

Marcelo Pereira da Silva  
(Organizador)

DIMENSÕES  
ESTÉTICAS,  
COGNITIVAS E  
TECNOLÓGICAS  
DE COMUNICAÇÃO

Marcelo Pereira da Silva  
(Organizador)

DIMENSÕES  
ESTÉTICAS,  
COGNITIVAS E  
TECNOLÓGICAS  
DE COMUNICAÇÃO

**Editora chefe**

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

**Editora executiva**

Natalia Oliveira

**Assistente editorial**

Flávia Roberta Barão

**Bibliotecária**

Janaina Ramos

**Projeto gráfico**

Bruno Oliveira

Camila Alves de Cremo

Daphynny Pamplona

Luiza Alves Batista

Natália Sandrini de Azevedo

**Imagens da capa**

iStock

**Edição de arte**

Luiza Alves Batista

2022 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2022 Os autores

Copyright da edição © 2022 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

**Conselho Editorial****Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**

Prof. Dr. Adilson Tadeu Basquerote Silva – Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí

Prof. Dr. Alexandre de Freitas Carneiro – Universidade Federal de Rondônia

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Profª Drª Ana Maria Aguiar Frias – Universidade de Évora

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa



Prof. Dr. Antonio Carlos da Silva – Universidade Católica do Salvador  
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais  
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília  
Prof. Dr. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí  
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense  
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Cristina Gaio – Universidade de Lisboa  
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília  
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo  
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá  
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará  
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima  
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros  
Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice  
Prof. Dr. Jadilson Marinho da Silva – Secretaria de Educação de Pernambuco  
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador  
Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México  
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense  
Prof. Dr. Kárpio Márcio de Siqueira – Universidade do Estado da Bahia  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal do Paraná  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Lucicleia Barreto Queiroz – Universidade Federal do Acre  
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros  
Prof. Dr. Lucio Marques Vieira Souza – Universidade do Estado de Minas Gerais  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Marianne Sousa Barbosa – Universidade Federal de Campina Grande  
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso  
Prof. Dr. Pedro Henrique Máximo Pereira – Universidade Estadual de Goiás  
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador  
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí  
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador  
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins



## Dimensões estéticas, cognitivas e tecnológicas de comunicação

**Diagramação:** Daphynny Pamplona  
**Correção:** Mariane Aparecida Freitas  
**Indexação:** Amanda Kelly da Costa Veiga  
**Revisão:** Os autores  
**Organizador:** Marcelo Pereira da Silva

### Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

D582 Dimensões estéticas, cognitivas e tecnológicas de comunicação / Organizador Marcelo Pereira da Silva. - Ponta Grossa - PR: Atena, 2022.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-258-0082-0

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.820222005>

1. Comunicação. I. Silva, Marcelo Pereira da (Organizador). II. Título.

CDD 302.2

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

**Atena Editora**  
Ponta Grossa – Paraná – Brasil  
Telefone: +55 (42) 3323-5493  
[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)  
[contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br)



**Atena**  
Editora  
Ano 2022

## DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.



## DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access*, *desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.



## APRESENTAÇÃO

A contemporaneidade nos impulsiona a pensar a Comunicação para além dos lugares-já-feitos, das definições clichês, das repetições teóricas, rompendo com o círculo vicioso que pouco – ou nada – contribui com a construção de um campo consistente e solidificado, equilibrando suas dimensões estéticas, éticas, teóricas, metodológicas, tecnológicas, técnicas, epistemológicas e praxeológicas.

Temos que a Comunicação remete a um universo complexo que se investe e reveste de idiosincrasias que envolvem sujeitos, nações, narratologias, mídias e redes virtuais e de massa, jornalismo, comunicação governamental, publicidade, cinema, produção audiovisual, relações públicas, marcas, consumo etc.

Neste sentido, a obra intitulada “Dimensões estéticas, cognitivas e tecnológicas de comunicação”, reúne investigações teóricas e analíticas de pesquisadores que trafegam pelos campos da comunicação em suas diversificadas áreas e especificidades, erigindo debates sobre os estatutos tecnológicos, estéticos e cognitivos da Comunicação em um contexto cada vez mais midiático e perpassado pelas práticas e experiências de consumo.

O cenário dos estudos comunicacionais evidencia a carência da renovação das condições teóricas, epistemológicas, profissionais e metodológicas da Comunicação e do fundamental laço social, tão frágil nas sociedades expostas aos imprevisíveis ventos do globalismo, da midiática e do consumo. Desta perspectiva, podemos produzir mecanismos analíticos, dados e informações que geram efeitos positivos para as sociedades e comunidades.

(Re)conhecer a relevância da Comunicação para as organizações, as nações e os sujeitos tornou-se *sine qua non* para a compreensão da natureza humana, já que a Comunicação se entrama ao/pelo tecido social, o define, o significa, o ressignifica e o constitui.

