

Edwaldo Costa
Juliana da Costa Feliz
(Organizadores)

COMUNICAÇÃO E CULTURA:

processos
contemporâneos

2


Atena
Editora
Ano 2022

Edwaldo Costa
Juliana da Costa Feliz
(Organizadores)

COMUNICAÇÃO E CULTURA:

processos
contemporâneos

2

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^ª Dr^ª 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^ª Dr^ª 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^ª Dr^ª 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^ª Dr^ª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal do Paraná
Prof^ª Dr^ª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof^ª Dr^ª 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^ª Dr^ª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof^ª Dr^ª Marianne Sousa Barbosa – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Prof^ª Dr^ª 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^ª Dr^ª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^ª Dr^ª 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^ª Dr^ª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof^ª Dr^ª 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



Comunicação e cultura: processos contemporâneos 2

Diagramação: Camila Alves de Cremo
Correção: Mariane Aparecida Freitas
Indexação: Amanda Kelly da Costa Veiga
Revisão: Os autores
Organizadores: Edwaldo Costa
Juliana da Costa Feliz

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

C741 Comunicação e cultura: processos contemporâneos 2 /
Organizadores Edwaldo Costa, Juliana da Costa Feliz. –
Ponta Grossa - PR: Atena, 2022.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-258-0305-0

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.050221207>

1. Comunicação e cultura. I. Costa, Edwaldo
(Organizador). II. Feliz, Juliana da Costa (Organizadora). III.
Título.

CDD 303.4833

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora

Ponta Grossa – Paraná – Brasil

Telefone: +55 (42) 3323-5493

www.atenaeditora.com.br

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

O e-book *Comunicação e Cultura: Processos contemporâneos 2*, intenta uma empreitada tanto ampla quanto profunda, a fim de compreender algumas das mudanças socioculturais que marcaram a passagem do século XX para o século XXI e que explicam a convergência entre fatos comunicacionais e culturais.

A extensão do desafio intelectual da empreitada fica evidente desde o e-book 1, justamente por conta da abrangência da abordagem. Os campos da Cultura e da Comunicação, notadamente amplos, são suficientemente próximos e convergentes; no entanto, também o são distintos e específicos. Ambos caminham em trilhas próximas, imiscuem-se, dialogam, trocam influências, delimitam procedimentos sociais, definem comportamentos individuais.

Para abarcar discussões de tamanha monta, esta obra digital lança um olhar multidisciplinar para a Comunicação e a Cultura, mais especificamente sobre os processos contemporâneos. Como pode-se observar, os 17 artigos refletem uma pluralidade de assuntos interligados ao tema, permitindo um intercâmbio de conhecimentos, uma vez que apropria-se de contexto que envolvem a memória da imprensa e a perspectiva hermenêutica; o habitar em contextos híbridos; as comunicações durante a pandemia; o potencial de experiência aurática em fotografias em preto e branco; o novo newsmaking; o ambiente organizacional; a contribuição das mídias na promoção de cidadania; o feminicídio; as pautas religiosas; a economia colaborativa; as atividades laborativas sustentáveis; a indústria 4.0; a comunicação pela arte; a indústria literária; a resiliência no documentário e a discussão emblemática de uniformes esportivos femininos na mídia.

Como toda obra coletiva, esta também precisa ser lida tendo-se em consideração a diversidade e a riqueza específica de cada contribuição. A partir desse material, esperamos que leitores e leitoras explorem as interconexões permitidas pelas Ciências da Comunicação, possam fazer reflexões e implicações de acordo com seus interesses de estudo, formação e prática, na esperança de produzir luzes para o mundo contemporâneo.

Por fim, espera-se que com a composição diversa de autores e autoras, questões, problemas, pontos de vista, perspectivas e olhares, ofereça uma contribuição plural e significativa para a comunidade científica e profissionais da área.

