



III SEMANA ACADÊMICA E CIENTÍFICA

FAP

DE 4 A 8 DE MAIO



TEMA

Identidade de gênero e política de afirmação identitária: Formação do cidadão.

- > ADMINISTRAÇÃO
- > CIÊNCIAS CONTÁBEIS
- > ENFERMAGEM
- > PEDAGOGIA
- > PSICOLOGIA
- > SISTEMAS DE INFORMAÇÃO

PROGRAMA

E CADERNO DE RESUMOS



Faculdade de Pimenta Bueno

INSTITUIÇÕES ORGANIZADORAS

Faculdade de Pimenta Bueno – FAP

Faculdade de Administração, Ciências Contábeis, Enfermagem, Pedagogia, Psicologia e Sistemas de Informação.

GRUPO ATHENAS EDUCACIONAL

COMISSÃO ORGANIZADORA

Ma. Eliene Alves Ferreira (FAP)

Esp. Jaime Andrade dos Santos (FAP)

Esp. Joceli Mota Correa da Rocha (FAP)

Ma. Josiana Paula do Nascimento (FAP)

Esp. Keyla Aparecida Fernandes Nascimento (FAP)

Esp. Mayza Cristina Wecchy e Silva (FAP)

Me. Mirivan Carneiro Rios (FAP)

Esp. Rogério Antonio Carnelossi (FAP)

Esp. Suelen de Moura Goese (FAP)

Comissão Local

Aline Araceli Morais

Angela Maria Siqueira - Secretária

Jader Vogel Barreto

Selma de Fátima da Silva Bueno

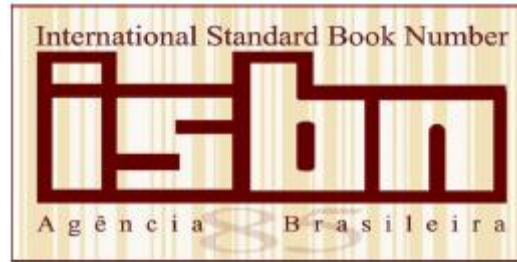
COMISSÃO CIENTÍFICA

Prof. Ma. Carla Ilara Almeida Vieira (FAP)

Prof. Me. Edimar Roberto de Lima Sartoro (FAP)

Prof. Ma. Eliene Alves Ferreira (FAP)

Prof. Me. Mirivan Carneiro Rios (FAP)



Número de ISBN
978-85-69113-01-0

SUMÁRIO

SUMÁRIO	4
INTRODUÇÃO	5
PO – 01: A IMPORTÂNCIA DA MÍDIA TELEVISIVA NO DESENVOLVIMENTO INFANTIL	7
PO – 02: DE SURTO PSICOTICO PARA DOENÇA DE ALZHEIRME: RELATO DE UMA AVALIAÇÃO	8
PO – 03: FUNÇÕES NEUROPSICOLÓGICAS: DEFINIÇÕES E LOCALIZAÇÕES.....	9
PO – 04: O CHÁ AYAHUASCA COMO AGENTE MODIFICADOR DO COMPORTAMENTO NA DEPENDENCIA QUIMICA: UM ESTUDO DE CASO.....	10
PO – 05: PLANO DE NEGÓCIOS E MARKETING PARA O DESENVOLVIMENTO DE UM NOVO PRODUTO.	11
PO – 06: CULTURA AFRO-DESCENDENTE	12
PO – 07: BOSSA NOVA	13
PO – 08: A COR DO ORGULHO.....	15
PO – 09: MAMADEIRA COM TERMÔMETRO	16
PO – 10: DESENVOLVIMENTO MERCADO E INOVAÇÃO	17
PO – 11: PROJETO BRACELETE COMPARTIMENT	18
PO – 12: CULTURA AFRO BRASILEIRA E AFRICANA – CULINÁRIA	19
PO – 13: EXPRESSÃO CULTURAL AFRO-BRASILEIRA E AFRICANA.....	20
PO – 14: DÉCADA DE 90	21
PO – 15: BOSSA NOVA: SITUAÇÃO DO PAÍS (ECONOMIA, POLÍTICA E SOCIEDADE)	22
PO – 16: CULTURA AFRO-BRASILEIRA: CULINÁRIA	23

IDENTIDADE DE GÊNERO E POLÍTICA DE AFIRMAÇÃO IDENTITÁRIA: FORMAÇÃO DO CIDADÃO

Quando o homem atribuía um sexo a todas as coisas, não via nisso um jogo, mas acreditava ampliar seu entendimento: - só muito mais tarde descobriu, e nem mesmo inteiramente ainda hoje, a enormidade desse erro. De igual modo o homem atribuiu a tudo o que existe uma relação moral, jogando sobre os ombros do mundo o manto de uma significação ética. Um dia, tudo isso não terá nem mais nem menos valor do que possui hoje a crença no sexo masculino ou feminino do Sol.

Friedrich Nietzsche. Aurora, p. 27 (São Paulo: Escala, 2008).

INTRODUÇÃO

A Faculdade de Pimenta Bueno - FAP, instituição de ensino superior, tem como missão “Formar profissionais éticos, pensadores, criativos, competitivos e empreendedores, com elevado padrão de qualidade, para contribuir com o desenvolvimento socioeconômico, cultural e político do município de Pimenta Bueno e da região circunvizinha, de forma a promover o reconhecimento da FAP junto à sociedade e a valorização das pessoas envolvidas no projeto institucional”.

Fiel à sua missão e objetivos não poderia deixar de tratar de um tema de extrema relevância que é o da IDENTIDADE DE GÊNERO E POLÍTICA DE AFIRMAÇÃO IDENTITÁRIA: FORMAÇÃO DO CIDADÃO.

Ao longo de sua existência, a FAP busca desenvolver junto aos seus acadêmicos e comunidade externa uma postura ética, que possa levá-los a compreender a identidade de gênero e as políticas públicas em trâmite, de forma consciente e visando a inclusão social, como parte de sua responsabilidade.

