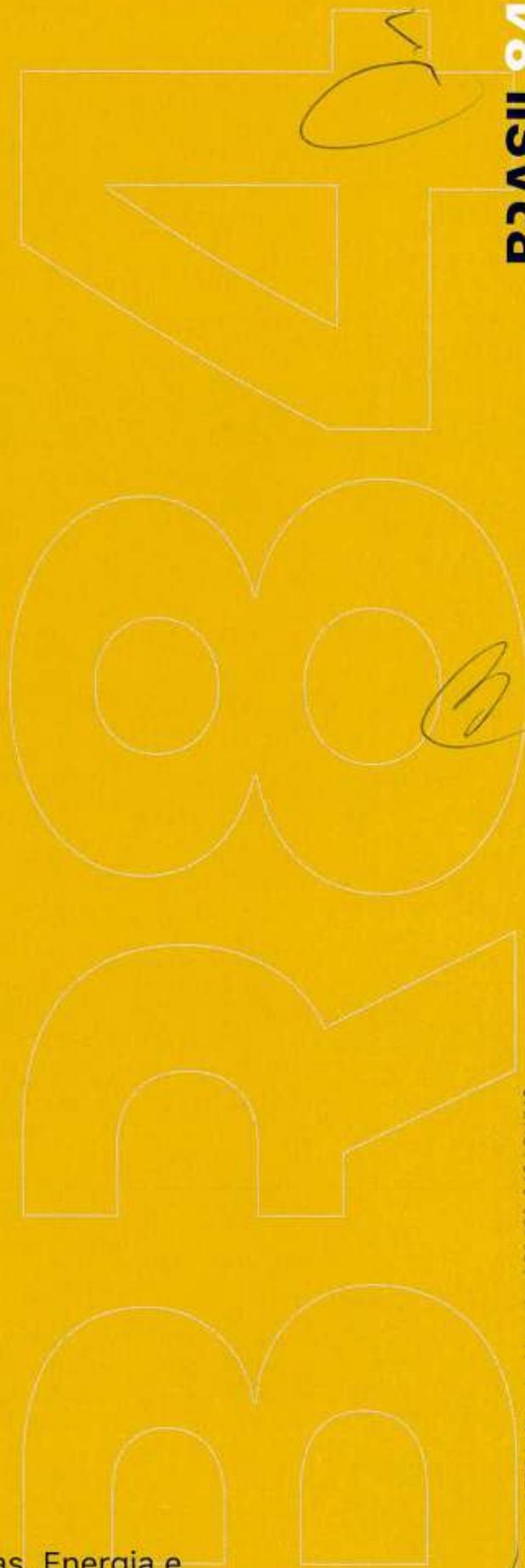


BR  
3  
00  
7

**REPERTÓRIO**

Agência Reguladora de Águas, Energia e Saneamento Básico do Distrito Federal – ADASA  
CONCORRÊNCIA ADASA Nº  
01/2019



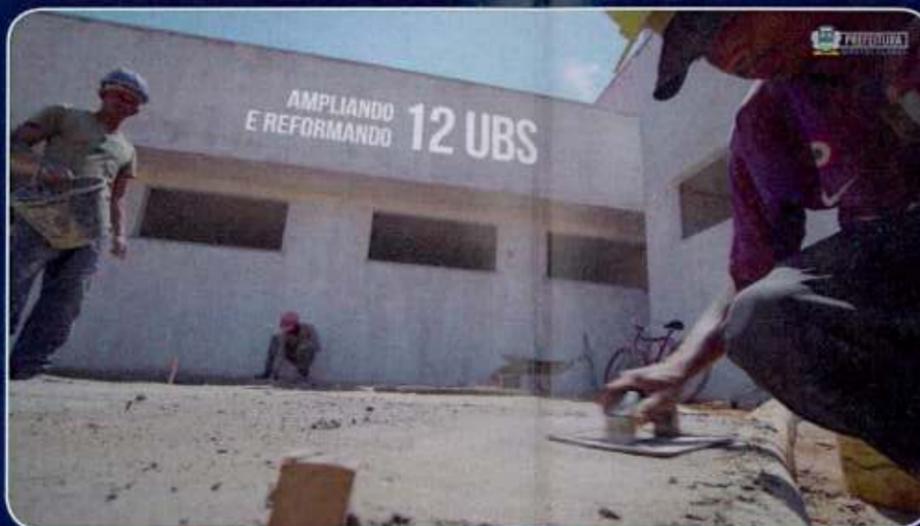


## REPERTÓRIO

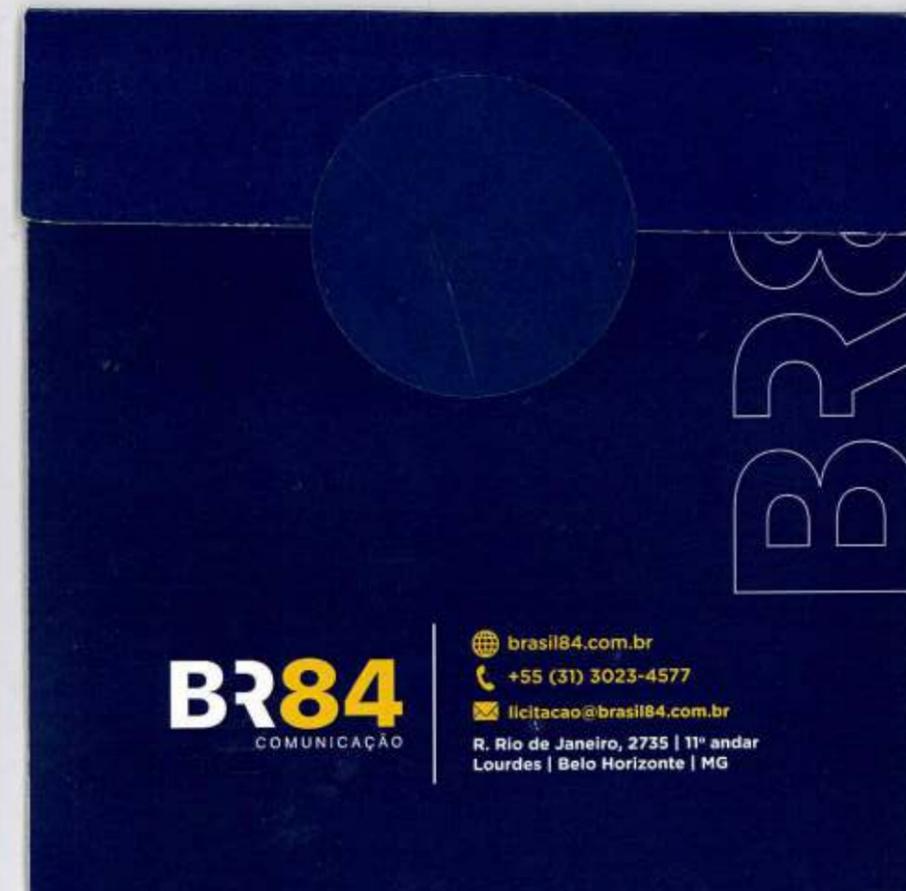
Agência Reguladora de Águas, Energia e Saneamento Básico do Distrito Federal – ADASA

**CONCORRÊNCIA ADASA Nº 01/2019**

VT 2'



DVD contendo VT



**BR84**  
COMUNICAÇÃO

brasil84.com.br  
+55 (31) 3023-4577  
licitacao@brasil84.com.br  
R. Rio de Janeiro, 2735 | 11º andar  
Lourdes | Belo Horizonte | MG

**Agência:** Brasil84

**Cliente:** Prefeitura de Montes Claros

**Peça:** VT

**Formato original:** 2'

**Título:** Um novo jeito de fazer Montes Claros

**Divulgação:** InterTV, Rede Mais e TV Gerais

**Praça:** Montes Claros

**Data de produção:** Novembro/2018

**Período de veiculação:** Novembro/2018

**Profissionais envolvidos:** Jesus Junior, Camila Lacerda, Amanda Santos, Thiago Andrade, Caesar Turbuck e Fabrício Menezes

**Briefing/Problema a ser resolvido:** Divulgar as obras que a gestão fez na cidade para melhorar a vida dos cidadãos.



**Agência:** Brasil84

**Cliente:** Grupo Multiklinicas

**Peça:** Banner Web

**Formato original:** 1200x624 pixels

**Título:** Saúde de qualidade ao seu alcance

**Divulgação:** Site Globo e Estado de Minas

**Praça:** Região Metropolitana de Belo Horizonte

**Data de produção:** abril/2019

**Período de veiculação:** maio/2019

**Profissionais envolvidos:** Caesar Turbuck, Thiago Andrade

**Briefing/Problema a ser resolvido:** Divulgar a inauguração de uma nova clínica com preços popular em Belo Horizonte, ressaltando as facilidades de agendamento e a quantidade de especialidades disponíveis.

**TUDO SE transforma**  
**ATÉ O LIXO**  
Separe o seu!

**A Coleta Seletiva já é uma realidade Campo Belo.**

Agora, você precisa fazer a sua parte para deixar a cidade limpa, sustentável e, ainda, mais linda. Separe o lixo seco, reciclável, em sacos ou sacolas verdes e o lixo úmido, composto por material orgânico, em sacos ou sacolas brancas.

**Lixo seco (reciclável) ter e qui**

**Lixo úmido (orgânico) seg, qua e sex**

*No zona rural a coleta do lixo seco ocorrerá juntamente com a do lixo úmido.*

**CAMPO Belo**  
CIDADE Limpa  
CIDADE Linda

**PREFEITURA CAMPO BELO**  
CONSTITUIÇÃO 1987 - 2016

Saiba mais em [campobelo.mg.gov.br](http://campobelo.mg.gov.br) | [/campobelomg](https://www.facebook.com/campobelomg)

Agência: Brasil84

Cliente: Prefeitura de Campo Belo

Peça: Anúncio de jornal

Formato original: 29,5x20 cm

Título: Tudo se transforma, até o lixo

Divulgação: Jornal Em Dia

Praça: Campo Belo

Data de produção: abril/2019

Período de veiculação: maio/2019

Profissionais envolvidos: Caesar Turbuck, Thiago Andrade, Camila Lacerda, Michelle Ribas

**Briefing/Problema a ser resolvido:** A coleta seletiva permite o recolhimento de materiais que podem ser reciclados, contribuindo para a preservação do meio ambiente e para o processo de limpeza urbana. No entanto, para que ela funcione corretamente é preciso que a população separe os resíduos orgânicos dos produtos recicláveis e os disponibilize nas datas corretas para a coleta. Por isso, a Prefeitura de Campo Belo solicitou a criação de uma campanha que informasse, educasse e conscientizasse a população da importância de participar corretamente da Coleta Seletiva.



Agência: Brasil84

Cliente: Conselho Federal de Psicologia

Peça: Cartaz

Formato original: 29,7 x 42 cm

Título: Você concorda com isso? A psicologia não!

Divulgação: Cartaz distribuído para os Conselhos Regionais de Psicologia nos Estados e também afixados em eventos dos Conselhos.

Praça: Federal

Data de produção: Outubro/2018

Período de veiculação: Novembro/2018

Profissionais envolvidos: Lucas Rodrigues, Cesar Turbuck

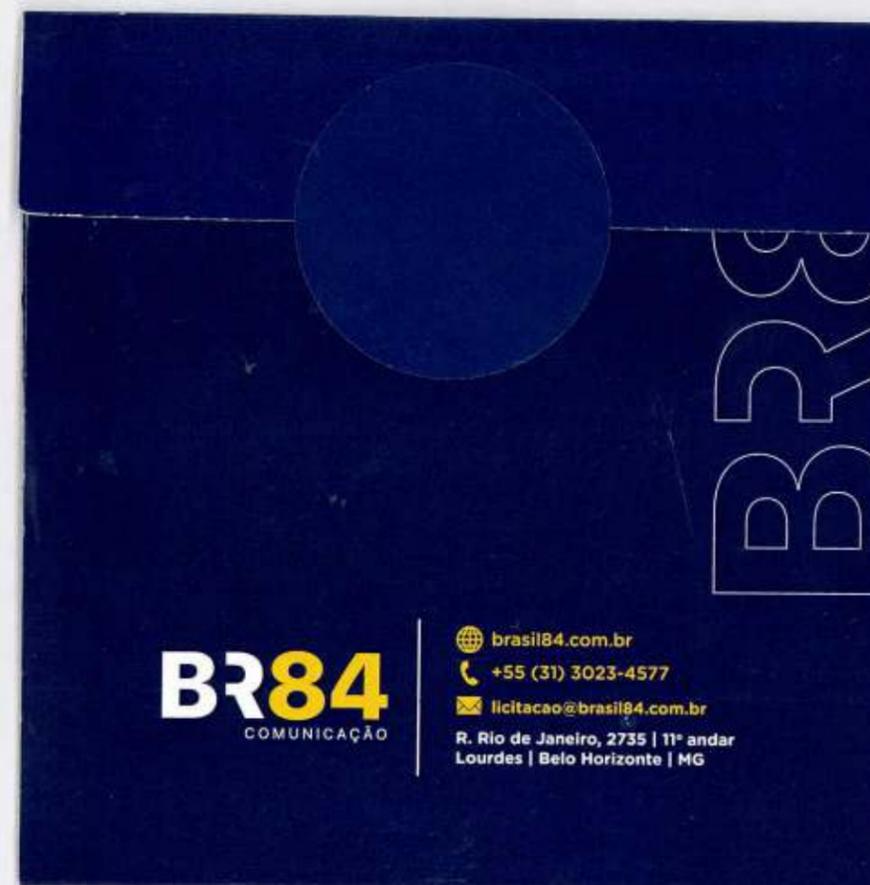
Briefing/Problema a ser resolvido: O eixo central da campanha é fazer contraponto aos discursos de ódio contra populações historicamente vulnerabilizadas e visibilizar os lócus de privilégios da sociedade. A campanha utiliza as frases e expressões normalmente utilizadas para denegrir as pessoas como contraponto da posição de enfrentamento dessa realidade pelo Conselho.

SPOT 30"

Técnica	Locução
Bg de uma torneira abrindo e água enchendo algum tipo de vasilhame.	<p>Loc. Feminino Adulto – com entonação mais empolgada:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sabe como a água vai chegar até sua casa?</li> </ul>
Entra trilha instrumental moderna	<p>Loc. Masculino Adulto:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- A Prefeitura de Arcos cobrou um plano de ação da Copasa, que está investindo mais de dez milhões de reais em obras por toda a cidade.</li> <li>- Treze poços já foram perfurados e estão em funcionamento; uma nova adutora está sendo finalizada no sistema da Boca da Mata e a implantação do sistema de captação do Rio Candongas irá resolver de vez o problema de abastecimento de água.</li> </ul>
Assinatura	Prefeitura de Arcos. Trabalho sério faz a vida melhor.



CD contendo spot 30"



Agência: Brasil84

Cliente: Prefeitura Municipal de Arcos

Peça: Spot

Formato original: 30"

Título: Como a água vai chegar até você

Divulgação: Rádio Vida, Rádio Vertical e Rádio Cidade

Praça: Arcos

Data de produção: Setembro/2018

Período de veiculação: Outubro/2018

Profissionais envolvidos: Caesar Turbuck, Thiago Andrade, Fabrício Menezes, Lucas Rodrigues, Jane Xavier

**Briefing/Problema a ser resolvido:** Arcos sofre, constantemente, com o problema da falta de água. Desse forma, a atual administração municipal cobrou soluções da Copasa, que investiu mais de R\$ 10 milhões em um plano de ações que irá beneficiar toda a cidade. Nesse sentido, o anúncio criado divulga o que está sendo feito para que a água chegue para toda a população e posiciona a Prefeitura como um agente transformador da realidade arcoense.

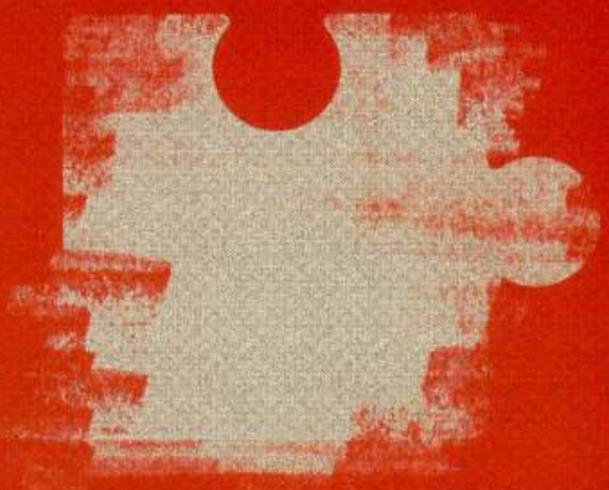
# REVISTA GRP MINAS GERAIS

Maria Direta  
Bakker  
Integradora e consultora  
Conselho Regional de  
Psicologia - 4º Região  
- Grupo

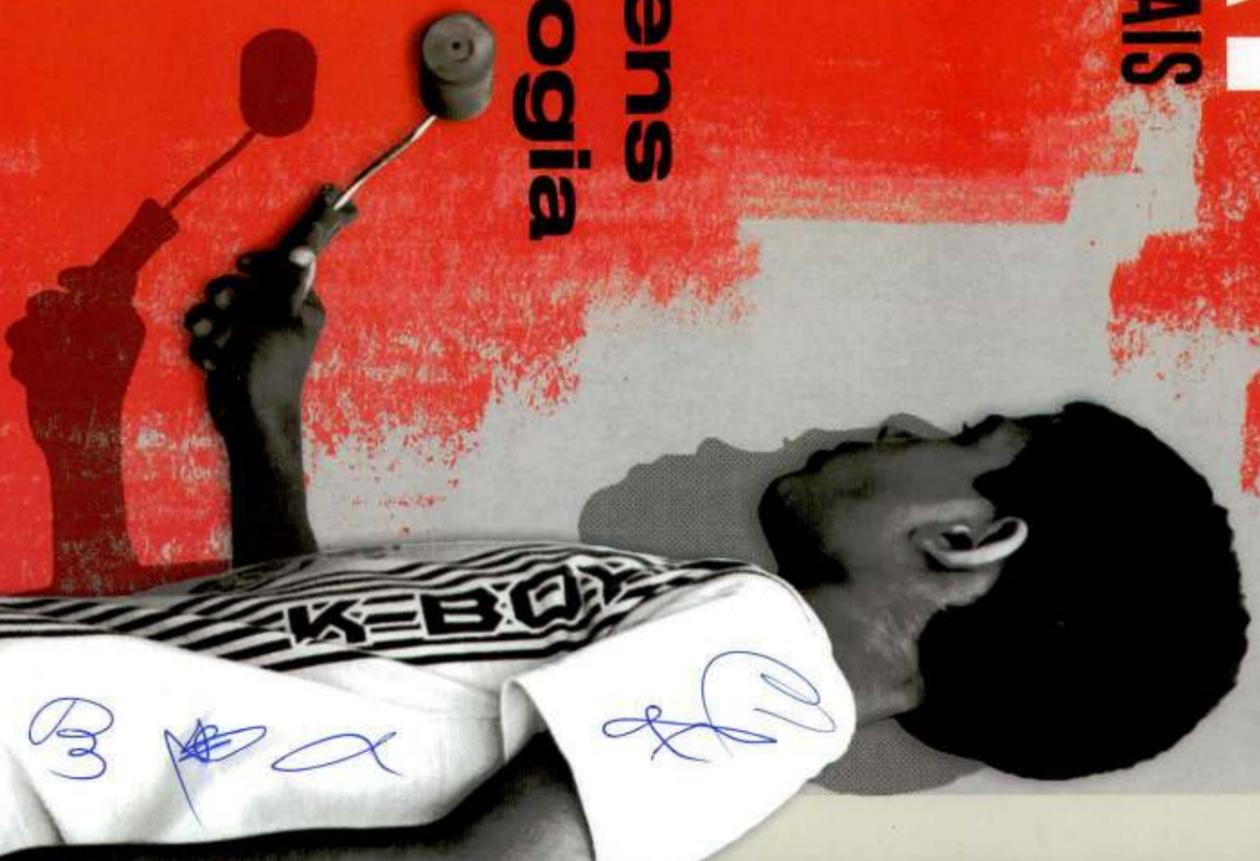


CONSELHO  
REGIONAL DE  
PSICOLOGIA  
MINAS GERAIS

edição 1



## Múltiplas abordagens da Psicologia sobre o autismo



o que  
o trabalho  
produz pág. 5

machismo +  
patriarcado  
= violência pág. 10



CONSELHO  
REGIONAL DE  
PSICOLOGIA  
MINAS GERAIS

## EXPEDIENTE

### SEDE

R. Timbiras, 1532, 6º andar, Lourdes,  
Belo Horizonte, MG, CEP 30140-061.  
Telefone: (31) 2138-6767.  
E-mail: crp04@crp04.org.br  
Site: www.crp04.org.br

### SUBSEDES:

Centro-Oeste - Divinópolis  
Telefone: (37) 3213-8930  
E-mail: centrooeste@crp04.org.br

Leste - Governador Valadares  
Telefone: (33) 3225-0475  
E-mail: leste@crp04.org.br

Norte - Montes Claros  
Telefone: (38) 3221-7720  
E-mail: norte@crp04.org.br

Sudeste - Juiz de Fora  
Telefone: (32) 3215-9014  
E-mail: sudeste@crp04.org.br

Sul - Pouso Alegre  
Telefone: (35) 3423- 8382  
E-mail: sul@crp04.org.br

Triângulo - Uberlândia  
Telefone: (34) 3235-6765  
E-mail: uberlandia@crp04.org.br

### REVISTA DO CRP-MG

Publicação do Conselho Regional de  
Psicologia - Minas Gerais (CRP-MG)

COMISSÃO EDITORIAL:  
XV PLENÁRIO (GESTÃO 2016-2019)

### DIRETORIA

Dalcira Ferrão  
Conselheira Presidenta

Stela Maris Bretas Souza  
Conselheira Vice-Presidenta

Felipe Viegas Tameirão  
Conselheiro Tesoureiro

Délcio Fernando Guimarães Pereira  
Conselheiro Secretário

### CONSELHEIRAS(OS)

Aparecida Maria de Souza Cruvinel  
Claudia Natividade  
Dalcira Ferrão  
Délcio Fernando Guimarães Pereira  
Eliane de Souza Pimenta  
Eriane Sueley de Souza Pimenta  
Érica Andrade Rocha  
Ernane Gonçalves Maciel

Felipe Viegas Tameirão  
Filippe de Mello Lopes  
Flávia Gotelip Correa Veloso  
Leila Aparecida Silveira  
Letícia Gonçalves  
Madalena Luiz Tolentino  
Marcelo Arinos Drummond Júnior  
Márcia Mansur Saadallah  
Mariana Lucia Ferreira Tavares  
Marília Fraga Cerqueira Melo  
Odila Maria Fernandes Braga  
Paula Lins Khoury  
Reinaldo da Silva Júnior  
Rita de Cássia de Araújo Almeida  
Robson Rocha de Souza  
Roseli Aparecida de Melo  
Solange Nunes Leite Batista Coelho  
Stela Maris Bretas Souza  
Túlio Lourchard Picinini Teixeira  
Vilene Eulálio Magalhães  
Waldomiro Epifanio Bueno Salles  
Yghor Queiroz Gomes

### EQUIPE DE COMUNICAÇÃO CRP-MG

Ayrá Sol Soares  
Carolina Melo  
Cristina Ribeiro  
Eliziane Lara  
Gabriela Carvalho  
Gabriela Ribeiro  
Lucas Wilker  
Nathalia Monteiro

PROJETO GRÁFICO  
BRASIL 84

DIAGRAMAÇÃO  
BRASIL 84

### EDIÇÃO

Cristina Ribeiro (MTB 5222)  
Jornalista Responsável

### REPORTAGEM

Cristina Ribeiro (assessora de  
comunicação CRP-MG), Eliziane Lara  
(jornalista CRP-MG), Lucas Wilker  
(Estagiário CRP-MG)

### REVISÃO

Agência Brasil 84

### IMPRESSÃO

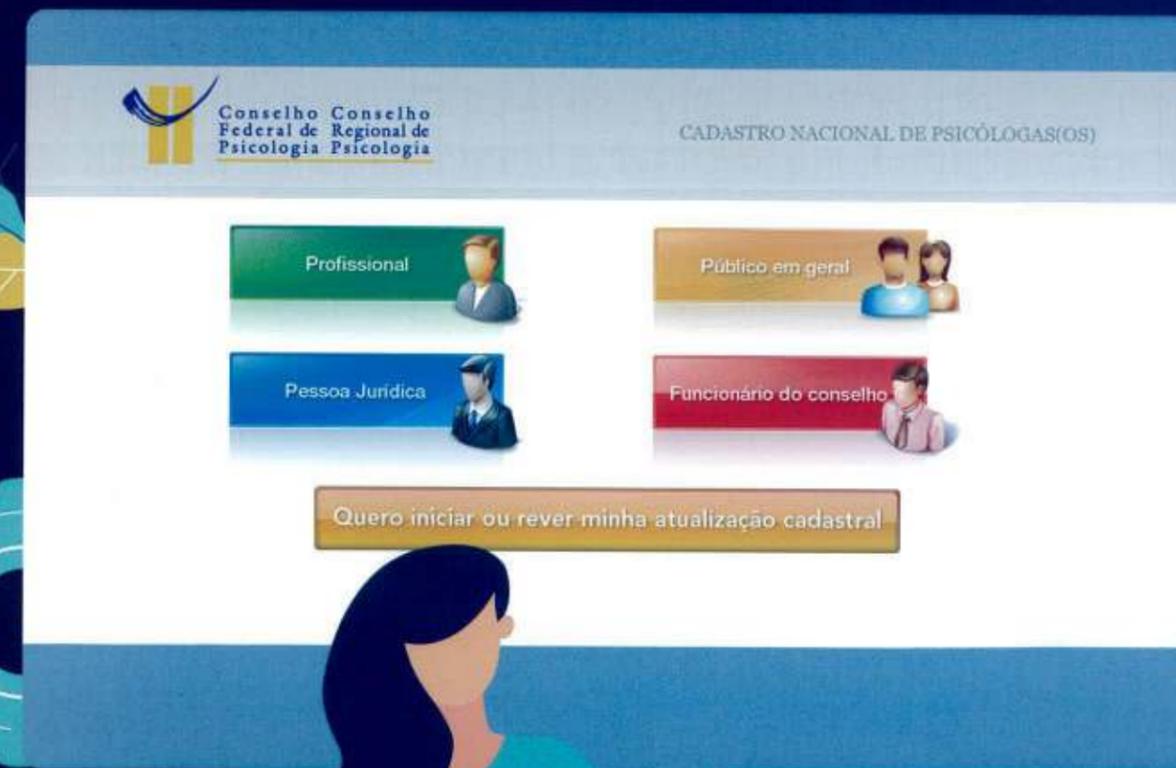
Marquinhos Gráfica e Editora

### TIRAGEM

50 mil exemplares

Atualize seus  
dados cadastrais  
e se mantenha  
informada(o) sobre as  
notícias e serviços  
do CRP-MG.

[cadastro.cfp.org.br](http://cadastro.cfp.org.br)



Envie sugestões de temas para [jornalismo@crp04.org.br](mailto:jornalismo@crp04.org.br)

Leia a Revista do CRP-MG em versão digital no site [www.crp04.org.br](http://www.crp04.org.br)



CONSELHO  
REGIONAL DE  
PSICOLOGIA  
MINAS GERAIS

## AS ESTRATÉGIAS DE PREVENÇÃO

### 1) DIFICULTAR O ACESSO AOS MEIOS LETAIS

Tornar difícil o acesso aos meios letais é reconhecidamente uma das melhores estratégias de redução das taxas de suicídio. O suicídio por impulso é, na interessante formulação de Andrew Salomon em seu livro "Um crime de solidão" (2018), o uso de uma "solução definitiva para um problema transitório".

Todas as formas de prevenir os impulsos suicidas são bem-vindas, por propiciarem uma nova chance de reflexão, uma nova possibilidade de elaboração para aquele sujeito.

Países como Japão e Suécia conseguiram redução em suas taxas por meio de planos nacionais de estratégias que dão ênfase a ações de prevenção para o suicídio por impulso, mas também à organização em rede dos serviços de saúde, em especial na articulação da atenção primária com as redes de urgência.

O modo preferencial de suicídio entre homens no Brasil é o enforcamento, seguido do uso de armas de fogo. Muitas vidas são poupadas por meio do Estatuto do Desarmamento. No entanto, no começo deste ano de 2019, exatamente no dia 15 de janeiro, se deu o anúncio presidencial da proposta de um decreto que flexibiliza a autorização para posse de armas. A estimativa é de que até 80% da população possa ter uma arma de fogo em casa. Tal decreto vai na direção contrária ao preconizado mundialmente como estratégias de redução de violência, entre elas a autoinfligida.

A redução de acesso a pesticidas e agrotóxicos seria uma estratégia bastante confiável de redução do suicídio por impulso, mas houve a liberação do uso desses venenos no Brasil em 2018.

Entre as mulheres, o modo preferencial de suicídio é a ingestão de medicamentos, barbitúricos, antidepressivos, tranquilizantes, entre outros medicamentos que podem ser receitados por qualquer especiali-

dade médica. Essas prescrições sem acompanhamento permitem que se façam estoques domésticos de medicamentos e ajudam a compor as estatísticas de depressão, que, lá na frente, vão autorizar a afirmativa de que em 97% dos suicídios consumados havia diagnóstico de depressão.

### 2) MELHORAR OS REGISTROS

A melhoria nas notificações e registros permitirá formulação de estratégias de prevenção cada vez mais locais e eficazes. Dados por municípios permitem conhecer e formular uma linha de conexão entre suicídios que pode favorecer o planejamento local.

### 3) COMBATER O PRECONCEITO

O combate ao estigma e a todas as formas de preconceito conduz a novas práticas e novos modelos de relações intersubjetivas.