Necessitamos admitir os desafios, os desvios e as dificuldades da Comunicação, abraçando as oportunidades de investigações calcadas em suas dimensões cognitivas, estéticas, éticas e tecnológicas em um mundo mergulhado no *tech*, mas, também e mais, necessitado do *touch*, dos afetos.

Marcelo Pereira da Silva



## SUMÁRIO

### **CAPÍTULO 1..... 1**

INVESTIGANDO O DISCURSO GOVERNAMENTAL EM CAMPANHA DE SAÚDE: UMA PROPOSTA DE ANÁLISE DAS UNIDADES DO DISCURSO

Ramirio Costa Ribeiro

Luciana Saraiva de Oliveira Jerônimo


Marcelo Pereira da Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.8202220051>

### **CAPÍTULO 2..... 14**

MÍDIAS SOCIAIS PARA A INDÚSTRIA CRIATIVA: REFLEXÕES SOBRE POSSÍVEIS CONTRIBUIÇÕES DA DICIPA PARA A COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA DA UNIPAMPA

Franceli Couto Jorge

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.8202220052>

### **CAPÍTULO 3..... 27**

A INTERFERÊNCIA DA PANDEMIA NO MERCADO DE SERVIÇOS AUTOMOTIVOS, DESDE SEUS CONSUMIDORES ATÉ SEUS PRESTADORES DE SERVIÇOS

Isadora Gualda Macedo


Guilherme Boldrin Medeiros

Vitor Christofolletti Laudares

Gustavo Teixeira Dias Otero

Marco Antonio Martins Teixeira Filho

Vitor Aires Gozzi Nogueira


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.8202220053>

### **CAPÍTULO 4..... 38**

DESIGUALDADE SOCIAL E PANDEMIA: UMA ANÁLISE DAS FOTOGRAFIAS COMPARTILHADAS PELOS PERFIS @covidphotobrazil e @everydaybrasil

Camila Leite de Araujo

Juliana Lira de Oliveira


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.8202220054>

### **CAPÍTULO 5..... 47**

A FOTOGRAFIA E O URBANO: REPRESENTAÇÃO, MÁQUINA E TEMPO

Camila Leite de Araujo

Raquel de Holanda Rufino


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.8202220055>

### **CAPÍTULO 6..... 59**

USOS DO ESPETÁCULO COMO ESTRATÉGIA NA IMPRENSA


Beatriz Dornelles

Fabiola Brites

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.8202220056>

<b>CAPÍTULO 7</b> .....	<b>72</b>
A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DOS TERRITÓRIOS NA IMPRENSA <i>ONLINE</i> : ESTUDO DE CASO DA REGIÃO DA SERRA DA ESTRELA, PORTUGAL	
Nelson Clemente Santos Dias Oliveira	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.8202220057">https://doi.org/10.22533/at.ed.8202220057</a>	
<b>CAPÍTULO 8</b> .....	<b>105</b>
MTV BRASIL: COMO A LINGUAGEM DA MTV DOS ANOS 90 DIALOGA COM A GERAÇÃO ATUAL	
Thayse Kiel Truffa Cristian Cipriani	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.8202220058">https://doi.org/10.22533/at.ed.8202220058</a>	
<b>CAPÍTULO 9</b> .....	<b>118</b>
A TELEVISÃO TEM FUTURO? UMA ANÁLISE SEMIÓTICA DA ÚLTIMA VINHETA DA MTV BRASIL	
Darly Gonçalves de Souza Júnior Victor Reis Mazzei	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.8202220059">https://doi.org/10.22533/at.ed.8202220059</a>	
<b>CAPÍTULO 10</b> .....	<b>132</b>
SUBSÍDIOS TEÓRICOS PARA ANÁLISE DOS DIÁLOGOS INTERTEXTUAIS, INTERDISCURSIVOS E TRANSMIDIÁTICOS NA COMUNICAÇÃO	
Denise Azevedo Duarte Guimarães	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.82022200510">https://doi.org/10.22533/at.ed.82022200510</a>	
<b>CAPÍTULO 11</b> .....	<b>143</b>
COMPREENSÃO DA RETÓRICA COM CONCEITOS SEMIÓTICOS PEIRCEANOS	
Gilmar Hermes	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.82022200511">https://doi.org/10.22533/at.ed.82022200511</a>	
<b>CAPÍTULO 12</b> .....	<b>155</b>
AUDIOVISUAL, TECNOLOGIA E INTERAÇÃO: OBSERVAÇÕES DA SÉRIE DIÁRIO DE UM CONFINADO	
Carolina Fernandes da Silva Mandaji	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.82022200512">https://doi.org/10.22533/at.ed.82022200512</a>	
<b>CAPÍTULO 13</b> .....	<b>169</b>
A PARTICIPAÇÃO DO ESPECTADOR NO CURTA IDEOLOGIA, DE JOSÉ MOJICA MARINS: UMA COMPREENSÃO POR MEIO DA NARRATIVA CINEMATOGRAFICA	
Fernando de Barros Honda Xavier	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.82022200513">https://doi.org/10.22533/at.ed.82022200513</a>	
<b>CAPÍTULO 14</b> .....	<b>182</b>
COMUNICAÇÃO E ARTE CRÍTICA - DOIS ARTISTAS, DOIS TEMPOS: GOYA E BANKSY	
Geraldo Magela Pieroni	