Edwaldo Costa
Juliana da Costa Feliz

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1..... 1

A MEMÓRIA HISTÓRICA DO IMPRESSO E A PERSPECTIVA HERMENÊUTICA

Juliana da Costa Feliz


Edwaldo Costa

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0502212071>

CAPÍTULO 2..... 21

HABITAR EM CONTEXTOS HÍBRIDOS: PRESENÇA SOCIAL, RIQUEZA MÉDIA, AUTO-APRESENTAÇÃO E AUTORREVELAÇÃO NO DIGITAL

Douglas Rossi Ramos

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0502212072>

CAPÍTULO 3..... 34


LAS COMUNICACIONES: UN RETO EDUCATIVO DURANTE LA PANDEMIA

Teresita de Jesús Marrugo-Puello

Jasleidy Ruiz-Herrera

Onasis Losada-Zamora

María Isabel Ramírez-Garzón

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0502212073>

CAPÍTULO 4..... 45

O POTENCIAL DE EXPERIÊNCIA AURÁTICA EM FOTOGRAFIAS EM PRETO E BRANCO

Marcia Boroski


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0502212074>

CAPÍTULO 5..... 60

O LEITOR MANDA NOTÍCIA (POR WHATSAPP): A INTERATIVIDADE NO NOVO NEWSMAKING DO DIÁRIO GAÚCHO

Beatriz Dornelles


Patrícia Specht

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0502212075>

CAPÍTULO 6..... 71

O CONTRIBUTO DOS MEDIA NA PROMOÇÃO DA CIDADANIA NA CIDADE NAMPULA

Anifo Inusso Moniz Martinho


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0502212076>







CAPÍTULO 7..... 82


PENALIZAÇÃO, PROTESTO E IMPOSIÇÃO: A DISCUSSÃO DE TRÊS CASOS EMBLEMÁTICOS DE UNIFORMES ESPORTIVOS FEMININOS E SUAS REPERCUSSÕES NA MÍDIA

Marcelo Ribeiro Tavares

Frederico Braida

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0502212077>


CAPÍTULO 8	97
FONTES UTILIZADAS EM MATÉRIAS SOBRE FEMINICÍDIOS - MARCADORES DO MACHISMO NO JORNAL A TRIBUNA/ES	
Jaciele Cristina Simoura Maria Emília Pelisson Manente	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.0502212078	
CAPÍTULO 9	110
COMUNICAÇÃO E IGREJA CATÓLICA: PROPOSTA DE CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE NO DESENVOLVIMENTO DE PAUTAS RELIGIOSAS	
Elisa Ferreira Roseira Leonardi	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.0502212079	
CAPÍTULO 10	136
REPRESENTATIVIDADE: REFLEXÃO SOBRE A INDÚSTRIA LITERÁRIA ATRAVÉS DO LIVRO-REPORTAGEM “NÃO. ELE NÃO ESTÁ”	
Cristiano Eduardo Faria Andreza Alves José Gabriel Andrade	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.05022120710	
CAPÍTULO 11	149
PERFORMANCE, MEMÓRIA E NARRATIVIDADE: AS CHAVES PARA A RESILIÊNCIA NO DOCUMENTÁRIO <i>KÁTIA</i>	
Jamilson José Alves-Silva	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.05022120711	
CAPÍTULO 12	168
INDÚSTRIA 4.0 E GESTÃO SUSTENTÁVEL PODEM COEXISTIR?	
Diego Ramalho Brasileiro Silva Milton Carlos Farina	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.05022120712	
CAPÍTULO 13	187
A REVITALIZAÇÃO DO CENTRO CULTURAL SESC GLÓRIA E O DESVELAMENTO DA CIDADE CRIATIVA _ A COMUNICAÇÃO PELA ARTE PARA EFETIVAÇÃO DE UMA DIALOGIA COM O ENTORNO	
Tatiana Gianordoli Teixeira Quadros Ivana Esteves Passos	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.05022120713	
CAPÍTULO 14	193
ECONOMIA COLABORATIVA: MODELO DE NEGÓCIOS COM ÊNFASE NA SUSTENTABILIDADE	
Diego Ramalho Brasileiro Silva Milton Carlos Farina	

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.05022120714>

CAPÍTULO 15.....214

ATIVIDADES LABORATIVAS SUSTENTÁVEIS NA COLÔNIA PENAL AGRÍCOLA DO SERTÃO: UMA ANÁLISE DE SUA EFICÁCIA NA EXECUÇÃO PENAL

Iranilton Trajano da Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.05022120715>

