Netflix.

### **7.48.3. O MISTÉRIO DO RELÓGIO NA PAREDE**

Lewis, de apenas 10 anos, acaba de perder os pais e vai morar em Michigan com o tio Jonathan Barnavelt. O que o jovem não tem ideia é que seu tio e a vizinha da casa ao lado, Sra. Zimmerman, são, na verdade, feiticeiros.

Faixa etária: A partir de 10 anos

Onde assistir: YouTube.

### **7.48.4. RUA DO MEDO - TRILOGIA**

A história de Rua do Medo: 1994 se passa em Shadyside, cidadezinha assombrada por massacres e tragédias que muitos de seus moradores atribuem a uma maldição lançada, séculos antes, por uma bruxa. E é claro que um grupo de adolescentes acaba mais envolvido do que gostaria com os acontecimentos sinistros da cidade.

Faixa etária: A partir de 16 anos

Onde assistir: Netflix.

## **7.49. SÉRIES**

### **7.49.1. AMERICAN HORROR STORY / @raquel\_thawany**

Sem saber dos perigos que estão por vir, a família Harmon sai de Boston e vai para uma mansão em Los Angeles atingida por pequenos conflitos de relacionamento. Logo após a chegada, eles encontram com os Landgons, com quem desenvolvem uma boa relação. Ben Harmon, a esposa Vivien e Violet, a filha, descobrem junto aos seus novos companheiros que a casa possui um ambiente sobrenatural, repleto de fantasmas.

Faixa etária: A partir de 16 anos

Onde assistir: Netflix.

### **7.49.2. MUNDO SOMBRIO DE SABRINA**

Prestes a completar dezesseis anos, a jovem Sabrina Spellman é obrigada a tomar uma decisão crucial que mudará sua vida para sempre. Ela deve escolher entre o mundo das bruxas e o mundo dos mortais, enquanto luta para proteger a família e os amigos de forças sombrias que os ameaçam.

Faixa etária: A partir de 16 anos

Onde assistir: Netflix.

### **7.49.3. SCREAM QUEENS**

Antologia de comédia e terror que se inicia em uma faculdade dos Estados Unidos, onde uma série de assassinatos começa a acontecer de forma misteriosa.

Faixa etária: A partir de 16 anos

Onde assistir: StarPlus.

### **7.49.4. BATES MOTEL**

Após a misteriosa morte de seu marido, Norma Bates decidiu começar uma nova vida longe do Arizona, na pequena cidade de White Pine Bay, em Oregon, e leva o filho Norman, de 17 anos, com ela. Ela comprou um velho motel abandonado e a

mansão ao lado. Mãe e filho sempre compartilharam uma relação complexa, quase incestuosa. Trágicos acontecimentos vai empurrá-los ainda mais. Todos eles agora compartilham um segredo obscuro.

Faixa etária: A partir de 16 anos

Onde assistir: GlobloPlay.

## **7.50. MÚSICAS**

Thriller — Michael Jackson

The Number Of The Beast — Iron Maiden

Ghostbusters — Ray Parker Jr

bury a friend — Billie Eilish

This Is Halloween! — The Nightmare Before Christmas

Yes, I'm A Witch — Yoko Ono

Burn The Witch — Queens Of The Stone Age

## **7.51. PODCAST**

### **7.51.1. QUINTA MISTERIOSA**

O Quinta Misteriosa é um quadro no canal da Jaqueline Guerreiro no Youtube, onde toda quinta-feira ela conta um caso real. Caso você seja sensível ao conteúdo apresentado nos episódios, não recomendamos que você assista.

### **7.51.2. LA QUINTA PARED**

Podcast dedicado a todos los misterios del mundo, hechos raros de este mundo y de otros más.

### **7.51.3. CLUBE DO TERROR**

Clube do terror é um podcast que vai explorar casos misteriosos, true crime e o universo do horror seja em forma de livro, série ou filme. Instagram: @clubedoterror.pod

### **7.51.4. OBSCURO: HISTÓRIAS DE TERROR**

Contos, casos, lendas, relatos sobrenaturais e assustadores.