O estímulo a ações locais, em ambientes como escolas, centros culturais, que promovam a circulação da fala e que proponham novos modos de sociabilidade são potentes. Vale citar o vídeo "Comunicadores da hora, desafio: 3 pessoas, 3 problemas, 3 finais" realizado pelos alunos da Escola Estadual Olegário Maciel, em parceria com a ONG Internet Sem Fronteiras, em Belo Horizonte, que demonstrou a capacidade criativa dos jovens na construção de formas de diálogo sobre o assunto.

### 4) REDE DE SAÚDE

A "Agenda Estratégica de Prevenção do Suicídio", do Ministério da Saúde (2017), aponta que a existência de Rede de Atenção Psicossocial no município é um importante fator de proteção para o risco de suicídio, reduzindo em 14% sua incidência. Apesar deste dado ter sido apresentado em 2018, neste mesmo ano havia sido anunciado o corte de gastos no SUS e aumento de investimentos em estabelecimentos privados e dotados de lógica manicomial.

O cuidado e a escuta são de responsabilidade de todos os profissionais de saúde e, os serviços, ao se organizar na lógica do acolhimento e na

produção de saúde, e não como maquinas de produção de consultas, podem contribuir para o entendimento e responsabilização coletiva.

### 5) TRABALHO VOLUNTÁRIO

Um importante meio e comprovadamente eficaz para auxílio em crises agudas o trabalho de voluntários qualificados do Centro de Valorização da Vida, que vêm acompanhando o avanço dos meios de comunicação e estão presentes em vários municípios do país. Atendem por e-mail, presencialmente, e por outras redes.

### 6) CAMPANHAS

A realização de campanhas de prevenção ao suicídio, se formuladas de maneira cuidadosa que não conduzam à psiquiatrização e medicalização, podem ser importantes ações de prevenção. É fundamental não gerar, com tais campanhas, um aumento irresponsável e sem acompanhamento de diagnósticos de depressão e, logo, da prescrição de medicamentos antidepressivos, pois, desta forma, o que ocorrerá, ao contrário de uma prevenção, será a possibilidade do aumento de casos, como vimos acima, pelo uso abusivo de substâncias psicoativas.

### 7) PAPEL DA MÍDIA

Fator citado em muitas fontes sobre prevenção do suicídio é o papel representado pela cobertura midiática. A OMS lançou sua cartilha em 2006, bem como o Brasil disponibilizou informações no Portal do Ministério da Saúde ([portalms.saude.gov.br/saude-de-a-z/suicidio](http://portalms.saude.gov.br/saude-de-a-z/suicidio)). "A mídia influencia fortemente as atitudes, crenças e comportamentos da comunidade e ocupa um lugar central nas práticas políticas e sociais. A maneira como os meios de comunicação tratam os casos de suicídio pode influenciar a ocorrência de outros". (OMS, 2006)

No entanto, a polêmica acerca do contágio provocado pela divulgação de suicídios continua ainda hoje. O que se sabe é que a cobertura deve ser responsável e a correta abordagem do assunto é necessária, pois ajuda a salvar vidas e evita o sofrimento

de muitas famílias. Evitar falar sobre suicídio nunca é a melhor decisão. Ao abordar o assunto, não se deve falar sobre métodos nem causas, muito menos dar ênfase ao suicídio como uma saída. Em seu livro "Morreu na contramão", Arthur Dapieve afirma "que em vez de determinar a forma de pensarmos o assunto, a mídia espelha nossa maneira de lidar com o tema".

Segundo ele, "é razoável supor que o procedimento recalcado da imprensa frente ao suicídio reflita o mal-estar de toda nossa sociedade frente a morte voluntária". Daí, segundo ele, o pensamento mágico de que apenas uma pessoa sem a posse de sua saúde

de mental possa tirar a própria vida. Segundo ele, o suicídio tem ocupado nas mídias o lugar de um fato inesperado, a ruptura de uma ordem natural, tal como os desastres, os acidentes, as grandes catástrofes. Tais notícias são a parcela do noticiário que escapa à politização, por sua inexplicabilidade. O discreto tratamento do tema suicídio pela imprensa mal esconde o temor disseminado de que um caso possa conduzir a outro. Daí a necessidade de fazer cada um aparentar ser único, isolado, fechado.

"O suicida desafia as supervisões institucionalizadas da vida e cai na dupla condenação de ser doente e subversivo. No entanto, a cobertura do suicídio é uma oportunidade de fornecer ao público informações e recursos que podem salvar vidas" (DAPIEVE, 2007).

Pensando além da cobertura dos casos de suicídio, convém pensar em outros papéis que a mídia desempenha na formação de subjetividades. A forma como se constroem as narrativas do modo de encarar a vida podem gerar sentimento de apatia, de falta de sentido, de fraqueza, de desmobilização coletiva, de desesperança, de medo do futuro.

A mídia comercial não mostra qualquer movimento de mudança que não esteja submetido à ordem capitalista de produção em série de subjetividades. Ou seja, a mídia acaba conduzindo a um vazio de sentido, atuando como produtora do medo, da inutilidade, da falta de possibilidade de um futuro. Para quê? Para quem?

Além disso, as redes sociais promovem estetização do *self* e uma expropriação da interioridade. Não importa mais a vida que se vive, passamos a ser pura exterioridade. Também aí se produzem as noções de raça, de corpo, de virilidade, do feminino, do belo, do certo e do errado. Essa produção de moldes e modelos serve para encaixar os sujeitos ou excluí-los. Então a mídia esconde os milhões de inadaptados e os alija para fora de seus noticiários e de suas novelas.



## SAÍDAS COLETIVAS

À Psicologia comprometida socialmente cabe ações em todos os níveis de prevenção ao suicídio, que incluem o cuidado e atenção aos sujeitos em profunda dor, sobreviventes, pessoas que já tentaram, vítimas de abuso, de preconceito, às mais diversas formas de vulnerabilidade e às diversas formas da violência, às intervenções psicossociais e de gestão. Interessa a construção de saídas coletivas, multiprofissionais, com o envolvimento do máximo possível de atores, num processo de construção de espaços de fala e de construção e reconstrução de narrativas. A Psicologia colabora na desconstrução de mitos, de superação de tabus, no enfrentamento às várias violências.

Nenhum homem é uma ilha, inteiramente isolado. Todo homem é um pedaço de um continente, uma parte de um todo. (...) A morte de qualquer homem me diminui porque sou parte do gênero humano. E por isso não perguntem por quem os sinos dobram. Eles dobram por nós". John Donne.

**Referências** | ARTAUD, A. Van Gogh: el suicidado de la sociedad y para acabar de una vez con el juicio de dios. Madrid, Editorial Fundamentos, 1975.  
CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA. O suicídio e os desafios para a Psicologia. Brasília, CFP, 2013.  
DAPIEVE, A. Morreu na contramão: o suicídio como notícia. Rio de Janeiro, Zahar, 2007.  
DIAS, M.C.D. BIOÉTICA: Fundamentos Teóricos e Aplicações. Curitiba, Appris, 2017.  
GUILLON, C.; LE BONNIEC, Y. Suicídio, modo de usar. São Paulo, EMW, 1984.  
MINAYO, C.; CAVALCANTE, F. G. "Organizadores psíquicos e suicídio: retratos de uma autópsia psicossocial". In: PRADO M.C.C.A. (org). O mosaico da violência: a perversão na vida cotidiana. São Paulo: Vetor, 2004.  
SOLOMON, A. Um crime da solidão: reflexões sobre o suicídio. São Paulo, Companhia das Letras, 2018.

## AS MACRO DETERMINAÇÕES SOCIAIS

O neoliberalismo econômico e seus sujeitos morais apontam para uma forma de organizar a vida em que os sujeitos se tornam responsáveis individuais e exclusivos sobre seu "sucesso" e "insucesso" (os neo sujeitos empreendedores de si). Isso leva a uma redução da garantia de direitos, e da visão de Estado como protetor de seus cidadãos, instalando-se um modo intersubjetivo de "salve-se quem puder".

Byung Chul-Han, em seu livro "A sociedade do cansaço", afirma que no século XXI está se constituindo uma "sociedade do desempenho", na qual são produzidos sujeitos empresários de si mesmos. Forja-se uma sociedade que produz fracassados e depressivos, já que a cada sujeito bem-sucedido em seus projetos auto empreendidos há uma quantidade enorme de sujeitos excluídos, pois a sociedade continua igualmente competitiva e exploradora da força de trabalho.

A partir destes enquadramentos, é preciso localizar a discussão do suicídio nesse modo de compreender a vida numa sociedade tecnológica; num sistema neoliberal de formação de sujeitos isolados, competitivos, massificados e solitários, em que se forja a aceitação do discurso de ódio e de intolerância; em que existe uma fobia da morte, que é vista como um sinal de fracasso de uma sociedade voltada para o sucesso.

## JOVENS E IDOSOS

Verificar o aumento das taxas de suicídio nos dois extremos do ciclo de vida obriga a algumas reflexões sobre a sociedade contemporânea.

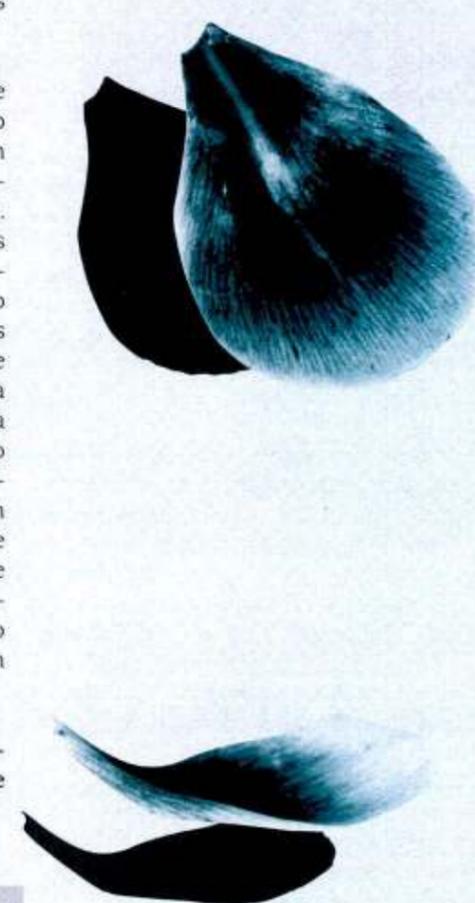
No caso dos adolescentes, que vivem o tempo do "ainda não, mas não mais"; o tempo de escolhas e de afirmações de desejos; o tempo de não ser igual ao que já foi, mas ainda não se pode saber o que será, existe um fosso que, muitas vezes, o projeta entre a dúvida de obedecer ao padrão ou afirmar sua singularidade. E se o jovem não encontra sustentação para suas identificações, se não encontra possibilidades de troca e de compartilhamento, se seu universo passa a se reduzir às telas da virtualidade, é um tempo de angústia em que, em determinados casos, buscar a própria morte pode ser um modo de se livrar não da vida, mas daquela dose insuportável de dor.

Em relação aos idosos, assiste-se hoje a uma grande desvalorização da experiência de vida e, também a perda de relevância social do sujeito que deixa de ser produtivo. As gerações que hoje têm 60 anos ou mais, tiveram suas vidas pessoais muito identificadas com o trabalho. A aposentadoria, muitas vezes, significa esvaziamento de sentido da vida. Somam-se ainda a solidão, o abandono, o medo da dor e a dificuldade em lidar com o envelhecimento próprio e do familiar. As gerações que se aproximam do momento de aposentadoria se veem assoladas pela possibilidade da perda de seu direito de se aposentar. O sentimento associado ao suicídio dos idosos é o de ser um fardo para a família.

Tanto um segmento quanto o outro estão acossados pela falta de perspectiva.



**O suicídio é sensível a estratégias de prevenção, tanto mais quanto se encontram ouvidos atentos, corações generosos, profissionais capacitados em serviços de saúde qualificados.**



o bullying e outros tipos de violência como a doméstica; rejeição familiar, dos amigos, da comunidade, assédios; perseguições policiais; discriminação nos serviços de saúde; somados ao machismo, racismo e misoginia, são fatores associados ao suicídio. É pelo preconceito que a população LGBTI está mais propensa aos agravos em saúde e ao suicídio. O Grupo Gay da Bahia, em pesquisa realizada em 2017, informa crescimento de 30% de morte por LGBTIfobia entre 2016 e 2017, e 58 mortes por suicídio dentre as 445 vítimas letais da LGBTIfobia em 2017.

## SUICÍDIO COMO QUESTÃO DE SAÚDE PÚBLICA OU QUESTÃO MÉDICA?

Segundo Cecilia Minayo e Fátima Cavalcante, as taxas de suicídio atuam como indicadores para análise de mudanças sociais, principalmente desestabilizadoras (MINAYO, C; CAVALCANTE, F. G, 2004). Estas mudanças desestabilizadoras repercutem em alguns indivíduos, fazendo-os "desistirem da vida". Costumam ter como consequência desemprego, perdas salariais, mudanças nas relações sociais e nas subjetividades. Uma mudança desestabilizadora pode se dar quando se desrespeitam os princípios gerais que regem a vida da população, como ruptura da ordem democrática, mudanças no aparato jurídico legal, reformas trabalhistas, previdenciárias, dentre outras.

O suicídio entra na Classificação Internacional das Doenças (CID 10) no capítulo XX, como **morte violenta por causas externas**, ou seja, morte não decorrente de doença, aceitando e assumindo a ausência de centralidade da questão biológica nesse conjunto de mortes.

Esse conceito de **morte violenta por causas externas** para o ato da morte violenta de si mesmo, já não aponta o suicídio como uma relação? Seria possível imaginar o suicídio como uma possível consequência de relações intersubjetivas violentas?

O suicídio é um fenômeno complexo, multifatorial e um problema de saúde pública. É necessário compreendê-lo como uma produção social, mais do que um comportamento individual.

O suicídio é um ato singular, individual, o mais pessoal dos atos e, ao mesmo tempo, é um novelo de relações.

O suicídio é um problema de saúde coletiva. É um problema nosso.

Segundo a cartilha da OMS "Prevenção do suicídio, um recurso para conselheiros", de 2006, "os indivíduos suicidas sofrem frequentemente com maiores problemas ambientais que seus colegas não suicidas, incluindo histórias de abuso, problemas familiares, questões culturais, dificuldade de relações interpessoais e exposição a estresse extremo ou crônico. Em conjunto com o humor depressivo, esta carga ambiental aumenta a probabilidade de suicídio. **Na verdade, o sentimento de desesperança decorrente das circunstâncias de vida constitui um indicador ainda mais potente de risco de suicídio que a depressão por si mesma**".

No entanto, vemos em vários artigos e pronunciamentos a afirmação de que mais de 90% dos casos apresentam uma doença mental ao lado de outros fatores de risco ou vulnerabilidades. Segundo Neury Botega e Cordeiro (2010), por exemplo, em 97% dos casos, segundo estatísticas oficiais, o suicídio é um marcador de **sofrimento psíquico ou de transtornos psiquiátricos**. (CFP, 2013) A estatística de mais de 90%, e em algumas referências, de 97% dos casos, toma como determinante, ou condição necessária, a presença de um transtorno mental. Mas serão da mesma ordem, o sofrimento psíquico e a doença mental?

Unificar a estatística permite pensar em uma prevenção médica que, bem-sucedida, levaria a uma sociedade sem suicídios, desde que todos os portadores de transtornos estivessem em tratamento adequado.

Por essa linha de raciocínio, seria possível acabar com os suicídios e manter a ordem social tal qual está.

Assim, se para a ciência hegemônica, é possível afirmar que em sua quase totalidade os suicidas são portadores de transtornos psiquiátricos, a multifatorialidade e a complexidade seriam contempladas com apenas duas medidas: o tratamento psiquiátrico e o funcionamento do sistema de saúde reduzido à organização de serviços de saúde, e não como dispositivos de produção de saúde. O tratamento psiquiátrico, por sua vez, pode se reduzir e muitas vezes o faz, à prescrição de medicamentos psiquiátricos! Esta visão é patologizadora e medicalizante, além de biologicista.

Se o suicídio é um fenômeno complexo e multifatorial, exige enfrentamentos complexos. Se entendemos que sofrimento psíquico não é o mesmo que transtornos psiquiátricos, se o sofrimento é a dor de viver e um modo de lidar com o mal-estar, uma resposta ao enfrentamento das diversas violências cotidianas, trata-se de fatores subjetivos, intersubjetivos, psicossociais e até mesmo circunstanciais, com transtorno psiquiátrico diagnosticável, concomitante ou não.

De todo modo, nunca é possível atribuir causalidade única ao suicídio. Não podemos adotar posições simplificadoras ou reducionistas. Cada suicídio representa um enigma.

Nunca é demais alertar para os perigos da medicalização e patologização da vida, atitudes que reproduzem um modo de ver e de viver, que apregoam o modo certo, normativo, higiênico, que conduziria ao "sucesso". Desta maneira, precisamos estar atentos e inquietos para desconstruir uma posição de saber que ensina as pessoas o jeito certo de sentir e de reagir.



### Érika Vinhal

Psicóloga formada pela PUC MINAS, pós-graduada em Gestão Estratégica para Centros Socioeducativos pela Fundação João Pinheiro e em Políticas Públicas e Socioeducação pela Escola Nacional de Socioeducação. Tem trajetória na política socioeducativa há 15 anos, com atuação como técnica (Analista Executivo de Defesa Social), na gestão de unidades socioeducativas e gestão da política socioeducativa na Subsecretaria de Atendimento Socioeducativo. Servidora pública de carreira. E-mail: erikavinhal@hotmail.com

# O TRABALHO DA(O) PSICÓLOGA(O) NAS MEDIDAS SOCIOEDUCATIVAS

## PERCURSO PELA HISTÓRIA: DO CÓDIGO DE MENORES AO ECA E SINASE

A história social da infância brasileira é marcada por violência e exclusão social. Desde o Código de Menores de 1927 havia a tentativa de controlar a violência social e a infância abandonada.

Todas as leis anteriores ao Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), de 1927 a 1979, eram conhecidas por fazerem parte da "doutrina da situação irregular" e tinham como princípio fundamental o controle social dos menores, realizado especialmente pela intervenção dos juizes.

Em 1979, o Código de Menores Mello Matos foi reformulado, embora ainda estivesse baseado na mesma "doutrina da situação irregular" do Código anterior, que determinava que o Estado deveria criar instituições de assistência e

proteção, limitando sua função de controle da assistência ao menor e repressão aos desviantes.

Somente com a Constituição Federal (1988), a aprovação do ECA (1990) e, principalmente a partir de 1989, com a Convenção Internacional dos Direitos da Criança, organizada pela ONU, uniformizou-se o discurso e crianças e adolescentes foram colocados como "prioridade absoluta", rompendo assim com a "situação irregular".

Para Simone (2010), dentro do arcabouço das normas infraconstitucionais, o ECA constitui-se como um marco histórico na luta pelos direitos da criança e do adolescente.

Cabe ressaltar que, hoje, as crianças e adolescentes possuem um status de cidadãos, abandonando a

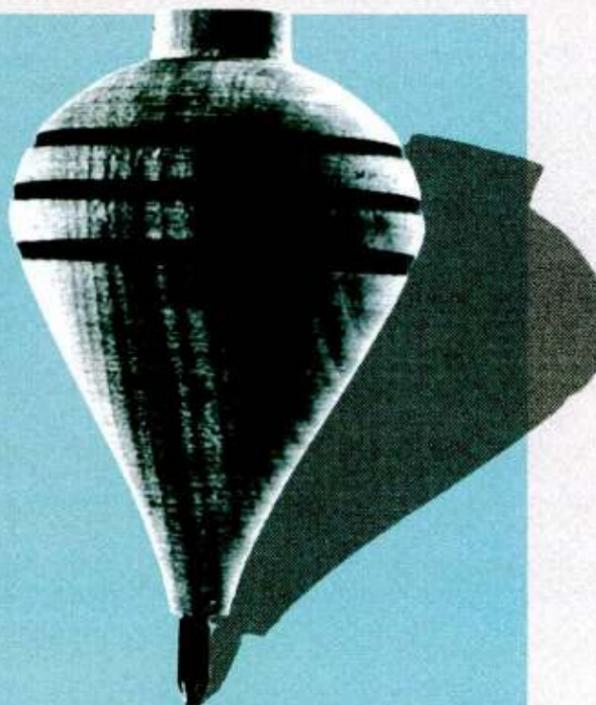
lógica do termo "menores", objetos do processo, para se tornarem sujeitos, inclusive para os adolescentes autores de ato infracional.

As ações cometidas por um adolescente, consideradas como crime ou contravenção da lei jurídica vigente no país, são denominadas ato infracional. Para os atos infracionais, o ECA prevê a aplicação das medidas socioeducativas como forma de responsabilização jurídica.

Faz-se necessário, ainda mencionar a importância da Lei 12.594/2012, que instituiu o Sistema Nacional de Atendimento Socioeducativo - SINASE e regulamentou a execução das medidas socioeducativas destinadas a adolescentes que praticam ato infracional, estabelecendo princípios, responsabilidades e objetivos.



“**Os atendimentos psicológicos na medida socioeducativa ofertam um espaço para que o adolescente possa falar sobre o que o motiva a atuar e como tem se envolvido com os eixos da medida.**”



Para Carelli et al. (2014)  
*Ao estabelecer os objetivos das medidas socioeducativas, a Lei nº 12.594/12 visou afastar as infundáveis discussões doutrinárias acerca da natureza sancionatória ou pedagógica dessas medidas. Parece-nos que, a partir dessa definição expressa dos objetivos da medida, firmou-se o entendimento do legislador de que tais medidas possuem um caráter híbrido, de sanção socioeducativa, com finalidade pedagógica.*  
 - (CARELLI, 2014, p.6)

O caráter pedagógico da medida socioeducativa se orienta por três grandes eixos: escolarização, formação profissional e família/relações sociais. Além disso, são assegurados cuidados especiais aos jovens como: proteção, educação, atividades esportivas, culturais e de lazer, cuidados com a saúde física e mental, e assistência religiosa. Durante esse período, os adolescentes deverão receber atendimentos técnicos de psicólogos, pedagogos, analistas jurídicos, terapeutas ocupacionais e assistentes sociais, bem como da área da saúde.

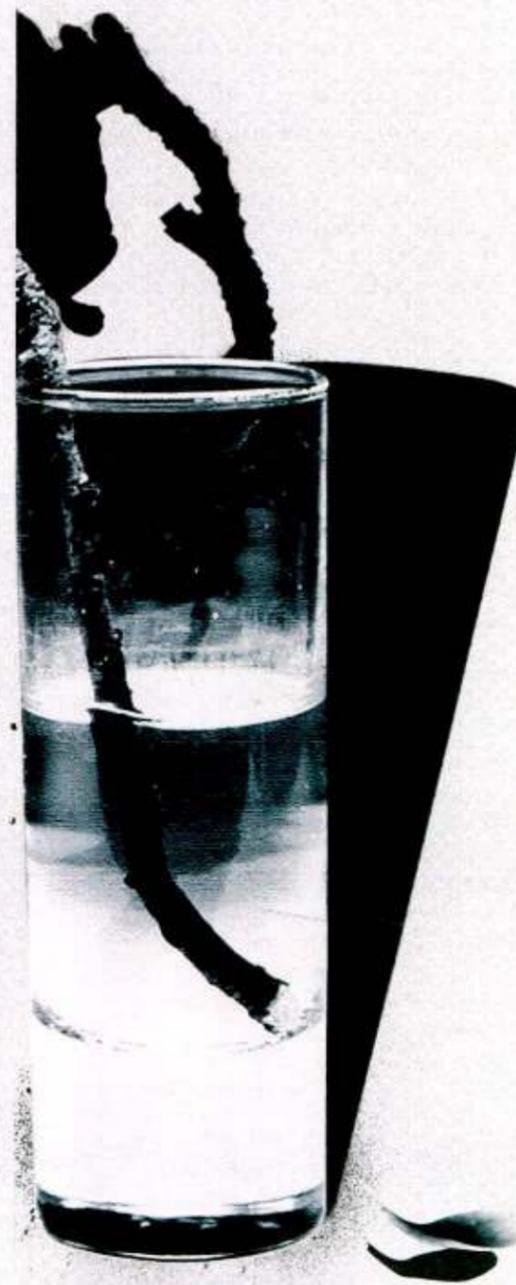
Então, para garantir o acompanhamento individual do adolescente nos eixos de trabalho já citados, o psicólogo é um dos principais membros da equipe técnica e que está orientado a escutar e articular as intervenções, com propósito de instigar um posicionamento protagonista e autônomo do adolescente. Ademais, é o profissional quem vai contribuir para a construção singular de cada caso até a conclusão do processo judicial.

A medida é reavaliada semestralmente pelo Juiz, que vai decidir pela sua manutenção, progressão (aplicação de medida mais branda) ou extinção. Esta avaliação é realizada mediante Relatório Multidisciplinar elaborado pela equipe de referência do adolescente e contém um parecer técnico que vale como sugestão para o poder judiciário, sendo que, a decisão final ocorre após a manifestação, também, do Ministério Público e da Defensoria Pública.

Neste artigo, trataremos da especificidade do trabalho do psicólogo na medida socioeducativa de privação de liberdade, a mais gravosa estabelecida pelo ECA.

“**Há sempre dois suicídios: o real e o que os outros pensam que aconteceu.**”

Ian Thomson



Tirar a própria vida é sempre uma possibilidade. O suicida não escolhe morrer, escolhe o momento e o modo de fazê-lo. A permanente possibilidade do suicídio torna a vida inteira uma escolha e, deste modo, pode-se escolher viver. Assim, a ideia do suicídio faz parte da ideia de liberdade.

No entanto, os debates acerca do fim da vida têm sido intensos em nossa sociedade. A quem pertencem nossas vidas? Temos o direito de decidir sobre como encerraremos nossa narrativa? Em nossa sociedade, é reconhecida a cada sujeito a autoria de sua narrativa de vida, mas não sua conclusão. A capacidade de decisão sobre o fim da vida pertence à ciência, marcadamente incorporada no saber médico, ou a um poder transcendente. As discussões sobre eutanásia, suicídio assistido e ortotanásia são embaladas num invólucro definido como busca da boa morte. O suicídio é um acontecimento que vem subverter toda esta discussão e opera como um fim de diálogo. A última palavra foi dita. (DIAS, 2017)

Hoje, já não se considera o suicida um desertor, um covarde, um criminoso ou um pecador. Trata-se agora de colocar o debate sobre a ideia de que o suicida seja um doente. (GUILLON C.; LE BONNIEC, Y. 1984)

Considerando o contexto de violência em que vivemos, não seria mais correto usar a expressão utilizada por Antonin Artaud em seu ensaio “Van Gogh: o suicidado da sociedade”? (ARTAUD, A., 1975). Em que nível os suicídios no Brasil apontam para uma produção social que obrigaria a criar o neologismo: os “suicidados”? Até que ponto as proposições nacionais de prevenção do suicídio, ainda

em vigor, podem estar em perigo frente à política de corte de investimentos públicos e de fim de políticas sociais no país?

Apenas como exemplo, consideremos a taxa de suicídios entre mulheres presas no Brasil. É 20 vezes maior que a média nacional. A falta de informações sobre a situação prisional e o tempo da pena, a violência física e emocional e o abandono de familiares e amigos são alguns dos fatores associados ao suicídio dessas mulheres. Do total, 75% são mães, em sua maioria afastadas de seus filhos. (The Intercept Brasil, 5/2018)

Os indígenas no Brasil suicidam de 10 a 20 vezes mais que a população geral, sendo de 15,2 por 100 mil (Boletim Epidemiológico, Ministério da Saúde, 2017). Os principais fatores associados ao suicídio entre indígenas são as disputas por defesa dos limites de seus territórios e falta de perspectivas futuras.

A pesquisa “Óbitos entre adolescentes e jovens negros, 2012 a 2016” do Ministério da Saúde, publicada em dezembro de 2018, identificou que o risco de suicídio foi 45% maior em adolescentes e jovens negros, sendo que o risco na faixa entre 10 e 19 anos foi 67% maior entre pessoas negras, em 2016. As principais causas associadas ao suicídio entre negros são: a ausência de sentimentos de pertença, sentimento de inferioridade, rejeição, negligência, maus-tratos, abuso, violência, inadequação, inadaptabilidade, sentimento de incapacidade, solidão, isolamento social. E, ainda, não aceitação de identidade racial, sexual e afetiva, de gênero e de classe social.

O suicídio na população LGBTI não tem registros específicos e confiáveis. Mas a discriminação;



### Mariana Tavares

Formada em Psicologia em 1980 (UFMG). É conselheira do CRP-MG (XV Plenário) e coordena as comissões de Emergências e Desastres e de Psicologia e Clínica. Foi diretora da Escola de Saúde Pública de Minas Gerais (ESP-MG), gerente de Gestão do Trabalho e da Educação Permanente do SUS/BH e consultora da Política Nacional de Humanização.

Cerca de 800 mil pessoas suicidam por ano ao redor do mundo. Uma pessoa se mata a cada 40 segundos. Do total de suicídios, 75% se dão em países de média e baixa renda per capita (OPAS, Brasil, suicídio, 2018). A média global de suicídios é de 11,4 por 100 mil habitantes, sendo 15 para homens e 8 para mulheres. No Brasil, as taxas são de 8,7 por 100 mil entre os homens e 2,4 entre as mulheres, sendo um suicídio a cada 45 minutos. Em 2016, foram 11 mil mortes por suicídio. Embora as taxas no Brasil ainda sejam relativamente baixas, observa-se aumento especialmente nas duas extremidades do ciclo de vida: jovens e idosos.

Dos 172 países membros da Organização Mundial da Saúde (OMS), apenas 28 possuem estratégia nacional de combate à morte voluntária. O Brasil formulou o seu Plano Nacional em 2006. No entanto, as taxas de suicídio vêm crescendo na última década. O Brasil propôs diminuir sua taxa em 10% de 2010 a 2020. No entanto obteve, até 2018, um crescimento de 10%.