CAPÍTULO 16.....218


O MODELO PERMA COMO DIAGNÓSTICO DO AMBIENTE ORGANIZACIONAL E BEM-ESTAR DOS COLABORADORES

Antonio Aparecido de Carvalho

Marco Antonio Spada

Milton Carlos Farina

Leonardo Biche de Carvalho


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.05022120716>

CAPÍTULO 17.....224

VIVÊNCIAS DO SERINGUEIRO NA IMPRENSA AMAZONENSE: UM PANORAMA DAS REPRESENTAÇÕES (1890-1920)

Daniel Barros de Lima

Larissa Benevides da Costa Barros

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.05022120717>

SOBRE OS ORGANIZADORES237

ÍNDICE REMISSIVO.....238

CAPÍTULO 16

O MODELO PERMA COMO DIAGNÓSTICO DO AMBIENTE ORGANIZACIONAL E BEM-ESTAR DOS COLABORADORES

Data de aceite: 04/07/2022

Antonio Aparecido de Carvalho

<http://lattes.cnpq.br/3790964579387924>

Marco Antonio Spada

<http://lattes.cnpq.br/4885920385492997>

Milton Carlos Farina

<http://lattes.cnpq.br/2500123162632663>

Leonardo Biche de Carvalho

<http://lattes.cnpq.br/1400674826888420>

RESUMO: O bem-estar no ambiente organizacional afeta a qualidade de vida dos colaboradores e tem relação direta com a produtividade e no alcance dos objetivos traçados pelas empresas. Desta forma o presente artigo emprega os preceitos do modelo PERMA utilizado na Psicologia Positiva para mensurar a percepção dos colaboradores em relação ao ambiente interno das organizações. O modelo busca mensurar as emoções positivas, o engajamento, os relacionamentos, o significado e as realizações. Trata-se de uma pesquisa quantitativa descritiva, com questionário com perguntas na escala Likert de cinco pontos, os sujeitos da pesquisa são colaboradores de todos os ramos de atividade. Foram recepcionados 155 questionários, sendo possível identificar que a amostra pesquisada afirma que dos cinco aspectos mensuráveis do modelo PERMA, o relacionamento entre os pares é o que apresenta condições de melhoria, para propiciar maior engajamento e sentimentos positivos no ambiente

interno e consequente melhor qualidade de vida dos colaboradores.

PALAVRAS-CHAVE: Emoção Positiva. Engajamento. Relacionamentos. Significado.

ABSTRACT: The well-being in the organizational environment affects the quality of life of employees and is directly related to productivity and the achievement of goals set by companies. Thus, this article uses the precepts of the PERMA model used in Positive Psychology to measure the perception of employees in relation to the internal environment of organizations. The model seeks to measure positive emotions, engagement, relationships, meaning and accomplishments. This is a descriptive quantitative research, with a questionnaire with questions on the five-point Likert scale, the research subjects are collaborators from all branches of activity. A total of 155 questionnaires were received, and it was possible to identify that the surveyed sample states that of the five measurable aspects of the PERMA model, the relationship between peers is the one that presents conditions for improvement, to provide greater engagement and positive feelings in the internal environment and consequent better quality of work. employees' lives.

KEYWORDS: Positive Emotion. engagement. relationships. Meaning.

1 | INTRODUÇÃO

O bem-estar, segundo Price e Hooijberg (1992) pode afetar potencialmente colaboradores e organizações de diferentes maneiras.

Colaboradores que não sentem bem-estar nas organizações podem gerar produtividade menor, qualidade inferior na tomada de decisões, maior propensão ao absenteísmo e baixa ou nenhuma contribuição positiva para as organizações. Neste sentido, os indivíduos que alcançam bons padrões de bem-estar no ambiente de trabalho tendem a ser mais criativos, mais leais, mais produtivos e proporcionam melhores resultados, em relação àqueles que apresentam padrões mais baixos de bem-estar.

As diferentes características da vida profissional têm vários graus de influência sobre diferentes aspectos do bem-estar: senso de propósito, emoções positivas, motivação, moral, satisfação no trabalho e satisfação com a vida.

Roffey (2017), afirma que é possível adotar medidas para melhorar as relações no ambiente de trabalho com foco nos bons relacionamentos entre colaboradores e gestores, encorajando sentimentos positivos.