## **7.52. YOUTUBE**

Obscuro

Lorelay Fox

## **7.53. SAÚDE MENTAL - ROTEIRO**

### **7.53.1. INTRODUÇÃO**

O objetivo desse episódio é falar sobre a saúde mental, em lembrança ao setembro Amarelo, pois assuntos como esse devem ser abordados durante todo o ano. O projeto recebe a convidada Renata Borges, professora do CEU Vila Rubi e fundadora da Desperte Consultoria e Coaching.

Para uma melhor compreensão o episódio será dividido em tópicos.

### **7.53.2. ABERTURA**

Será a abertura padrão “Oiee genteeee, como vocês estão?”, “Hoje vamos falar sobre (sons de tambor) .... Saúde mental.

Esse episódio foi pensando para ser uma extensão do setembro amarelo, pois acreditamos que a saúde mental deve ser abordada independente da época.

Como nós alunas, não temos conhecimento sobre esse assunto, convidamos a professora Renata para nos auxiliar.

Renata: Faz sua apresentação;

Após a professora se apresentar, iniciamos o assunto.

Contexto sobre essa data

Aqui é explicado a origem do setembro amarelo:

A origem do setembro Amarelo e todo esse movimento de conscientização contra suicídio começou com a história de Mike Emme, nos Estados Unidos. O jovem era conhecido por sua personalidade carinhosa e habilidade mecânica, tendo como sua marca um Mustang 68 que ele mesmo restaurou e pintou de amarelo.

Porém, em 1994, Mike cometeu suicídio, com apenas 17 anos. Infelizmente nem a família, nem os amigos de Mike, perceberam os sinais de que ele pretendia tirar sua própria vida.

No funeral, os amigos montaram uma cesta de cartões e fitas amarelas com a mensagem: “Se precisar, peça ajuda”. A ação ganhou grandes proporções e expandiu-se pelo país.

Sintomas depressivos e sintomas de ansiedade

Renata trará as características.

Como isso afeta no cotidiano

Renata trará as características.

Como tentar melhorar essa situação sozinho

Renata trará as opções.

Locais que oferecem auxílio gratuito ou seção de baixo custo

As indicações foram retiradas do Instagram @liviafarahpsi. Passaremos as informações sobre

Instituto de psicologia da USP

Av. Prof. Mello Moraes, 1721, Bloco D - Butantã. Tel.: 3091-8248

e-mail: clinica@usp.com.br

Universidade Presbiteriana Mackenzie

Rua, Piauí, 181, Higienópolis. Tel.: 2114-8342

Uninove Campus Vergueiro

Rua Vergueiro, 235, Liberdade. Tel.: 2633-9000

UNIB - Universidade Ibirapuera

Av. Interlagos, 1329 - Chácara Flora. Tel.: 5694-7961

UNIP – Campus Vergueiro

Rua, Apeninos, 267 - Aclimação. Tel.: 3341-4650 / 3347-1000

UNICSUL - Campus São Miguel

Rua, Dr. Ussiel Cirilo, 225, Vila Jacuí. Tel.: 2037-5853

UNICSUL - Campus Anália Franco

Av. Regente Feijó, 1295, Anália Franco. Tel.: 2268-0867

UNICSUL - Campus Liberdade

Rua, Galvão Bueno, 868, 1 andar, Liberdade. Tel.: 3385-3108

Clínica Aberta de Psicanálise na Casa do Povo

Rua, Três Rios, 252, Bom Retiro. Tel.: 3227- 4015

### **Canto do Baobá**

Oferecem serviços gratuitos, por um valor social e os valores padrões. Para os dois primeiros é necessário se inscrever na lista de espera

Centros de Atenção Psicossocial (CAPS)

Caso você precise de um auxílio emergencial, existe o CVV, Centro de Valorização da Vida. Funciona 24h, e tem 3 canais de atendimento. Por e-mail (o atendimento não é on-line, mas assim que possível um voluntário te responde), chat (não funciona 24h) e telefone 188 (funciona 24h).