As taxas de tentativa de suicídio são por volta de 10 vezes maiores. Ou seja, estima-se que há 8

# O SUICÍDIO É UM PROBLEMA DE SAÚDE COLETIVA. É UM PROBLEMA NOSSO

milhões de tentativas no mundo a cada ano. O suicídio, em certa medida, evitável - na maioria dos casos há uma tentativa anterior, sendo este o principal fator individual de risco.

O suicídio é sensível a estratégias de prevenção, especialmente quando se encontram ouvintes atentos, corações generosos, profissionais capacitados e qualificados em serviços de saúde, vínculos afetivos, decisão política e políticas públicas acolhedoras e inclusivas, dentre outras medidas.

“O suicídio é uma questão filosófica. É bastante conhecida a frase de Albert Camus, segundo a qual o suicídio é o único problema filosófico verdadeiramente sério. Julgar se a vida merece ou não ser vivida é responder a uma questão fundamental da filosofia.”



## ADOLESCÊNCIA

Trabalhar no sistema socioeducativo é lidar com o público adolescente e com toda vulnerabilidade, instabilidade e dificuldades para cumprimento de regras sociais características desta faixa etária. Além disso, é conviver com a constante demanda de limite, de busca de referência e de orientação.

Para Osório (1992, p.21) a adolescência sinaliza um momento de transição da infância para a fase adulta, marcado por mudanças corporais trazidas pela puberdade e pela árdua tarefa de construção da própria identidade. Trata-se, portanto, de um momento evolutivo peculiar do ser humano e crucial para o seu desenvolvimento. Desta forma, a adolescência é tida como um momento de uma crise vital, de identidade, relacional, familiar e de autoestima; em consequência do crescimento que acontece marcado por desorganizações físicas, hormonais, psíquicas, emocionais e por subsequentes reorganizações.

O maior conflito nesta etapa da vida diz respeito ao processo de individualização e separação dos pais, que leva o adolescente à busca do convívio em grupos como forma de autoafirmação e desenvolvimento da autoimagem com o objetivo de constituição da identidade pessoal. Nesta época são comuns os conflitos decorrentes do confronto de ideias e sentimentos de oposição, quando o adolescente busca definir a si e os seus objetivos. Observa-se ainda presença de características como rebeldia, instabilidade de afeto, busca de si mesmo, necessidade de fantasiar,

crises religiosas e flutuações de humor com acessos de fúria e impulsividade. Como os adolescentes são confrontados com o novo corpo, as palavras não são mais suficientes para explicar os desejos e interesses. Todavia, ao mesmo tempo, é um momento propício para fazer vacilar decisões e provocar reflexões sobre as escolhas e os projetos de vida futuros.

Portanto, quando se fala de adolescência, é importante considerar que ela define sujeitos afetados pelo real no corpo, que agita, e pelo dever de construir uma identidade, mesmo diante do enfraquecimento das figuras de autoridade e do fortalecimento do discurso capitalista do qual estão segregados.

Cada sujeito responderá de forma singular às contingências que atravessam na vida. Diversas modalidades de respostas podem ser dadas, seja pela via do enlaçamento social, seja pela ruptura. Os adolescentes que chegam ao sistema socioeducativo encontraram, no ato infracional, uma resposta aos impasses trazidos pela faixa etária e a partir desse ponto, que o trabalho do psicólogo se inicia.

### A(O) PSICÓLOGA(O) E A MEDIDA SOCIOEDUCATIVA

Alguns dos trabalhos da(o) psicóloga(o) no contexto socioeducativo são: acolher o sujeito na privação de liberdade, acompanhar a evolução nos eixos de trabalho e construir uma saída individualizada da medida, visando a responsabilização. Ao retornar ao convívio social, espera-se que o adolescente se repositone de forma construtiva e produtiva.

Entende-se por responsabilização a oferta de possibilidades para que o adolescente se sinta engajado em novos projetos, assumindo um papel de protagonista de seus próprios conflitos e interrompendo a cadeia de continuidade de violência.

Diante do cometimento de um ato infracional, é dever do Estado, representado pelo poder judiciário, convocar o adolescente a responder segundo as leis que regem a vida em sociedade. Contudo, a imposição de uma medida socioeducativa não implica, necessariamente, um consentimento imediato do sujeito. Trata-se de um chamado para responder sobre a sua posição, não sendo na perspectiva de culpabilização. Esta é a responsabilização jurídica, primeira e principal função da medida socioeducativa.

Os atendimentos psicológicos na medida socioeducativa ofertam um espaço para que o adolescente possa falar sobre o que o motiva a atuar e como tem se envolvido com os eixos da medida. Cabe à (ao) psicóloga(o) oferecer a sua escuta diferenciada e contribuir para a construção sobre os motivos que levaram à atuação infracional, a partir do que o adolescente traz e elabora. O atendimento individualizado é o lugar que possibilitará surgir as particularidades do sujeito para além das normas da instituição.

Assim, com o trabalho da(o) psicóloga(o) na medida, buscam-se intervenções que construam recursos para que o adolescente compreenda os atos que colocam em risco a sua integridade física e que podem prejudicar sua circulação social.

Diante disso, o objetivo do trabalho da(o) psicóloga(o) vai muito além de contribuir para que o sujeito se

adeque às normas institucionais e, nessa perspectiva, busca-se a não exigência de que todos se comportem de uma mesma maneira; ou seja, que haja uma "normatização do comportamento", pois a homogeneização tende a aniquilar a particularidade. O trabalho da(o) psicóloga(o) se dá no sentido de acolher a diferença pois, na medida socioeducativa, precisa haver espaço para a singularidade e para a construção individual.

Conforme disposto na Metodologia de Atendimento da Medida Socioeducativa de Internação do Estado de Minas Gerais (2012, p. 42), "o atendimento técnico na medida socioeducativa não tem a função somente de minimizar os efeitos da privação de liberdade, mas de estabelecer a construção e o acompanhamento sistemático" do cumprimento de medida de cada adolescente. Importante esclarecer que o atendimento, seja ele individual ou em grupo, é um dispositivo fundamental na socioeducação. Não se faz medida sem atendimento, sem acolhimento e sem acompanhamento sistemático.

Todo o trabalho e intervenções são sistematizados em um Plano Individual de Atendimento (PIA), que, conforme Lei 12.594/12, deverá ser homologado pelo Juiz. O PIA constitui-se como ferramenta indispensável de pactuação dos objetivos a serem alcançados no cumprimento da medida socioeducativa. Esse instrumento deve ser construído com o adolescente e sua família, e deve constar, dentre outros pontos, a fixação de prazos e metas para o alcance dos objetivos propostos, em que pese o caráter de indeterminação temporal das medidas. Outro aspecto a ser destacado é que o PIA deve apontar a singularidade de cada caso e direcionar as ações de intervenção, bem como os resultados esperados.

O atendimento individual é o lugar de conexão entre ato e a subjetividade, bem como as suas causas e as consequências. Cabe ao psicólogo escutar e planejar intervenções que produzam os efeitos da responsabilização em cada caso. ■

e/ou o multiculturalismo, por desenvolver novas formas de convivência democrática, e por afirmar a cidadania, valorizando quaisquer formas de comportamento, mesmo aqueles que sejam exercícios radicais da diferença, por outro, emergem comportamentos marcadamente violentos que muitas vezes buscam impor 'diferenças' e contradizem aquele projeto político-cultural ao afirmarem modos de vida capazes, no limite, de ser negadores da alteridade, ou seja, impeditivos da existência mesma da convivência entre formas sociais plúrais" (PEREIRA, et al., 2000, p. 13 e 14).

A tentativa de "ver (ou enxergar)", "ler nas cidades que estamos (ou vivemos)" as inúmeras demonstrações de expressão é um exercício importante e que nos confronta a cada momento com antigos e enraizados pontos de vista, preconceitos que arrastamos há muito tempo, que serão questionados e, conseqüentemente desconstruídos à medida que compreendermos suas origens e suas manutenções como "regras de uma sociedade" que vem se estruturando ao custo altíssimo da discriminação imposta por instituições seculares e, num consenso forçado (ou forjado), organizando seus componentes.

É, portanto, de grande interesse manter a pobreza e, com ela, justificar os índices de violência, associando as duas coisas e fazendo das drogas e do seu uso o elo que une e mantém em funcionamento o quadro de vida no nosso país. É mais uma maneira de colocar "do lado de fora" as responsabilidades sociais e, porque não, de caráter humanitário muito mais voltadas à manutenção de instituições notadamente falidas.

Essa, que podemos caracterizar como violência da manutenção da desigualdade associada à violência institucional da "guerra às drogas", é o ponto central do acirramento da perda de direitos constituídos ao longo dos anos pela Redução de Danos no Brasil. Dentre essas conquistas sequestradas, pode-se citar

a diminuição do uso de injetáveis e a conseqüente redução de compartilhamento de seringas e doenças como a AIDS, Hepatites B e C e demais IST; além do refreamento do número de mortes e agravos à saúde por meio de ações de restrição do uso de tabaco.

As mesmas violências aqui citadas ainda se constituem como produtoras de adoecimento, indo na contramão da proposta da Redução de Danos, que preconiza a autonomia, a cidadania e o respeito.

"Embora a presença da violência nos diferentes espaços da sociedade brasileira seja hoje bastante evidente e mesmo discutida, vivemos, durante muito tempo, a ilusão de que o Brasil estava livre das marcas mais profundas do conflito e da violência. Marcado por enorme diversidade socio-cultural, por gigantesca disparidade de renda entre os vários segmentos da população, com longo passado escravocrata, tendo vivido diversas experiências políticas autoritárias, o país sempre foi, entretanto, o cenário privilegiado da 'exuberância tropical' e da 'democracia racial', cenário este ocupado por atores sociais como heróis malandros, líderes populistas e tantos outros 'bem-humorados boas vidas', os quais, valendo-se do tradicional 'jeitinho', seguiam obtendo seus ganhos um tanto corporativos a despeito do "mal-estar" geral de grande parte da população" (PEREIRA, et al., 2000, p. 18 e 19).

O que defendo, portanto, nesse texto, é uma reavaliação das nossas políticas e práticas para não nos mantermos num círculo vicioso quando os investimentos feitos nos jogarão novamente ao início do caminho e produzirão os mesmos, e talvez maiores problemas que aqueles que nos propomos a identificar e enfrentar. ■



#### Bibliografia

BRASIL. ECA. Estatuto da Criança e do Adolescente. São Paulo: Saraiva, 16ª ed., 2008.

BRASIL. Lei 12.594, de 18 de janeiro de 2012, que Instituiu o Sistema Nacional de Atendimento Socioeducativo (Sinase), regulamenta a execução das medidas socioeducativas destinadas a adolescente que pratique ato infracional.

Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2011-2014/2012/Lei/L12594.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2012/Lei/L12594.htm)  
Acesso em: 22/06/2018.

CALLIGARIS, Contardo. A Adolescência, São Paulo: Publifolha, 2000.

CARELLI, Dra. Andrea Mismotto et. al. Comentários à Lei nº 12.594/2012: Sistema Nacional de Atendimento Socioeducativo. Ministério Público do Estado de Minas Gerais. Centro de Estudos e Aperfeiçoamento Funcional. Belo Horizonte, 2014.

Disponível em: [http://www.crianca.mppr.mp.br/arquivos/File/publi/sinase/comentarios\\_sinase\\_mpmg\\_2014.pdf](http://www.crianca.mppr.mp.br/arquivos/File/publi/sinase/comentarios_sinase_mpmg_2014.pdf)

MINAS GERAIS. Secretaria de Defesa Social. Política de Atendimento Socioeducativo de Minas Gerais - SUASE, 2012.

MINAS GERAIS. Secretaria de Defesa Social. Metodologia de Atendimento da Medida Socioeducativa de Internação - SUASE, 2012.

OSORIO, Luiz Carlos. Adolescente Hoje, Porto Alegre, Artes Médicas, 1992, p. 21

SIMONE, Luiz Otávio Campos. O adolescente em Conflito com a Lei: da criminologia clássica à justiça restaurativa, 2010. 56f. Monografia (Graduação). Universidade do Sul de Santa Catarina, Florianópolis, 2010. Disponível em: [http://pergamum.unisul.br/pergamum/pdf/101738\\_Luiz.pdf](http://pergamum.unisul.br/pergamum/pdf/101738_Luiz.pdf). Acesso em: 14 Junho de 2018.

Referências:  
PEREIRA, C. A. P. M. et al. (Orgs.). Linguagens da Violência. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

# USO DE DROGAS, REDUÇÃO DE DANOS: MESMOS CAMINHOS E DESTINOS DIFERENTES



**Domiciano José Ribeiro Siqueira**

Redutor de danos. Fundador da Associação Brasileira de Redução de Danos (Aborda). Atuou como supervisor de equipe na Cracolândia, em São Paulo, e como consultor do Ministério da Saúde na área de drogas e AIDS.

O aumento da violência nas sociedades contemporâneas ocidentais é um fato sem precedentes na era moderna, o que gera profundas perplexidades. Hobsbawm afirma que o século XX foi o "...mais assassino de que temos registro, tanto na escala, frequência e extensão da guerra que o preencheu, mal cessando por um momento na década de 1920, como também pelo volume único das catástrofes humanas que produziu, desde as maiores fomes da história até o genocídio sistemático". Acrescenta ser uma das lições deste século o fato de os seres humanos aprenderem que podem "...viver nas condições mais brutalizadas e teoricamente intoleráveis..." (PEREIRA, et al., 2000, p. 98). Em muitas outras ocasiões, se observou e se discutiu a vinculação da miséria, do desemprego com a violência e, conseqüentemente, sua ligação com as possibilidades de atuação na busca de solução para os problemas advindos de sua existência.

O trabalho dos Redutores de Danos também (ou inicialmente) se dá nessas populações, reconhecidas como a "periferia de nossas cidades ou de nossas almas", considerando que o uso de drogas, a exclusão, as injustiças, acontecem não só nas áreas "urbanamente periféricas". Compreender a importância e a eficácia da redução de danos é também enxergar esses lugares e as pessoas que neles vivem, sentir seus odores, ouvir suas dores e apreensões, encaminhar suas demandas e aceitar suas alternativas.

"Um teto, saúde, trabalho e educação são bens de cidadania porque a sua provisão tem a finalidade de garantir que os segmentos mais pobres da população possam se manter autônomos, ou se manter libertos, das inúmeras redes de subordinação pessoal que se encontram presentes na base da sociedade - as da contravenção, do crime organizado, das máquinas partidárias clientelistas, das igrejas, das entidades assistencialistas, etc. - para, como cidadãos livres, poderem tocar suas vidas privadas, atendendo apenas as regras impessoais e universais do jogo democrático. Em outras palavras, a extensão dos bens de cidadania é a forma pela qual as novas 'fronteiras sociais' são incorporadas à vida pública, à esfera política em seu sentido mais amplo". (PEREIRA, et al., 2000, p. 56).

Aqui cabe a necessidade e a importância de relacionarmos o termo "doença" à Dependência Química e, com isso, associando-a a outras doenças, buscando despertar o pensamento e a conseqüente busca de compreensão da origem do preconceito que diferencia ambas e dá à segunda o caráter de "comportamento desviante", antissocial, maldoso e de pouco interesse na sua modificação por parte do "doente". O preço é alto e cobra-se do mesmo uma postura moral que não se exige de um outro doente.

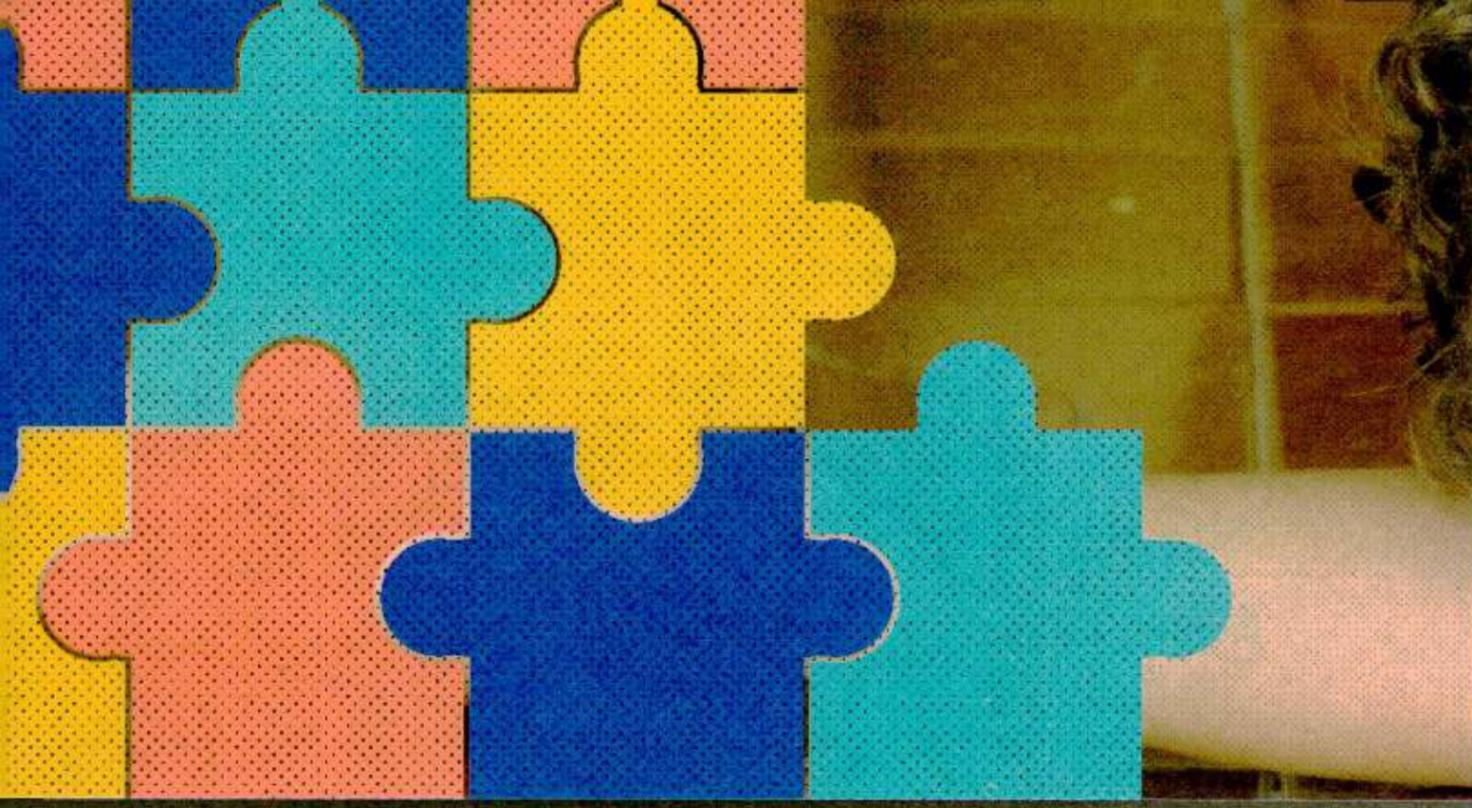
Enxergar esse fato e relacioná-lo com as construções sociais postas em prática por instituições fortes e poderosas, que encontram nessa forma de compreender e atuar a base e a manutenção de seus interesses, significa dar um passo significativo para a mudança desse quadro.

"... a melhor compreensão da dinâmica cultural contemporânea e do papel de destaque da violência nessa mesma dinâmica nos faz ver, com muita clareza, o que poderíamos chamar de um 'paradoxo contemporâneo'. Se, por um lado, as ações e discursos de vários sujeitos sociais zelam por manter ou construir o pluralismo

## TRANSTORNO DO ESPECTRO DO AUTISMO DESPERTA MÚLTIPLAS ABORDAGENS DA PSICOLOGIA

Lara brinca no escorregador na agitada manhã do sábado, 9 de fevereiro, no CAPSI de Varginha (MG)

Texto: Eliziane Lara  
Fotos: Thibe Fotografia - Lara Mantovani



A denominação "Transtorno do Espectro do Autismo (TEA)" foi publicada em 2013 na 5ª edição do Manual de Diagnóstico e Estatística dos Transtornos Mentais, o DSM-5. A medida referenciou a compreensão de que o autismo abarca um espectro diverso.

A pluralidade que a noção de espectro evoca é útil também para se pensar nas múltiplas abordagens que a Psicologia tem proposto para o TEA. Consensos e dissensos marcam a forma como essa ciência e profissão tem lidado com questões como diagnósticas, modos de intervenção, inclusão escolar e trabalho junto às famílias, para citar alguns pontos. Longe de esgotar o debate, a proposta de nossa reportagem é sinalizar caminhos possíveis para um aspecto inegociável: a garantia dos direitos das pessoas com TEA.

## DILEMAS DO DIAGNÓSTICO:

Os diferentes usos que podem ser feitos do diagnóstico o tornam um dos pontos mais polêmicos em relação ao TEA. A psicóloga e coordenadora do curso de especialização em Transtornos do Espectro do Autismo na UFMG, Maria Luísa Nogueira, explica que uma das mudanças trazidas pelo DSM-5

é que não há mais necessidade de se esperar os 3 anos de idade para o diagnóstico de TEA.

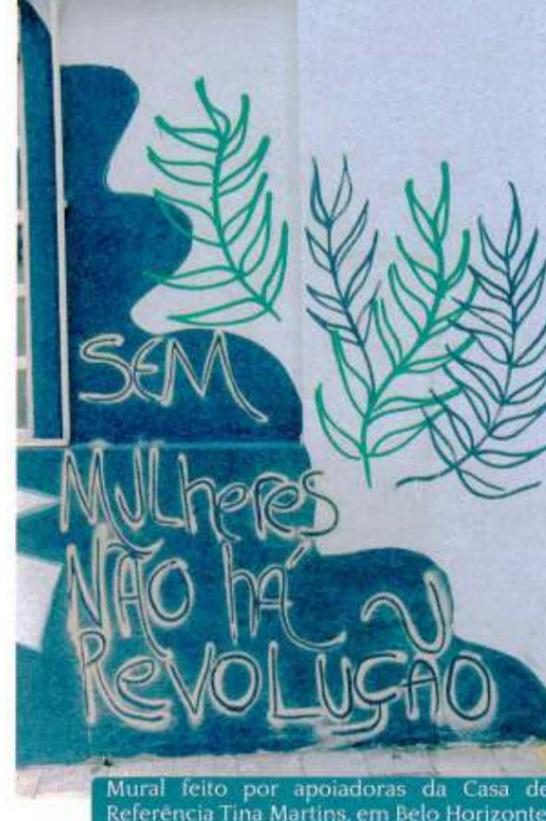
Maria Luísa alerta que a mudança não deve servir para a banalização do diagnóstico, e sim, facilitar a intervenção precoce. "Existe um problema social de busca de normalidade. Por outro lado, é grave não reconhecer que uma criança de 2 anos que não fala precisa de estimulação. Estamos deixando de dar a essa criança recursos necessários para que ela possa se manifestar dentro da sua singularidade", argumenta.

A psicóloga e pesquisadora da UFMG nos temas de educação e inclusão, Libéria Neves, explica que psicólogas(os) podem desempenhar um papel fundamental nos casos em que a demanda pelo diagnóstico parte da escola, contribuindo para a discussão da necessidade de se encaminhar a criança a profissionais da área médica. Libéria coordena uma formação continuada em educação inclusiva para professores da rede municipal de Belo Horizonte e já ouviu diversas vezes o comentário: "estou com muitos alunos 'deslaudados'", o que demonstra uma demanda atual por diagnósticos na escola.

Assim, a partir de uma compreensão distorcida da legislação sobre educação inclusiva, as escolas acionam as famílias e solicitam que elas consigam um laudo médico que aponte algum transtorno previsto na CID (Classificação Internacional de Doenças), para que a criança tenha direito ao acompanhamento de um auxiliar de inclusão em sala de aula.

Relato semelhante é feito pela psicóloga do Centro de Atenção Psicossocial Infantojuvenil (CAPSi) de Varginha, Agnah Grandi. Diante dos pedidos frequentes por laudos que partem da Educação, a equipe do CAPSi interroga sobre a finalidade a que se destinam. "É relatado que o acesso ao quadro clínico seria para a garantia de direitos, mas na prática já verificamos outros fins, como a manutenção da exclusão ou o não investimento em metodologias pedagógicas mais apropriadas à criança sob a justificativa do não aprender devido ao diagnóstico. O problema é quando a condição clínica é utilizada como limitadora do ser humano", afirma.

*A Política Nacional de Educação Especial na Perspectiva da Educação Inclusiva foi aprovada em 2008. Já em 2012 foi aprovada a Lei 12.764, que institui a Política Nacional de Proteção dos Direitos da Pessoa com Transtorno do Espectro Autista.*



Mural feito por apoiadoras da Casa de Referência Tina Martins, em Belo Horizonte

## OS CICLOS, A PSICOLOGIA E AS SUBJETIVIDADES

Tempos depois, a mãe de Bella adoeceu e ela, por ser filha única, voltou para prestar cuidados. No entanto, a violência retornou. Ela lamenta que demorou muito até conseguir quebrar o ciclo de violências que permeavam sua vida e ouvia sempre da mãe que nunca iria conseguir. Lunna destaca que, enquanto estava no relacionamento abusivo, jamais teve a percepção de que vivenciava uma violência de gênero. "Eu me colocava no lugar de que a mulher tem que fazer o casamento dar certo", confessa.

Desirêe Silva, psicóloga voluntária no Núcleo de Defesa da Mulher (Nudem/BH) da Defensoria Pública de Minas Gerais (DPMG), explica que o relacionamento abusivo normalmente inicia com a violência psicológica e vai progredindo para outras formas, como a sexual e a patrimonial. Também alerta para o papel da(o) psicóloga(o) na conscientização, no acolhimento e no entendimento do contexto, quanto do que aquela mulher vivenciou. Segundo Desirêe, na DPMG existe o pressuposto que a consciência daquilo que ela experimenta, será a mola propulsora para sair do relacionamento abusivo.

**Saiba Mais:**  
Confira no site do CRP-MG entrevista completa com as colaboradoras da Casa de Referência Tina Martins:  
[www.crpmg.org.br/revista](http://www.crpmg.org.br/revista)

Em Belo Horizonte, a Casa de Referência da Mulher Tina Martins atua para acolher e dar abrigo a mulheres vítimas de violência. Fruto do movimento de mulheres Olga Benário, a Casa surgiu em 2016 e, além de prestar atendimento às mulheres em situação de vulnerabilidade, visa tratar questões como o patriarcado e a cultura machista que assolam a sociedade. A psicóloga apoiadora da Casa, Gabriela Cirilo, observa que no atendimento psicológico deve-se escutar a vítima e entender o que está acontecendo, porque, muitas vezes, ela nunca teve voz. "Cada subjetividade é impactada de uma forma singular. Aqui, nós permitimos que ela tenha voz", completa.

Lunna e Bella conseguiram romper com seus relacionamentos abusivos, mas reafirmam o quanto é difícil conviver com as violências. "Consegui entender que na minha vida sou eu quem tomo as decisões. Sou capaz de traçar o meu caminho, do meu jeito, com as minhas vontades, com as minhas ideias", comenta Bella. "Não é fácil viver isso. Eu sinto muito porque ainda tem mulheres que passam por essa situação. A gente não está sozinha. Temos que procurar ajuda, o fundamental é não ter vergonha de falar. Nós não precisamos passar por isso e nós não temos que nos calar", finaliza Lunna. ■



Mosaico reúne imagens de mulheres em luta e inspira as atividades realizadas na Casa Tina Martins

# VIOLÊNCIA MULTIDIMENSIONAL

De acordo com Marlise Matos, cientista política e coordenadora do Núcleo de Estudos e Pesquisa sobre a Mulher da Universidade Federal de Minas Gerais (Nepem/UFMG), a violência é sempre multidimensional e não um efeito de uma única causa. Para ela, a violência de gênero vem da relação de controle e domínio que os homens se sentem autorizados a ter e exercer sobre os corpos das mulheres. "O patriarcado, a relação de dominação de gênero masculina é a principal fonte dessa hierarquia e dessa relação que é assimétrica. Quando você tem domínio de um sobre o outro, você não produz simetria, você produz desigualdade", explica.

A coordenadora do Nepem/UFMG também alerta que todo processo socializador é a base para a construção das subjetividades: se a sociedade naturaliza o patriarcado, os indivíduos são colocados diante da estrutura de domínio masculino e, portanto, as mulheres também passam a ser vetores desse patriarcado. "Elas não são culpadas pelo machismo porque o machismo é uma dimensão estrutural desse processo", afirma.

Igor Monteiro, pesquisador do Núcleo de Direitos Humanos e Cidadania LGBT (NUH-UFMG) ressalta que, no que tange à violência contra pessoas LGBTI, as práticas machistas podem controlar e estabilizar um regime normativo e hierárquico de gênero e sexualidade. Neste sentido, a sociedade considera que um vale mais que o outro e, segundo ele, essa realidade pode gerar efeitos violentos.

Marlise defende que gênero e sexualidade não devem ser separados: a relação entre homens e mulheres é atravessada pela dimensão da sexualidade; a identidade de gênero e a orientação sexual fazem parte da discussão de gênero. "Quando falamos de dominação dos homens sobre as mulheres estamos falando dos homens hétero-cis", realça. Para a cientista, o modelo de masculinidade viril e violenta é o que sustenta, em parte, a LGBTIfobia.