Seligman (2011), criador do conceito da Psicologia Positiva criou um modelo para mensurar a qualidade no ambiente organizacional e o bem-estar dos colaboradores, o modelo é composto por cinco aspectos mensuráveis: *Positive Emotion* (Emoção positiva), *Engagement* (Engajamento), *Relationships* (Relacionamentos), *Meaning* (Significado) e *Achievement* (Realização). O modelo é denominado PERMA, que traz à luz da discussão a polemica entre os conceitos de trabalho, seu preço e uma vida com significado, sendo que o preço está geralmente associado ao valor financeiro, à maneira de se manter dignamente, enquanto o significado está relacionado aos fatores psicossociais.

Com um progressivo aumento da valorização do bem-estar e com um certo entendimento de uma vida feliz, entende-se que o bem-estar subjetivo, a satisfação com a vida, otimismo, felicidade e outros construtos positivos estão associados a inúmeros resultados positivos, tanto no âmbito pessoal, quanto no profissional.

A presente pesquisa busca analisar a aplicação do modelo PERMA em colaboradores de ramos de atividades distintos, com o intuito de avaliar a percepção dos colaboradores acerca do ambiente de trabalho e bem-estar.

1.1 Pergunta Problema e Objetivos

O problema de pesquisa é: Como os colaboradores se sentem em relação ao bem-estar e ao ambiente organizacional segundo o modelo PERMA? O objetivo geral é analisar como os colaboradores se sentem em relação ao bem-estar e ao ambiente organizacional segundo o modelo PERMA.

1.2 Justificativa

Usando a estrutura PERMA, pretende-se demonstrar que uma avaliação multidimensional de colaboradores de organizações poderá fornecer informações mais específicas para construir uma imagem dos aspectos essenciais do bem-estar no local de trabalho.

2 | METODOLOGIA

A pesquisa qualitativa exploratória consistiu no levantamento de embasamento teórico para a elaboração do instrumento de pesquisa que foi aplicado aos colaboradores. Já a pesquisa quantitativa descritiva, fez uso de uma amostra não probabilística, a coleta de dados fez uso de um questionário eletrônico dividido em duas partes, a primeira com 8 questões para identificar o perfil dos respondentes, a segunda parte foi composta por 15 questões adaptadas do modelo PERMA de Seligman relativas à satisfação no ambiente de trabalho e bem-estar, as opções de cada questão foram do tipo escala Likert de cinco pontos (nunca, raramente, ocasionalmente, frequentemente e muito frequentemente).

Embasamento teórico:

Os cinco aspectos mensuráveis são: *Positive Emotion* (Emoção positiva), *Engagement* (Engajamento), *Relationships* (Relacionamentos), *Meaning* (Significado), *Achievement* (Realização).

P- Positive Emotion (Emoção positiva), bons sentimentos motivam ações, emoções positivas aumentam o desempenho no trabalho, aumentam a saúde física, fortalecem os relacionamentos, e criam otimismo e esperança para o futuro (KUN; BALOGH; KRASZ, 2016).

E- Engagement (Engajamento) refere-se ao apego, envolvimento, concentração, e o nível de inclinação para atividades como recreação, *hobbies* ou trabalho. Um conceito-chave é o fluxo, quando o tempo parece parar e a pessoa perde o senso de identidade e concentra-se intensamente no presente. Quando nos concentramos em fazer as coisas que realmente gostamos e nos importamos, podemos começar a nos envolver completamente com o momento presente (SELIGMAN, 2011).

R- Relationships (Relacionamentos), o ser humano tem uma forte necessidade interna de estar conectado, de amar, de manter contato físico e emocional com os outros. Nós melhoramos nosso bem-estar, construindo fortes redes de relacionamentos ao nosso redor com outras pessoas. Relacionamentos positivos como laços fortes com a família e amigos ou laços fracos com colegas, modificam o sentimento de pertencimento (SELIGMAN, 2011).