No site do CVV tem uma área para busca de psicólogos

### **7.54. FINALIZAÇÃO**

Esse episódio acaba por aqui! Espero que tenham gostado. Nos sigam no Instagram que é @comunicaaietec, e se na plataforma que você nos ouve tem como avaliar o podcast, por favor nos avalie.

## 8. O FUTURO DA PROFISSÃO

O secretariado é uma profissão antiga e pouco valorizada pela sociedade, por ser pouco conhecida e de certa forma bastante representada em programas de lazer cinematográficos, e que costuma enxergar o profissional dessa área como um rostinho bonito que não faz nada além de anotar recados, se engana quem crê que isso seja o dia a dia de uma secretária. Aliás, você sabe o que ela faz?

É importante saber inicialmente, que o secretariado é uma função regulamentada que exige formação acadêmica. Um profissional dessa área está apto a realizar agendamentos, cancelamentos, eventos internos e externos, ele trata de clientes e da elaboração de documentos de suma importância dentro de uma empresa.

É comum a sociedade acreditar que essa função, futuramente será extinta, afinal, estamos na era da tecnologia e inovação, sendo assim logo tarefas como a do profissional de secretariado não será mais necessária, certo? Errado.

A tecnologia avança a cada dia, e várias funções antes humanas, hoje são realizadas por computadores, porém, um fator tem que ser considerado, as máquinas não podem substituir um ser humano em todos os quesitos, esses produtos estão chegando para auxiliar a secretária e não a substituir.

O conhecimento obtido pela Secretária, devido à integração ao âmbito organizacional, permite a ela perceber pontos fortes e/ou fracos nos processos internos.

O mercado tanto para essa área como para as outras, busca profissionais com diferencial e sempre bem atualizados, para se manter em alta, saber o que acontece e como você pode consertar ou programar serão a chave do sucesso

## **9. CONCLUSÃO**

Neste trabalho, aborda-se a comunicação corporativa e estudantil. Em suma, o bom desempenho, em geral, está bastante associado à eficiência da comunicação interna e externa, seja em uma organização ou em instituições de ensino. Isto ressalta a importância de todos os departamentos estarem em sincronia, para promover a harmonia e alcançar resultados almejados.

Ao longo de todo o trabalho, houve uma dificuldade em encontrar um assunto que, de forma divertida pudesse agregar na vida dos alunos e profissionais (de secretariado), mas algo que sempre esteve presente na turma foi comunicação. Visto que, para o 3º Secretariado a comunicação era tão importante, de alguma forma isso deveria ser transmitido para as outras turmas, e assim definimos nosso tema e público-alvo, os alunos.

Como o objetivo é desenvolver o trabalho por meio de eventos e dinâmicas, foi feito o planejamento dos eventos, e o cronograma do segundo semestre. Todos os projetos foram pensados em melhoria da comunicação e integração entre alunos, professores e instituição em geral.

Nossos métodos de comunicação implementados durante a realização de todos os eventos nos garantiram uma visão externa mais descontraída, onde conseguimos interagir e transpassar de forma clara e objetiva ao nosso público o intuito do nosso projeto, levando em consideração algo de suma importância, a transparência, clareza e simpatia em todas as nossas apresentações.

Assim como todo projeto está sujeito a falhas, durante a execução nós do Comunica Aí nos deparamos com pequenos problemas técnicos, e até mesmo na própria comunicação entre nós, essas falhas de comunicação geraram desalinhamentos, atrasos em prazos, devido à ruídos e dúvidas sobre como desenvolver determinadas demandas. Esses pontos nos possibilitaram vivenciar e encontrar meios de que essas pequenas falhas na comunicação não ocorressem mais. Nos capacitou a encontrar e resolver os ruídos e interferências, visando assim o trabalho em equipe e colocando em evidência a importância do diálogo e clareza das ideias.



Ao final do planejamento do Trabalho de Conclusão de Curso, é certo afirmar que todos os objetivos foram concluídos com sucesso. Como por exemplo, o planejamento dos eventos do segundo módulo, o início do Podcast, criação das redes sociais, entre outros.