Alexandre Ribeiro Martins


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.82022200514>

**CAPÍTULO 15..... 198**

OS DESAFIOS DA INCLUSÃO DA POPULAÇÃO LGBT NO MUNDO DO TRABALHO:  
A COMUNICAÇÃO COMO INSTRUMENTO DE DISSEMINAÇÃO DAS POLITICAS DE  
DIVERSIDADE

Israel Gomes de Oliveira

Maria de Lurdes Costa Domingos

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.82022200515>

**CAPÍTULO 16..... 216**


PROJETO SAIBA MAIS UEPG: AÇÕES NA CONSCIENTIZAÇÃO SOBRE PREVENÇÃO  
ÀS IST's E A GRAVIDEZ PRECOCE

Kauane Chicora

Letícia Prestes

Marcelly Ingles

Cristina Lucia Sant' Ana Costa Ayub

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.82022200516>

**CAPÍTULO 17..... 221**

LIDERANÇA E COMUNICAÇÃO: HABILIDADES QUE TRANSFORMAM PESSOAS EM  
EQUIPES

Raiane Feliciano da Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.82022200517>

**CAPÍTULO 18..... 229**

O EFEITO VINGADORES

Carolina Guerra Monteiro

Mirna Feitosa Pereira

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.82022200518>

**SOBRE O ORGANIZADOR..... 235**

**ÍNDICE REMISSIVO..... 236**

# CAPÍTULO 17

## LIDERANÇA E COMUNICAÇÃO: HABILIDADES QUE TRANSFORMAM PESSOAS EM EQUIPES

Data de aceite: 01/05/2022

Data de submissão: 07/03/2022

### Raiane Feliciano da Silva

Bacharela em Ciências Contábeis pela  
Unigranrio.

Especialista em Controladoria e Finanças pela  
Mackenzie Rio.

Especialista em Departamento Fiscal pela  
Trevisan.

Mestranda em Negócios Internacionais pela  
Must University.

São João de Meriti, Rio de Janeiro.

<http://lattes.cnpq.br/0424808977365834>.

**RESUMO:** Este *paper* é um estudo sobre a liderança e como essa relacionada com a comunicação são habilidades indispensáveis na gestão de equipes. Liderar é influenciar e integrar pessoas com propósito comum, no âmbito corporativo alcançar os objetivos da empresa dentro das diretrizes dessa. E a comunicação efetiva é basilar para que um líder possa desempenhar o seu papel seja motivando sua equipe, seja solucionando conflitos, ou apenas conhecendo os seus liderados para melhor engajá-los dentro dos seus planos de carreira e seus papéis dentro da companhia. O papel de um líder não difere muito quando se trata de uma equipe virtual, pois equipes virtuais têm as mesmas obrigações que uma equipe presencial. Associado ao autoconhecimento, a comunicação é também fundamental em *networking* e inteligência emocional, que são peças-chaves

não somente para líderes, mas também no desenvolvimento profissional de liderados e até mesmo identificação de oportunidades de negócios. A habilidade de comunicação feminina vem mostrando resultados positivos em postos de liderança.

**PALAVRAS-CHAVE:** Liderança. Equipe. Tecnologias. Comunicação. Liderança Feminina.

### LEADERSHIP AND COMMUNICATION: SKILLS THAT TURN PEOPLE INTO TEAMS

**ABSTRACT:** This paper is a study of leadership and how it is related to communication and essential skills in managing teams. To lead is to influence and integrate people with a common purpose, in the corporate sphere, to achieve the company's objectives within its guidelines. And effective communication is essential for a leader to play his role, whether motivating his team, resolving conflicts, or just getting to know his followers to better engage them within their career plans and their roles within the company. The role of a leader is not much different when it comes to a virtual team, as virtual teams have the same obligations as a face-to-face team. Associated with self-knowledge, communication is also fundamental in networking and emotional intelligence, which are key not only for leaders, but also in the professional development of those they lead and even in identifying business opportunities. Women's communication skills have shown positive results in leadership positions.

**KEYWORDS:** Leadership. Team. Technologies. Communication. Female Leadership.

## 1 | INTRODUÇÃO

Entende-se que os cenários econômicos, políticos e tecnológicos influenciam a liderança, bem como os objetivos da organização, e a personalidade das pessoas que compõem as equipes de trabalho.

O desenvolvimento deste estudo apresenta inicialmente conceituação de liderança e o papel do líder na gestão de pessoas. Na segunda seção é destacada a importância da comunicação nas relações de trabalho e especialmente a comunicação líder-liderado. Verifica-se na terceira seção a liderança de equipes virtuais e na quarta seção o destaque é dado à liderança feminina.