Vale ressaltar que cada qual é único, com características próprias, e ao mesmo tempo se faz comum a todos os seres humanos. Não se pode esquecer que desde a mais tenra idade o homem é educado por seus familiares no sentido de agir, pensar e sentir, ou seja, o que, por exemplo, é permitido ao menino e vedado à menina. Muitas vezes se cresce sob modelos pré-estabelecidos, construídos por uma consciência coletiva que não reflete a aceitação do outro, quando este “foge” ou não se submete aos padrões estabelecidos.

A Faculdade de Pimenta Bueno - FAP, visa com este tema trazer uma reflexão aos acadêmicos e público envolvido promovendo um debate importante para a formação do cidadão. Geralmente, quando se ouve falar de identidade de gênero, o primeiro pensamento é dirigido à sexualidade; porém, acrescentando-lhe a política, a formação, a sustentabilidade e a cidadania, abre-se um leque maior para discussões envolvendo outros excluídos históricos como negros e indígenas.

Necessário que a FAP traga para o campo do debate intra e extramuros estas questões, e que os professores delas participem como mediadores junto aos acadêmicos, na consecução de uma sociedade democrática, de paz, de justiça social e de solidariedade.

RESUMOS

PO – 01: A IMPORTÂNCIA DA MÍDIA TELEVISIVA NO DESENVOLVIMENTO INFANTIL

Gésica Borges Bergamini¹ - gpensemagro@gmail.com

RESUMO: Os meios de comunicação agem ativamente na mudança do comportamento, reprimindo ações e construindo novos hábitos diários. Sendo, este acontecimento mais visível nas crianças pelo fato de estarem ainda em desenvolvimento biopsicossocial. Este artigo é baseado na teoria comportamental e com alguns fundamentos da teoria cognitiva, com enfoque em Bandura e seus conceitos dentro da teoria de aprendizagem, desta forma apresentaremos uma relação da mídia televisiva como modificador e repressor de comportamentos e como inibidora ou provedora de aprendizagem. Observou-se as crianças em seu cotidiano escolar analisando o conteúdo de suas brincadeiras e diálogos. As observações e registros mostraram que os conteúdos televisivos faziam parte de todas as brincadeiras observadas, incluindo representação teatral em forma de brincadeira de cenas de desenhos animados.

Palavras – Chave: Desenvolvimento infantil, Mudança de Comportamento e Mídia televisiva.

¹ FACULDADE DE PIMENTA BUENO - DOCENTE

**PO – 02: DE SURTO PSICOTICO PARA DOENÇA DE ALZHEIRME:
RELATO DE UMA AVALIAÇÃO**

Caio Rodrigo Lemos Setúbal² - caioetubal@gmail.com

Gésica Borges Bergamini³ - gpensemagro@gmail.com

Laíse Lemos Melo⁴ - iseelemos@gmail.com

Paulo Renato Vitória Calheiros⁵ - vit30cpr@hotmail.com

Renata da Rocha Hora⁶ - hora.renata@gmail.com

RESUMO: A falta de conhecimento pelas equipes de saúde dos sintomas do Alzheimer, causa certa dificuldade no seu diagnóstico inicial. Para um paciente com idade inferior ao grupo de risco que adentra a emergência de uma unidade de saúde, esse processo avaliativo torna-se ainda mais complicada. O sujeito F. com 56 anos apresentou os primeiros sintomas da doença de Alzheimer esquecendo nomes e perdendo a noção temporal e espacial, em busca ao atendimento em hospital da rede pública da cidade de Porto Velho recebeu o diagnóstico de *surto psicótico* e foi encaminhado para tratamento terapêutico e medicamentoso para esses fins. Objetivos: Relatar diagnóstico de surto psicótico em paciente com doença de Alzheimer por equipe psiquiátrica de hospital público. Método: A família de F. não vendo melhora no seu quadro buscou uma avaliação neuropsicológica. Aplicou-se a bateria CERAD como método avaliativo. Resultados: Mesmo estando com idade inferior para o diagnóstico de Alzheimer, F. teve um desempenho compatível com a patologia bem como foi observado a existência de uma agnosia de nomeação. Conclusão: Em virtude da idade, dos elementos de memória perdidos e a agnosia de nomeação a equipe médica realizou diagnóstico errôneo para o caso. Observa-se a importância de um treinamento efetivo sobre as desordens neurológicas nas equipes de saúde, principalmente em áreas de frente como os prontos socorros.

Palavras chaves: Demência; Alzheimer; Psicose; Avaliação neuropsicológica.

² Acadêmicos de Psicologia da UNIR. Participante do Grupo de Estudo e Pesquisa em Neuropsicologia de Rondônia.

³ Neuropsicóloga Clínica. Mestranda em Psicologia pela UNIR. Coordenadora do Grupo de Estudo e Pesquisa em Neuropsicologia de Rondônia.

⁴ Acadêmicos de Psicologia da UNIR. Participante do Grupo de Estudo e Pesquisa em Neuropsicologia de Rondônia.

⁵ Professor Doutor titular do curso de Psicologia da UNIR. Orientador do Grupo de Estudo e Pesquisa em Neuropsicologia de Rondônia.

⁶ Acadêmicos de Psicologia da UNIR. Participante do Grupo de Estudo e Pesquisa em Neuropsicologia de Rondônia.