Eufônico, Igor deitou e rolou nas brincadeiras



O muralista Kalki Chazy auxiliou crianças e adolescentes a darem forma à ideia construída coletivamente: pintar Stan Lee, criador dos super-heróis da Marvel, no muro do CAPSi

No caso da presidente da Associação Brasileira para Ação dos Direitos da Pessoa com Autismo (Abraça), Fernanda Santana, o diagnóstico chegou aos 20 anos, após vários atendimentos em saúde mental, uso de medicamentos e terapias. Fernanda discursou sobre as violências cometidas contra crianças e jovens com TEA na 9ª Conferência dos Estados Partes da Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência, em 2016. "Quando a gente cresce sendo diferente, não há como não perceber. A sociedade não impõe padrões de forma delicada, é um processo agressivo, que te quebra por dentro. Saber o nome do que nos faz diferente é libertador, porque nos damos conta de que fazemos parte de um grupo, que vai haver gente que compreende nossas experiências", relata.

A professora Maria Luísa defende que aspectos culturais interferem na visão que se tem do TEA. Assim, todo o imaginário negativo sobre o transtorno ajudaria a explicar parte das resistências em se fazer um diagnóstico. Nesse caso, um caminho possível é o paradigma da neurodiversidade, que propõe o respeito aos diferentes tipos de desenvolvimento neurológico, inclusive os atípicos, uma vez que são próprios da condição humana.

## INTERVENÇÕES PARA PESSOAS COM TEA:

Para Maria Luisa Nogueira, a intervenção em TEA deve ser precoce, intensiva e especializada. No Laboratório de Estudo e Extensão em Autismo e Desenvolvimento da UFMG (LEAD), ela desenvolve estudos sobre o Modelo Denver de Intervenção Precoce e propõe adaptações para a realidade brasileira, especialmente para o Sistema Único de Saúde (SUS).

O Modelo pode ser aplicado a crianças de 0 a 4 anos e prevê 15 horas de intervenção por semana. Uma equipe multidisciplinar deve elaborar o plano individual, com 20 a 25 objetivos voltados para habilidades que são importantes que a criança desenvolva. Esses objetivos devem ser atualizados a cada três meses.

"O Denver compreende o autismo como transtorno de desenvolvimento, então atua de forma a evitar que se instale uma cascata de prejuízos. A longo prazo, as crianças vão ter recursos para conviver com seus pares de idade, portanto é um modelo inclusivo", explica Maria Luisa. Segundo a pesquisadora, os princípios do Modelo Denver são a reciprocidade. Sendo assim, quem realiza a intervenção deve ser parceiro de jogo e procurar fazê-lo de forma naturalista; é preciso seguir a liderança da criança e encontrar

o sorriso, ou seja, identificar o que atrai a atenção dela. As sessões são filmadas para que a equipe faça avaliações. Não há necessidade de que todas as sessões sejam conduzidas pelo(a) psicólogo(a), é possível trabalhar com monitores que estejam sob supervisão profissional.

A psicóloga Nádila Walter tem formação avançada no Modelo Denver e explica: "intervenção intensiva não é forçar a criança a fazer as coisas, e sim criar oportunidades de aprendizado de maneira prazerosa e naturalista". Nádila atua no município de Mariana e relata que as formas de intervenção têm estreita relação com a rotina familiar e podem incluir pessoas que passam muito tempo com a criança, como cuidadores.

Em Varginha, o espaço Conviver oferece atendimento psicanalítico para crianças e adolescentes com TEA e também com outras deficiências. A coordenadora clínica, Losane Menezes, explica que a instituição utiliza um dispositivo nomeado de "entre muitos", que reúne muitos técnicos e muitos pacientes em um espaço coletivo. "O objetivo é acompanhar crianças e adolescentes em suas atividades espontâneas, fornecendo palavras a partir de seus movimentos, deslocando o eixo de funcionamento que foi estabelecido entre eles e o mundo que os cerca. A expectativa é que as palavras ofertadas possam provocar o surgimento do sujeito e, conseqüentemente, alguma mudança subjetiva", explica.



Cama elástica, pipoca, geladinho e pintura fizeram parte da festa

O acolhimento e a escuta dos pais ou responsáveis são realizados por um membro da equipe, que passa a ser a referência técnica do caso. Losane realça que o trabalho com a família também é um dispositivo importante do serviço. O Conviver estabelece uma parceria técnica com o Laço Analítico Escola de Psicanálise, por meio da qual desenvolve estudos e pesquisas sobre a psicose infantil.

Atualmente, o Conviver é uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP) e atende pessoas de Varginha e municípios próximos. Em 2019, serão abertas 24 novas vagas em virtude da aprovação do Projeto Autismo - Intervenção Psicanalítica pelo Programa Nacional de Apoio à Atenção da Saúde da Pessoa com Deficiência, do Ministério da Saúde.

A psicóloga Agnah Grandi explica que no CAPSi de Varginha os atendimentos também inserem as crianças em espaço compartilhado, mas sem a obrigação de que se agrupem. A equipe constrói um projeto terapêutico singular que se orienta por um conjunto de princípios clínicos para que aconteçam as intervenções necessárias a cada caso. "quanto menos recursos a criança apresenta, maior será a oferta de participação para ela no CAPSi e em outros pontos da rede, por meio do trabalho intersetorial com outras políticas", afirma.

Mão na massa: Miguel Carvalho participa das atividades do CAPSi há 5 anos



Lunna se casou cedo, com um homem que tinha a mesma idade dela: 19 anos. Antes de irem morar juntos, tiveram um conflito intenso e ele tentou jogá-la do sexto andar de um prédio. Ela viveu nesse relacionamento conturbado durante cinco anos mas, na maior parte do tempo, nem tinha ideia do que estava acontecendo. "Quando comecei a perceber que eu não queria mais aquela situação, já tinha uns dois anos que estava morando com ele", relata.

Na vida de Bella, o ciclo de violências começou ainda mais cedo. Com apenas quatro anos, sua mãe a culpava pela morte do marido: "Meu pai trabalhava durante o dia e cuidava de mim à noite, pois eu era muito doente. Ele não resistiu a um Acidente Vascular Cerebral (AVC). A partir daí, passei a apanhar todos os dias". Aos sete anos, começou a ser agredida sexualmente pelo padrasto. E em sua adolescência, quando decidiu contar em casa que é lésbica, viveu uma experiência inesperada: após tentar atear fogo nela durante a noite, sua mãe a expulsou de casa dizendo que "preferia ter uma filha morta a ter uma filha sapatão".

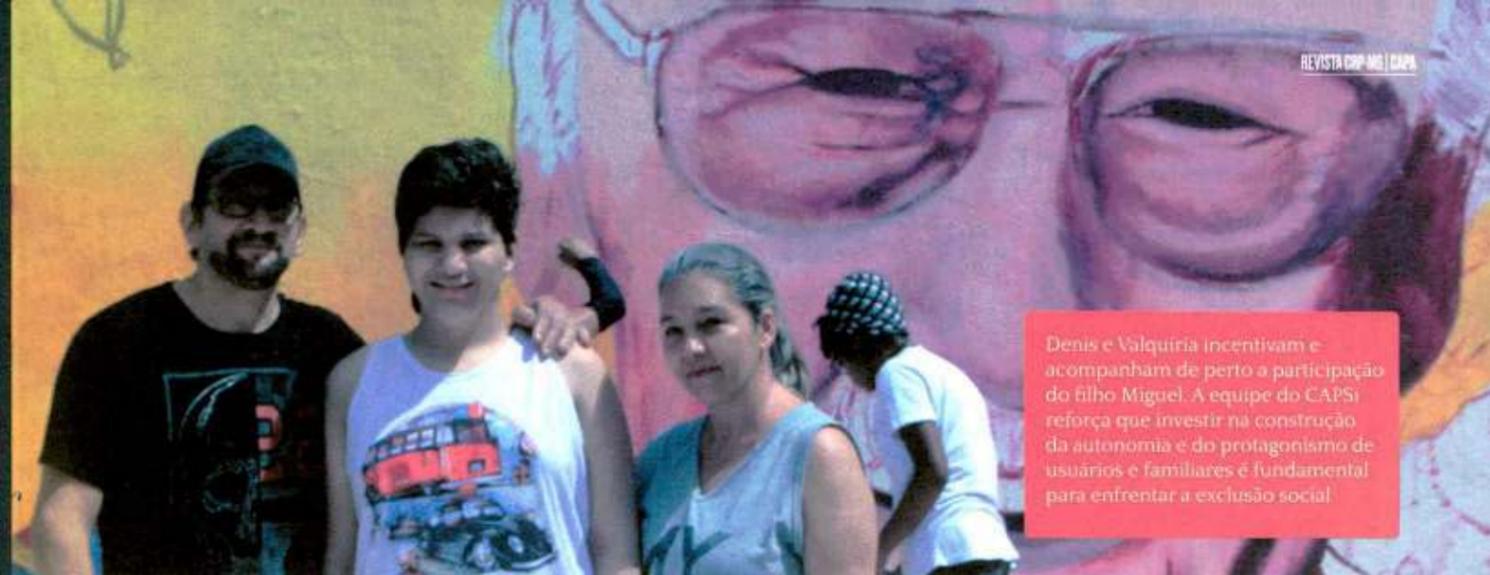
As duas histórias refletem um quadro alarmante: dados do Fórum Brasileiro de Segurança Pública revelam que, em 2017, 1133 mulheres foram vítimas de feminicídio - quando uma mulher é morta por ser mulher - e mais de 60 mil foram estupradas. No mesmo ano, foram registrados mais de 200 mil casos de violência doméstica ou 606 casos por dia. Para pessoas LGBTI a situação também é grave: segundo o relatório anual da ONG Grupo Gay da Bahia (GGB), 445 pessoas foram assassinadas em 2017, o que representa um aumento de 30% em relação a 2016. Já o relatório da Organização Não-Governamental Internacional "Transgender Europe", lançado em 2018, confirma que o Brasil segue como o país que mais mata travestis e transexuais. Com 72 países mapeados, somente aqui foram registrados 167 assassinatos entre outubro de 2017 e setembro de 2018.

# PATRIARCADO, MACHISMO

E O QUE ISSO TEM A VER COM A VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER E LGBTIFÓBICA

Em **2017**, mais de **60 mil** mulheres foram estupradas e **1113** foram vítimas de feminicídio. No mesmo ano, **445** pessoas **LGBTI** foram assassinadas. O **Brasil** segue como o país que mais mata pessoas **trans** no mundo.

Texto: Lucas Wilker | Fotos: Giulia Staar



Denis e Valquíria incentivam e acompanham de perto a participação do filho Miguel. A equipe do CAPSi reforça que investir na construção da autonomia e do protagonismo de usuários e familiares é fundamental para enfrentar a exclusão social.

## MEDICALIZAÇÃO

O TEA é um transtorno sociocomunicativo, uma condição para a qual não há cura. Fernanda Santana alerta para tratamentos que não possuem evidências científicas e ameaçam a vida, mas que infelizmente ainda são realizados, tais como a lavagem intestinal com alvejantes, chamada de MMS, e a Quelação.

Não há medicamento indicado para TEA, entretanto, Libéria Neves chama atenção para o fato de que ocorre com frequência a prescrição de Risperidona e Metilfenidato (Ritalina). "É uma tentativa de normalização da criança que acaba por apagar sua singularidade", afirma. "Ao longo da história tivemos muitas formas de silenciar as diferenças: palmatória, castigos no sol. E dessas coisas os meninos escapam. Agora temos o recurso da ciência, associado ao capitalismo, que sossega o menino quimicamente, aí não tem como escapar. Acho isso muito triste, pode ser um genocídio do futuro, da criatividade, do avanço", completa. ■

## Dança e autismo

Na tese de doutorado "Dança e Autismo: Espaços de Encontro", a professora do curso de graduação em Dança da UFMG, Anamaria Fernandes, apresenta ferramentas metodológicas para o trabalho com pessoas com TEA.

A tese é fruto da experiência que ela viveu na França junto a crianças, adolescentes e adultos com TEA. A professora explica que o trabalho se deu através da perspectiva do encontro, mesmo que efêmero. "Muitos profissionais que trabalham com pessoas autistas se preocupam com as conquistas que o sujeito vai adquirindo. Pensa-se muito em progressão. No meu trabalho procuro acolher as conquistas do instante, mesmo que elas não voltem. Assim, trabalho a partir do que a pessoa me oferece naquele momento e não a partir de um projeto pré-estabelecido", explica.

Perguntada sobre a possibilidade de a dança ser invasiva para pessoas com TEA, Anamaria afirma: "o que propomos nesse espaço dançante é um convite que tem por objetivo incitar, provocar um desejo, proporcionar a possibilidade de uma relação. Antes de tudo é um convite que procura respeitar a resposta do outro, o que a pessoa coloca naquele momento como limite, as portas que ela mesmo abre para esta relação. Muitas vezes essas respostas não são verbais. Como dançarina, procuro senti-las pelo viés do meu corpo, das minhas sensações corpóreas, e é a partir desta troca que criamos juntos nosso espaço dançante, nosso espaço de encontro". Os documentários *Un pas de côté* (disponível no Youtube) e *Hors de ma bulle* registram atividades realizadas por Anamaria.

Atualmente, ela coordena o Arte Diferença, projeto de extensão que oferece atividades gratuitas e abertas a pessoas com e sem deficiência, no Teatro Universitário da UFMG.

Mais informações:  
[facebook.com/projetoarteediferenca](https://facebook.com/projetoarteediferenca)

Saiba mais:

No site do CRP-MG estão disponíveis referências, vídeos e informações sobre projetos relacionados ao TEA:

[www.crpmg.org.br/revista](http://www.crpmg.org.br/revista)



O pequeno Miguel Mariano também aproveitou a manhã de brincadeiras no CAPSi de Varginha.

**Sistema Conselhos de Psicologia revisa a normatização que regulamenta os atendimentos psicológicos mediados por Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) e apresenta uma legislação com mais orientações, enfatizando os cuidados técnicos e éticos.**



Texto: Comissão de Orientação e Fiscalização do CRP-MG

**Você também aponta a perspectiva individualizante desses processos: a pessoa sente que tem que lidar sozinha com o adoecimento. Pode explicar mais sobre isso?**

Na perspectiva da Saúde do Trabalhador, entendemos que o adoecimento é produzido pelo processo produtivo. Vivemos a fase neoliberal do capitalismo e uma das premissas é que cada pessoa deve ser uma empresa de si mesmo, tem que gerenciar todos os seus processos vitais. Essa perspectiva tem sua sustentação na Saúde Ocupacional, que foca nos aspectos biológicos e atribui a responsabilidade pela saúde apenas ao sujeito. Muitas práticas da Saúde Ocupacional, desenvolvidas dentro das empresas, são no sentido de estimular a pessoa a praticar atividade física, ter alimentação saudável, reduzir consumo de álcool, tabaco, etc. Como se isso garantisse a saúde no trabalho, não havendo nenhuma medida voltada para mudanças no contexto laboral. Nesse cenário, é como se a culpa pelo adoecimento fosse do sujeito, e ele é abandonado à própria mercê depois de instalada a patologia.

**Qual é a diferença entre o trabalho que gera saúde e o que gera adoecimento?**

O trabalho no capitalismo sempre produz adoecimento porque tem alguns marcadores: a separação entre concepção e execução, que tira a autonomia do sujeito de pensar a própria atividade; a fragmentação das tarefas, que visa ao aumento da produtividade e esvazia o sentido do trabalho; a exploração, que faz com que as ações sejam pensadas em termos financeiros e não de acordo com os benefícios para os trabalhadores. Sabe-se que trabalhos muito prescritos e com baixo controle do sujeito sobre a atividade promovem maior adoecimento. Um trabalho promotor de saúde permite que a pessoa faça escolhas, respeita o poder de agir do

trabalhador. É importante também que o trabalho gere reconhecimento interno e externo, ou seja, o sujeito vê a importância daquilo que ele faz e também é valorizado por isso. Por fim, deve ser um trabalho ofertado em condições dignas e que remunere adequadamente, pois as demais esferas da vida, como qualidade da alimentação e habitação, acesso ao lazer e consumo, dependem do trabalho e das características dele.

“

**O trabalho no capitalismo sempre produz adoecimento.**

”

Atualmente, há discursos que defendem a flexibilização da jornada de trabalho, mas eles vêm acompanhados de um pedido de produtividade e engajamento. Qual é a sua avaliação sobre esse cenário?

Quando observamos um processo Taylor-Fordista, como o de ter que desossar uma coxa de frango em segundos, fica muito evidente a violência do trabalho sobre o sujeito. Em outras modalidades de

gestão, como o Toyotismo, isso fica mais camuflado porque há todo um discurso de envolvimento do trabalhador, mas é um refinamento de estratégias de captura do sujeito. No caso de trabalhar em casa, por exemplo, o trabalhador assume uma parcela dos custos envolvidos e há uma borragem das fronteiras entre o tempo de trabalho e de não trabalho. As próprias tecnologias digitais permitem que as pessoas te acessem com questões de trabalho à noite, nos momentos de lazer e isso tudo fica diluído. Há empresas que permitiram o trabalho em casa, mas começaram a cobrar uma meta de produtividade maior.

**As mudanças nos processos de produção repercutiram nos tipos de doenças que decorrem do trabalho?**

Novas configurações de trabalho geram novas modalidades de adoecimento. Transtornos mentais como depressão, transtornos de ansiedade e síndrome do pânico, figuram hoje dentre os principais motivos de afastamento do trabalho. Há ainda estudos que vão focalizar determinadas categorias profissionais e os adoecimentos que incidem sobre elas. É comum, por exemplo, casos de Transtorno de Estresse Pós-Traumático em Vigilantes, porque estão mais sujeitos a situações de violência no trabalho. Outra marca do neoliberalismo é a competição e disso decorre o presenteísmo, que é a falta ao trabalho. Agora vemos o contrário, é o presenteísmo. O sujeito vai trabalhar mesmo adoecido para não correr o risco de perder o emprego. Há empresas que pagam um prêmio se a pessoa não tiver falta, então mesmo doente ela vai trabalhar. É uma lógica perversa e chega uma hora que fica insustentável, o trabalhador acaba adoecendo. ■

Saiba Mais

Confira no site do CRP-MG referências sugeridas pela professora Maristela Pereira sobre Saúde do Trabalhador:  
[www.crpmg.org.br/revista](http://www.crpmg.org.br/revista)



### O que os relatos dessas(es) trabalhadoras(es) apontam sobre a relação com profissionais do SUS?

Pelo fato de ainda não termos conseguido implementar a Saúde do Trabalhador no SUS, às vezes, há um despreparo dos profissionais de saúde em lidar com essas questões. Há trabalhadores que se sentiram até violentados de alguma forma, por terem a idoneidade colocada em questão. No caso de LER (Lesão por Esforço Repetitivo), por exemplo, a pessoa sente muita dor mas, às vezes, no exame não aparece nenhuma alteração. A dor é um fenômeno subjetivo. Uma participante do grupo disse: "dói porque dói e porque eu tenho que provar que dói".

### Se há dificuldades em reconhecer o adoecimento físico gerado pelo trabalho, como fazer nos casos relacionados à saúde mental?

Fazer a associação entre adoecimento mental e trabalho é um esforço hercúleo e que demanda tempo. Uma das possibilidades é o método biográfico, que consiste no acompanhamento de longo prazo do sujeito, para que se possa traçar paralelos entre os aspectos da ocupação

que geraram adoecimento e a história de vida dele. Uma pessoa que faz isso de forma muito sustentada é a professora Beth Antunes, que tem vários estudos publicados sobre o nexo causal entre transtornos psíquicos e o trabalho.

### Quais são os impactos na subjetividade do sujeito que se vê impossibilitado de trabalhar devido ao adoecimento?

Há reflexos na identidade, autoestima e nas relações familiares. É comum sentirem vergonha e até ocultarem dos conhecidos a situação de afastamento do trabalho. Pesquisas comprovam o aumento dos casos de divórcio. Também há o receio de voltar para o mercado, porque estão defasados ou porque não se sentem preparados. Trabalho há alguns anos com sujeitos que estão em reabilitação profissional pelo INSS e noto como, muitas vezes, o afastamento é visto de forma moralista, como se a pessoa não quisesse trabalhar, mas isso não é verdade. No contato com esses sujeitos, o que aparece é o constrangimento por sentirem-se improdutivos e o desejo de voltar a trabalhar.

**“ Fazer a associação entre adoecimento mental e trabalho é um esforço hercúleo e que demanda tempo. É uma questão que nós, psicólogos, temos que responder. ”**

# PS

Com o uso cada vez mais intenso da internet nas atividades cotidianas, a Psicologia se viu desafiada não só a fazer uso deste recurso, como a aprofundar os estudos e reflexões, norteados pela ética e pela técnica, quanto à utilização de Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) na prestação de serviços psicológicos.

Desde 1995 o Sistema Conselhos de Psicologia vem discutindo e regulando os serviços psicológicos ofertados por meios tecnológicos de comunicação à distância, resguardando as especificidades da profissão e as questões técnicas e éticas envolvidas. Com intuito de acompanhar a evolução histórica e tecnológica, bem como os avanços da Psicologia enquanto ciência e profissão, o Conselho Federal de Psicologia (CFP) recentemente publicou a Resolução nº 011/2018. A grande mudança que a nova normativa traz é de que a partir desta, a(o) psicóloga(o) não precisa mais dispor de um website para realizar o cadastro para atendimento, mas sim se cadastrar no sistema de Cadastro e-Psi do CFP.

Devido às especificidades da prestação de serviço psicológico realizado por meio das TICs, a Comissão de Orientação e Fiscalização do Conselho Regional de Psicologia – Minas Gerais (COF/CRP-MG) orienta aqueles que pretendem começar ou já utilizam esse recurso, que é dever da(o) psicóloga(o) ter conhecimento dos métodos e técnicas na prestação de serviços que são possíveis de serem realizados por meio destes recursos; bem como sua capacitação para tal (CEPP, art. 1º b,c). Deverá também definir o público e os tipos de demandas a serem atendidas. Vale ressaltar que cabe, também, ao profissional especificar as tecnologias utilizadas em consonância com o tipo de serviço ofertado.

Quanto à cobrança de honorários, é importante destacar que não existe uma tabela específica sobre os atendimentos realizados por meio das TICs. Assim a(o) psicóloga(o) poderá utilizar a mesma tabela de referência de honorários; bem como se atentar para o artigo 4º Código de Ética Profissional do Psicólogo.

Para ter celeridade no processo de cadastro e-Psi é importante que a(o) profissional mantenha seus dados atualizados junto ao Conselho Regional de sua jurisdição, uma vez que estes serão utilizados como referência de cadastro pelo sistema e qualquer dissonância poderá impedir a conclusão do processo. No caso dos profissionais inscritos no CRP-MG, seus dados poderão ser consultados no site [www.crpmg.org.br](http://www.crpmg.org.br), na aba "acessar seus dados". ■

Para a(o) psicóloga(o) que deseja realizar o atendimento por meio das TICS, faz-se necessário apropriar-se das normativas que tratam sobre a matéria e solicitar seu cadastro no e-Psi, nos seguintes endereços eletrônicos:

Versão comentada da RES. CFP 11/2018 em: [bit.do/orientatics](http://bit.do/orientatics) e "Nota Técnica CRP-MG nº 01/2018: Orienta sobre a Resolução CFP nº 11/2018" disponível em: [bit.do/notaresolucao](http://bit.do/notaresolucao)



Dialógo Digital promovido pelo Conselho Federal de Psicologia que pode ser acessado através do link: [bit.do/videotics](http://bit.do/videotics)



Link para realização do cadastro (online): <https://e-psi.cfp.org.br/>



### Quais as contribuições da Psicologia para o campo da Saúde do Trabalhador?

É um campo multidisciplinar e a Psicologia tem contribuído com estudos sobre subjetividade e, também sobre a Saúde Mental Relacionada ao Trabalho (SMRT). Uma das frentes de atuação é o estabelecimento do nexa causal entre transtornos psíquicos e atividade laboral. Destaco que, mesmo no adoecimento físico, há impactos subjetivos e isso também é um campo de atuação nosso.

### Qual é a sua avaliação sobre a atuação do SUS na Saúde do Trabalhador?

Temos uma legislação avançada, que propõe que a pessoa atendida pelo SUS seja vista não somente como cidadã, mas também como trabalhadora. Desse modo, espera-se que em todos os níveis, desde a Atenção Primária em Saúde, se realize um atendimento qualificado para as questões do trabalho e, quando necessário, seja acionado o Centro de Referência em Saúde do Trabalhador (CEREST), na forma de matriciamento. Então, a porta de entrada é a Atenção Primária. Mas esses princípios ainda não foram efetivamente incorporados ao cotidiano dos serviços. Infelizmente, profissionais de saúde de diversas categorias, inclusive psicólogas, não têm esse olhar. Muitas vezes, nem perguntam para o sujeito qual é a atividade que ele desenvolve, o que inviabiliza fazer a ligação entre a patologia e a atividade produtiva.

### A legislação trabalhista no Brasil tem passado por profundas mudanças. Quais os possíveis reflexos disso na saúde das(os) trabalhadoras(es)?

Cenários de precarização do trabalho incidem diretamente sobre a saúde de trabalhadores. Pesquisas apontam que o número de acidentes de trabalho é muito maior com terceirizados, pois recebem menos treinamento, a rotatividade é maior e obtêm menos investimentos por parte das empresas. Após a aprovação da chamada "Reforma Trabalhista", vemos uma piora sensível das condições de trabalho e dos vínculos laborais. Tudo isso afeta o aspecto emocional, porque a pessoa tem que conviver com um trabalho desgastante e com a insegurança constante. Isso atinge também as categorias da Psicologia. Muitos profissionais começaram

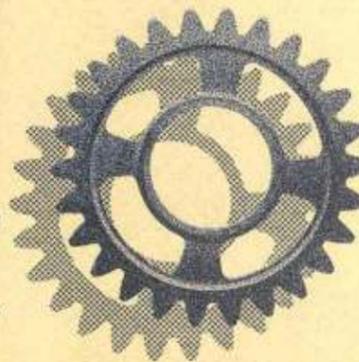
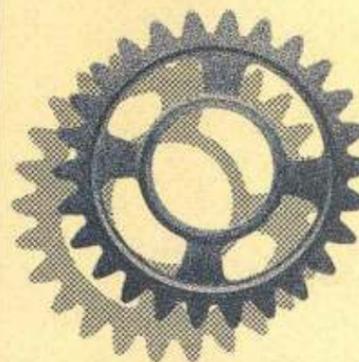
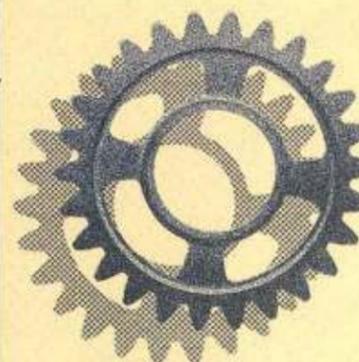
a trabalhar como autônomos, mas prestando serviço para apenas uma empresa. É a precarização do vínculo trabalhista. Enquanto categoria não estamos isentos, pois também somos trabalhadores.

### No mestrado, você pesquisou o sofrimento psíquico em psicólogas(os) que atuam nas organizações. Quais foram os achados desses estudos?

Trabalhei por sete anos em grandes empresas e enfrentei situações muito difíceis, em que era instada a fazer coisas que confrontavam meus valores e minha visão de mundo, o que era muito difícil de lidar. Então saí, fui fazer o mestrado e pesquisar as questões que promovem sofrimento psíquico em psicólogos organizacionais. Utilizei naquele momento o referencial da Psicodinâmica do Trabalho e o foco foi identificar os recursos que esses profissionais utilizavam para continuar desempenhando suas atividades. Verifiquei a reprodução do discurso organizacional e encontrei a utilização de estratégias defensivas, como a negação dos aspectos que promovem sofrimento.

### Na pesquisa do doutorado você também ouviu trabalhadoras(es) que estavam afastadas(os) do trabalho devido ao adoecimento. Quais aspectos desses relatos te chamaram atenção?

No doutorado já havia abandonado a Psicodinâmica. Continuei pesquisando psicólogos organizacionais, mas senti a necessidade de ouvir também os trabalhadores. Fiz grupos de escuta na sala de espera do Centro de Referência em Saúde do Trabalhador e na Clínica de Psicologia da UFU (Universidade Federal de Uberlândia). Os trabalhadores que vinham de empresas pequenas não tinham contato com psicólogo organizacional e aqueles que trabalhavam em empresas de médio ou grande porte, viam o psicólogo unicamente como alguém responsável pela seleção. Alguns mencionaram que o psicólogo, enquanto funcionário do RH, era responsável por receber os atestados e não se envolvia nas questões de adoecimento. De modo geral, é uma visão distanciada do psicólogo como alguém que trabalha para o interesse da empresa, não em prol do trabalhador.