Para a elaboração deste *paper* foi realizada uma pesquisa bibliográfica, com revisão de conteúdo disponível em artigos e livros, numa abordagem qualitativa, com o objetivo de descrever como liderança e comunicação são habilidades complementares na gestão de equipes presenciais e virtuais, bem como o desempenho feminino em posições de liderança.

## 2 | DESENVOLVIMENTO

### 2.1 Liderança: gestão de pessoas

A liderança é um termo presente em diversas áreas da vida humana. O papel de líder existe em família, em sala de aula, em equipes de trabalho e até mesmo em algumas atividades de entretenimento. Nesta seção apresenta-se alguns conceitos para o melhor entendimento da liderança e do papel do líder.

Para Soares (2021), liderança é uma arte, na qual uma pessoa conduz outras pessoas e influencia comportamentos e atitudes dessas. Semelhantemente, Escorsin e Walger (2017), entendem que a liderança está relacionada com a habilidade de influenciar pessoas em busca de propósitos comuns, sendo, portanto, um acontecimento grupal.

A liderança formal é aquela imposta pelo cargo ocupado, enquanto a liderança informal é a reconhecida pelos liderados independentemente da posição hierárquica do líder. Ao longo das décadas algumas teorias tiveram destaque no intuito de explicar a liderança, em especial no âmbito corporativo, como a teoria dos traços e a teoria das contingências.

De acordo Escorsin e Walger (2017), segundo a teoria dos traços, a liderança seria uma habilidade nata que não poderia ser aprendida ou desenvolvida, relacionada inclusive com traços físicos. Contudo, os autores afirmam que o entendimento de que um líder nasce líder perdeu força e passou-se a acreditar que um líder poderia ser desenvolvido, isto é, que a liderança é uma habilidade que pode ser aprendida por meio de treinamentos que estimulem comportamentos específicos.

A teoria das contingências, segundo Escorsin e Walger (2017), nas últimas

décadas, tem ganhado espaço nos estudos sobre liderança e emergiu do reconhecimento de que o sucesso da liderança vai muito além de características de personalidade e de comportamentos. No universo corporativo, há diversos casos de líderes que teriam sido eficazes até dada época, porém não se harmonizaram às mudanças ditadas pelo mundo deixando de ser eficazes. Tal evidência levou a expansão da visão de que a liderança seria relativa e a eficácia de um líder pode ser influenciada por diversas variáveis.

Essa última teoria citada permite introduzir tópicos que serão tratados em outras seções deste estudo como mudanças impostas por avanços tecnológicos e liderança feminina.

Para Soares (2021), o líder é capaz de conduzir pessoas, dando foco, direção e metas. O líder de verdade atrai seguidores, sem precisar dar ordens, mas fazendo com que seus liderados queiram colaborar com ele, permanecendo na equipe com comprometimento.

A liderança no lar, no âmbito religioso, no esporte ou no negócio, nada mais é que gerenciar pessoas. Conforme explica Soares (2021), as empresas são formadas por pessoas, com emoções e motivações particulares, expostas a influência do ambiente que afeta a performance no trabalho, os relacionamentos e a cooperação com os líderes.

Para Soares (2015), a equipe é composta por um grupo de pessoas que se unem para alcançar um propósito comum, isto é, esse grupo possui habilidades diferentes e complementares e em conjunto conseguem atingir os propósitos da empresa. Toda empresa é composta por departamentos, compostos por equipes, compostas por pessoas. Não há negócio sem pessoas.

O sucesso de um negócio é diretamente vinculado às pessoas. Os resultados de uma corporação estão ligados às competências dos líderes, dos liderados e das diversas equipes que esses formam e integram. Todavia, a sinergia de estratégias empresariais e a excelência do perfil de competências desses colaboradores não acontecem espontaneamente; necessitam ser criadas, desenvolvidas e mantidas através de liderança com ações efetivas de gestão de pessoas, de acordo com Escorsin e Walger (2017).

Para Escorsin e Walger (2017), a liderança é a ação que um indivíduo exerce influenciando as demais pessoas de uma equipe, em situações específicas, para que determinado objetivo seja atingido. Logo, existe o líder (influenciador), os liderados (influenciados) e a ação (influenciar).

Segundo Soares (2015), o propósito de um líder no desenvolvimento de equipes seria promover a integração, a adequada comunicação, entre as pessoas motivando-as e incentivando comportamentos que as mantenha engajadas para que com transparência, respeito e eficiência, atinjam um objetivo comum dentro das diretrizes do negócio.

Segundo Escorsin e Walger (2017), os líderes desempenham papel essencial nos processos de desenvolvimento de equipes, além de impactarem diretamente a gestão de pessoas.

Para isso, a comunicação efetiva é uma ferramenta basilar indispensável que está

apresentada neste estudo como o ponto central da próxima seção.