PO – 03: FUNÇÕES NEUROPSICOLÓGICAS: DEFINIÇÕES E LOCALIZAÇÕES

Caio Rodrigo Lemos Setúbal⁷ - caioetubal@gmail.com

Gésica Borges Bergamini⁸ - gpensemagro@gmail.com

Laíse Lemos Melo⁹ - iseelemos@gmail.com

Paulo Renato Vitória Calheiros¹⁰ - vit30cpr@hotmail.com

Renata da Rocha Hora¹¹ - hora.renata@gmail.com

RESUMO: A neuropsicologia é uma abordagem da Neurociência. Trata-se de uma ciência ampla, que necessita do conhecimento de outras ciências. Sendo considerada de caráter multidisciplinar, engloba conceitos da neurologia, psicologia e é influenciada por outras ciências, como a fonoaudiologia, fisioterapia, pedagogia e terapia ocupacional. Espera-se que o avanço da neuropsicologia possa contribuir sobremaneira para a compreensão dos processos cognitivos e seus enfoques neurológicos, para que ocorra o aprimoramento dos procedimentos de avaliação e abordagens precisas de reabilitação de pacientes lesionados, com disfunções neurológicas ou transtornos mentais. Neste artigo apresentaremos as principais funções neuropsicológicas e suas definições. Compreender a dinâmica neurológica do ser, e não descarta o funcionamento cerebral permitirá que o profissional tenha uma visão ampla das patologias – seja de lesionados ou não, para que o tratamento tenha um enfoque terapêutico interdisciplinar e que promova de fato a intervenção que o sujeito atendido precisa, e que tenha a melhora desejada.

Palavras-chave: Funções Neuropsicológicas; Definições; Localização.

⁷ Acadêmicos de Psicologia da UNIR. Participante do Grupo de Estudo e Pesquisa em Neuropsicologia de Rondônia.

⁸ Acadêmicos de Psicologia da UNIR. Participante do Grupo de Estudo e Pesquisa em Neuropsicologia de Rondônia.

⁹ Acadêmicos de Psicologia da UNIR. Participante do Grupo de Estudo e Pesquisa em Neuropsicologia de Rondônia.

¹⁰ Professor Doutor titular do curso de Psicologia da UNIR. Orientador do Grupo de Estudo e Pesquisa em Neuropsicologia de Rondônia.

¹¹ Acadêmicos de Psicologia da UNIR. Participante do Grupo de Estudo e Pesquisa em Neuropsicologia de Rondônia.

PO – 04: O CHÁ AYAHUASCA COMO AGENTE MODIFICADOR DO COMPORTAMENTO NA DEPENDENCIA QUIMICA: UM ESTUDO DE CASO

Caio Rodrigo Lemos Setúbal¹² - caioresetubal@gmail.com
Gésica Borges Bergamini¹³ - gpensemagro@gmail.com
Laíse Lemos Melo¹⁴ - iseelemos@gmail.com
Paulo Renato Vitória Calheiros¹⁵ - vit30cpr@hotmail.com
Renata da Rocha Hora¹⁶ - hora.renata@gmail.com

RESUMO: A ayahuasca é uma bebida psicoativa originalmente utilizada em rituais de tribos indígenas da região amazônica. A ayahuasca consiste, geralmente, na cocção de duas plantas: o caule da *Banisteriopsiscaapi* e as folhas da *Psychotriaviridis*. O consumo da bebida oferece aumento nas concentrações de serotonina e torna biodisponível a DMT por via oral (o DMT é o componente usual da ayahuasca), causando ação alucinógena. O tempo de início dos efeitos do chá é de aproximadamente de uma hora após a ingestão. Esses efeitos duram aproximadamente quatro horas. Objetivos: relatar o uso do chá ayahuasca como modificador do comportamento em dependente químico usuário de *crack*. Método: Utilizou-se da análise do discurso para coleta de dados do processo de modificação do comportamento. Resultados: J.A. fez uso de maconha aos 13 anos, aos 15 entrou em contato com o *crack*, tornando sua droga de principal uso. Aos 24 anos teve o primeiro contato com o chá ayahuasca em uma sessão religiosa na União do Vegetal. J.A. relatou que seu maior problema era falta de motivação para superar a dependência química. Havia sido excluído do seu contexto familiar. Ao beber o chá relatou que sentiu como se seu corpo estivesse sendo limpo, teve muita ânsia de vômito, chegando a passar mal. Chegou a pensar que iria morrer. Relatou que o efeito foi amplamente diferente de qualquer droga que ele tenha utilizado. Em suas palavras “o chá me mostrava todos os meus erros como se eu estivesse assistindo em uma televisão, me mostrava o que eu havia perdido com tanto tempo de dependência”. Conclusão: Hoje J.A. continua bebendo religiosamente o chá ayahuasca. Há quatro anos não faz uso de nenhuma substância além do chá, nem mesmo cigarro ou bebida alcoólica. Não teve períodos de crises para o uso o *craving*.

Palavras chaves: Dependência química; Ayahuasca; Relato de vida; Mudança de comportamento.

¹² Acadêmicos de Psicologia da UNIR. Participante do Grupo de Estudo e Pesquisa em Neuropsicologia de Rondônia.

¹³ Acadêmicos de Psicologia da UNIR. Participante do Grupo de Estudo e Pesquisa em Neuropsicologia de Rondônia.

¹⁴ Acadêmicos de Psicologia da UNIR. Participante do Grupo de Estudo e Pesquisa em Neuropsicologia de Rondônia.

¹⁵ Professor Doutor titular do curso de Psicologia da UNIR. Orientador do Grupo de Estudo e Pesquisa em Neuropsicologia de Rondônia.

¹⁶ Acadêmicos de Psicologia da UNIR. Participante do Grupo de Estudo e Pesquisa em Neuropsicologia de Rondônia.