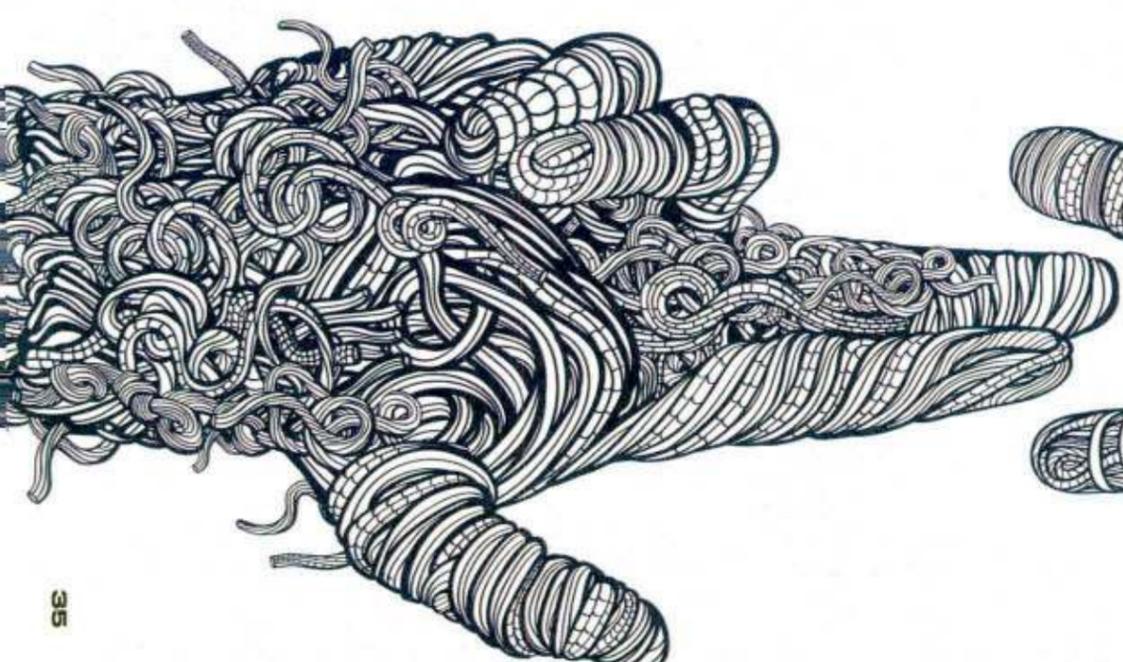
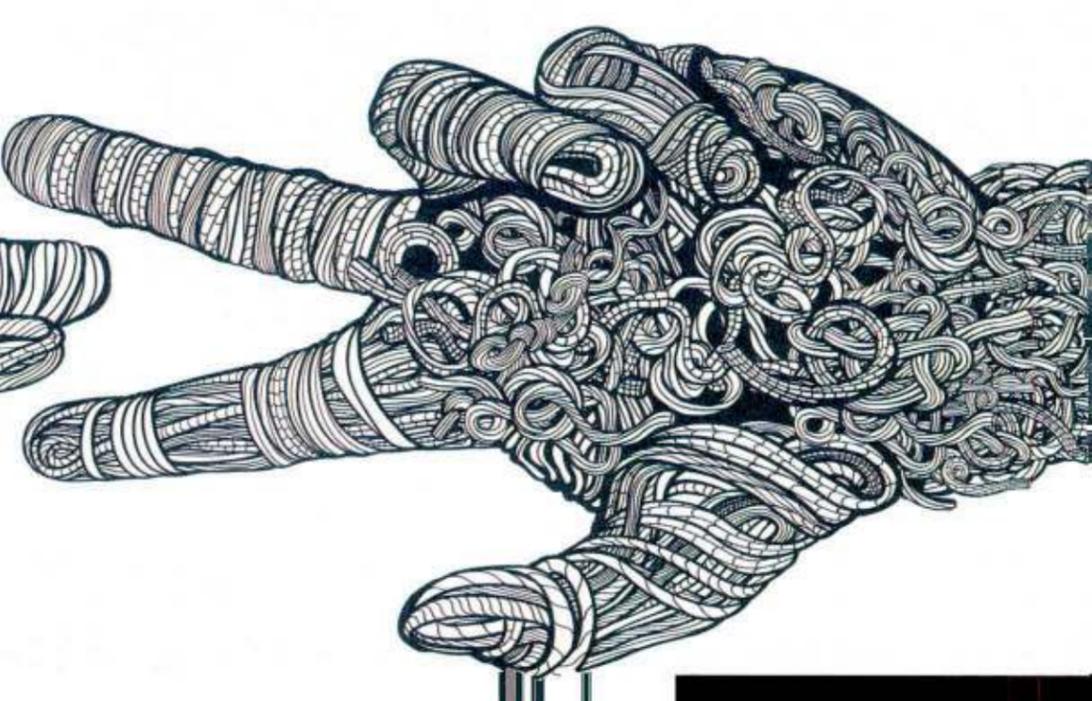
A partir da perspectiva da Saúde do Trabalhador, a pesquisadora Maristela Pereira discute contextos contemporâneos de trabalho, adoecimento e contribuições da Psicologia

Sete anos de trabalho como psicóloga organizacional levaram Maristela Pereira a lidar com situações difíceis. O choque entre as demandas das empresas e seus valores pessoais geraram sofrimento. Ela, então partiu para o mestrado e foi investigar os recursos que seus colegas utilizavam para prosseguir atuando nas organizações. No doutorado, a pesquisa foi ampliada e passou a buscar possibilidades de atuação de psicólogos(ões) organizacionais na promoção de saúde: ela também ouviu trabalhadoras(es) que estavam adoecidas(ões) em função das atividades laborais que exerceram.

Na entrevista, a doutora em Psicologia Social e professora da graduação e da pós-graduação no Instituto de Psicologia da Universidade Federal de Uberlândia (UFU), aborda reflexos do adoecimento na subjetividade de trabalhadoras(es), políticas públicas e a responsabilidade da Psicologia em contribuir com o estabelecimento do nexa causal entre trabalho e doença. Maristela explica que a Saúde do Trabalhador considera o adoecimento como um processo social e histórico: "o sujeito adoece essencialmente pela forma de inserção no mundo produtivo. Por isso, devem ser pensadas intervenções não apenas sobre o indivíduo, mas nas formas de organização do trabalho:"

# EXERCÍCIO PROFISSIONAL ÉTICO E AVALIAÇÃO PSICOLÓGICA PARA POSSE E PORTE DE ARMAS

Possível aumento de demanda deve ser observado criticamente e com responsabilidade social, com manutenção de rigorosa atuação profissional e com investida consideração às suas dimensões éticas



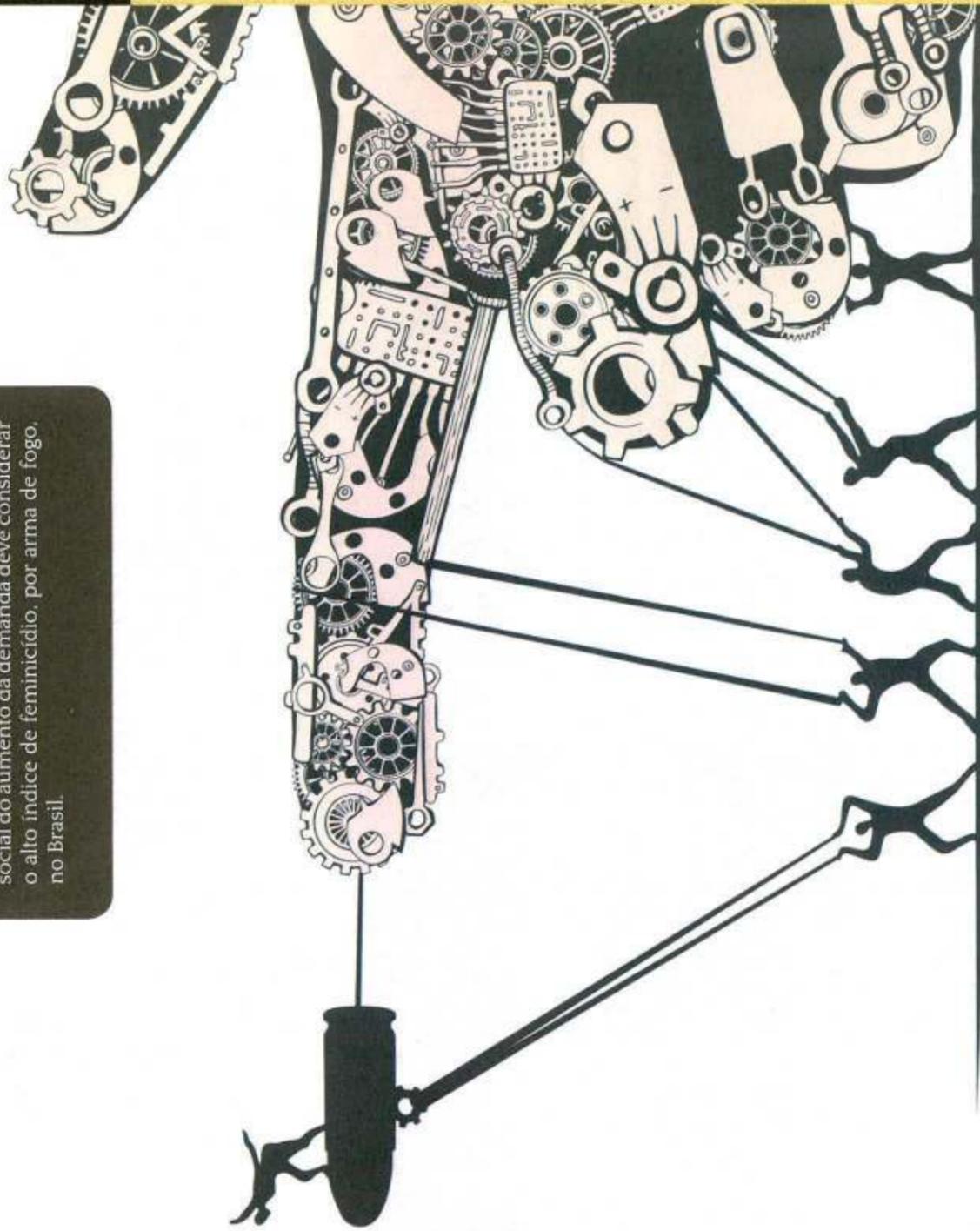
Em janeiro deste ano, foi publicado o Decreto N°9.685, alterando a Lei n°10.826/2003, que dispõe sobre registro, posse e comercialização de armas de fogo e munição, sobre o Sistema Nacional de Armas – SINARM e define crimes. As alterações incidiram sobre a regulamentação para a posse de armas, ou seja, os casos envolvendo a manutenção de uma arma de fogo em casa, ou no local de trabalho cujo dono da arma seja também o responsável legal pelo estabelecimento. Com a alteração, foi mantido o critério de comprovação de aptidão psicológica para manuseio de arma de fogo, atestado através de laudo conclusivo fornecido por psicólogo(o) do quadro da Polícia Federal ou credenciado pela mesma instituição. Neste sentido, para a categoria de psicólogos), não houve qualquer alteração quanto aos critérios. A possibilidade de aumento de demanda, entretanto, deve ser observada criticamente e com responsabilidade social, com manutenção de rigorosa atuação profissional, com irrestrita consideração às suas dimensões éticas, que incluem o Código de Ética Profissional e demais resoluções. A análise social do aumento da demanda deve considerar o alto índice de feminicídio, por arma de fogo, no Brasil.



Entrevista  
Maristela Pereira

Texto: Eliziane Lara | Fotos: Beto Oliveira

# QUANDO O TRABALHO PRODUZ ADOLESCIMENTO



# EDITORIAL

## CRP-MG amplia seus canais de interação com a categoria

O XV Plenário concretiza o lançamento da Revista do CRP-MG, depois de um vigoroso processo de atualização dos meios comunicacionais do Conselho.

Tão inquieta quanto a Psicologia, a Comunicação segue e dita novas formas de interação que buscam atualidade, proximidade e intercâmbio de conhecimentos. Não por acaso, esses são os mesmos objetivos dessa publicação, que veio como uma evolução do Jornal da Psicologia mas utilizando uma proposta diferenciada de relação com a categoria de psicólogos(os) e com a sociedade.

Com periodicidade semestral, a Revista do CRP-MG propõe reflexões acerca dos temas eleitos como mais urgentes e caros para a Psicologia. A cada edição, serão elencados assuntos pautados pela própria categoria nos outros meios de interação, tais como os eventos, perfis no Facebook e Instagram, canal Fale Conosco e nos atendimentos presenciais.

Os conteúdos serão expostos dentro de uma diversidade de possibilidades: reportagens, mostrando a prática de algumas(uns) profissionais e as reflexões de quem se beneficia dela; colunas orientativas; artigos que aprofundem o conhecimento ancorado no fazer psi, além de artigos de outras(os) profissionais convidadas(os), contribuindo ainda mais para esse olhar sobre o ser humano; e entrevistas que desenvolvem uma narrativa sobre a atuação e seus desafios; e textos apresentando o que o corpo diretivo do Conselho percebe que é urgente trazer para a categoria.

Neste primeiro número, - comprovando a pluralidade da Psicologia - foram envolvidas as comissões de Ética; Gênero e Diversidade Sexual; Mulheres e Questões de Gênero; Psicólogas(os) da Saúde; Psicologia Escolar e Educacional; Psicologia e Clínica; e Orientação e Fiscalização; Saúde Mental, Álcool e Outras Drogas; e Sistema Prisional e Socioeducativo.

Desejamos uma ótima leitura e aguardamos sugestões de novas pautas e melhorias para a Revista do CRP-MG.

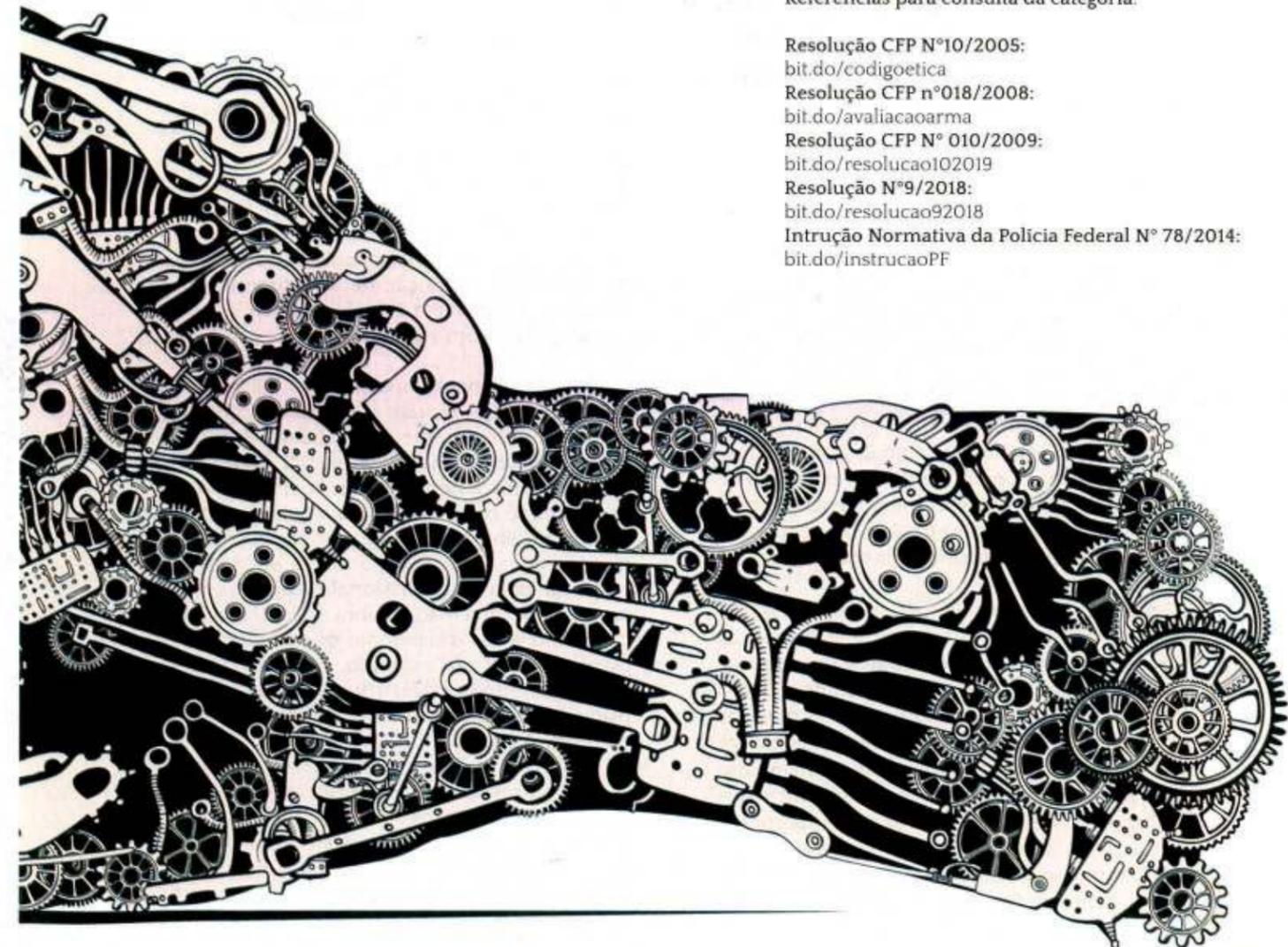
Em conformidade com a legislação vigente, para realizar avaliação psicológica para posse ou porte de arma de fogo, a(o) psicóloga(o) deverá estar inscrita(o) no Conselho Regional de Psicologia e credenciada(o) pela Polícia Federal, que dispõe de critérios específicos para credenciamento. De acordo com a Resolução CFP N° 010/2009, não há necessidade de credenciamento junto à Polícia Federal em casos específicos como, por exemplo, o previsto na Lei n° 10.826/03.

Outra referência a ser seguida é a Instrução Normativa da Polícia Federal N° 78/2014, a qual, dentre outras determinações, estabelece em seu art. 5° que : "A bateria de instrumentos de avaliação psicológica utilizados na aferição das características de personalidade e habilidades específicas dos usuários de arma de fogo e dos vigilantes deverá contar com, no mínimo: I - 01 teste projetivo; II - 01 teste expressivo; III - 01 teste de memória; IV - 01 teste de atenção difusa

e concentrada; e V - 01 entrevista semi-estruturada". De acordo com a resolução "Art. 2o - Na realização da Avaliação Psicológica, a(o) psicóloga(o) deve basear sua decisão, obrigatoriamente, em métodos e/ou técnicas e/ou instrumentos psicológicos reconhecidos cientificamente para uso na prática profissional da(o) psicóloga(o) (fontes fundamentais de informação), podendo, a depender do contexto, recorrer a procedimentos e recursos auxiliares (fontes complementares de informação)." Destacamos da Resolução CFP n° 018/2008 a obrigatoriedade, constante em seu artigo 3° de guarda, em local adequado e por cinco anos, do material técnico utilizado e resultados obtidos. A Resolução também dispõe sobre o veto, em seu artigo 5°, do estabelecimento de qualquer vínculo com "Centros de Formação de Vigilantes, Empresas de Segurança Privada, Escolas de Formação ou outras empresas e instituições que possa gerar conflitos de interesse em relação aos serviços prestados." ■

### Referências para consulta da categoria:

**Resolução CFP N°10/2005:**  
[bit.do/codigoetica](http://bit.do/codigoetica)  
**Resolução CFP n°018/2008:**  
[bit.do/avaliacaoarma](http://bit.do/avaliacaoarma)  
**Resolução CFP N° 010/2009:**  
[bit.do/resolucao102019](http://bit.do/resolucao102019)  
**Resolução N°9/2018:**  
[bit.do/resolucao92018](http://bit.do/resolucao92018)  
**Instrução Normativa da Polícia Federal N° 78/2014:**  
[bit.do/instrucaoPF](http://bit.do/instrucaoPF)



# O COMPROMISSO SOCIAL DA PSICOLOGIA É PACTUADO COMO EIXO ORIENTADOR PARA ATUAÇÃO DA CATEGORIA NOS PRÓXIMOS ANOS

Redução de direitos coletivos e de investimentos em políticas públicas impõem aos Conselhos de Psicologia definir diretrizes de resistência e de reorganização de suas ações. CRP-MG vem atuando neste sentido nos últimos anos.

"O (im)pertinente compromisso social da Psicologia na resistência ao Estado de exceção e nas redes de relações políticas, econômicas, sociais e culturais" foi definido como tema do 10º Congresso Nacional de Psicologia (CNP). A categoria chega ao Congresso Regional de Psicologia (Corep) com a missão de pactuar propostas estaduais e nacionais de ações para o triênio 2019 a 2022, que serão levadas para a última etapa de debates – o CNP, marcado para 31 de maio a 2 de junho, em Brasília. O Conselho Regional de Psicologia – Minas Gerais (CRP-MG), por sua vez, vem se pautando, nos últimos Plenários, pela responsabilidade de desenvolver uma profissão implicada com as demandas da sociedade.

"O plenário vê o tema do CNP como necessário, tendo em vista os desdobramentos que as transformações sociais, culturais e econômicas produzem nas subjetividades. As últimas gestões do CRP-MG têm sido alinhadas com as diversas demandas desse fenômeno, ainda mais diante do contexto atual do país de polarização intensa dos posicionamentos, do engessamento dos diálogos e das relações cada vez mais superficiais que criam tensionamentos", sustenta Felipe Tameirão, conselheiro tesoureiro do CRP-MG e presidente da Comissão Organizadora do 10º Corep, em Minas Gerais.

# IDEIAS E IDEIAS

Tameirão chama atenção para o fato de que essas relações sociais vêm produzindo efeitos muito marcantes sobretudo para as populações minoritárias em termos de direitos consolidados – mulheres, indígenas, negras e LGBTIs. "São pessoas que vem sofrendo os efeitos de uma sociedade cada vez mais individualista" assinala o psicólogo completando que "esse cenário corrobora para as decisões políticas de retirada de direitos e de redução de investimentos nas políticas públicas, e a Psicologia deve se posicionar e atuar com vigor".

Conforme afirma a conselheira presidenta do CRP-MG, Dalcira Ferrão, as mudanças políticas impactam diretamente na qualidade de vida e, por consequência, na saúde mental das populações economicamente frágeis. Por essa razão, "a Psicologia se coloca ainda mais potente em seu compromisso social diante das transformações que incidem fortemente sobre a educação, a partir da ideia da profissionalização do ensino para formar uma mão de obra mais técnica, traçando o destino das pessoas que frequentam a escola pública, por exemplo; ou na saúde, que vem assistindo um desvirtuamento da reforma psiquiátrica para o modelo explicitamente manicomial", pontua.

Esses e outras tantos desdobramentos sentidos pela Psicologia são, na visão do XV Plenário, segundo Dalcira Ferrão, questões fundamentais para serem abordadas, refletidas e tomadas como norte para atuação da categoria nos próximos anos. ■

04

## EDITORIAL

CRP-MG amplia seus canais de interação com a categoria.

05

## ENTREVISTA

Quando o trabalho produz adoecimento.

10

## ESPECIAL

Patriarcado, machismo e o que isso tem a ver com a violência contra a mulher e LGBTIfóbica.

## ARTIGOS

Usos de drogas, Redução de Danos: mesmos caminhos e destinos diferentes.

14

16

O suicídio é um problema de saúde coletiva. É um problema nosso.

23

O trabalho da(o) Psicóloga(o) nas medidas socioeducativas.

27

## REPORTAGEM DE CAPA

Transtorno do Espectro do Autismo desperta múltiplas abordagens da Psicologia.

32

## ORIENTAÇÃO E FISCALIZAÇÃO

As mudanças da relação terapêutica mediada pela tecnologia da informação.

35

## ÉTICA

Exercício profissional ético e avaliação psicológica para posse e porte de armas.

38

## IDEIAS E IDEIAS

Compromisso social da Psicologia na conjuntura atual: uma questão de urgência ou sobrevivência?

REVISTA

**Agência:** Brasil84

**Cliente:** Conselho Regional de Psicologia de Minas Gerais

**Peça:** Revista

**Formato original:** 21 x 29,7 cm

**Título:** Múltiplas Abordagens da Psicologia sobre o autismo

**Divulgação:** A revista foi distribuída para todos os associados do Conselho

**Praça:** Minas Gerais

**Data de produção:** Março/2019

**Período de veiculação:** Abril/2019

**Profissionais envolvidos:** Caesar Turbuck, Lucas Rodrigues, Irlana Cas-sini

**Briefing/Problema a ser resolvido:** A criação da Revista do Conselho Regional de Psicologia de Minas Gerais (CRP-MG) contempla a divulgação notas, dados entre outros conteúdos importantes aos profissionais da área. Diversos assuntos foram abordados, como a violência que vem acompanhada do machismo; as diferentes interpretações da Psicologia sobre o autismo; o suicídio e algumas estratégias de prevenção; o trabalho como produtor de doenças; dentre outros. Além do aspecto informativo e institucional, a revista também tem a intenção de valorizar o trabalho das(os) psicólogas(os), manifestando sua importância em diferentes situações da vida em sociedade.

www.cetus.med.br | CetusOncologia

TODO MUNDO TEM UMA HISTÓRIA PRA CONTAR.

# Aqui, contamos recomeços

Ofecemos tratamento completo, todo apoio, cuidado e carinho na **luta contra o câncer**. O Hospital-Dia **Cetus Oncologia** está sempre pronto para escrever, junto com você, **um novo começo**.

Central de Atendimento  
**(31) 3595-5444**

**Cetus**  
ONCOLOGIA

JACQUELINE GUIMARÃES  
Paciente  
Oncológico Cetus

**Agência:** Brasil84

**Cliente:** Cetus

**Peça:** Banca de Revista

**Formato original:** 2,90 x 1,90 m

**Título:** Aqui, contamos recomeços

**Divulgação:** BH Midia OOH

**Praça:** Belo Horizonte

**Data de produção:** Janeiro/2019

**Período de veiculação:** Fevereiro/2019

**Profissionais envolvidos:** Cesar Turbuck, Thiago Andrade, Camila Lacerda, Fabrício Menezes, Bruno de carvalho

**Briefing/Problema a ser resolvido:** Com unidades em Belo Horizonte, Betim e Contagem, o Cetus Oncologia atua no diagnóstico e tratamento do câncer. Com uma equipe altamente qualificada, um dos grandes diferenciais da instituição é um atendimento humanizado, prestado aos pacientes, que possuem apoio e suporte 24 horas por dia. Em 2019, a unidade da capital mineira será ampliada. Dessa forma, foi encomendada uma campanha de posicionamento da marca.

**ARCOS FAZ MAIS COM MENOS**  
PRA ASSISTÊNCIA SOCIAL MELHORAR

A PREFEITURA COLOCOU A CASA EM ORDEM, REALIZANDO UM TRABALHO SÉRIO, HONESTO E TRANSPARENTE.

É assim que o governo de Arcos mantém os salários dos servidores em dia e continua investindo no que é importante para a comunidade.

Cursos de Capacitação

Reforma de casas

Reforma do Lactário

**FAZER COM**

PREFEITURA DE **ARCOS**  
MAIO 2019 - JUNHO 2019

arcos.mg.gov.br | prefeitura.de.arcos

**Agência:** Brasil84

**Cliente:** Prefeitura de Arcos

**Peça:** Anúncio de jornal

**Formato original:** 25 x 18 cm

**Título:** Arcos faz mais com menos pra assistência social melhorar

**Divulgação:** Jornal da Cidade e Correio Centro-Oeste

**Praça:** Arcos

**Data de produção:** Maio/2019

**Período de veiculação:** Junho/2019

**Profissionais envolvidos:** Cesar Turbuck, Thiago Andrade, Camila Lacerda, Emilio Baldi

**Briefing/Problema a ser resolvido:** Com cores alegres e chamativas e personagens sorridentes a Prefeitura de Arcos quis demonstrar todas as melhorias que foram feitas na cidade na infraestrutura.

OUTDOOR (EDUCAÇÃO)

**IPTU**  
**IPATINGA 2019**

**VOCÊ CONTRIBUI  
E A GENTE FAZ UMA CIDADE COM  
+ EDUCAÇÃO**

**Escola Municipal Ary Malta**

**SEÇÃO DE TRIBUTOS IMOBILIÁRIOS**  
(31) 3829-8028

**ATENÇÃO!**  
Este ano, a taxa de lixo (TRSD) voltou a ser cobrada na guia do seu IPTU.

**www.ipatinga.mg.gov.br**  
**@prefeituradeipatinga**

**PREFEITURA DE IPATINGA**  
Anos e orgulho de viver aqui.

**Agência:** Brasil84

**Cliente:** Prefeitura de Ipatinga

**Peça:** Outdoor

**Formato original:** 9x3m

**Título:** Você contribui e a gente faz uma cidade com + educação

**Divulgação:** Patty Painéis e Outdoor Phrase

**Praça:** Ipatinga

**Data de produção:** Março/2019

**Período de veiculação:** Março e abril de 2019

**Profissionais envolvidos:** Cesar Turbuck, Thiago Andrade, Amanda Santos, Jane Xavier, Fabrício Menezes, Bruno de carvalho

**Briefing/Problema a ser resolvido:** O valor do IPTU é a renda do município para investir na própria cidade, em obras e em melhorias dos serviços públicos. Criamos uma campanha para a Prefeitura de Ipatinga, para divulgar as datas e formas de pagamento do imposto que é fundamental para o desenvolvimento do município, outra coisa que era necessária divulgar era a volta da taxa de lixo que é cobrada junto com o IPTU. A peça utiliza cores alegres e chamativas para fazer com que a campanha se destaque pela cidade.

VT 60"

DIA DAS MÃES

ESTA CHEGANDO

E AÍ, VEM A PERGUNTA:

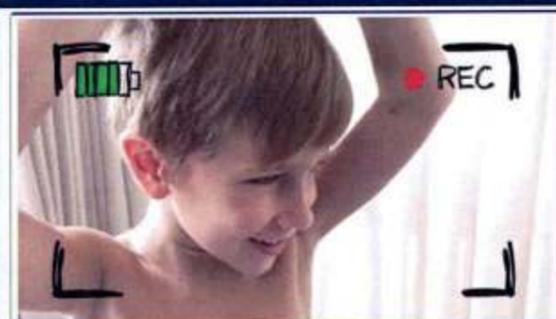
? O QUE EU FAÇO  
NA ANGLO AMERICAN ?

FAÇA ESSA PERGUNTA  
PARA SEUS FILHOS

OU PARA A SUA MÃE

E MANDE PRA GENTE UM  
VÍDEO COM A RESPOSTA

COMO FEZ A PATRÍCIA  
E SEU FILHO GAEL



comunicacao@angloamerican.com



REDES SOCIAIS E VEÍCULOS DE

PARTICIPE



DVD contendo VT



Agência: Brasil84

Cliente: Anglo American

Peça: VT

Formato original: 60"

Título: Dia das Mães

Divulgação: Redes sociais e veículos de comunicação interna

Praça: Montes Claros

Data de produção: Abril/2019

Período de veiculação: Abril/Maio/2019

Profissionais envolvidos: Hélio Januzzi, Denize Alves, Thiago Andrade e Fabrício Menezes

Briefing/Problema a ser resolvido: Para o dia das mães de 2019 a Anglo tilizou vídeos feitos pelos seus funcionários, que deveriam mostrar ou seus filhos explicando o que as mães fazem na Anglo ou as mães explicando o que os filhos fazem. Esse primeiro vídeo serviu para explicar como seria a campanha e passar as instruções de gravação dos vídeos.