M- Meaning (Significado) que envolve o uso de pontos fortes para cumprir metas que são percebidas como importantes. Estamos no nosso melhor momento quando dedicamos tempo a algo maior, podendo ser trabalho voluntário, pertencer a uma comunidade ou grupo cívico ou religioso, ou aprender com um objetivo específico. Essas atividades têm um propósito, uma razão convincente pela qual os indivíduos fazem o que fazem (SELIGMAN, 2011).

A- Achievement (Realização), significa liderar um processo produtivo e significativo na vida. Este caminho é seguido pelo indivíduo, mesmo quando não traz nenhuma emoção positiva, nenhum significado e nada na forma de relacionamentos positivos (SELIGMAN,

2011).

Pesquisa Quantitativa

As questões do instrumento de pesquisa foram inseridas na ferramenta Google Forms com divulgação nas redes sociais. As questões são apresentadas na Análise e Discussão dos Resultados. Após a coleta, os dados foram exportados para a ferramenta SPSS-23, para o cálculo das Estatísticas de Frequência.

3 | RESULTADOS E DISCUSSÃO

Foram recepcionados 155 questionários, a Tabela 1 apresenta os maiores percentuais do Perfil dos Respondentes. Destaca-se o gênero feminino com 86%; faixa etária entre 22 e 25 anos (19,4%); em relação ao grau de instrução o destaque está para os com pós-graduação completa (43,9%); o ramo de serviços está com 60%; 65,8% não ocupam cargos de liderança; o tempo de atuação no mercado varia entre 6 e 15 anos e em relação à média 31% estão na faixa de até R\$2.200,00.

Gênero	N	%
Feminino	86	55,5
Faixa Etária		
De 22 a 25 anos	30	19,4
Grau de Instrução		
Pós-graduação completo	68	43,9
Estado civil		
Casado	78	50,3
Ramo de atividade		
Serviços	93	60,0
Cargo de Liderança		
Não	102	65,8
Tempo de atuação no mercado de trabalho		
Entre 6 e 10 anos e entre 11 e 15 anos	58	37,4
Renda		
Até R\$2.200,00	48	31,0

Tabela 1 – Perfil do Respondente

Fonte: Pesquisa de Campo, 2021.

A Tabela 2 apresenta os dados relativos ao modelo PERMA, cada questão apresenta o maior percentual dentre as cinco opções.

	Perguntas	Frequência	N	%
P	<i>Positive Emotion (Emoções positivas)</i>	Frequentemente		
1	No trabalho, com que frequência você se sente feliz?	Frequentemente	77	49,7
2	No trabalho, com que frequência você se sente motivado?	Frequentemente	65	41,9
3	No trabalho, até que ponto você se sente satisfeito?	Frequentemente	62	40,0
E	<i>Engagement (Engajamento)</i>	Frequentemente		
4	No trabalho, com que frequência você fica absorvido no que está fazendo?	Frequentemente	79	51,0
5	Até que ponto você se sente animado e interessado em seu trabalho?	Frequentemente	85	54,8
6	No trabalho, com que frequência você perde a noção do tempo enquanto faz algo de que gosta?	Frequentemente	60	38,7
R	<i>Relationships (Relacionamentos)</i>	Ocasionalmente		
7	Até que ponto você recebe ajuda e apoio de colegas de trabalho quando precisa?	Ocasionalmente	55	35,5
8	Até que ponto você se sente valorizado por seus colegas de trabalho?	Ocasionalmente	53	34,2
9	Quão satisfeito (a) você está com seus relacionamentos profissionais?	Frequentemente	73	47,1
M	<i>Meaning (Significado e propósito)</i>	Frequentemente		
10	Até que ponto o seu trabalho tem um propósito e significativo?	Frequentemente	62	40,0
11	Em geral, até que ponto você acha que o que você faz no trabalho é valioso e compensador?	Frequentemente	66	42,6
12	Em que medida você geralmente sente que tem um senso de direção em seu trabalho?	Frequentemente	55	35,5
A	<i>Achievement (Realização)</i>	Frequentemente		
13	Frequência que você sente estar progredindo no cumprimento de metas relacionadas ao trabalho?	Frequentemente	72	46,5
14	Com que frequência você atinge as metas de trabalho importantes que estabeleceu para si mesmo?	Frequentemente	94	60,6
15	Com que frequência você consegue lidar com suas responsabilidades relacionadas ao trabalho?	Frequentemente	96	61,9

Tabela 2 – Resultados

Fonte: Pesquisa de Campo, 2021.