## 2.2 Comunicação como ferramenta para integrar pessoas

Compreender as pessoas, suas motivações e desejos fazem parte do desenvolvimento da liderança. Os líderes se comunicam com suas equipes sob diversas perspectivas: direcionando, avaliando, conhecendo, integrando, etc. Para Kyrillos e Sardenberg (2019), à medida que as pessoas passam a notar o que a empresa busca, o que ela tem como propósito, elas podem colaborar cada vez melhor.

Segundo Kyrillos e Sardenberg (2019), uma ampla pesquisa identificou as cinco habilidades mais valorizadas entre líderes e liderados destacando a comunicação como a mais citada, e as outras quatro eram relacionadas à comunicação, que foram: solução de problemas, atenção a detalhes, conhecimento de tecnologias e flexibilidade.

Para Soares (2015), a confiança acontece conforme os membros de uma equipe percebem transparência e honestidade na relação membro-membro e membro-líder. Confiança é construída com comunicação efetiva pautada em honestidade, ética e respeito.

De acordo com Escorsin e Walger (2017), o líder deveria identificar os colaboradores que precisam ter suas remunerações corrigidas por motivo de melhora na performance e alcance de resultados. Entre muitos outros aspectos, o bom desempenho do líder nesse papel auxilia na construção e manutenção da confiança líder-liderados.

A comunicação efetiva, quando há fala assertiva e escuta ativa, torna-se ainda mais crucial em situações de conflito. Salienta-se que a solução de problemas, ou conflitos, foi uma das cinco habilidades destacadas na pesquisa citada nesta seção.

O líder precisa remodelar a gestão de conflitos que possui, e a cultura empresarial da corporação e priorizar as pessoas como colaboradores, com o objetivo de ampliar a percepção de equipe. Enquanto a pessoa que age como chefe impõe e exige resultados, geralmente pressionando, assediando e desencorajando os seus liderados a expor sua capacidade, segundo Soares (2021).

Segundo Soares (2021), a escolha inadequada de um líder pode levar bons colaboradores a deixarem seus empregos e a perda de talentos prejudica a lucratividade, produtividade e o histórico da companhia. Por vezes, a pessoa escolhida para a posição de liderança não tem vocação e/ou treinamentos essenciais para o desempenho esperado em tal posto.

Para Kyrillos e Sardenberg (2019), facilitar que as pessoas interajam bem em situação de conflito seria o papel de uma comunicação não violenta. O preparo para tais situações é fundamental para que o líder possa se manter tranquilo e compassivo melhor observando os envolvidos no conflito para assim comunicar-se de modo resolutivo.

Soares (2021), sugere que todas as organizações podem desenvolver a capacidade de transformar conflitos em possibilidades através de sua integração, pois quando o líder mantém a equipe unida, engajada, procura-se resolver suas diferenças havendo

transformações para que se atinja o objetivo comum.

De acordo com Kyrillos e Sardenberg (2019), pessoas felizes, sem conflitos ou com conflitos bem solucionados, atingem melhores resultados. E manter colaboradores engajados e felizes é atribuição dos líderes.

Segundo Kyrillos e Sardenberg (2019) uma pessoa muito transparente, dependendo de como está se sentindo, qual tipo de emoção, poderá ter problemas no ambiente de trabalho. E a importância da comunicação efetiva reaparece quando se estuda sobre a inteligência emocional, pois manter a mente do momento presente com escuta ativa, possibilitará a fala assertiva não conduzida pelas emoções.

Pesquisas mostram que de 10% a 30% do sucesso que as pessoas têm vem da inteligência racional, que é a medida pelo QI [quociente de inteligência]. E o restante, cerca de 85%, depende da inteligência emocional. Não adianta termos grandes ideias, lidarmos com descobertas interessantes, se tivermos dificuldade de expressar essas coisas. (Kyrillos e Sardenberg, 2019, p. 80).

O autoconhecimento é essencial para saber identificar as emoções e entender a melhor maneira de reagir, como comunicar de forma efetiva, nas mais diversas situações possíveis.

Para Kyrillos e Sardenberg (2019) o maior objetivo da comunicação seria propiciar uma ideal interação, um adequado contato entre as pessoas. Criar e manter uma boa rede de contatos é importante nas diversas áreas da vida humana, e não é diferente na vida profissional, seja no desenvolvimento de carreira ou no desenvolvimento de negócios.

Há mais oportunidades de negócios e de trabalho quando existe uma extensa rede de contatos. O *networking* aprofunda conhecimento dos temas do cotidiano, gera capacidade de inovação, de desenvolver mais rapidamente, atingir melhores status, com autoridade, qualidade e satisfação, segundo Kyrillos e Sardenberg (2019).

Uma rede de contatos, *network*, deveria ser percebida como parte impulsionadora do desenvolvimento de carreira, não como uma obrigação profissional.