**TERMO DE ENCERRAMENTO**

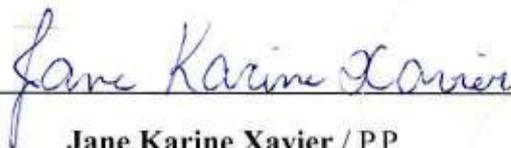
Declaramos para os devidos fins da CONCORRÊNCIA ADASA Nº 01/2019, que esta encadernação (Repertório) contém 12 páginas, incluindo esta.

Repertório

Início: página 1

Término: página 12

Belo Horizonte, 09 de julho de 2019



**Jane Karine Xavier / P.P**

**CPF nº 035.790.956-92 / RG nº MG - 9.193.536 / Analista de Licitações**

**Razão social:** Brasil84 Publicidade e Propaganda Ltda-ME

**CNPJ/MF nº 17.489.954/0001-02**

**Endereço:** Rua Rio de Janeiro, nº 2735 | 11º andar **Bairro:** Lourdes

**CEP:** 30.160-048 **Cidade:** Belo Horizonte **Estado:** Minas Gerais

**Telefone/Fax:** (31) 3023-4577

**Site:** www.brasil84.com.br

**E-mail:** licitacao@brasil84.com.br

24

80

24

80

 **CAPACIDADE  
DE ATENDIMENTO**

Agência Reguladora de Águas, Energia e Saneamento Básico do Distrito Federal – ADASA

**CONCORRÊNCIA ADASA Nº  
01/2019**

**02** CLIENTES

**06** EQUIPE

**19** ESTRUTURA

**24** SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO

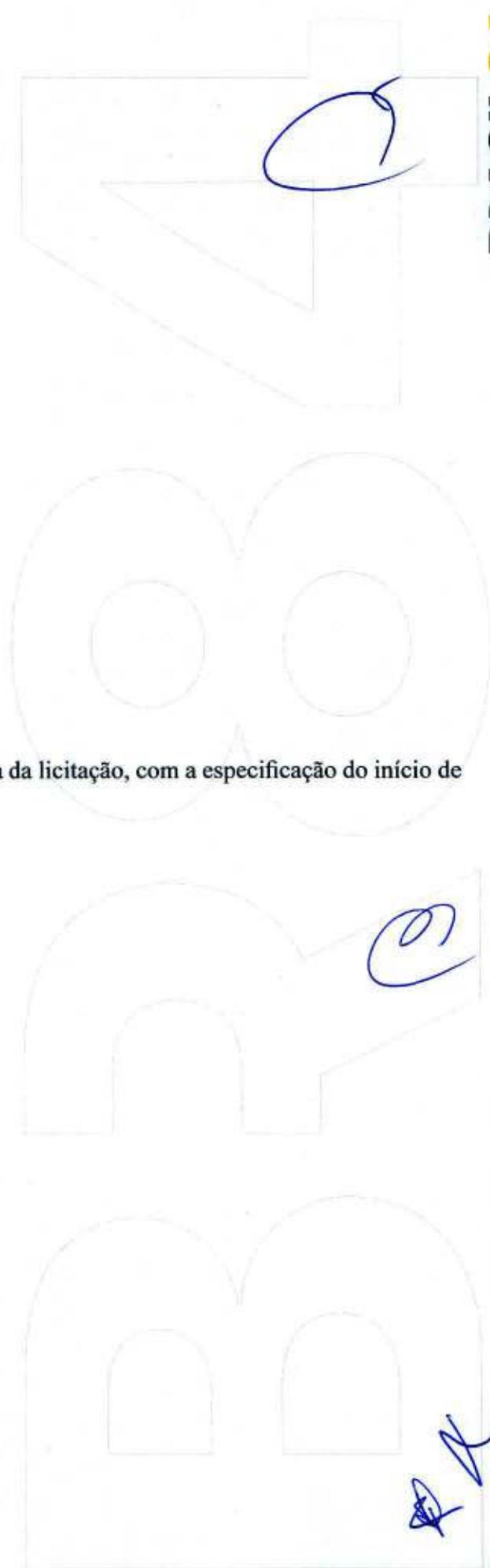
**29** INFORMAÇÕES DE COMUNICAÇÃO

*Handwritten mark*

*Handwritten mark*

*Handwritten marks and a small blue square with the number 1*

a) Relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;





### PREFEITURA DE LAVRAS

Início de contrato: 07/2019

Ramo de atividade: Administração Municipal

Serviços: Publicidade e Propaganda



### DEMSUR MURIAÉ

Início de contrato: 05/2019

Ramo de atividade: Administração Municipal

Serviços: Publicidade e Propaganda



### FUNDARTE MURIAÉ

Início de contrato: 05/2019

Ramo de atividade: Administração Municipal

Serviços: Publicidade e Propaganda



### PREFEITURA MUNICIPAL DE MURIAÉ

Início de contrato: 05/2019

Ramo de atividade: Administração Municipal

Serviços: Publicidade e Propaganda



### PREFEITURA MUNICIPAL DE ARCOS

Início de contrato: 04/2019

Ramo de atividade: Administração Municipal

Serviços: Publicidade e Propaganda



### CETUS ONCOLOGIA

Início de contrato: 02/2019

Ramo de atividade: Hospital

Serviços: Publicidade e Propaganda



### PREFEITURA MUNICIPAL DE ITAGUARA

Início de contrato: 12/2018

Ramo de atividade: Administração Municipal

Serviços: Publicidade e Propaganda



### **PREFEITURA DE CAMPO BELO**

Início de contrato: 12/2018

Ramo de atividade: Administração Municipal

Serviços: Publicidade e Propaganda



**CRP-MG**

### **CRP | CONSELHO REGIONAL DE PSICOLOGIA**

Início de contrato: 07/2018

Ramo de atividade: Autarquia Federal/Conselho

Serviços: Publicidade e propaganda



### **PREFEITURA DE IPATINGA**

Início de contrato: 06/2018

Ramo de atividade: Administração Municipal

Serviços: Publicidade e Propaganda



### **PREFEITURA DE MONTES CLAROS**

Início de contrato: 06/2018

Ramo de atividade: Administração Municipal

Serviços: Publicidade e Propaganda



### **PREFEITURA DE BRASÍLIA DE MINAS**

Início de contrato: 06/2018

Ramo de atividade: Administração Municipal

Serviços: Publicidade e Propaganda



### **CRA-MG | CONSELHO REGIONAL DE ADMINISTRAÇÃO DE MG**

Início de contrato: 06/2018

Ramo de atividade: Autarquia Federal/Conselho

Serviços: Publicidade e propaganda



### **FUNDAÇÃO RENOVA**

Início de contrato: 08/2017

Ramo de atividade: instituição de direito privado e sem fins lucrativos

Serviços: produção de Rádio e Vídeo



### **CFP - CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA**

Início de contrato: 05/2015

Ramo de atividade: Conselho Federal

Serviços: programação visual, design gráfico, diagramação de texto, criação de vídeo e áudio



### **SINPRO - SINDICATO DOS PROFESSORES DO ESTADO DE MINAS GERAIS**

Início de contrato: 12/2012

Ramo de atividade: entidade sindical

Serviços: produção de material áudio visual para exibição em emissora de TV aberta



### **SINTEL/MG - SINDICATO DOS TRABALHADORES EM TELECOMUNICAÇÕES DE MINAS GERAIS**

Início de contrato: 11/2011

Ramo de atividade: entidade sindical

Serviços: Assessoria de comunicação. Desenvolvimento de campanhas e estratégias de comunicação para filiação; Campanhas publicitárias com relevância social, como: campanha contra o assédio moral, assédio sexual, contra a homofobia, pela valorização profissional, contra o racismo, entre outras. A agência também desenvolve trabalho de editoração de revistas, jornais e informativos. Elaboração de identidade visual e logomarca, gerenciamento de redes sociais, além de criação audiovisual.

b) A quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;

## QUANTIFICAÇÃO

SETOR	QUANTIDADE DE FUNCIONÁRIOS
Diretoria e Planejamento Estratégico	3
Administrativo	3
Gestão de contas	8
Criação	9
Produção gráfica	2
Mídia e Performance	2
Produção de conteúdo e RTVC	5
Social Media	5
Produção de Conteúdos Digitais	3
Prospecção de Novos Negócios	2
<b>Total</b>	<b>42</b>

## QUALIFICAÇÃO

## DIRETORIA E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

**Fabrcio Menezes** | Diretor de Planejamento

Graduado em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo e, também, em Publicidade e Propaganda pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas). Pós-graduado em Políticas Públicas pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), além do curso de Aperfeiçoamento e Atualização em Planejamento de Marketing pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM). É sócio-diretor da Brasil84 e responsável pelo planejamento das contas de empresas públicas e privadas.

**Bruno Carvalho** | Diretor de Produção

Formado em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas), com habilitação em Ênfase em Comunicação Integrada, trabalhou como assessor de imprensa do Sindicato dos Trabalhadores em Telecomunicação de Minas Gerais, de 2007 a 2010. Na Brasil84, especializou-se em áudio, vídeo, roteirização e fotografia, com cursos na Escola de Imagem e na Escola Livre de Cinema. É sócio-diretor da agência e responsável pelo planejamento de RCTV.

**Renata Amoroso** | Planejamento Sênior

Graduada em Comunicação Social pela Universidade Federal de Minas Gerais em 1993 e pós-graduada em Marketing pela Fundação Getúlio Vargas. Atuou nas áreas de consultoria em comunicação, direção de planejamento e operações, dentre outras. Desenvolveu projetos para clientes como CEMIG, Secretaria de Estado de Saúde de Minas Gerais, Ministério do Turismo, SEBRAE Minas e Secretaria de Estado do Trabalho, da Assistência Social, da Criança e do Adolescente. Também atuou na área da docência em faculdades como UNA e PUC-MG.

**ADMINISTRATIVO****Mario Delavy** | Administrador

Graduado em Gestão Financeira pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas) e em Filosofia pela Faculdade de Filosofia da Companhia de Jesus. Coursou, também, Especialização Externa na Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Atuou como supervisor administrativo da Providência Nossa Senhora da Conceição, coordenador administrativo do Giramundo Teatro de Bonecos, do Sinttel-MG, e como gerente administrativo na Associação Jesuíta de Educação e Assistência Social. Na Brasil84, é responsável pela administração.

**Luciana Lacerda** | Financeiro

Formada em Administração de Empresas pela Faculdade Anhanguera. Atuou em empresas no ramo de varejo e construção como Livraria Leitura Ltda., Construtora Teor, entre outras. Na Brasil84, é responsável pelo setor Financeiro.

**Aldina Silva** | Recursos Humanos

Graduada em Gestão de Recursos Humanos pelo Centro Universitário Estácio de Sá de Belo Horizonte/Minas Gerais. Atuou nas áreas de R.H. e Financeiro, em empresas como Jornal Balcão e em joalherias. Na Brasil84, é responsável pela gestão de Recursos Humanos.

**GESTÃO DE CONTAS****Michelle Ribas** | Coordenadora de Atendimento & Projetos Especiais

Formada em Publicidade e Propaganda pela Newton Paiva e especialista em Marketing Estratégico pela PUC Minas, está há 9 anos no mercado da Comunicação atendendo clientes como MRV Engenharia, Direcional Engenharia, Construtora Patrimar, Caparaó Engenharia, Banco Inter e CNH Industrial.



Trabalhou também na assessoria de comunicação da Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia e Ensino Superior de Minas Gerais contribuindo para a criação de estratégias de divulgação dos projetos de difusão da tecnologia, empreendedorismo e inovação no Estado. Já ajudou a estruturar departamento de Atendimento ao Cliente, lançamentos de produtos, inserção de mercado em novos estados do Brasil, Comunicação Interna e eventos nacionais e internacionais.

**Emílio Baldi** | Gerente de Contas & Negócios Sênior

Formado em Administração de Empresa e Gestão em Marketing, ambos os cursos pela Faculdade Pitágoras, atua no mercado de Publicidade e Propaganda há mais de 16 anos.

Passou pelas principais agências de Belo Horizonte, o que fez com que adquirisse mais habilidade em relacionamento com cliente, trabalho em equipe, coordenação operacional das demandas, visão para planejamento estratégico, capacidade para comercialização, execução de campanhas publicitárias e ações de marketing. Sob o método de educação à distância, cursou também Técnicas de Vendas, Gestão de Projetos, Comunicação Integrada do Marketing e Comportamento do Consumidor. Atendeu a diversos clientes, dentre eles autarquias como a BHTRANS e governos como a Secretaria da Fazenda e a Prefeitura de Belo Horizonte. Também atendeu redes como o Carrefour BH, Shopping Del Rey e a Universidade Fumec. Atua no atendimento de clientes públicos e privados.



**Viviane de Lacerda** | Gerente de Contas & Negócios Pleno

Graduada em Comunicação Social com ênfase em Relações Públicas e especialização em Liderança e Gestão de Pessoas. Profissional com 20 anos de experiência com foco em atendimento ao cliente, desde 1997 atuo com liderança e coordenação de equipes em empresas de pequeno e médio porte. Durante minha trajetória procurei aprimorar o desenvolvimento de estratégias de gestão de pessoas e comunicação aliadas à expertise em engajamento, gerenciamento de projetos, treinamentos, processos criativos, imagem e reputação corporativa. Entre 2003 e 2011 atuei no ramo segurador, era responsável pela gestão da carteira de seguros da empresa. Avaliação do perfil do cliente, negociação e fechamento de proposta. Durante este período me especializei em atendimento e negociação. Validação dos processos implantados, desde verificação de cada atividade, entrevista com as pessoas para compreensão dos Gaps, adaptação e dificuldade com novos procedimentos até redefinição do processo e validação final. Planejamento e validação para projetos de gestão comunicação social. Coordenação de programas e projetos de Comunicação Interna / Corporativa / Cultura.



**Irlana Cassini** | Gerente de Contas & Negócios Pleno

Graduada em Ciências Sociais pela Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG). Possui mais de





8 anos de experiência na área de comunicação e cultura. Atuou como gestora da Rede de Comunicação Mídia Ninja em Minas por 4 anos, na qual hoje é colaboradora. Atua como produtora do Projeto Minas Lab - Incubadora para novas mídias, uma parceria realizada em 2018 com o Governo do Estado de Minas Gerais através da Secretaria de Direitos Humanos, Participação Social e Cidadania. Atuou como administradora da Casa de Show Puxadinho da Praça nos anos de 2013 e 2014, na cidade de São Paulo. Atualmente é coordenadora da Associação Coletivo Cultural. É, também, colaboradora do site Toque no Brasil, da Rede Brasil de Festivais, do Festival Colaborativo Grito Rock Mundo e do ELLA - Encontro Latino Americano de Feminismos, além de ter participado e colaborado em vários festivais, eventos populares e congressos na área da cultura e comunicação.

**Naiara Nascimento** | Gerente de Contas & Negócios Pleno

Formada em Tecnólogo de Processos Gerenciais e Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário Una. Atua como atendimento publicitário, marketing digital, planejamento de conteúdo e produção de eventos em Belo Horizonte. Possui experiência em gestão de contas e eventos, entre eles Campus Party BH, Fundação Municipal de Cultura - PBH, Festival de Jazz, Troféu Telê Santana, ArcellorMittal, Loja do Galo, Vitallis Sanitas, Pousada Pequena Tiradentes, Concessionária Minasmáquinas, Baby Beef BH, Baby Beef Steakhouse, entre outros.



**Laiana Miranda** | Gerente de Contas & Negócios Junior

Graduada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pelo Grupo Kroton Educacional, Faculdade Pitágoras. Possui experiência nos três setores da sociedade civil. Atuou como Assessora de Imprensa e de Comunicação da Prefeitura de Japaraíba e de Arcos. Entre as empresas privadas, trabalhou na reportagem do portal de notícias G1 e na produção da TV Integração, afiliada Globo. É proprietária do portal de notícias Sou+Lagoa, em Lagoa da Prata, e do jornal impresso regional Jornal Cidade. É membro da equipe de Comunicação de projetos de mobilização social, entre eles: Lacustre, duas vezes indicado no Iberian Festival Awards, na Europa e Encontro Cultural de Iniciativa Popular (E-cult) de Lagoa da Prata. Também possui experiência em produção de eventos.

**Isabella Toledo** | Gerente de Contas & Negócios Junior II

Graduanda, no 6º período de Publicidade e Propaganda no Centro Universitário UNA, atuou no mercado de comunicação em Montes Claros, na área comercial de empresas e instituições educacionais, lidando diretamente com clientes e prospecção de vendas. Está na área de Publicidade e Propaganda desde 2017, trabalhando com mídias sociais, direção e estilista de modelos e produção fotográfica. Teve atuação recente no fluxo de organização, atendimento e gerenciamento de contas. Atualmente, realiza o atendimento online de contas de Social Media.



**Tatiana de Sousa** | Relações Públicas Pleno

Graduada em Relações Públicas e graduanda em Jornalismo pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Possui experiências nos três setores da sociedade civil. Atuou como Assessora de Imprensa e de Comunicação da Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia e Ensino Superior de Minas Gerais (SEDECTES). Foi membro da equipe de Comunicação de projetos de mobilização social, entre eles o Programa Nacional de Saneamento Rural (PNSR), o Centro de Desenvolvimento Humano (Crepúsculo) e o Polo de Integração da UFMG no Vale do Jequitinhonha. Entre as empresas privadas, integrou o Marketing da agência Master Turismo e do Grupo Bonsucesso. Participou, também, da equipe de Comunicação da mineradora Ferrous Resources do Brasil.

**CRIAÇÃO****Cesar Turbuck** | Diretor de Criação

Possui mais de 9 anos de experiência no mercado publicitário e atuou como diretor de criação nas agências Lume Comunicação, Aliás Comunicação e Novos Conceitos. Realizou campanhas de grande porte para clientes dos setores público e privado, como CRH, Fundação Torino, UNA, Colégio Santo Agostinho, Governo de Minas, Assembleia de Minas, IFMG, Prefeitura de Ipatinga e Prefeitura de Montes Claros. Possui também experiência em UX/UI Design e marketing digital, tendo, nos últimos anos, realizado campanhas para a Plan B Comunicação com grande foco em conversão para clientes como Direcional Engenharia, Cotemig, PUC Minas, IESB, entre outros. Ainda, participou de projetos do Programa de Competitividade Industrial Regional (PCIR) e do Programa Internacional da FIEMG Expand.

**Alice Barreto** | Diretora de Arte Pleno II

Graduada em Design Gráfico pela Universidade Estadual de Minas Gerais (UEMG). Trabalhou como designer coordenadora no Ceale (Centro de alfabetização, leitura e escrita) por 1 ano, e como responsável pela diagramação e criação de anúncios da Revista Informador das Construções, por 6 anos. Durante a sua carreira focou na criação de peças impressas e design editorial. Trabalhou na agência Fazenda Comunicação & Marketing durante 3 anos e foi responsável pela diagramação de livros e revistas, além da criação de anúncios para clientes como Assembleia Legislativa de Minas Gerais, Prefeitura de Ribeirão das Neves, Itaúna, Pouso Alegre, Formiga, Confins, Câmara de Mariana, Congonhas e Arcos. Trabalha na Brasil84 desde 2016 como diretora de arte.

**Robson de Carvalho** | Diretor de Arte Pleno II

Graduado em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário Newton Paiva formado em 2006. Possui 10 anos de experiência na área e trabalhou como designer de interfaces e ilustrador, na atual UOL Educação, por 6 anos, onde realizou trabalhos relevantes para empresas como Vivo, Petrobrás, Avon, Magazine Luiza, Sebrae, dentre outros. Atuou como UI/UX e ilustrador na Universidade Corporativa Fiat (ISVOR), onde realizou trabalhos para setores de capacitação, além de campanhas internas. Em sua atuação como designer gráfico e diretor de arte, atendeu clientes como Belgo, Precon, Unimed e Hyper Island.

**Lucas Rodrigues** | Diretor de Arte Pleno I

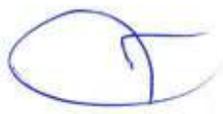
Formado em Comunicação Visual em 2014 pelo SENAI, começou na área gráfica na Virgulinas Comunicação, onde ficou até 2017. Também cursou Ilustração Profissional na escola Casa dos Quadrinhos, em 2016. É designer gráfico, ilustrador e street artist. Desde que profissionalizou sua atuação na arte urbana, já participou de duas edições do Festival Faísca do BDMG e foi selecionado para o Mural Liberdade e para o edital Gentileza Urbana, da Prefeitura Municipal de Belo Horizonte. Participou da segunda edição do CURA, movimento que convida artistas locais e internacionais. Expôs suas obras no Japão, pelo Flower Design Awards, e no Khalúa, em Belo Horizonte.

**Carla Tomizawa** | Diretora de Arte Junior

Graduada em Cinema de Animação e Artes Digitais na Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Como designer gráfica, ilustradora e animadora 2D digital, especializou-se em apresentações de impacto, desde 2015 fazendo trabalhos para clientes como CRH, CH Tecnologia, Mastermaq, Reserva, Sambatech e Hyperloop. Dirigiu e trabalhou com curtas de animação e teve trabalhos de fotografia e artes visuais expostos na Escola Livre de Artes - Arena da Cultura em Belo Horizonte, 2018.

**Thiago Andrade** | Redator Publicitário Pleno

Graduado em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo e pós-graduado em Comunicação Corporativa pelo Centro Universitário Newton Paiva. Enquanto estagiário, já trabalhou como repórter nos jornais Turismo de Minas e Jornal Holandês. Além disso, atuou na assessoria de imprensa do Colégio Sagrado Coração de Maria, de Belo Horizonte. Estagiou, também, na Associação Mineira de Rádio e Televisão (Amirt), produzindo matérias para a Revista da Amirt e programetes de rádio distribuídos aos associados. Em 2008, entrou para a Fazenda Comunicação, onde permaneceu até 2012, criando conteúdos para revistas e jornais institucionais e atendendo clientes. De 2012 a 2014, atuou na Vero



Brasil Comunicação como redator de campanhas publicitárias e também como atendimento. Em 2014, retornou à Fazenda Comunicação para assumir a redação de campanhas e gerenciar as redes sociais de alguns clientes. Em 2018, passou a integrar a equipe da agência Brasil84.

**Rafael Wehbe** | Redator Publicitário Pleno

Graduado em Direito pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas, pós-graduado em Direito Público pelo Unicentro Newton Paiva e pós-graduado em Comunicação Pública pela Faculdade Unyleya. Possui diversos cursos de aperfeiçoamento na área jurídica, licitações, comunicação pública e empresarial, redação oficial, entre outros.

Tem experiência profissional na área jurídica, em órgãos públicos e instituições particulares, bem como de comunicação pública e empresarial. Há 9 anos presta serviços especializados de redação na elaboração de projetos e propostas técnicas publicitárias em procedimentos licitatórios, como redator em agências de publicidade e propaganda, tais como a Fazenda Comunicação e HS Publicidade.

**Fernanda Santiago** | Redatora Publicitária Junior

Graduanda, cursando o 6º período em Letras na habilitação Inglês com ênfase em Edição e Tradução, na Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Atuou como monitora de inglês na escola de idiomas FISK. Possui experiência profissional em revisão de textos, planejamento de mídia, contato com veículos, acompanhamento das veiculações e elaboração de processos para faturamento. Na agência Brasil84, atua no cargo de redatora e é uma dos responsáveis pela redação das peças, além da revisão ortográfica dos textos.

**Joyce Costa** | Revisora Ortográfica

Graduada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas). Além de experiências na área de revisão, possui experiência profissional na área administrativa/financeira. Há alguns anos trabalha como revisora e presentemente atua na Brasil84.

**MÍDIA E PERFORMANCE****Camila Lacerda** | Mídia Off-line

Graduada em Publicidade e Propaganda em 2011, e Relações Públicas em 2013, ambos os cursos pela PUC Minas, trabalha no setor de mídia desde 2014. Já atuou como assistente de mídia na agência Lume Comunicação, onde desenvolvia o planejamento para clientes, o relacionamento com veículos de variados portes e a liberação de campanhas em nível municipal. Já na Fazenda Comunicação,



além de realizar os mesmos processos, passou a gerenciar uma equipe e liberar campanhas de âmbito estadual. Entre os principais clientes atendidos estão a Assembleia Legislativa de Minas Gerais (ALMG); Secretaria Estadual de Saúde e Meio Ambiente; Prefeitura de Pouso Alegre; Prefeitura de Guaxupé; Conselho Regional de Engenharia e Agronomia do Rio de Janeiro (CREA-RJ); Prefeitura de Itabirito; Prefeitura de Itabira; Prefeitura de Pedro Leopoldo; e Câmara de Poços de Caldas.

#### **Fabrcio Lamas** | Mídia On-line & Performance

Graduando em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário UNA, possui também certificação de Marketing de Conteúdo pela Rock Content. Já atuou como supervisor operacional, consultor comercial, gestor de contas e analista de mídia de performance. Tem experiência em criação de campanhas on-line, na elaboração de briefings, criação de peças para redes sociais, planejamento e acompanhamento de demandas, dentre outros. Na agência Brasil84, atua no setor de Mídia On-line.

#### **PRODUÇÃO GRÁFICA**

#### **Wlamir Gaia** | Produtor Sênior

Graduando em Administração pela Newton Paiva, possui experiência em gestão comercial. Já atuou no estudo de produtos no mercado, na produção de campanhas publicitárias, na análise de resultados e definição de meta, dentre outros. Trabalhou em empresas como Probank S.A., Egesa Engenharia, Indústria Santa Clara S.A., Friopeças e i3 Gráfica Digital.

#### **Amanda Santos** | Faturamento

Com experiência na área comercial, administrativa e financeira, foi gerente em uma rede de ótica e atuou no Sindicato dos Permissionários Autônomos do Transporte Suplementar e Alternativo de Passageiros dos Municípios da Região Metropolitana de Belo Horizonte (SINDPAUTRAS). Atualmente, trabalha no setor de produção gráfica da Brasil84, sendo responsável pela elaboração de processos para faturamento e gestão do relacionamento entre a agência e os fornecedores.

#### **SOCIAL MEDIA**

#### **Thais Soares** | Coordenadora de Social Media

Graduada em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário UNA, possui também técnico em Computação Gráfica pelo Coltec; nanodegree em Marketing Digital pela Udacity; e Certificações em Gestão de Mídias Sociais, SEO, Produção de Conteúdo Web, Marketing de Conteúdo e

Inbound Marketing, pela Universidade Rock Content. Possui ampla experiência no gerenciamento e planejamento de redes sociais, na gestão de projetos on-line e na produção de conteúdos, dentre outros. Possui cases de clientes como Unimed Centro-Oeste, Localiza, IVECO, CNH Industrial e New Holland Agriculture em seu portfólio.

**Andreza Abreu** | Analista de Social Media Pleno

Formada em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário de Belo Horizonte e atuante na área digital há 5 anos. Atualmente focada na produção de conteúdos, relacionamento e mensuração de resultados para as redes sociais, também já atuou nas áreas de redação, comunicação interna e planejamento de inbound marketing na Saritur, Founders Digital, Komuh Digital, Marph e Grupo Cidade Comunicação.

**Jéssica Vitorino** | Analista de Social Media Junior

Formada em Jornalismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), estagiou com assessoria de comunicação em espaços culturais de Juiz de Fora e em mídias sociais na Diretoria de Comunicação da UFJF. Atualmente atua com monitoramento e criação de conteúdo para redes sociais e elaboração de relatórios de desempenho para clientes.

**Dayanne Cassimiro** | Analista de Social Media Junior

Graduada em Publicidade e Propaganda pela UNA. Também realizou cursos como Marketing de Conteúdo, Produção de Conteúdo e Inbound Marketing, todos pela Rock Content. Possui experiência na área de comunicação, atuando no planejamento e produção de conteúdo publicitário online, no monitoramento de engajamento de mídias e na análise de resultados.

**Lucas Sanches** | Analista de Social Media Junior

Formado em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas). Atuou como produtor de conteúdo na PUC TV Minas e RecordTV. Na Brasil84, atua em projetos de clientes como a Fundação Renova e MPSC.

## PRODUÇÃO DE CONTEÚDO E RTVC

**Marcos Guiotti** | Coordenador de Produção de Conteúdo Audiovisual

Formado em Jornalismo, Economia e Direito, foi Coordenador de Jornalismo da CBN Belo Horizonte por 15 anos. Trabalhou na Rede Globo de Televisão, Sport TV e na Rádio Globo. Com mais de 30

anos de profissão, ganhou prêmios como: Melhor Reportagem no Instituto Ayrton Senna, Embratel e CNT. No Prêmio Ayrton Senna foi finalista nos anos de 2002, 2004, 2006, 2008 e 2010. Foi vencedor em 2002 e 2006, além de Jornalista Amigo da Criança pela UNICEF - 2006.

**Denize Alves** | Produtora de Conteúdo Sênior

Graduada em Jornalismo pela Universidade de Uberaba (Uniube). Com mais de 20 anos de experiência, é jornalista e radialista profissional, produtora executiva de conteúdo de web rádio e TV Web, apresentadora e âncora de rádio e TV. Experiência no Grupo Bel de Comunicação - BH (Rádios 98 FM e 102,9 FM). Apresentadora, editora de texto e produtora executiva de TV, com passagens pelas emissoras, Rede Globo (Triângulo Mineiro) e Rede Minas de Televisão. Gerente de Comunicação na Emater - MG (2005 a 2007) e atualmente produtora executiva de conteúdo e implantação de plataformas digitais para rádio e TV, na agência Brasil84.