Os resultados demonstram que dos cinco aspectos mensuráveis do modelo PERMA, o relacionamento é o que apresenta a frequência “ocasionalmente”, em duas das três perguntas que fazem parte do construto, fato que demonstra que as relações entre os colaboradores, principalmente no que diz respeito a ajuda quando necessário e a valorização pelos pares precisa ser melhorada. Desta forma as organizações poderão promover melhorias para propiciar condições mais favoráveis de relacionamento, já os demais aspectos “Emoções Positivas, Engajamento, Significado/Propósito e Realização” apresentaram o resultado “frequentemente”, fato que demonstra que o ambiente de trabalho

e o bem-estar estão presentes, segundo a percepção da amostra pesquisada.

4 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

As diferentes características da vida profissional têm vários graus de influência sobre diferentes aspectos do bem-estar: senso de propósito, emoções positivas, motivação, moral, satisfação no trabalho e satisfação com a vida. Percebe-se que é possível adotar medidas para melhorar as relações no ambiente de trabalho com foco nos bons relacionamentos fortalecendo sentimentos positivos. O modelo PERMAM aplicado aos colaboradores contribuiu para entender que o sentimento de bem-estar e qualidade do ambiente de trabalho estão presentes nas organizações, nas quais a amostra pesquisada exerce as atividades.

REFERÊNCIAS

KUN, A.; BALOGH, P.; KRASZ, K. G. Development of the Work-Related Well-Being Questionnaire Based on Seligman's PERMA Model. **Periodica Polytechnica Social and Management Sciences**, v. 25, n. 1, p. 45-63, 2016. Disponível em: <https://pp.bme.hu/so/article/view/9326/7217>. Acesso em 25 jul. 2021

PRICE, R. H.; HOOIJBERG, R. Organizational exit pressures and role stress: impact on mental health. **Journal of Organizational Behavior**, v. 13, n.7, p. 641-651, 1992. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/job.4030130702>. Acesso em 29 ago. 2021.

ROFFEY, S. **Learning healthy relationships**. In C. Proctor (Ed.), *Positive Psychology Interventions in Practice*, 2017, p. 163-181. Disponível em: https://doi.org/10.1007/978-3-319-51787-2_10. Acesso em 25 ago. 2021.

SELIGMAN, M. E. P. **Florescer**: uma nova compreensão da felicidade e do bem-estar. Rio de Janeiro. Objetiva. 2011.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Análise do discurso 1, 10, 14, 18, 19, 20, 150

Audiência 8, 61, 62, 63, 64, 66, 68

C

Campo comunicacional 19, 46

Ciências Sociais e Humanas 18

Comunicação 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 18, 19, 20, 27, 29, 32, 33, 45, 48, 50, 52, 58, 59, 60, 62, 68, 70, 71, 72, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 97, 98, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 121, 123, 124, 127, 128, 130, 131, 132, 133, 136, 138, 145, 148, 150, 155, 167, 174, 175, 176, 178, 179, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 196, 197, 198, 206, 209, 211, 224, 237

Contemporaneidade 7, 8, 9, 60, 81, 88

Cultura 7, 8, 13, 29, 46, 51, 58, 59, 61, 63, 68, 69, 70, 74, 78, 80, 90, 91, 96, 100, 101, 102, 106, 115, 117, 118, 134, 142, 144, 147, 148, 166, 172, 184, 185, 188, 190, 191, 192, 208, 229, 231

D

Dialógica 15, 17, 18, 189, 190, 192

Diálogo 16, 109, 112, 114, 116, 127, 128, 133, 156, 176, 187, 188, 189, 191, 196

Discurso 1, 2, 3, 4, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 18, 19, 20, 68, 73, 75, 104, 106, 107, 108, 113, 119, 134, 150, 156, 166, 226, 229, 231, 235