A capacidade de adaptação, flexibilidade, também presente na comunicação, ou no meio de comunicação trazido com o advento da tecnologia. O líder deve conhecer as tecnologias que possibilitam por exemplo videoconferências e usá-las para otimizar recursos e melhor desenvolver a comunicação com sua equipe.

A videoconferência é uma forma de comunicação que traz inúmeras vantagens. Por ser um processo encurtador de distâncias, favorece a comunicação de pessoas em lugares distintos, minimizando custos de viagens e representando grande economia de tempo. Além de tudo, permite a comunicação em tempo real! E olha só: uma pesquisa global realizada pela Redshift Research mostra que para a maioria das pessoas (56%), o vídeo é o canal de comunicação preferido para os negócios, superando o e-mail (49%) e as conferências por áudio (32%). Tomadores de decisão de 12 países reconhecem que a videoconferência remove as barreiras da distância e melhora a produtividade entre as equipes em diferentes cidades e países, para cerca de 98%! Ou seja: com certeza vale à pena nos prepararmos para sairmos bem nessa modalida-



Embora o conhecimento de tecnologias e uso dessas esteja entre as habilidades relacionadas à comunicação, a relação da liderança com tecnologias tem breve destaque na seção seguinte.

### 2.3 Liderança de equipes virtuais

As inovações tecnológicas deveriam fazer parte de todas as áreas de uma organização empresarial. Nesta seção, este estudo mostra o papel do líder em equipes virtuais.

Segundo Leme (2020), no contexto do ambiente organizacional com constantes mudanças e adaptações seria fundamental que as pessoas em cargos executivos sejam líderes aptos para liderar suas equipes, exercendo influência e inspiração para que seus liderados se percebam capazes de se adequar a quaisquer mudanças.

Cresce cada vez mais a quantidade de equipes virtuais com os avanços tecnológicos e o papel do líder é fundamental assim como em modelos de negócios presenciais, também conhecidos como tradicionais. Tal crescimento teve aumento exponencial com a pandemia do novo coronavírus<sup>1</sup> reconhecida pela Organização Mundial de Saúde em março de 2020.

Segundo Soares (2015), a equipe virtual não opera na presença dos membros, ela é reunida com recursos de tecnologia. Os membros de equipes virtuais podem residir em cidades, países ou até continentes diferentes, e estarem em contato com uso de ferramentas de comunicação como videochamadas ou correio eletrônico, possibilitando o trabalho em equipe de pessoas que, de outro modo, nunca poderiam colaborar umas com as outras.

As equipes virtuais fazem tudo o que as outras equipes fazem, como compartilhar informações, tomar decisões e realizar tarefas, segundo Soares (2015). Tais equipes têm como uma de suas vantagens a possibilidade de unir membros da empresa ou de empresas diferentes, além de clientes e fornecedores sem gastos com logística.

Compete ao líder manter-se adequadamente instruído para melhor atender às necessidades do negócio e de seus liderados, seja presencialmente ou virtualmente.

O líder enfrenta muitas barreiras em seu papel de integrar pessoas para alcançar objetivos comuns e tais barreiras são mais altas, mais difíceis de ultrapassar, quando o líder é do sexo feminino, como é apresentado na seção seguinte.

### 2.4 Liderança feminina

A longa luta feminina por equidade é reconhecida mundialmente e ainda há muito a discutir e corrigir para que essa almejada equidade seja realidade, inclusive no âmbito corporativo.

Para Soares (2015), as companhias funcionam buscando ter cada vez eficiência

---

<sup>1</sup> Em 11 de março de 2020, a COVID-19 foi caracterizada pela OMS como uma pandemia. O termo “pandemia” se refere à distribuição geográfica de uma doença e não à sua gravidade. A designação reconhece que, no momento, existem surtos de COVID-19 em vários países e regiões do mundo.

e eficácia, e elegem as equipes para chegar ao patamar de excelência determinado e desenvolver o talento e o desempenho dos colaboradores. Contudo, percebe-se a diferenciação de gênero de maneira prejudicial às mulheres na avaliação de performance.

Segundo Kyrillos e Sardenberg (2019), uma pesquisa mostrou que quando há um homem e uma mulher com as mesmas atitudes na mesma posição hierárquica o homem é visto como assertivo e bom líder, enquanto a mulher é vista como exigente demais e exagerada. Quando uma mulher está numa posição de liderança é mais cobrada do que um homem seria. Os autores elucidam ainda sobre a diferença salarial entre homens e mulheres que é ainda maior para mulheres com maiores graus de instrução.

Segundo Ferreira (2020), as mulheres tiveram, por longo tempo, imposto a elas o papel de dona de casa e mãe, entretanto os homens também passaram a cuidar do lar e dos filhos e as mulheres puderam avançar, afastando-se cada vez mais do papel de submissas e lideradas.

Leme (2020) destaca a relevância do autoconhecimento e autodesenvolvimento para o desenvolvimento da liderança feminina. Apresenta também entre as barreiras à liderança da mulher a cultura corporativa de invadir a vida pessoal das mulheres entrevistadas em sua pesquisa, estereótipo de valorização de características vistas como masculinas.