PO – 05: PLANO DE NEGÓCIOS E MARKETING PARA O DESENVOLVIMENTO DE UM NOVO PRODUTO

Franciele Lopes de Lima - franci_1906@hotmail.com

Ivonete Lima dos Santos - vone_kisses@hotmail.com

Jean Reis Gerhardt¹⁷ - gerhardtjean@hotmail.com

Luana Kaline da Silva¹⁸ - luanakaline.silva@gmail.com

Shirlei Camila Lopes de Andrade Lanfredi- shirleakamila@hotmail.com

RESUMO: O presente trabalho visa desenvolver conceitos relativos ao empreendedorismo, compreendendo a estrutura de um plano de negócios para o planejamento de marketing e viabilidade de um novo empreendimento. O plano de negócios é “(...) um documento usado para descrever o empreendimento e um modelo de negócio que sustentem a empresa. Sua elaboração envolve um processo de aprendizagem e autoconhecimento, e, ainda, permite ao empreendedor situar-se no seu ambiente de negócios.” (DORNELAS, 2001). Foram traçados objetivos e metas para o desenvolvimento de um novo produto, que justificasse viabilidade e oportunidades para um novo empreendimento. Partindo dessas conjecturações foi iniciado o projeto e consequente definição dos 4 P's de marketing (Preço, Produto, Praça, Promoção). Estes preceitos foram aplicados na concepção do produto desenvolvido, uma panela idealizada para agregar multifunções, 6X1 (seis em um), que além de cozinhar alimentos, possui aplicabilidade para estourar pipocas, cozer legumes e/ou outros vegetais no vapor, assar pudim, preparar espaguete com escorredor embutido, fazer cuscuz e ferver o leite com a função leiteira. Observou-se as tendências de mercado para o nicho já existente, anuindo-se, assim como Kotler (2004), que “(...) o produto é a base para a existência das empresas e seus negócios, que visam oferecer algo cada vez melhor para suprir as necessidades de seus clientes, superando a concorrência.” Ao final, é possível considerar que os objetivos propostos para este projeto, foram atingidos, concluindo-se sobre a concreta viabilidade do negócio, partindo de um cenário em que seus riscos e oportunidades além das condições de custo e demandas sejam realizados, tornando-o financeiramente viável e lucrativo excogitando-se o mercado de atuação regional.

PALAVRAS-CHAVE: Marketing, Plano de Negócios, Produto.

Orientadora (a): Prof. Esp. Luana Kaline da Silva

¹⁷ FACULDADE DE PIMENTA BUENO – Pimenta Bueno/RO – Bacharelado Administração - 2015

¹⁸ FACULDADE DE PIMENTA BUENO - DOCENTE

PO – 06: CULTURA AFRO-DESCENDENTE

Aline Rodrigues de Andrade - alinerodriguespedagogia@gmail.com

Daiane Menezes Cabral¹⁹ - menezes1daiane@gmail.com

Elzimar Batista da Silva - elzimarbatistadasilva@gmail.com

Joceli Mota Correa da Rocha²⁰ – pedagogia@fapb.edu.br

Natiely dos Santos Freitas - natielyss@gamil.com

Queicia Doring Schultz - queicia@hotmail.com

Silvana Pereira da Silva - silvanapb693@gmail.com

RESUMO: Este trabalho visa ampliar os conhecimentos acerca da diversidade existente na sociedade brasileira. Formada pela mistura de raças e culturas, originou-se uma rica miscigenação entre os principais habitantes como indígenas, europeus e africanos, com características muito marcantes. É relevante conhecer as influências e as contribuições que a cultura africana legou à formação do Brasil mediante usos, costumes, valores, religiões e tradições. Assim, poderão ser quebrados os estigmas da escravidão, no reconhecimento de que os negros foram e são protagonistas de sua própria história e da constituição da sociedade brasileira.

Palavras-Chave: Cultura Africana, Escravidão, Diversidade racial e cultural

Orientador (a): Prof.^a Esp. Joceli Mota Correa da Rocha

¹⁹ FACULDADE DE PIMENTA BUENO – Pimenta Bueno/RO – Licenciatura em Pedagogia - 2015

²⁰ FACULDADE DE PIMENTA BUENO - DOCENTE

PO – 07: BOSSA NOVA

Caroline Costa Saraiva- carsaraiva2011@hotmail.com
Claudinéia Santos de Jesus - neia.neia.pb@gmail.com
Estefânia Gonçalves de Souza²¹ - estefaniagoncalves@hotmail.com
Keila Cristina da silva - kkeillacris@hotmail.com
Neri de Paula Carneiro²²: neri.car@hotmail.com
Sueli Mendes Alves - sueli_mab@hotmail.com

RESUMO: Música como era conhecida bossa nova, estava no momento fabuloso como eles chamavam, anos dourados. Sendo assim as músicas, tinham letras de expressão críticas que dava duplo sentido. O presidente Juscelino Kubitschek, estava construindo capital do Brasil, em Brasília. Este trabalho tem como finalidade retratar as características épicas da bossa nova (novo jeito). Desenvolvendo os conceitos trazidos pela sua forma de retratar a realidade, uma forma lírica criada por jovens que marcou uma geração e que faz história até hoje. Com seu jeito de criar as músicas (retratando a realidade), seus ícones e artistas, e tudo o que repercutiu na sua trajetória tanto política, econômica e sociocultural Grupo de jovens músicos e compositores de classe média alta do Rio de Janeiro começou a buscar algo realmente novo e que fosse capaz de fugir do estilo operístico que dominava a música brasileira. A Bossa Nova se iniciou oficialmente em 1958, com um compacto simples do violonista baiano João Gilberto. A Bossa Nova foi consagrada internacionalmente no ano de 1962, em um histórico concerto no Carnegie Hall de Nova Iorque. A Bossa Nova tem como característica principal o desenvolvimento do canto-falado, revelou grandes nomes na música popular: Antônio Carlos Jobim, Caetano Veloso, Carlos Lyra, Chico Buarque, Chico Feitosa, Elis Regina, Elizete Cardoso, Gilberto Gil, Jair Rodrigues, João Gilberto, Jorge Benjor, Luiz Eça, Maysa Matarazzo, Nara Leão, Toquinho, Vinícius de Moraes, entre outros... *Tudo era bossa nova, não só a música, mas o próprio presidente e seu projeto.* O nome original de “Garota de Ipanema” foi “Menina que passa”. **Garota De Ipanema Tom Jobim** Olha que coisa mais linda/Mais cheia de graça/É ela menina/ Que vem e que passa/Num doce balanço/A caminho do mar/Moça do corpo dourado/Do sol de Ipanema/O seu balançado é mais que um poema/É a coisa mais linda que eu já vi passar/Ah, por que estou tão sozinho?/Ah, por que tudo é tão triste?/ Ah, a beleza que existe/A beleza que não é só minha/ Que também passa sozinha/Ah, se ela soubesse/ Que quando ela passa/O mundo inteirinho se enche de graça/E fica mais lindo/ Por causa do amor. A bossa nova não é só um gênero musical é um Marco na construção da história do Brasil. Envolvendo contextos políticos, socioeconômicos e cultura de toda uma geração, que contribuíram com suas e interpretações, deixando o seu legado da música pelo mundo. Música retratada em forma de poesia. Romantizou aspectos que eram negativos como a vida dos migrantes que deixavam sua terra em busca da realização dos sonhos. Com o tempo ganhou uma nova forma de se expressar,