E

Esfera pública 9

Etnografia da comunicação 11

H

Hermenêutica 1, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20

História 1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 19, 20, 46, 55, 58, 60, 65, 81, 84, 85, 93, 94, 95, 100, 102, 103, 109, 114, 126, 127, 129, 131, 139, 144, 145, 147, 151, 152, 154, 156, 160, 161, 162, 163, 165, 166, 192, 224, 225, 226, 227, 228, 231, 232, 233, 234, 235, 237

I

Imaginário 5, 8, 9, 11, 85, 143, 159, 166, 191

Imaginário social 8

Impresso 1, 2, 3, 5, 6, 7, 20, 45, 62, 63, 64, 65, 72, 98, 115, 134

Informação 1, 2, 4, 5, 6, 8, 11, 13, 27, 28, 47, 60, 64, 68, 69, 70, 71, 72, 75, 76, 79, 80, 81, 99, 110, 111, 112, 119, 133, 138, 139, 172, 174, 175, 176, 184, 185, 191, 194, 196, 208, 237

J

Jornais 1, 6, 10, 19, 46, 61, 62, 69, 70, 72, 75, 77, 78, 80, 98, 108, 142, 226, 234

Jornal impresso 6, 45, 62, 63, 64, 65, 98

Jornalismo 1, 2, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 18, 19, 20, 45, 46, 63, 70, 72, 73, 97, 99, 102, 103, 109, 110, 112, 119, 121, 133, 134, 136, 138, 139, 148, 187, 237

L

Leitura analítica 10

M

Mediação 8, 21, 22, 32, 198

Memória 1, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 19, 20, 83, 149, 150, 151, 153, 158, 161, 162, 164, 165, 166, 167, 189

Memória coletiva 4, 5, 6, 8, 9, 19, 162, 165, 166

Mídia impressa 2

N

Narrativa 7, 19, 20, 55, 109, 138, 139, 150, 151, 152, 158, 160, 164, 167

Notícia 2, 5, 6, 8, 9, 10, 12, 13, 20, 60, 61, 63, 64, 67, 68, 69, 70, 87, 98, 103, 109, 110, 112, 119, 120, 121, 126, 129, 132, 133, 228, 230

Noticiabilidade 10, 12, 13, 110, 111, 112, 119, 120, 121, 126, 127, 128, 132, 133, 134

O

Organizações 8, 88, 105, 173, 177, 188, 189, 192, 193, 199, 200, 201, 218, 219, 222, 223

R

Realidade 2, 3, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 18, 49, 50, 57, 61, 66, 99, 103, 107, 138, 139, 142, 143, 147, 153, 191, 213, 226

Revistas 1, 44, 45, 46, 72, 133, 185

S

Signos 14, 19, 211

Símbolos 14, 18, 19, 49, 115

Sistema midiático 7

Sociedade 2, 3, 6, 7, 8, 9, 13, 16, 20, 29, 59, 60, 68, 69, 71, 72, 73, 74, 76, 77, 78, 83, 84, 86, 91, 93, 94, 98, 99, 100, 102, 106, 115, 116, 117, 119, 136, 147, 150, 151, 154, 160, 165, 168, 169, 171, 172, 173, 183, 187, 188, 189, 193, 194, 200, 201, 216, 226, 228, 229, 234,

T

Teoria da interpretação 14, 15, 20

Teoria do jornalismo 11, 13, 109

Texto 8, 10, 12, 15, 16, 17, 18, 19, 22, 23, 24, 25, 30, 45, 51, 64, 100, 101, 106, 108, 109, 124, 143, 146, 149, 151, 167, 233

Texto midiático 10

Transmissão 2, 3, 8, 28, 112

Traquina 7, 12, 13, 19, 20, 109, 120

V





Valores-notícia 13, 119, 120

Veiculação 50

Veículo de comunicação 13

W

Wolf 12, 13, 20, 61, 70, 109, 120

 www.atenaeditora.com.br
 contato@atenaeditora.com.br
 @atenaeditora
 www.facebook.com/atenaeditora.com.br

COMUNICAÇÃO E CULTURA:

processos
contemporâneos

2


Ano 2022

🌐 www.atenaeditora.com.br
✉ contato@atenaeditora.com.br
📷 @atenaeditora
📘 www.facebook.com/atenaeditora.com.br

COMUNICAÇÃO E CULTURA:

processos
contemporâneos

2

Atena
Editora
Ano 2022