Segundo Kyrillos e Sardenberg (2019), em geral, as mulheres resolutas, convictas, são percebidas de maneira negativa, qualificadas como autoritárias, arrogante ou pior. Contudo, quando um homem age igualmente, ele é reconhecido de modo positivo como seguro e sábio.

De acordo com Ferreira (2020), líderes, quando são mulheres, têm um método de gerenciamento de conflitos mais colaborativo, são resolutas enquanto assumem aspectos de autoridade, têm preferência pelo engajamento junto com o liderado, e não se acomodam e esquivam.

Entende-se, portanto, que, embora ainda haja uma longa jornada na luta por equidade de gênero, mulheres já conseguiram mostrar sua habilidade e bom desempenho em posições de liderança.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Liderança é um tema extenso com diversas teorias, abordado neste *paper* de maneira sucinta com objetivo de conceituar e destacar pontos como a gestão de pessoas, a comunicação, a adequação aos avanços tecnológicos e a liderança feminina.

O estudo mostrou que o desenvolvimento de equipes é um dos grandes desafios de um líder que deve fazer uso da comunicação efetiva para melhor conhecer sua equipe, mantendo-a integrada, engajada e solucionando conflitos. A comunicação destaca-se também no desenvolvimento e manutenção de *networking* e inteligência emocional.

Verificou-se, ainda, que o líder deve ser adaptável e fazer uso de tecnologias que

beneficiem sua equipe no processo de perseguir os objetivos dos negócios. Este *paper* apresentou também que mulheres têm alcançado excelentes resultados em posições de liderança apesar de todas as barreiras adicionais enfrentadas.

Um estudo mais aprofundado poderia mostrar traços da comunicação feminina na liderança de equipes virtuais com diferentes culturas.

## REFERÊNCIAS

Escorsin, A. P.; Walger, C. (2017). Liderança e Desenvolvimento de Equipes. [e-book] Curitiba: InterSaberes. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/49425/epub/0> Acessado em 03 de outubro de 2021.

Ferreira, K. R. (2020). Liderança Feminina e Gestão de Equipes: Mulheres Líderes de Equipes e seus Estilos de Gestão de Conflitos. Disponível em: <http://www.ucs.br/etc/conferencias/index.php/mostraucspgga/xxmostrappga/paper/viewFile/6810/2114> Acessado em: 26 de setembro de 2021.

Kyrillos, L.; Sardenberg, C. A. (2019). Liderança e Desenvolvimento de Equipes. [e-book] São Paulo: Contexto. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/173126/pdf/0> Acessado em 02 de outubro de 2021.

Leme, V. C. O. (2020). Liderança Feminina nas Organizações: Contribuições da Gestão de Projetos. Disponível em: <http://repositorio.uninove.br/xmlui/handle/123456789/1400> Acessado em: 26 de setembro de 2021.

OPAS – Organização Pan-Americana de Saúde (n.d.). Histórico da pandemia de COVID-19. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19> Acessado em 09 de outubro de 2021.

Soares, M. S. (2021). O Papel da Liderança Situacional e sua Influência na Gestão de Dilemas, Estratégias e Possibilidades nas Organizações. São Paulo: RCMOS - Revista Científica Multidisciplinar O Saber. Disponível em: <https://revistacientificaosaber.com.br/ojs/envieseuartigo/index.php/rcmos/article/view/142/> Acessado em 02 de outubro de 2021.

Soares, M. T. R. C. (2015). Liderança e Desenvolvimento de Equipes. [e-book] São Paulo: Pearson Education do Brasil. Disponível em <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/22161/pdf/0> Acessado em 08 de outubro de 2021.

## ÍNDICE REMISSIVO

### SÍMBOLOS

@covidphotobrazil 37, 38, 39, 41, 42, 43

@everydaybrasil 37, 38, 43, 44

### A

Adolescência 215, 216, 217, 219

Argumentação 18, 142, 145, 146, 147, 148, 149, 151, 153

Arte engajada 181

### B

Brasil 2, 3, 5, 10, 11, 12, 16, 24, 25, 26, 27, 35, 37, 38, 40, 42, 43, 44, 58, 59, 69, 96, 104, 105, 106, 115, 116, 118, 119, 120, 121, 122, 125, 126, 128, 129, 130, 134, 198, 200, 201, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 213, 216, 219, 227

### C

Cidade 24, 27, 40, 42, 43, 46, 51, 52, 56, 92, 93, 99, 106, 107, 170, 187, 192

Cinema expandido 154, 158, 159

Comunicação 1, 2, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 13, 14, 15, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 29, 37, 44, 46, 58, 59, 69, 71, 72, 73, 74, 75, 89, 94, 97, 101, 103, 106, 116, 118, 119, 128, 129, 130, 131, 132, 138, 141, 142, 143, 145, 147, 150, 151, 152, 153, 155, 156, 163, 166, 167, 181, 182, 183, 197, 198, 199, 201, 202, 203, 206, 207, 208, 211, 213, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 234