²¹ FACULDADE DE PIMENTA BUENO – Pimenta Bueno/RO – Licenciatura em Pedagogia - 2015

²² FACULDADE DE PIMENTA BUENO - DOCENTE

no contexto sócio político. Apesar de nos dias atuais a bossa ter perdido um pouco do seu espaço é sem dúvida um dos períodos que mais marcou a história brasileira.

Palavras-Chave: Cultura, Música, Bossa Nova.

Orientador (a): Prof.º Me. Neri de Paula Carneiro

PO – 08: A COR DO ORGULHO

Caroline Costa Saraiva²³- carsaraiva2011@hotmail.com
Claudinéia Santos de Jesus - neia.neia.pb@gmail.com
Estefânia Gonçalves de Souza - estefaniagoncalves@hotmail.com
Joceli mota Correa da Rocha²⁴- joceli.mota@hotmail.com
Keila Cristina da silva - kkeillacris@hotmail.com
Sueli Mendes Alves - sueli_mab@hotmail.com

RESUMO: O Brasil é um país multirracial, se tem aqui uma mistura cultural invejada. Uma das principais culturas que fazem parte dessa multiculturalidade é a africana, que teve uma parcela muito significativa na história do Brasil cultural, social e economicamente. Essa é umas das culturas mais presentes na atualidade brasileira seja na dança, música, comida, roupa ou vocabulário. O objetivo deste trabalho é mostrar uma das mais importantes de nossas raízes culturais, a africana expondo tanto seu conceito histórico quanto cultural. A dignidade humana e a compreensão são os princípios básicos para estabelecer a igualdade étnica racial e o direito que todos temos. Não somente a leis são necessárias para que tenha-se dignidade, mas é preciso a mudança das pessoas. O multiculturalismo crítico (também chamado de revolucionário, ou emancipatório), que tem como base a política cultural da diferença, questiona o monoculturalismo, evidencia as contradições socioculturais, fazendo vir à tona as diferenças e as ausências de muitas vozes que foram obrigadas a se calar. Embora atualmente os micro grupos tenham maior expressão, liberdade e possibilidades de se manifestar, o paradigma da hegemonia na pós modernidade continua sendo o homem branco e rico. Aqueles que estão fora deste paradigma ainda são considerados “minorias”, enfrentando discriminações ou, no máximo, sendo tolerados. Se consultarmos um dicionário, descobriremos as seguintes definições para pardo: de cor entre branco e preto. A individualidade de uma cultura, isto é, a possibilidade de exercer sua identidade é uma conquista demorada e sofrida, formada de heranças e aquisições culturais, de atitudes aprendidas e inventadas e de formas de agir e de reagir. No Brasil, onde a cidadania é, geralmente, mutilada, o caso dos negros é emblemático. Os interesses cristalizados, que não ficam no limite do simbólico e incidem sobre os demais aspectos das relações sociais. O que podemos observar é que o preconceito é oriundo de emoções não bem amparadas pelo sentido humano. O respeito pelo outro não admite força, violência ou dominação, mas o diálogo, o reconhecimento e a negociação das diferenças, pelo reconhecimento da pessoa como ela é, e o respeito pela sua raça, cor e sua religião.

Palavras-Chave: Multiculturalismo, Africanidade, Igualdade.

Orientador (a): Prof.^a Esp. Joceli Mota Correa da Rocha

²³ FACULDADE DE PIMENTA BUENO – Pimenta Bueno/RO – Licenciatura em Pedagogia - 2015

²⁴ FACULDADE DE PIMENTA BUENO - DOCENTE

PO – 09: MAMADEIRA COM TERMÔMETRO

Lucimara Aparecida Maciel²⁵ - lu.maciel@gamil.com
Luana Kaline da Silva²⁶ - luanakaline.silva@gmail.com

RESUMO: Para cuidar adequadamente do seu bebê, é preciso tomar cuidado e uma das grandes dúvidas é sobre a temperatura ideal da mamadeira para dar ao bebê. Para ajudar as mães que ficam se perguntando se a mamadeira está na temperatura certa ou não, a *Milk in Point* traz para o mercado uma mamadeira que mede a temperatura do leite sozinha. O mistério da “*Milk in Point*” é um termômetro acoplado na mamadeira, de forma que é possível a fácil visualização da temperatura ideal. Se é quente ou frio demais o termômetro indica a temperatura, e se estiver nos 37° graus, que é a temperatura ideal, o visor fica verde e aparece a mensagem “OK”, proporcionando segurança para os bebês e tranquilidade para as mães. O objetivo é oferecer ao mercado um produto de alta qualidade que propicie segurança e controle em relação a temperatura do leite oferecido a criança através da mamadeira. Uma pesquisa realizada através do site Pimenta Notícias, no período de 01 a 13 de Abril, onde 42 leitores participaram, mostrou que 100% deles comprariam a mamadeira com termômetro, Levando em consideração a pesquisa local, aliado aos dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), onde afirma-se que o Brasil tem um total 13,6 milhões de crianças de 0 a 4 anos, ainda de acordo com a Unicef (Fundo das Nações Unidas para a Infância), cerca de 8.200 crianças nascem por dia no Brasil, somando mais de 246 mil nascimentos por mês, esse cenário nos coloca frente a uma necessidade, haja visto que o mercado de produtos infantis tem no mínimo 3.000.000,00 (três milhões) de novos clientes (bebês) a cada ano. Não há como falar em inovação e não citar o tema empreendedorismo que está presente desde as primeiras manifestações humanas, afinal de contas é por meio da inovação que os empreendedores desenvolvem e aquecem a economia. No que se refere aos objetivos planejados foram alcançados com êxito. Ficou evidenciado que os conceitos teóricos podem ser aplicados de maneira eficaz na prática gerando resultados efetivos, assim sendo muito foi acrescentado tanto no âmbito profissional como no acadêmico durante a realização deste projeto.