**Názia Pereira** | Produtora de Conteúdo Sênior II

Formada em Jornalismo, com mais de 20 anos de experiência. Acadêmica do curso de Direito da Escola Superior Dom Helder Câmara e Mestranda do Mestrado Profissional Promoção de Saúde e Prevenção da Violência da Faculdade de Medicina da UFMG. Trabalhou na TV Record, Rede Minas, TV Bandeirantes e TV Alterosa. Exerceu várias funções como produtora, apuradora, repórter e editora. Também é especialista em Segurança Pública pelo Crisp/UFMG.

**Iara Oliveira** | Produtora de Conteúdo Pleno

Graduada em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas) em 2011. Há 4 anos na agência Brasil84, atuou em assessoria de imprensa, redação, gestão de mídias sociais e, atualmente, atua na produção de rádio jornalismo. Em 2010 recebeu o prêmio Délio Rocha de Interesse Público, na categoria rádio. Participou de projetos de comunicação para diversos clientes e entre os principais estão Hospital Felício Rocho, Associação Mineira de Municípios, Associação Imagem Comunitária, Vale, Com Você Comunicação e Prefeitura de Contagem.

**Guilherme Rezende** | Produtor de Conteúdo Audiovisual Pleno

Graduado em Jornalismo, com mais de 10 anos de experiência. Trabalhou nos jornais Super Notícias e O Tempo. Âncora e apresentador na Rádio Band News FM e repórter da TV Bandeirantes. Atuou, também, como repórter e produtor nas Rádios Globo e CBN.

## PRODUÇÃO DE CONTEÚDOS DIGITAS

### **Hélio Januzzi** | Coordenador Artístico de Motion Design

Formado em Design Gráfico na Faculdade Mineira de Educação e Cultura em 2006, iniciou seus estudos em motion graphics em 2005 e, desde então, vem se dedicando ao mercado audiovisual. Já ministrou cursos e oficinas de vídeo digital em escolas, trabalhou com edição não-linear, finalização, animação e autoração de DVD em produtoras e canais de TV. Atualmente trabalha com edição, pós-produção, finalização e motion graphics na Brasil84.

### **Jarbas Freitas** | Direção Artística & Motion Design

Graduado em Produção Editorial pela UniBH. Profissional com experiência em edição de imagens de telejornal e vídeos institucionais. Trabalhou em diversas emissoras de TV do Estado, entre elas PUC TV, Rede Minas, Band, Rede Globo e TV Record.

### **Paulo Vitor Antunes** | Direção Artística & Motion Design

Graduado em Publicidade e Propaganda pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas). Trabalha com audiovisual desde 2009, em 2012 conseguiu seu primeiro estágio em uma produtora. Atua como cinegrafista e editor freelancer no mercado desde então. Já atuou em vídeos institucionais, jornalísticos, publicitários e documentários.

## PROSPECÇÃO DE NOVOS NEGÓCIOS

### **Jane Xavier** | Analista de Licitações Públicas

Com anos de experiência profissional na preparação de propostas/documentos, participa de licitações dos tipos concorrências, tomadas de preço, convites e pregões presenciais e eletrônicos. Responsável por coordenar o relacionamento com fornecedores externos para execução de novos projetos e demandas diárias do setor de licitações da agência. Sua experiência também abrange atendimento e relacionamento com clientes, além da coordenação de demandas de operações internas. No conjunto de sua atuação, especializou-se na elaboração de propostas e negociação com clientes, fornecedores e parceiros. Prestou serviços terceirizados na área de Licitação Pública para outras agências de publicidade e propaganda, como a Popcorn, Lume e Fazenda Comunicação.

*R*

**Ricardo Ribeiro** | Prospecção de Novos Clientes Privados

Formado em Administração com Gestão em Esportes, Promoções e Eventos e Pós Graduado em Inovação pelo Ietec, possui experiência em gestão comercial de mídia, veículos de comunicação e agências de publicidade. Tem vasto conhecimento em planejamento estratégico e expertise em gestão de projetos comerciais. É sócio proprietário da Slidemax - empresa pioneira em apresentações de alto impacto - e possui ampla rede de contatos com agências e profissionais de comunicação em Belo Horizonte, Montes Claros, Uberlândia, Vitória, Curitiba e Porto Alegre.

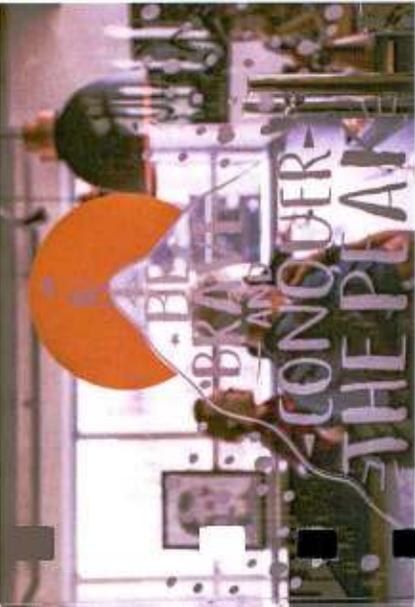
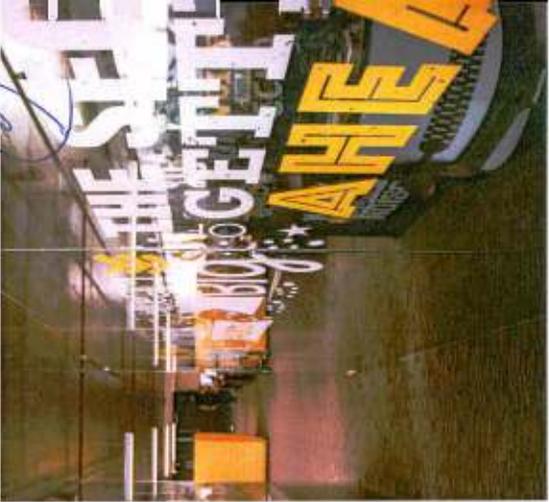


*R*

*R*  
*R*  
*R*

c) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;

BR 84



**SEDE**

Sediada no Bairro de Lourdes, em Belo Horizonte, a Brasil84 está localizada em uma nobre região e de fácil acesso. A agência é marcada pela qualidade no atendimento e pela valorização do funcionário. Conta com infraestrutura para atender o cliente com conforto e segurança, com garagem; recepção; sala de reuniões; além do núcleo de atendimento; social mídia; criação; produção e mídia; produção de conteúdo; e departamento financeiro. Os equipamentos utilizados na prestação do serviço são de ponta e a equipe técnica é qualificada, com experiência comprovada no mercado.

- 12 - iMAC 21,5";
- 4 - iMAC 27";
- 4 - MAC PRO;
- 1 - MiniMac;
- 5 - Note HP G22-440BR (3GB RAM, 500GB HDD, WLAN e Bluetooth);
- 2 - Macbook (Pentium Intel Core 2 Dual, RAM 6GB, HD 1TB, 2.4GHZ);
- 5 - Notebook Lenovo (Intel Core i7, 2.7 GHz, 8GB)
- 4 - Notebook LG R580 (RAM 4GB, HD 500GB, 2.53 GHz, Intel Core 2 Dual);
- 3 - Desktop LG Intel (1.83 GHz, 4 processadores, 4GB);
- 1 - Monitor Samsung 27" LED full HD;
- 1 - Monitor Philips 27" 3D;
- 1 - Monitor ikan A5H-WS;
- 1 - Time Capsule Apple 2TB MDO32LL;
- 1 - MAC Airport Express;
- 1 - Mesa de Áudio Xenyx 802;
- 1 - Gravador zoom H6 Áudio Digital Profissional portátil;
- 1 - Gravador zoom H4N Áudio Digital Profissional portátil;
- 2 - Câmeras Sony FX1 HDV;
- 1 - Câmera fotográfica Nikon D3100;
- 1 - Flash Nikon speedlight SB-600;
- 1 - Objetiva Nikon 18-55mm;
- 1 - Câmera Fotográfica Canon t2i;
- 1 - Objetiva Canon 18-55mm;
- 1 - Câmera Fotográfica Canon 5D Mark II;
- 1 - Câmera Fotográfica Canon 5D Mark III;

- 1 – Flash Canon speedlight 580exii;
- 2 - Objetivas Canon 70-300mm f/4-5.6;
- 1 – Objetiva Canon 50mm f1.8;
- 1 – Objetiva Canon 16-35mm;
- 1 – Objetiva Canon 28-105mm;
- 1 - Câmera Fotográfica GO PRO Hero 3 e periféricos;
- 1 - Smart TelePrompter;
- 1 – Estabilizador MOVI M5 com controle remoto;
- 2 - Caixa Monitor de Áudio - M áudio - BX5;
- 1 - Caixa Monitor de áudio JBL;
- 2 - HD externos de 3TB;
- 4 - Tablet 3,7 - (Comic Pen e Touch Tablet);
- 1 - iPad;
- 2 - No breaks 1.5 KVA;
- 2 - No breaks 700 KVA;
- 1 - Docking Station Sata Akasa Duo;
- 2 - Cartões P2 64GB;
- 1 - Leitor de cartão P2;
- 1 - LED vídeo lighting – CN;
- 1 - Microfone Shure SM58;
- 2 - Microfones Shotgun Audio - Technica AT875R;
- 2 - Microfones Sony ECM-77B;
- 2 - Microfones Sennheiser Série 100 Evolution G3;
- 3 - Tripé Manfrotto 701 HDV;
- 1 - Tripé Manfrotto 501 HDV;
- 4 - Cabeças de Luzes (Sungun);
- 4 - Tripés de luz (Sungun) ;
- 2 - Rebatedores de luz;
- 1 - Cartão Cinza 18%;
- 2 - Claquetes;
- 1 – Impressora Xerox Phaser 6280;
- 1 – Impressora Brother DCP 9020;
- 1 – TV SONY BRAVIA 37”.

## INVESTIMENTO DE ESTRUTURA DE ATENDIMENTO

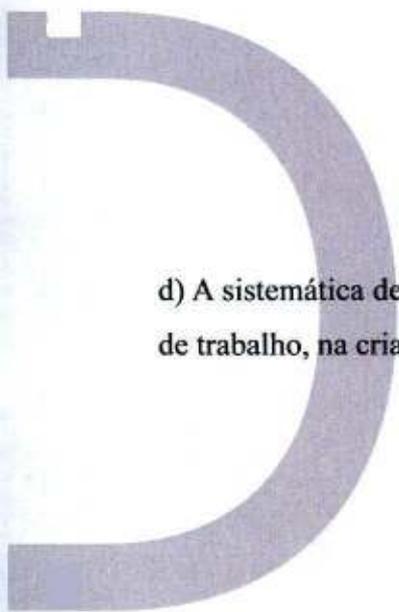
A agência busca sempre aprimorar os serviços prestados, objetivando dinamismo, qualidade e satisfação dos clientes. Para isso, constantemente investe em novos equipamentos, cursos de qualificação, pesquisa e treinamento.

Para alcançar com mais precisão as metas propostas, é preciso combinar o estudo, o planejamento, a conceituação, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa com a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação pertinentes e adequados. A ideia é sempre difundir ideias e informar ao público em geral, mantendo uma equipe qualificada para dar à comunicação pública o tratamento adequado.

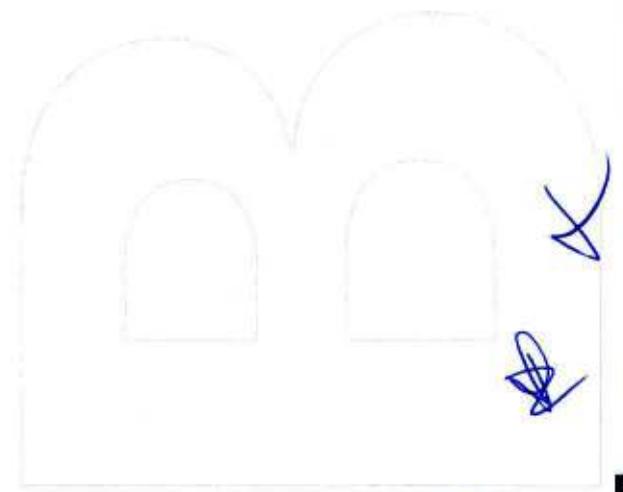
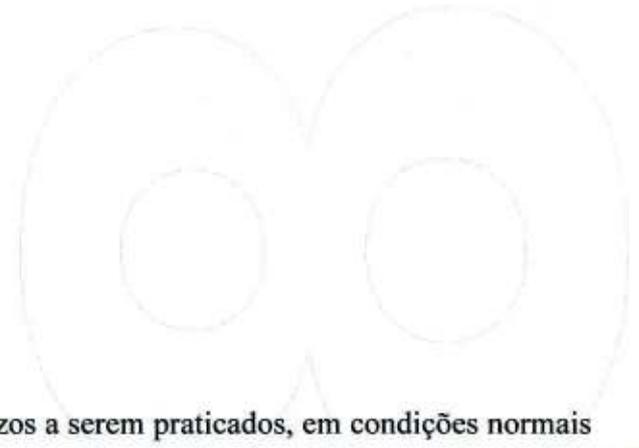
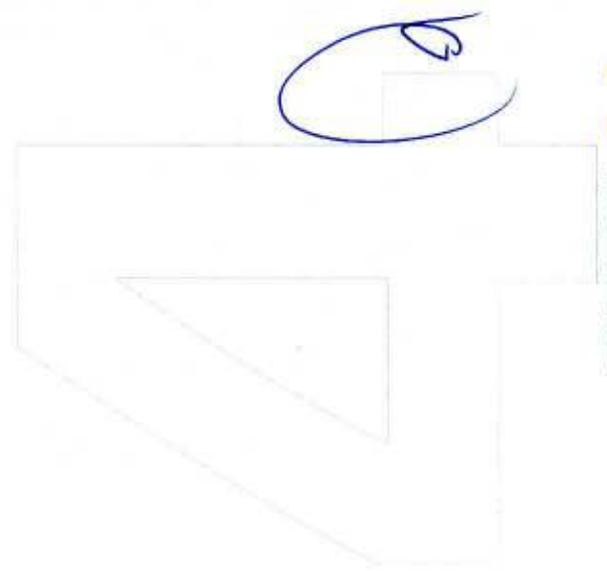
A Brasil84 utiliza os principais softwares do mercado de comunicação, como o programa Operand, que agiliza todo o processo de atendimento, produção e divulgação das campanhas publicitárias. Com otimização e velocidade, os dados armazenados podem ser facilmente consultados pelos funcionários da empresa. O atendimento mantém o histórico de cada trabalho com o andamento, valores investidos, datas importantes, prazos e prioridades, organizando e agilizando o trabalho do planejamento e da criação. Para o departamento de mídia, o programa permite total integração das tabelas de preços e descontos praticados pelos veículos. Eficientes relatórios gerenciais são disponibilizados pelo sistema e os investimentos realizados são extraídos com facilidade. Para a produção gráfica e eletrônica, o sistema controla os contratos realizados, tabelas de preços com negociação para cada cliente, solicitação de custos do fornecedor e orçamentos. Os profissionais da Brasil84 acompanham todo o processo e cuidam para que a integração correta entre os departamentos da agência seja concretizada.

A equipe designada a atender a AGÊNCIA REGULADORA DE ÁGUAS, ENERGIA E SANEAMENTO BÁSICO DO DISTRITO FEDERAL – ADASA possuirá um profissional de atendimento responsável pela captação das demandas do cliente e pelo encaminhamento dos serviços aos profissionais responsáveis pela sua execução dentro da agência. Ele intermediará o diálogo com todas as comissões do administrativo e reportará à equipe interna as diretrizes de cada caso em específico. Seu trabalho de articulação é o ponto vital na conexão com o cliente, funcionando como ponte e garantia da transmissão de informações por esta via.

d) A sistemática de atendimento e discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;





Para nós, o bom relacionamento com o cliente é o sustentáculo para o desenvolvimento da agência, para a construção de uma presença positiva no mercado e, sobretudo, para atingir os objetivos demandados. Dessa forma, a experiência adquirida por meio do atendimento a diversos clientes do setor público possibilitou que a agência criasse métodos e uma estrutura organizacional mais adequada para oferecer serviços de excelência e, assim, atender às necessidades de cada cliente.

Nesse contexto, a Brasil84 segue, necessariamente, os seguintes passos: pesquisar, analisar, planejar, inovar, executar, controlar e mensurar. Para isso, a agência conta com uma equipe de profissionais altamente qualificados, capazes de realizar um atendimento ágil, consistente e eficaz; por meio da utilização sinérgica das ferramentas de comunicação disponíveis, extraindo delas todo o potencial necessário para que a conquista do cliente se torne também a conquista da própria empresa.

Como metodologia de trabalho, os profissionais da Brasil84 buscam conhecer a fundo o cenário no qual o cliente está inserido, bem como os seus públicos-alvo e os processos que podem ser implementados, apresentando soluções viáveis e mais inteligentes. Isso implica a realização de pesquisas de opinião pública para avaliar a imagem, a reputação do órgão público, além de contribuir para o monitoramento de tendências e na antecipação de certas demandas. Para que tudo ocorra de maneira mais assertiva, o setor de atendimento da agência elabora um cronograma de contato frequente com o cliente, permitindo a sua imersão no dia a dia dele e proporcionando elaboração de uma estratégia de comunicação personalizada, criativa e voltada para a obtenção de resultados.

A partir do planejamento, as ações e metas são colocadas “no papel”. Nesse momento, nós buscamos sempre inovar, motivando a interação e a troca de conhecimento entre os seus profissionais, ampliando a busca contínua por novas mídias e alternativas para fazer com que a mensagem a ser transmitida chegue aos públicos de interesse e cause o efeito desejado. É também nesse processo que o monitoramento de tudo que é executado e a mensuração dos resultados colaboram para que o processo de tomada de decisões se torne mais eficiente.

Para que toda esta sistemática de atendimento funcione, a Brasil84, além de seus profissionais, tem como pilar a infraestrutura necessária para o desenvolvimento de todo o trabalho, com equipamentos de última geração. Estes, que irão auxiliar a equipe desde o desenvolvimento do diagnóstico de comunicação da AGÊNCIA REGULADORA DE ÁGUAS, ENERGIA E SANEAMENTO BÁSICO DO DISTRITO FEDERAL – ADASA, criação de briefing, planejamento, até a criação, divulgação e faturamento de campanhas, cujas etapas serão mais detalhadas a seguir:

1) **ATENDIMENTO:** representa diretamente as necessidades e os desejos do cliente, acompanhando-o de perto durante todo o período contratual, bem como o trabalho que é desenvolvido internamente.

2) **PLANEJAMENTO:** por meio de todas as informações captadas pelo atendimento, nesta etapa são analisados os problemas de comunicação e a forma ideal de resolvê-los. Isso por meio de informações e ferramentas, como pesquisas qualitativas ou quantitativas. É aqui que a campanha é idealizada para atingir a sua finalidade, e são decididos os tipos de peça, quantidade, formatos, especificações, veículos e todo o restante que será utilizado no plano de mídia. Também são expostos ao cliente os custos, as formas de execução e o cronograma de trabalho.

3) **CRIAÇÃO:** é nesta etapa que os objetivos da campanha são transformados em ideias e mensagens. Por meio da escolha de palavras, ilustrações e traços, as peças publicitárias ganham forma sob as mãos de redatores e diretores de arte. Em seguida, as peças são encaminhadas para aprovação.

4) **APROVAÇÃO:** tudo que é criado e produzido pela criação deve ser apresentado para o cliente, para que ele aprove a produção e veiculação da campanha.

5) **REVISÃO:** após ser aprovado, todo o material passa por revisão ortográfica para garantir que não hajam erros nas peças.

6) **PRODUÇÃO:** depois de aprovados os custos e o conceito da campanha, e depois de passarem pela revisão, as peças são encaminhadas para fornecedores para que o que foi criado seja materializado. O profissional responsável por este setor acompanha todo o processo, garantindo o cumprimento dos prazos e a qualidade almejada.

7) **VEICULAÇÃO:** após ser produzida, a campanha está pronta para ser veiculada. Seja no meio online ou off-line, os profissionais deste setor encaminham as mídias aos veículos e acompanham o processo, garantindo que as inserções estejam corretas e que todas as peças estejam em veiculação.

8) **FATURAMENTO:** com a entrega da campanha, vem a etapa responsável pelo faturamento e pagamento aos fornecedores e veículos. Além disso, é feita a prestação de contas, que obedece todas as normas e leis do mercado de publicidade, principalmente no que se refere aos processos licitatórios. Assim, a transparência de todo o processo é garantida ao cliente.

## PRAZOS DE EXECUÇÃO

Reunião de pauta: 1 dia. Baseado no encontro com o cliente e na captação de todas as informações necessárias para a realização de planejamento;

Atendimento: desde a assinatura ao término do contrato, este profissional acompanhará o cliente, atendendo às demandas e sugerindo soluções aos problemas de comunicação;

Planejamento: 5 dias. Elaboração de um plano estratégico para a criação de campanhas com os mais diversos objetivos;

Criação de campanhas: 5 dias. Desenvolvimento de peças, com as imagens e textos referentes aos intuits de cada campanha;

Criação de peças avulsas: 2 dias;

Criação de peças de oportunidade: 1 dia;

Aprovação: 1 dia. Avaliação pelo cliente das peças criadas seguida pelo feedback à agência;

Refação: 1 dia. Dependendo das alterações sugeridas pelo cliente, é preciso um prazo para que a criação refaça detalhes ou reconstrua as peças da campanha, que serão encaminhadas novamente para a aprovação;

Elaboração de plano de mídia para campanha: 5 dias;

Elaboração de plano de mídia para peças avulsas: 2 dias;

Empenho: prazo do cliente. Este é o procedimento para que o cliente possa garantir o empenho de recursos para a produção e veiculação da campanha;

Mídia/Produção: 1 dia. Envio de peças aos veículos e fornecedores;

Faturamento: 1 dia. Envio ao setor administrativo e financeiro das notas fiscais dos fornecedores e veículos que serão faturadas;

Pagamento: 2 a 3 dias. Repasse aos veículos e fornecedores dos valores de seus produtos e serviços.

e) A discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da Adasa, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

*(Handwritten mark)*

R. Rio de Janeiro | 2735 | 11º andar | Lourdes | 30.160-048 | BH/MG  
*(Handwritten signatures)*



## INFORMAÇÕES DE MARKETING E COMUNICAÇÃO

A agência Brasil84 se mantém sintonizada para identificar e compreender as experiências e práticas de sucesso do mercado. Essa ação de benchmarking é realizada pelo núcleo de informação e pesquisa da agência, não só em relação às ações de publicidade e comunicação, mas também no contexto das diversas áreas de atuação. Campanhas de interesse para os clientes são monitoradas a fim de encontrar, no próprio mercado, novas soluções para os problemas de comunicação. Projetos e soluções adotados por órgãos públicos de sucesso em Minas, no Brasil e no mundo são mantidos em acervo para consulta dos diversos profissionais da agência.

## POLÍTICA DE NEGOCIAÇÃO

A agência Brasil84 mantém um forte relacionamento com os veículos de comunicação através de parcerias estratégicas e contatos diários. Isso possibilita um melhor resultado com relação à aplicação da verba publicitária disponível. Cada negociação é realizada de forma clara e objetiva, com postura adequada e ética.

Dentro das técnicas de negociação, a Brasil84 utiliza habilidades como planejamento e organização; treinamento e disciplina; autodesenvolvimento; visão; determinação; inovação; flexibilidade e adaptabilidade. A lisura, a ética e o compromisso com os melhores resultados pautam todas as negociações, contratações e procedimentos.

Isso assegura a qualidade do trabalho e a responsabilidade técnica e operacional das atividades da agência.

As instituições públicas são grandes anunciantes. Como tal, devem obter descontos dos veículos de comunicação na mesma proporção dos que são praticados nas negociações com a iniciativa privada. Além do volume da verba, outro fator importante é a avaliação técnica das tabelas de preços dos veículos de comunicação, onde é fator preponderante o verdadeiro alcance dos veículos, tal como tiragem real, distribuição da mídia impressa e o índice de audiência e cobertura do meio eletrônico. A agência procura sempre utilizar os meios de maior impacto e cobertura possível, avaliando a melhor relação custo benefício.

Os instrumentos próprios da instituição (como websites, jornais, mailing, mídias sociais, quadros de avisos e outros) e os veículos de comunicação do município são sempre valorizados no planejamento de mídia por meio de uma parceria entre os fornecedores, os veículos, a agência e a própria instituição.

A agência procura, ainda, estabelecer parcerias estratégicas junto aos veículos de comunicação,

estimulando o seu engajamento em campanhas de utilidade pública. Assim, os veículos podem assinar as peças no formato de “apoio”, o que possibilita uma redução no custo de mídia e a otimização dos recursos disponíveis para a comunicação.

## RELAÇÃO DE PESQUISAS DE AUDIÊNCIA, AUDITORIA DE CIRCULAÇÃO E CONTROLE

A agência estabeleceu parcerias com empresas prestadoras de serviços especializados, e de reconhecida atuação no mercado da comunicação, que serão listadas a seguir.

Essa sinergia garante para nossos clientes:

- dados recentes sobre os hábitos do público-alvo, necessários para a criação de planos de comunicação;
- informações estratégicas sobre o setor de atuação do cliente, seja ele empresa ou órgão público;
- recursos atualizados constantemente para a proposta de novas soluções adequadas às inovações tecnológicas.

**RÁDIO:** IbopeEasymedia – software que apresenta dados de audiência em diferentes targets, share e qualificação da audiência, dados de alcance para vários períodos, superposição de alcance, etc.

**JORNAL:** IbopeEasymedia – software que apresenta dados de leitura habitual ou diária dos jornais de diferentes targets, segmentação, distribuição, frequência de leitura, custo por mil, custo por ponto, etc.

**TELEVISÃO:** Ibope Media Quis - software de estudo de índices de TV que possibilita análises de programação, blocos de 25 minutos, curvas de audiência, 32 targets.

Ibope Planview – software que permite a análise/avaliação do alcance e da frequência de planos de mídia de TV para targets específicos. As análises fornecem informações sobre o número total de inserções, o custo total, o custo por mil e o custo por GRP, o alcance total e eficaz, a distribuição de frequências, a frequência média e a eficaz, GRP total e eficaz, audiência, alcance e frequência média acumulada.

## TOM MICRO – IPSOS MARPLAN

Análise: seleção das variáveis (demográficas, atitudinais, estilos de vida) mais relevantes para explicar o consumo de produtos, serviços e marcas.

Planejamento: permite considerar, simultaneamente, cobertura, qualificação e rentabilidade na seleção dos veículos.

Otimização: permite que o planejador controle as variáveis, como inclusão e exclusão de veículos, mínimo e máximo de inserções por veículo. Através dos parâmetros estabelecidos, o software encontra o melhor custo – benefício.

### COMPOSE - POINTLOGIC

Ferramenta que auxilia a:

- otimizar a influência. É possível localizar e influenciar os consumidores;
- valorizar os canais de comunicação. Uma ampla gama de canais (de mídia impressa, mídia de massa, mídia interativa, mídia online, mídia fora de casa, etc.) pode ser alavancada para resolver os verdadeiros desafios de comunicação, comparando-se a relevância de cada canal para um determinado segmento;
- determinar a verba. Avaliação do nível mais efetivo de investimento para realmente influenciar a percepção do consumidor e vender mais produtos ou serviços com métricas comprovadas que entregam resultados;
- investir R\$X e ganhar R\$XXX. Apresentação de uma conexão direta entre atividades de marketing e vendas;
- ganhar na prospecção. Oferta de planos de comunicação muito mais efetivos e impactantes.

**TERMO DE ENCERRAMENTO**

Declaramos para os devidos fins da EDITAL DE CONCORRÊNCIA ADASA Nº 01/2019, que esta encadernação (Capacidade de Atendimento) contém 33 páginas, incluindo esta.

Capacidade de Atendimento

Início: página 1

Término: página 33

Belo Horizonte, 09 de julho de 2019



**Jane Karine Xavier / P.P**

**CPF nº 035.790.956-92 / RG nº MG - 9.193.536 / Analista de Licitações**

**Razão social:** Brasil84 Publicidade e Propaganda Ltda-ME

**CNPJ/MF nº 17.489.954/0001-02**

**Endereço:** Rua Rio de Janeiro, nº 2735 | 11º andar **Bairro:** Lourdes

**CEP:** 30.160-048 **Cidade:** Belo Horizonte **Estado:** Minas Gerais

**Telefone/Fax:** (31) 3023-4577

**Site:** www.brasil84.com.br

**E-mail:** licitacao@brasil84.com.br

6

0

~~2~~ 2 1

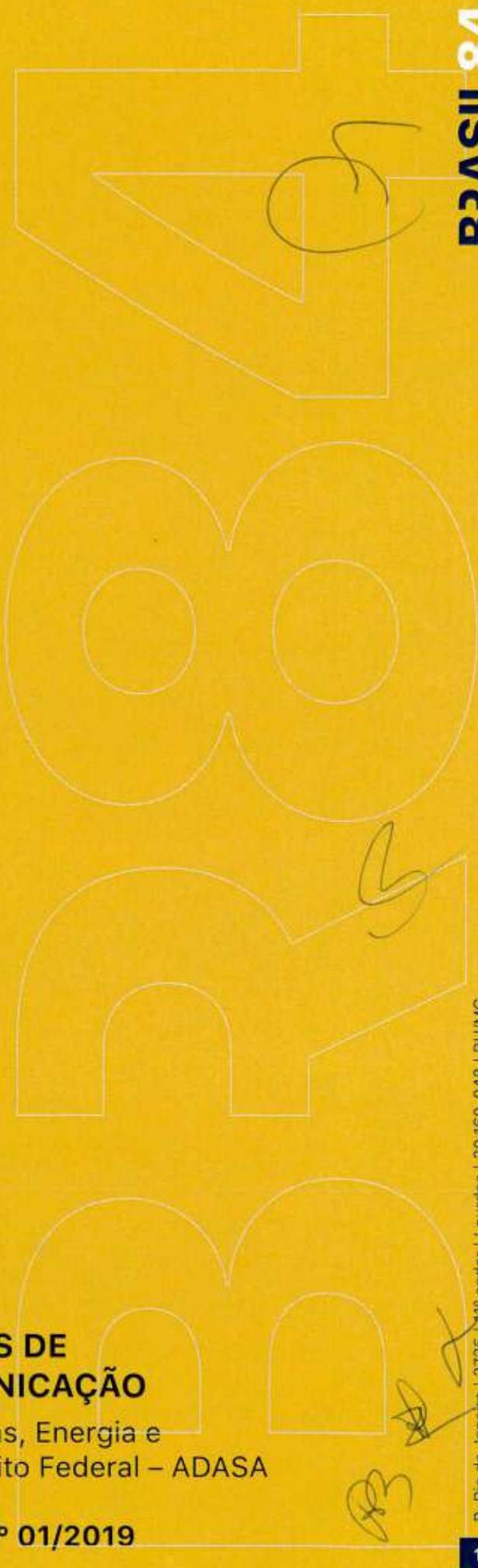
12

**BRASIL84**

**brasil84.com.br**  
+55 (31) 3023-4577  
licitacao@brasil84.com.br

R. Rio de Janeiro, 1.2735, 11º andar, Lourdes - BH/MG





**RELATOS DE SOLUÇÕES DE  
PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO**

Agência Reguladora de Águas, Energia e  
Saneamento Básico do Distrito Federal – ADASA

**CONCORRÊNCIA ADASA Nº 01/2019**

## CAMPANHA IPATINGA - CIDADE LIMPA

### QUADRO GERAL

Pertencente à Região Metropolitana do Vale do Aço, Ipatinga é o décimo município mais populoso do estado de Minas Gerais, com uma população composta por mais de 261 mil habitantes, segundo estimativa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

A cidade possui reconhecida vocação industrial, mas também tem se destacado nos setores comercial e de prestação de serviço, consolidando-se como polo regional para vários municípios do leste de Minas. A presença da Usiminas ainda é a responsável por boa parte do PIB municipal, acompanhada de outros segmentos da indústria, que vem se diversificando por meio da confecção de artigos e acessórios de vestuário, extração e manipulação de minerais não-metálicos, fabricação de móveis, produção de alimentos e bebidas, além da extração de eucalipto.