Os autores do projeto Comunica Aí, acreditam que terão êxito na execução do projeto.

## 10. BIBLIOGRAFIA

BATISTA, Andrea Clara. **A (r)evolução da comunicação empresarial. Comunicação Empresarial**, 2021. Disponível em: [http://www.comunicacaoempresarial.com.br/comunicacaoempresarial/artigos/comunicacao\\_corporativa/artigo8.php](http://www.comunicacaoempresarial.com.br/comunicacaoempresarial/artigos/comunicacao_corporativa/artigo8.php). Acesso em: 28 de maio de 2021.

COSTA, Carlos Alberto Saraiva da. **Comunicação empresarial: a construção de relacionamentos com clientes via mídias digitais**. Sorocaba: Universidade De Sorocaba, 2015, Capítulo II – Comunicação Empresarial. Disponível em: <http://comunicacaoecultura.uniso.br/producao-discente/2015/pdf/carlos-alberto.pdf>. Acesso em: 25 de maio 2021.

ESCOLA DA INTELIGÊNCIA. **A importância e os benefícios da comunicação na gestão escolar**. Ribeirão Preto, 2020. Disponível em <https://escoladainteligencia.com.br/blog/comunicacao-na-gestao-escolar/>. Acesso em: 28 de maio de 2021.

LEITE, Quézia de Alcântara Guimarães. **A importância da comunicação interna nas organizações**. Universia, 2017. Disponível em: <https://www.universia.net/br/actualidad/vida-universitaria/importancia-da-comunicacao-interna-nas-organizaces-442402.html>. Acesso em: 28 de maio de 2021.

LUSSIER, Robert N.; REIS, Ana Clara F.; FERREIRA, Ademir A. **Fundamentos da Administração**. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

NASSAR, Paulo. **Comunicação empresarial: estratégia de organizações vencedoras**. São Paulo: ABERJE, 2005. (Coleção Inteligência; v.1).

SUCESSO DO CLIENTE. **Melhorando a comunicação interna e externa nas instituições de ensino**. 2016. Disponível em: <https://sucessodocliente.blog/comunicacao-interna-e-externa-instituicoes-de-ensino/>. Acesso em: 28 de maio de 2021.

TORQUATO, **Gaudêncio**. **Tratado de comunicação organizacional e marketing político**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002, p. 304.

WAKKE. **Comunicação interna: entenda a importância no ambiente escolar**. **Guarapari**. Disponível em: <https://wakke.co/entenda-a-importancia-da-comunicacao-interna-no-ambiente-escolar/>. Acesso em: 28 de maio de 2021.

Atlantic Mirror. **Dinâmica de personalidade: Ilusões ópticas que revelam muito sobre o seu carácter**. Europa. Disponível em: [https://a.atlanticmirror.com/s/ilusoes-opticas?l=a&as=403&utm\\_source=msn.com&utm\\_medium=PT-BR&utm\\_term=PT-BR\\_O-que-voc%C3%AA-v%C3%AA-nesta-imagem-diz-muito-sobre-sua-personalidade&utm\\_term=PT-BR\\_O-que-voc%C3%AA-v%C3%AA-nesta-imagem-diz-muito-sobre-sua-personalidade&bdk=0](https://a.atlanticmirror.com/s/ilusoes-opticas?l=a&as=403&utm_source=msn.com&utm_medium=PT-BR&utm_term=PT-BR_O-que-voc%C3%AA-v%C3%AA-nesta-imagem-diz-muito-sobre-sua-personalidade&utm_term=PT-BR_O-que-voc%C3%AA-v%C3%AA-nesta-imagem-diz-muito-sobre-sua-personalidade&bdk=0)

Acesso em: 28 de maio de 2021.

Normas ABNT. **Formatação de TCC**. Disponível em: [Normas ABNT 2021 - Como Estruturar seu Trabalho nas regras ABNT](#). Acesso em: 23 de novembro de 2021.