Palavras-Chave: Inovação, Mamadeira, Temperatura.

Orientador (a): Prof.^a Esp. Luana Kaline da Silva

²⁵ FACULDADE DE PIMENTA BUENO – Pimenta Bueno/RO – Bacharelado em Administração - 2015

²⁶ FACULDADE DE PIMENTA BUENO - Docente

PO – 10: DESENVOLVIMENTO MERCADO E INOVAÇÃO

André Miranda de Oliveira²⁷ - andrepb18@hotmail.com
Francis Raime Fernandes - alicate_pb@hotmail.com
Gilmar Marques Pereira - gilmarmarquesp@hotmail.com
Luana Kaline da Silva²⁸ - luanakaline.silva@gmail.com
Leonardo Silva Quaresma - leohvc@hotmail.com
Ronaldo Montini Duarte - ronaldoduarte@hotmail.com

RESUMO: O presente trabalho tem por finalidade apresentar um novo método de propaganda em massa ao mercado. O objetivo do produto é trazer interação e comunicação através de informações exposta em um banner, ele será suspenso por balões em ponto estratégico da cidade ou em um determinado evento, onde poderá ser personalizado para transmitir informação e aguçar a curiosidade das pessoas. Para que um produto possa ser desenvolvido é preciso realizar a pesquisa de mercado e definir o público alvo e consumidor. Kotler (2000) diz que, a pesquisa de Mercado é o ponto inicial do marketing, sem ela a Empresa fica vulnerável no mercado, estudar o mercado, portanto, é essencial para delinear um bom estudo de viabilidade de negócio. Com relação ao consumidor, Chiavenato (1995) afirma que "o mercado consumidor é o conjunto de pessoas ou organizações que procuram bens ou serviços que uma Empresa vende para satisfazer suas necessidades". O produto contará com um alto padrão de qualidade e garantirá uma excelente relação custo benefício aos consumidores, focara em ser líder neste segmento de mercado, propaganda profissional em Pimenta Bueno e região, segundo Dolabela (1999) "segmento de Mercado é o processo mediante o qual uma Empresa divide o Mercado em parcelas as mais homogenias possíveis, com o objetivo de formular suas estratégias de marketing".

Palavra-chave: Propaganda, Mercado, Consumidor.

Orientador (a): Prof.^a Esp. Luana Kaline da Silva

²⁷ FACULDADE DE PIMENTA BUENO – Pimenta Bueno/RO – Bacharelado em Administração - 2015

²⁸ FACULDADE DE PIMENTA BUENO - Docente

PO – 11: PROJETO BRACELETE COMPARTIMENT

Camila Fernanda Coelho e Silva - camilafercoelho@hotmail.com

Jessica Jorge dos Santos - marlonjessica2010@hotmail.com

Luana Kaline da Silva²⁹ - luanakaline.silva@gmail.com

Paloma Gomes Deboni³⁰ - paloma._deboni@hotmail.com

RESUMO: Já faz um bom tempo que as mulheres vêm ganhando espaço no mercado de trabalho e como o mercado feminino é o mais visado desenvolvemos um produto especialmente para as mulheres modernas, um bracelete/pulseira personalizada. A inovação é algo muito importante, pois a cada dia que passa os empreendedores surgem com uma nova ideia com produtos que facilitam o dia-a-dia das pessoas. Seja eles para trabalho para casa ou até mesmo para diversão. São coisas simples mais são produtos práticos. Inovação, segundo Kotler (2000), refere-se a qualquer bem, serviço ou ideia que é percebida por alguém como sendo algo novo. O trabalho tem como objetivo, mostrar o quão amplo está o mercado feminino. Las Casas (2006), diz que é muito importante neste momento, que se dê ênfase ao diferencial desejado. O bracelete surgiu através da necessidade de muitas mulheres que não tem tempo para se maquiar, pois as mesmas vivem em constante correria do dia a dia (trabalho, casa, família) e este produto visa facilitar mais a vida dela e sem desperdício de tempo. O bracelete possui um compartimento que pode guardar dinheiro e também possui um pequeno kit de maquiagem composto por sombra, batom, pincel duplo (um lado para batom e outro para sombra) e ainda por um pequeno espelho. O Bracelete está no segmento de acessório feminino que visa facilitar a vida da mulher em questão de praticidade e de beleza. O Bracelete é destinado ao público feminino de todas as classes, pelo fato de ter um preço acessível a todos. Tem tudo para ser mais um utensílio indispensável na vida de qualquer mulher moderna.

Palavra-chave: Bracelete, Mulheres, Inovação.