A atual gestão municipal (2018-2020), assumiram a Prefeitura com uma dívida de mais de R\$ 400 milhões, potencializada pela crise econômica e pela política nacional. A partir desta situação, o governo de Ipatinga tem trabalhado para "arrumar a casa", desenvolvendo um modelo de administração pública mais democrático, austero, ético e transparente.

### DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

Nesse contexto, a Prefeitura de Ipatinga tem atuado com total responsabilidade ao erário público e colocado o cidadão como principal patrimônio do município. Dessa forma, para cuidar bem da cidade e da população, uma série de ações foram implementadas, sendo uma delas o investimento em limpeza urbana.

Uma cidade limpa vai muito além do significado de uma cidade mais bonita. Uma cidade limpa representa mais qualidade de vida, proporcionada por diversos fatores. Um deles é a redução da proliferação de insetos e outros animais que podem causar doenças à população. Outro é a preservação do meio ambiente, por meio da administração correta do lixo, evitando a contaminação do solo e do lençol freático. Por fim, podemos citar o melhor aproveitamento dos espaços públicos, que se tornam mais atrativos para a convivência entre as pessoas, para a prática de atividades físicas, contribuindo para o bem-estar da coletividade.

Nesse sentido, a problemática de comunicação diz respeito à divulgação do que tem sido realizado pela Prefeitura para a limpeza de Ipatinga. No entanto, mais importante que isso, também precisamos desenvolver nos munícipes uma consciência mais cidadã, conscientizando sobre a importância de não jogar lixo nas ruas, não depredar os espaços públicos e não depositar entulhos e outros resíduos em lugares que não são adequados para isto. Inclusive, denunciando os infratores para que sejam tomadas as medidas cabíveis. Afinal, a manutenção de uma cidade limpa é responsabilidade de todos.

### A CAMPANHA

A partir do briefing desenvolvido, a agência criou uma campanha com o objetivo de divulgar as ações da Prefeitura para deixar Ipatinga mais limpa, bonita e com qualidade de vida. Entre elas, temos a intensificação da remoção de entulhos, a revitalização das áreas verdes da cidade e a realização de um projeto piloto de Coleta Seletiva. Também tínhamos como intenção o despertar de uma consciência mais cidadã, posicionando os munícipes como corresponsáveis pela limpeza da cidade e, conseqüentemente, pela construção de um lugar melhor para se viver.

Breno Brandão Pinto  
Secretário de Comunicação  
Matrícula 131037-5



@prefeitura.de.ipatinga



/prefeituraipatinga

Av. Maria Jorge Selim de Sales, 100, Centro - Ipatinga - Minas Gerais

TEL.: (31) 3829-0000 - CEP 35160-011

**Serviço Notarial do 8º Ofício de Belo Horizonte**  
Rua Curitiba, 1565 - Bairro de Lourdes - BH - MG - CEP: 32170-122 - Tel.: (31) 3279-6200

**AUTENTICAÇÃO**

Conferida e achada conforme original que me foi apresentado.  
Em testemunho da verdade, dou fe e assino o presente.

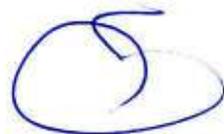
Dou fe. Fabiane Sueli Rodrigues de Souza. Escrevente

Etiqueta Nº: 1934004025. Dhte, 14/07/2019 17:13:25 841700-025?

EMOL: 5,00 - TFPJ: 1,65 - RC: 0,30 - ISS: 0,25 - TOTAL: 7,20

VERIFIQUE A AUTENTICAÇÃO DE QUALQUER MODO NO SITE [WWW.BRNOTARIAL.COM.BR](http://WWW.BRNOTARIAL.COM.BR)





Vale a pena ressaltar que a campanha também teve o intuito de divulgar o disque denúncia, fazendo com que o cidadão contribua para que a Prefeitura desempenhe o seu papel neste processo. Sendo assim, o conceito desenvolvido relaciona o município com uma casa, onde cada morador é o seu responsável. Com o mote "Cuidar de Ipatinga é cuidar da sua casa", buscamos fazer com que o público-alvo se atente às suas atitudes, trazendo um argumento emocional suficiente forte. Afinal, a cidade realmente é a extensão de um lar e, como tal, merece o mesmo respeito e cuidado.

A campanha traz ao público-alvo, composto por todos os moradores de Ipatinga, a imagem de uma família que se encontra em peças que são divididas por dois ambientes: o interior de uma residência e o Parque Ipanema. Assim, o conceito da campanha é transmitido também no visual, fortalecendo a relação da cidade enquanto a casa dos cidadãos.

A mensagem é direta, de fácil interpretação e assimilação. Além da divulgação das ações realizadas pela Prefeitura, o texto faz um chamamento para que a população contribua com a limpeza da cidade, mostrando como algumas atitudes promovem a construção de uma cidade melhor para todos.

O site e as redes sociais da administração municipal também são divulgados para que o público possa buscar mais informações à respeito desta e de outras campanhas. Para ampliar a visibilidade da campanha, com melhor custo-benefício, o planejamento de mídia contemplou os veículos de comunicação que impactassem diretamente o público-alvo. Por isso, foram criadas as seguintes peças: VT 30", SPOT 30", Anúncio de Jornal de 1/2 página e 1/4 de página, Banner Eletrônico, Outdoor, Backbus e Post para Redes Sociais.

#### RESULTADO

A campanha teve uma boa aceitação pela comunidade. Além de ser elogiada pela população, houve uma redução considerável no descarte de entulhos em lugares inapropriados, bem como na quantidade de lixo jogado nas vias públicas.



---

Thiago Andrade

Redator (Responsável pela elaboração do referendo)

Breno Brandão Pinto  
Secretário de Comunicação  
Matrícula 131092-5

---

Breno Brandão Pinto  
Secretário Municipal de Comunicação



@prefeituradeipatinga



/prefeituraipatinga

Av. Maria Jorge Selim de Sales, 100, Centro - Ipatinga - Minas Gerais

TEL.: (31) 3829-0000 - CEP 35160-011

www.ipatinga.mg.gov.br



**Serviço Notarial do 8º Ofício de Belo Horizonte**  
Rua Curitiba, 1666 - Bairro de Lourdes - BH - MG - CEP: 31170-122 - Tel. (31) 3279-6200

**AUTENTICACAO**

Conferida e achada conforme original que me foi apresentado.  
Em testemunho da verdade, dou fe e assino o presente.  
Dou fe. Fabiane Sueli Rodrigues de Souza. Escrevente

Etiqueta Nº: 1934003825. BHte: 04/07/2019 17:13:25 841700-025?

EMOL: 5,00 - TFPJ: 1,65 - RC:0,30 - ISS: 0,25 - TOTAL: 7,20

VERIFIQUE A AUTENTICIDADE DESTA TÍTULO NO SITE [WWW.SOPRISORH.COM.BR](http://WWW.SOPRISORH.COM.BR)



**CIDADE LIMPA**

**CUIDAR DE IPATINGA**

**É CUIDAR DA SUA CASA**

**COLETA SELETIVA**

**DISQUE DENÚNCIA**  
156 ou 3829 8514

**www.ipatinga.mg.gov.br**  
@prefeitura.de.ipatinga  
/prefeituraipatinga

**PREFEITURA DE IPATINGA**  
Município de Ipatinga - Minas Gerais

A cidade onde você vive é uma extensão de sua casa. E, assim como seu lar, precisa de cuidados. Por isso, a Prefeitura tem intensificado a remoção de entulhos, investido na revitalização das áreas verdes e já realiza um projeto piloto de Coleta Seletiva, há anos reclamada pela população. Agora é hora de você fazer a sua parte! Não jogue lixo ou entulho na rua e ajude a preservar os espaços públicos, denunciando os infratores.

**Manter Ipatinga limpa é responsabilidade de todos.**

**Formato original:** 29 x 20 cm

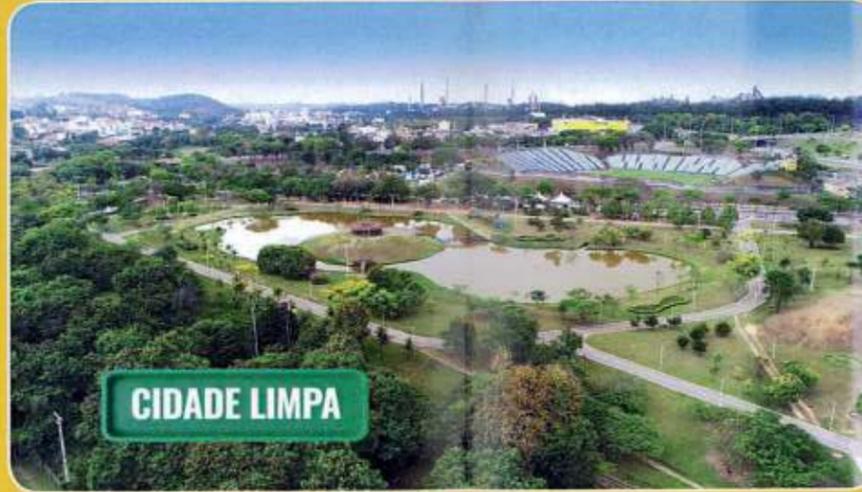
**Título:** Cuidar de Ipatinga é cuidar da sua casa

**Divulgação:** ClassiVale, Diário do Aço, Vila News, Negócio Fechado

**Praça:** Ipatinga

**Briefing/Problema a ser resolvido:** A Prefeitura tem investido em ações para realizar a limpeza da cidade, como a coleta de entulhos, a revitalização das áreas verdes e a implantação do projeto piloto da coleta seletiva. No entanto, a participação da população é fundamental para a manutenção de uma cidade limpa. Dessa forma, a criação desta peça tem o objetivo de despertar uma atitude mais cidadã na população, inclusive denunciando aqueles que sujam o município.

VT 30"



DVD contendo VT



Formato original: 30"

Título: Cidade Limpa

Divulgação: Inter TV (afiliada TV Globo) e TV Alterosa

Praça: Ipatinga

Briefing/Problema a ser resolvido: A Prefeitura tem investido ações para realizar a limpeza da cidade, como a coleta de entulho, a revitalização das áreas verdes e a implantação do projeto piloto coleta seletiva. No entanto, a participação da população é fundamental para a manutenção de uma cidade limpa. Dessa forma, a criação desta peça tem o objetivo de despertar uma atitude mais cidadã na população, inclusive denunciando aqueles que sujam o município.

Handwritten signatures and initials.



**Formato original:** 2,9 x 2,4 m

**Título:** Cuidar de Ipatinga é cuidar da sua casa

**Divulgação:** Vale Publicidade

**Praça:** Ipatinga

**Briefing/Problema a ser resolvido:** A Prefeitura tem investido em ações para realizar a limpeza da cidade, como a coleta de entulhos, a revitalização das áreas verdes e a implantação do projeto piloto da coleta seletiva. No entanto, a participação da população é fundamental para a manutenção de uma cidade limpa. Dessa forma, a criação desta peça tem o objetivo de despertar uma atitude mais cidadã na população, inclusive denunciado aqueles que sujam o município.

*Handwritten signature*

*Handwritten initials and signature*

# CIDADE LIMPA

CUIDAR DE  
IPATINGA

É CUIDAR  
DA SUA  
CASA

COLETA  
SELETIVA

DISQUE DENÚNCIA  
156 ou 3829 8514



PREFEITURA DE  
**IPATINGA**  
Amor e orgulho de viver aqui



Formato original: 1080 x 1080 pixels

Título: Cuidar de Ipatinga é cuidar da sua casa

Divulgação: Página própria da Prefeitura

Praça: Ipatinga

**Briefing/Problema a ser resolvido:** A Prefeitura tem investido em ações para realizar a limpeza da cidade, como a coleta de entulhos, a revitalização das áreas verdes e a implantação do projeto piloto da coleta seletiva. No entanto, a participação da população é fundamental para a manutenção de uma cidade limpa. Dessa forma, a criação desta peça tem o objetivo de despertar uma atitude mais cidadã na população, inclusive denunciado aqueles que sujam o município.



**Formato original:** 9 x 3 m

**Título:** Cuidar de Ipatinga é cuidar da sua casa

**Divulgação:** Patty Painéis

**Praça:** Ipatinga

**Briefing/Problema a ser resolvido:** A Prefeitura tem investido em ações para realizar a limpeza da cidade, como a coleta de entulhos, a revitalização das áreas verdes e a implantação do projeto piloto da coleta seletiva. No entanto, a participação da população é fundamental para a manutenção de uma cidade limpa. Dessa forma, a criação desta peça tem o objetivo de despertar uma atitude mais cidadã na população, inclusive denunciado aqueles que sujam o município.



**PREFEITURA  
MONTES CLAROS**  
Com honestidade e trabalho,  
a cidade voltou a funcionar



**MONTES CLAROS - 161 ANOS**

**QUADRO GERAL**

Conhecida como "A Capital do Norte de Minas", Montes Claros é a sexta maior cidade do estado em população residente, com mais de 400 mil habitantes, segundo estimativa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2017.

Considerada polo de desenvolvimento, o município é um centro urbano comercial, industrial e de prestação de serviços, atendendo e influenciando outras cidades do norte mineiro e do sul da Bahia. Além disso, por causa de sua localização geográfica privilegiada, Montes Claros faz parte do segundo maior entroncamento rodoviário nacional, podendo escoar sua produção por diversas rodovias, como as BRs 135, 365, 251 e 122.

Na Economia, o setor industrial e o de prestação de serviços se destaca. A Educação conta com importantes centros universitários e faculdades, além de um grande número de instituições nas redes pública e privada. A Saúde é referência regional, possuindo ampla rede de hospitais, consultórios, clínicas médicas e laboratórios.

**DESAFIO DE COMUNICAÇÃO**

No último três de julho, Montes Claros comemorou seu 161º aniversário. E, apesar de todas as dificuldades políticas e econômicas pelas quais o país atravessa, a atual gestão da cidade tem trabalhado para reorganizar todas as áreas da administração municipal, colocando a "casa em ordem" e retomando 60 de 90 obras que estavam paradas.

Nesse contexto, a Prefeitura encomendou uma campanha para a agência, que levasse em consideração a celebração de mais um ano da cidade e a retomada do desenvolvimento, por meio da realização de diversas obras, moralização dos serviços públicos e compromisso com a melhoria da qualidade de vida de toda a população.

**A CAMPANHA**

Tendo em vista os fatos mencionados, a agência criou uma campanha com o objetivo de parabenizar cidadãos/cidade pelos 161 anos de emancipação política e mostrar o que tem sido feito para que Montes Claros volte a avançar rumo ao desenvolvimento e a melhoria de todos os serviços públicos. Dessa forma, para apresentar efetivamente as mudanças pelas quais o município tem passado, chegou-se ao seguinte conceito: "Parabéns a todos que acreditam em novo jeito de fazer Montes Claros". O mote da campanha teve a intenção de estabelecer a atual gestão municipal como uma agente realizadora da transformação social, que busca a implantação de novas políticas públicas e novas formas de governança para garantir a construção de uma cidade melhor em todos os seus aspectos.

Além disso, o mote permite o desdobramento da campanha para temas específicos por meio da utilização da expressão "novo jeito de fazer", que pode ser trabalhado como "novo jeito de fazer educação", novo jeito de fazer saúde" e assim por diante.

Visualmente falando, as peças trazem personagens que representam o cidadão montes-clarense, promovendo uma maior identificação da campanha. Além disso, imagens das obras realizadas pela Prefeitura compõem a identidade visual elaborada.

Como forma de dar mais destaque ao aniversário de Montes Claros, foi criado um selo para ser aplicado em todas as peças.

Os textos são claros e objetivos, fazendo com que a informação seja trabalhada de forma democrática.



*[Handwritten signatures and initials in blue ink]*





**PREFEITURA  
MONTES CLAROS**

Com honestidade e trabalho,  
a cidade voltou a funcionar

*(Handwritten mark)*

Como recurso para instigar a população a buscar novas informações sobre o trabalho da Prefeitura, usamos o botão de "saiba mais" nas online. Já nas peças offline, indicamos o endereço eletrônico do Executivo Municipal.

Para divulgar a mensagem de forma ampla, a um público-alvo muito distinto, composto por todos os municípios de Montes Claros, o planejamento de mídia contemplou diversos veículos de comunicação, que trabalharam de forma estratégica e sinérgica.

Nesse caso, as peças criadas foram: VT 30", SPOT 30", Anúncio de Jornal, Banner Eletrônico, Folder e Postagens para Redes Sociais.

**RESULTADO**

Em conjunto com as ações de comunicação, foram organizados eventos em comemoração ao aniversário da cidade, como a Corrida e a Caminhada José Nardel e o show comemorativo no Parque de Exposições João Alencar Athaide, que reuniram 1,3 mil e 30 mil participantes, respectivamente. Além disso, com a entrega de várias obras, nos quatro cantos do município, foram realizadas solenidades de inauguração, proporcionando o estímulo do sentimento de municipalidade e a melhoria da autoestima de toda a população.

**Alessandro Freire**  
Secretário de Comunicação

*Alessandro Freire Pereira*  
ASCCOM

*(Handwritten mark)*

**Serviço Notarial do 8º Ofício de Belo Horizonte**  
Rua São Paulo, 684 - Loja 7 e 9 - Centro - BH - MG - CEP: 30170-130 - Tel. (31) 3279-6200

**AUTENTICACAO**

Conferida e achada conforme original que me foi apresentado.  
Em testemunho da verdade, dou fe e assino o presente.

Dou fe. Irma Maria da Conceicao da Silva. Escrevente  
Etiqueta Nº.: 1888374058. Belo Horizonte, 27/08/2018 13:00:56  
[041666-050] - EMOL: 4,80 TFPJ: 1,49 ISSQN: 0,23 TOTAL: 6,52

VERIFIQUE A AUTENTICIDADE DESSE ATO NO SITE WWW.SOPICIDEN.COM.BR

**Selo de Fiscalização**  
AUTENTICACAO  
CW 66290

31.08.2018 13:00:56  
00279-6200  
SALVADOR MINAS GERAIS

*(Handwritten marks)*

*(Handwritten mark)*

*(Handwritten mark)*



*(Handwritten mark)*

*(Handwritten mark)*  
10



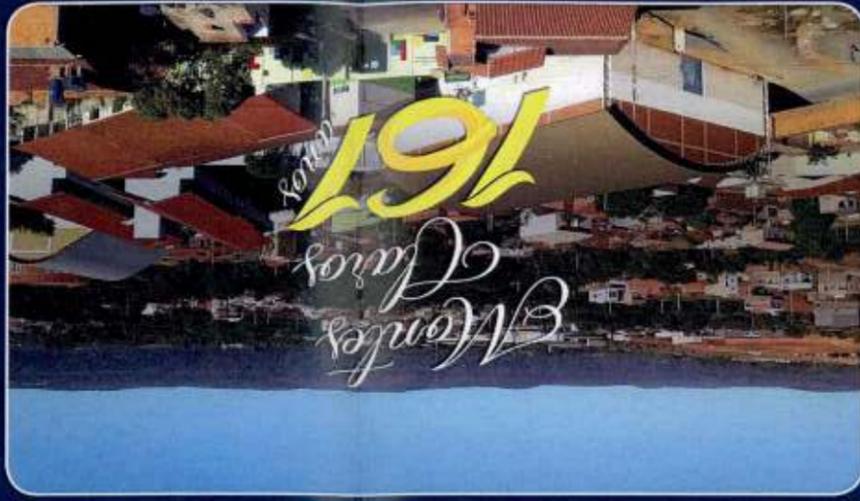
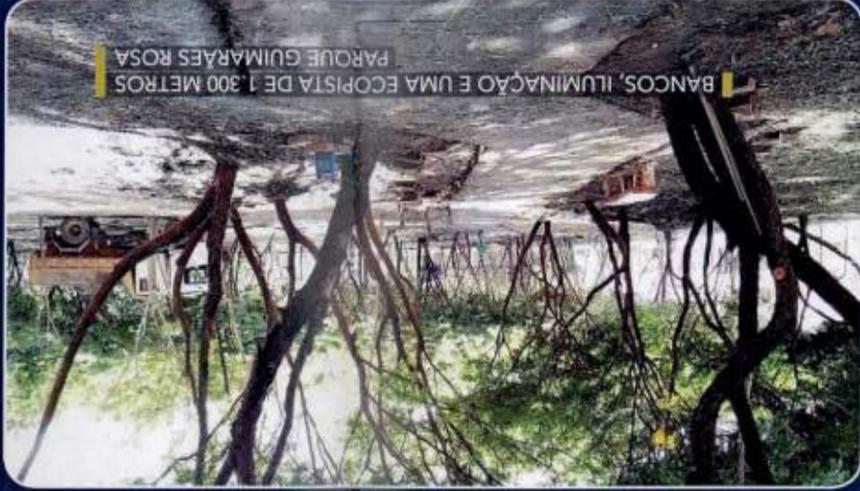
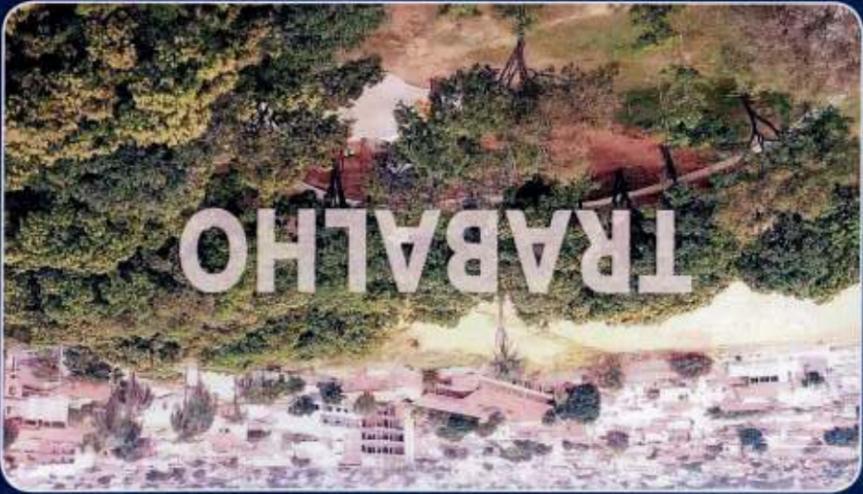
**Formato original:** 29,7 x 21 cm

**Título:** Trabalho, honestidade e transparência - Um novo jeito de fazer Montes Claros

**Divulgação:** Distribuição gratuita

**Praça:** Montes Claros

**Briefing/Problema a ser resolvido:** Comemorar os 161 anos de Montes Claros mostrando o que a nova gestão está fazendo pela cidade.



**BR84**  
COMUNICAÇÃO

brasil84.com.br  
+55 (31) 3023-4577  
licitacao@brasil84.com.br  
R. Rio de Janeiro, 2735 | 11º andar  
Lourdes | Belo Horizonte | MG

Formato original: 30"

Título: Trabalho, honestidade e transparência - Um novo jeito de

Montes Claros

Divulgação: InterTV, Rede Mais e TV Gerais

Praga: Montes Claros

Briefing/Problema a ser resolvido: Comemorar os 161 anos de

Montes Claros mostrando o que a nova gestão está fazendo pela cidade

*Montes Claros*  
**161** ANOS

Trabalho, honestidade e transparência  
*Um novo jeito de fazer*  
**MONTES CLAROS**

Uma cidade só avança quando sua gente cresce junto. É por isso que a Prefeitura de Montes Claros está trabalhando para construir uma cidade ainda melhor pra você. A atual gestão resgatou o nome de Montes Claros, recuperou a credibilidade da cidade e já retomou **MAIS DE 60 OBRAS, DAS 90**, que estavam abandonadas no município, trazendo novas oportunidades e mais qualidade de vida para a população. São investimentos em saúde, educação, infraestrutura e muito mais.

- Academia de saúde Francisco Augusto de Sá
- Academia de saúde da Independência
- Escopeta e iluminação Parque Guimarães Rosa
- Ampliação e reforma CEMET Prof. Manoel dos Oros
- Escola e biblioteca Praça dos Tábua
- Centro de Especialidades Odontológicas - CEO Santos Reis
- Auditoria Barcelos / Rensselaer / Maracanã
- Ampliação e reforma da praça de São João da Vitória

**PREFEITURA MONTES CLAROS**  
Com honestidade e trabalho, a cidade voltou a funcionar

Participe, acompanhe o trabalho da Prefeitura e veja mais informações sobre as obras e serviços realizados na cidade: [montesclaros.mg.gov.br](http://montesclaros.mg.gov.br)

Formato original: 29,7 x 50 cm

Título: Trabalho, honestidade e transparência - Um novo jeito de fazer Montes Claros

Divulgação: Jornal Gazeta, Jornal Notícias e Extremo Norte

Praça: Montes Claros

Briefing/Problema a ser resolvido: Comemorar os 161 anos de Montes Claros mostrando o que a nova gestão está fazendo pela cidade.

Montes  
Claros  
161  
anos

Trabalho, honestidade e transparência  
Um novo jeito de fazer  
**MONTES CLAROS**  
Uma cidade só avança quando sua gente cresce junto.



Acompanhe o trabalho da Prefeitura  
e veja o que ela faz por você.



PREFEITURA  
MONTES CLAROS

**Formato original:** 750 x 90 pixels

**Título:** Trabalho, honestidade e transparência - Um novo jeito de fazer Montes Claros

**Divulgação:** webterra.com.br e montesclaros.mg.gov.br

**Praça:** Montes Claros

**Briefing/Problema a ser resolvido:** Comemorar os 161 anos de Montes Claros mostrando o que a nova gestão está fazendo pela cidade.

■ Spot 30"

Jingle:

Trabalho, honestidade e transparência

Um novo jeito de fazer Montes Claros

Locutor:

A Prefeitura retomou mais de 60 obras das 90 que estavam abandonadas. Ruas asfaltadas, academias ao ar livre, construção de unidades de saúde, escolas. Com honestidade e trabalho a cidade voltou a funcionar.

Jingle:

Trabalho, honestidade e transparência

Um novo jeito de fazer Montes Claros

Locutor:

Parabéns Montes Claros pelos 161 anos.



CD contendo Spot



Formato original: 30"

Título: Trabalho, honestidade e transparência - Um novo jeito de fazer Montes Claros

Divulgação: Rádio Terra, Rádio 98 FM e Rádio 93 FM

Praça: Montes Claros

Briefing/Problema a ser resolvido: Comemorar os 161 anos de Montes Claros mostrando o que a nova gestão está fazendo pela cidade.

## TERMO DE ENCERRAMENTO

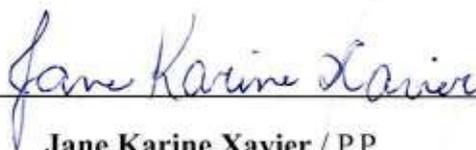
Declaramos para os devidos fins da CONCORRÊNCIA ADASA N° 01/2019, que esta encadernação (Relatos de Soluções dos Problemas de Comunicação) contém 16 páginas, incluindo esta.

Relatos de Soluções dos Problemas de Comunicação

Início: página 1

Término: página 16

Belo Horizonte, 09 de julho de 2019



Jane Karine Xavier / P.P

CPF nº 035.790.956-92 / RG nº MG - 9.193.536 / Analista de Licitações

Razão social: Brasil84 Publicidade e Propaganda Ltda-ME

CNPJ/MF nº 17.489.954/0001-02

Endereço: Rua Rio de Janeiro, nº 2735 | 11º andar Bairro: Lourdes

CEP: 30.160-048 Cidade: Belo Horizonte Estado: Minas Gerais

Telefone/Fax: (31) 3023-4577

Site: [www.brasil84.com.br](http://www.brasil84.com.br)

E-mail: [licitacao@brasil84.com.br](mailto:licitacao@brasil84.com.br)