Comunicação científica 13, 15, 22, 23, 24

Concessionária 26, 29, 30

Convergências midiáticas 131

Covid-19 1, 27, 32, 35, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 117, 154, 155, 163, 164, 166, 217, 218, 219, 225, 227

### D

Desigualdade social 37, 38, 39, 42

Diário de um confinado 154, 155, 163, 164, 165

### E

Educação sexual 215, 216, 217, 218, 219

Ensino 17, 21, 93, 101, 145, 200, 215, 216, 217, 218, 219

Epistemologia 52, 168, 169, 180

Equipe 163, 219, 220, 222, 223, 224, 225, 226, 227

Espectatorialidade 168

Estética 12, 46, 47, 106, 107, 110, 111, 112, 114, 115, 135, 140, 150, 155, 157, 159, 161, 171, 175, 178, 181, 191, 192, 195, 196

Expressão 15, 46, 50, 51, 54, 56, 75, 102, 121, 126, 142, 145, 155, 159, 183, 194, 201

## **F**

Fotografia digital 37

## **G**

Gerações 104, 106, 116, 129

## **H**

Horror 168, 169

## **I**

Indústria criativa 13, 14, 15, 16, 17, 18, 21, 22, 24, 25

Interação 13, 18, 19, 21, 39, 109, 134, 154, 155, 157, 158, 160, 162, 164, 165, 167, 168, 172, 176, 177, 178, 219, 224

Interdiscursividades 131

Intertextualidades 131

## **J**

Jornalismo 2, 14, 20, 23, 37, 46, 58, 59, 64, 65, 69, 71, 142, 146, 152, 153

## **L**

Liderança 209, 220, 221, 222, 223, 225, 226, 227

Liderança Feminina 220, 221, 222, 226, 227

Linguagem audiovisual 104, 154, 155, 164, 165, 166

## **M**

Mecânica 26, 28, 29

Media 13, 36, 68, 71, 72, 73, 74, 75, 87, 95, 98, 99, 100, 101, 103, 132, 141

Mídias sociais 13, 14, 15, 18, 20, 21, 23, 24, 25, 202

Modernidade 46, 52, 56, 94, 107, 112, 115, 116, 132, 182, 196, 233

Mojica 168, 169, 171, 174, 178, 179

MTV 104, 105, 106, 110, 111, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130

## **N**

Narrativa 139, 154, 155, 157, 159, 160, 161, 162, 163, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 174, 177, 178, 182, 196, 205, 229, 231, 233

## **P**

Pandemia 1, 26, 27, 28, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 42, 43, 44, 113, 154, 155, 163, 164, 166, 215, 217, 218, 219, 225, 227

Peirce 121, 124, 130, 142, 143, 144, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153

Política 13, 15, 20, 24, 57, 62, 64, 67, 73, 103, 106, 115, 118, 145, 155, 181, 182, 188, 191, 192, 195, 196, 201, 213

## **R**

Representação 38, 46, 47, 49, 50, 51, 55, 56, 99, 121, 124, 158, 159, 160, 176, 185

Retórica 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153

Retórica especulativa 142, 150, 151, 152

## **S**

Semiótica 118, 119, 121, 129, 130, 140, 142, 143, 144, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 162, 163, 166, 167

Serra da Estrela 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103

Serviços 13, 15, 16, 17, 18, 19, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 38, 110, 155, 156

Sociosemiótica 154, 160, 162, 167

## **T**

Tecnologias 32, 36, 48, 73, 154, 155, 156, 159, 160, 219, 220, 223, 224, 225, 226

Televisão 16, 48, 62, 74, 107, 108, 110, 112, 113, 115, 116, 118, 119, 120, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 135, 154, 155, 157, 159, 163, 164, 208

Temporalidade 139, 181, 182, 183, 195

Teorias da comunicação 25, 71, 72, 73, 101, 130





Transmidialidades 131

## **U**

Unipampa 13, 14, 15, 18, 20, 21, 22, 23, 24, 25

## **V**

Veículo 26, 27, 28, 29, 30, 32, 33, 34, 35, 65

 [www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)  
 [contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br)  
 @atenaeditora  
 [www.facebook.com/atenaeditora.com.br](http://www.facebook.com/atenaeditora.com.br)



DIMENSÕES  
ESTÉTICAS,  
COGNITIVAS E  
TECNOLÓGICAS  
DE COMUNICAÇÃO

 [www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)  
 [contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br)  
 @atenaeditora  
 [www.facebook.com/atenaeditora.com.br](http://www.facebook.com/atenaeditora.com.br)



DIMENSÕES  
ESTÉTICAS,  
COGNITIVAS E  
TECNOLÓGICAS  
DE COMUNICAÇÃO