Orientador (a): Prof.^a Esp. Luana Kaline da Silva

²⁹ FACULDADE DE PIMENTA BUENO – Pimenta Bueno/RO – Bacharelado em Administração - 2015

³⁰ FACULDADE DE PIMENTA BUENO - Docente

PO – 12: CULTURA AFRO BRASILEIRA E AFRICANA – CULINÁRIA

Bruna Marcia Firmino³¹ – bruna_140_bruninha@hotmail.com
Deisiele Rutsatz Lachos Morais – deisiele_rutsatz@hotmail.com
Eidiane Rodrigues Lagacio – eidy_lagacio@hotmail.com
Joceli Mota Correa da Rocha³² – pedagogia@fapb.edu.br
Marcelia Kalke Cruz – marceliakalkecruz@hotmail.com

RESUMO: Cultura é tudo aquilo que um povo cria, crê, acredita e faz. A cultura afro brasileira, nada mais é do que o conjunto de manifestações culturais ocorridas no Brasil com influência da cultura africana. Quando os colonizadores foram buscar escravos negros, aquele povo já havia se organizado, já tinham sua própria cultura, daí a mistura com o povo europeu e indígena. E assim surgiu a cultura afro-brasileira. Traços fortes da cultura africana podem ser encontrados hoje em variados aspectos da cultura brasileira, músicas, danças, religião, culinária, etc. Através dos costumes, vestimentas e culinária, presente em nosso cotidiano, quebrar paradigma muitas vezes mascarados quando se fala sobre as questões raciais da nossa sociedade. Conhecer a cultura afro, a importância das leis que protege esse povo que é tão discriminado. Dando enfoque a uma grande herança deixada por aqui, a culinária. Valorizar e compreender os elementos da cultura afrodescendente. Além de ampliar nosso conhecimento e mostrar sua maneira de cozinhar, discutindo questões à respeito da diversidade, pois somos frutos dos encontros e confrontos entre os diferentes grupos étnicos como os africanos, indígenas, entre outros. Conhecer e compreender a origem da nossa cultura levando em conta as leis de diretrizes e bases. Mas aqui, o enfoque é retratar a culinária afro. A alimentação brasileira tem uma riqueza incrível, sua origem é uma mistura das tradições africanas, europeias e indígenas. Suas receitas são muito apreciadas, porém muito apimentadas.

Palavras-chave: Cultura, Culinária, Leis.

Orientador (a): Prof^a Esp. Joceli Mota Correa da Rocha

³¹ FACULDADE DE PIMENTA BUENO – Pimenta Bueno/RO – Licenciatura em Pedagogia - 2015

³² FACULDADE DE PIMENTA BUENO - Docente

PO – 13: EXPRESSÃO CULTURAL AFRO-BRASILEIRA E AFRICANA

Ana Maria Angélico Tomas³³ - anaangelicotomas@gmail.com
Claudiana Pereira dos Santos - claudianapbsantos@hotmail.com
Érika Sara Ramos de Souza - esrezende@outlook.com
Franciele Martello Vieira - francielevieiramv@gmail.com
Franciele Souza Silva - franciely_souzapb@hotmail.com
Joceli Mota Correa da Rocha³⁴ – pedagogia@fapb.edu.br
Viviane Souza da Silva - viviane_souzapb@hotmail.com

RESUMO : A Expressão Cultural tem como intenção analisar a influência cultural dos africanos no Brasil. A cultura negra chegou ao Brasil por meio dos escravos africanos, na época da colônia por meio da revisão bibliográfica observa-se o intenso intercâmbio cultural ocorrido entre os escravos africanos, os indígenas e os europeus. Algumas culturas ocorridas por vários séculos durante o período colonial brasileiro contribuíram para a formação de uma cultura híbrida e bastante rica. O escravo africano era um elemento de suma importância no campo econômico de período colonial, além da prática diferenciada ressaltada, os africanos ainda incorporam algumas práticas europeias e indígenas, além de influenciá-los culturalmente. O intercâmbio cultural entre os elementos citados contribuiu para a formação cultural afro brasileira bastante peculiar na sociedade. No que se refere à contribuição africana é evidente, principalmente, na capoeira: uma forma de expressão dos negros, ainda que fosse uma luta com característica de dança, na culinária, dança; religião, música e língua. Percebe-se, que, essa matriz africana teve um papel importante na formação e delineamento da identidade cultural afro-brasileira, uma que, os escravos possuíam uma grande diversidade cultural devido à sua origem distinta e por pertencerem a diversas etnias com idiomas e tradições distintas, pois, eram oriundos de diversas regiões do continente africano. Já, no Brasil esses africanos souberam assimilar, interpretar e recriar certas práticas de outras culturas com os quais estiveram em contato. Com isso é preciso valorizar devidamente a história e cultura de seu povo, buscando reparar danos, que se repetem há séculos, a sua identidade e a direitos seus. A relevância do estudo de temas da história e cultura afro-brasileira e africana não se restringem à população negra, ao contrário dizem respeito a todos os brasileiros, uma vez que devem educar-se enquanto cidadãos atuantes no seio de uma sociedade multicultural e pluriétnico, capazes de construir uma nação democrática.

Palavras-chaves: Cultura, Identidade, Afro Brasileira, África.

Orientador (a): Prof^a Esp. Joceli Mota Correia da Rocha

³³ FACULDADE DE PIMENTA BUENO – Pimenta Bueno/RO – Licenciatura em Pedagogia - 2015

³⁴ FACULDADE DE PIMENTA BUENO - Docente

PO – 14: DÉCADA DE 90

Mayara de Oliveira Ribeiro³⁵ – rizinho_mayarinha@hotmail.com

Neri de Paula Carneiro³⁶ – neri.car@hotmail.com

Priscila Siebert Roos – priscilasiebertroos@gmail.com

Silvanei Cardoso de Araújo – silvaneipb@hotmail.com

Willian Macedo Oliveira – willianmacedooliveira@hotmail.com

RESUMO: Pretende-se, com este trabalho mostrar, mediante análise filosófica, como reflexos do mundo político-econômico e social manifestam-se na produção da música popular, alteram o perfil e a configuração da cultura nacional ao ponto de redefinir o Brasil ao longo do século XX e início do século XI, notando que sociedade, música e comportamentos sociais se entrelaçam e se manifestam na produção artística. Veremos que a década de 1990 ou anos 90 foi uma das décadas mais marcantes do Brasil. Iniciou no dia 1º de Janeiro de 1990 com o término em 31 de Dezembro de 1999. Alguns dos fatos históricos dessa década foram o confisco das poupanças, no início do governo Fernando Collor, em busca da estabilidade econômica, o que somente ocorreu com o Plano Real, do então ministro Fernando Henrique Cardoso que mais tarde seria eleito duas vezes presidente da república. Sabe-se que muitas coisas ocorreram nos anos 90. Alterações nas vestimentas, costumes e o modo de agir, ainda presentes em nosso cotidiano. Nesse período muitos artistas comentaram e criticaram os problemas sociais, econômicos e políticos ao longo dessa década. Um dos exemplos é a música de Gabriel o Pensador: Cachimbo da paz. Nessa música o cantor comenta diversas situações de corrupção, uso de drogas e violência policial contra pessoas humildes. Vários outros cantores fizeram sucesso, comentando a realidade. Nessa década, também começou a se popularizar músicas estilo “pancadão” com o funk se popularizando. Surgem, também vários outros ritmos.

Palavras chave: Década de 1990; Música e filosofia; Cultura nacional.

Orientador (a): Prof^o. Me. Neri de Paula Carneiro

³⁵ FACULDADE DE PIMENTA BUENO – Pimenta Bueno/RO – Licenciatura em Pedagogia - 2015

³⁶ FACULDADE DE PIMENTA BUENO - Docente

PO – 15: BOSSA NOVA: SITUAÇÃO DO PAÍS (ECONOMIA, POLÍTICA E SOCIEDADE)

Daniela Araújo Klos Santana – danielaklossantana@yahoo.com
Danila Fabiane da Silva Terras de Oliveira – nylafb@hotmail.com
Débora Ferreira Kloos de Sousa – ygodebora@hotmail.com
Jéssica Fernanda Almeida – jessicaferalmeida@hotmail.com
Leila Aparecida Medeiros – leilaaparecidamedeiros@outlook.com
Meire Aparecida Medeiros³⁷ – meireaparecidamedeiros@gmail.com
Neri de Paula Carneiro³⁸ - neri.car@hotmail.com

RESUMO: Na década de 50, o Brasil vivia a euforia do crescimento econômico gerado após a Segunda Guerra Mundial. Com base na onda de otimismo dos “Anos Dourados”, um grupo de jovens músicos e compositores de classe média alta do Rio de Janeiro tinham o conhecimento da música erudita e jazz americano, mas eles começaram a buscar algo realmente novo e que fosse capaz de fugir do estilo operístico que dominava a música brasileira. Estes artistas acreditavam que o Brasil poderia influenciar o mundo com sua cultura, assim, o novo movimento visava a internacionalização da música brasileira. Dessa forma nasceu a bossa nova que pode ser descrita como samba moderno e canto falado. Durante esse período, o país estava passando por um momento muito bom na música, na cultura e até mesmo na política, estava vivendo anos dourados, o país estava fazendo acordo com os Estados Unidos, novas indústrias e política, o país estava crescendo, estava no auge de melhoramento e a sociedade sendo conscientizada através das letras das músicas. Com as mudanças políticas causadas pelo golpe militar de 1964, as canções começaram a trazer temas sócias. A política desenvolvimentista de JUSCELINO KUBTSCHERK, tinha por objetivo transformar a economia do país que até então era predominante agrária em uma economia moderna, com a intensificação da industrialização e urbanização, numa corrida que levaria do desenvolvimento a política dos “50 anos em 5” ou seja recuperar cinquenta anos de atraso em cinco anos de governo.

Palavras chave: Bossa nova; Música; Economia.

Orientador (a): Prof^o. Me. Neri de Paula Carneiro

³⁷ FACULDADE DE PIMENTA BUENO – Pimenta Bueno/RO – Licenciatura em Pedagogia - 2015

³⁸ FACULDADE DE PIMENTA BUENO - Docente

PO – 16: CULTURA AFRO-BRASILEIRA: CULINÁRIA

Daniela Araújo Klos Santana – danielaklossantana@yahoo.com.br
Danila Fabiane da Silva Terras de Oliveira - nylafb@hotmail.com
Débora Ferreira Kloos de Sousa³⁹ – ygodebora@hotmail.com
Joceli Mota Correa da Rocha⁴⁰ – pedagogia@fapb.edu.br

RESUMO: Mesmo com a escravidão, a culinária foi uma das muitas maneiras encontradas pelos negros para deixar impressas suas raízes africanas. O homem branco conseguia escravizar seu corpo, mas não seu pensamento, e hoje a culinária africana está cada vez mais presente no Brasil. O negro foi o responsável por introduzir na culinária o leite de coco, o azeite-de-dendê, o café e a pimenta-malagueta. Utilizam em sua cozinha a panela de barro e colher de pau. Ensinou o Brasil a gostar de feijão-preto, quiabo, chuchu, camarão e também nos ensinou a fazer vatapá, caruru, mungunzá, acarajé, angu, pamonha, bala de coco, etc. As comidas típicas mais conhecidas no Brasil são: **Vatapá:** é um tipo de purê de camarão, amendoim moído, pedaços de peixe e castanha-de-caju, misturado com óleo de dendê. **Acarajé:** é um bolinho de feijão frito no azeite de dendê. **Caruru:** é uma mistura de quiabo, tomate, camarão e dendê. Os dois complementam o recheio do acarajé. **Feijoada:** é um prato que consiste num guisado de feijão com carne, normalmente acompanhado com arroz. **Aluá:** bebida refrigerante feita de milho, de arroz ou casca de abacaxi, fermentados com açúcar ou rapadura. O Brasil recebeu grande influência referente à cultura africana e a culinária foi uma delas, sendo hoje considerada a porta de entrada do nordeste brasileiro.

Palavras chave: Cultura; Afro-brasileira; Culinária.

Orientador (a): Prof^a. Joceli Mota Correa da Rocha

³⁹ FACULDADE DE PIMENTA BUENO – Pimenta Bueno/RO – Licenciatura em Pedagogia - 2015

⁴⁰ FACULDADE DE PIMENTA BUENO - Docente