

PLANO DE TRABALHO

FIELD PROJECT	ALMA FEMININA						
AUTORIA	VANESSA MOÇO E SARA FREITAS				DISCENTES Nº MÁX.	10	
SUPERVISÃO	VANESSA MOÇO				DISCENTES Nº MÍN.	6	
REQUISITOS	Aberto para todo o corpo discente						
PÚBLICO-ALVO	ALMAR						
CÓDIGO	GRDDIR003 / GRDDIR037 / GRDDIR039 / GRDDIR041	PERÍODO	2025.1	NATUREZA	PRÁTICA	CARGA HORÁRIA	60h

EMENTA	<p>Este projeto visa a interface entre diversas áreas executivas e do varejo carioca, incentivando o networking e a troca de conhecimento entre alunos participantes e um projeto já existente, realizado em formato de encontros empresariais intitulados <i>Alma Feminina</i>. A iniciativa é uma realização da empresa ALMAR – Alavanca das Marcas, e se dedica à facilitação de reuniões com o objetivo de promover oportunidades e convergências no desenvolvimento interempresarial feminino. O projeto conta com Vanessa Moço, sócia-fundadora da ALMAR, e Sara Freitas, profissional com ampla experiência em ciências políticas e recém-mestre pela Universidade de Oxford, reconhecida por suas publicações em temas sociais sensíveis.</p> <p>O projeto permeia a teoria central de Manuel Castells sobre o conceito de “sociedade em rede”, que defende que a revolução da tecnologia da informação transformou as estruturas sociais, econômicas e políticas, levando à formação de uma sociedade global interconectada por redes. O projeto consiste em trabalhar o conceito na prática amparando o desenvolvimento de uma rede de empresárias mulheres multisetorial e de alto impacto ao varejo local. Implica ainda a investigação de temas empresariais com a lente feminina e tendências de mercado relevantes aos negócios apresentados.</p> <p>Os encontros abordam temas técnicos e em áreas de soft skills, tendo a potência das mulheres no mercado de trabalho e do empreendedorismo como campo de observação. O grupo é composto por profissionais de diferentes áreas de negócios e formações, dentre elas: administradoras, arquitetas, psicólogas, gerentes corporativas, empreendedoras, advogadas, influenciadoras, consultoras, dentre outras... Vale ressaltar que será possível aos alunos terem acesso a matérias práticas de conceitos aplicados em Gestão Empresarial, Metodologia de Pesquisa Qualitativa Aplicada, Lei Geral de Proteção de Dados, Direito Empresarial, Branding e Marketing. Além disso, Estudos de Caso e Entrevistas serão utilizados na criação de narrativas que servirão como base para a elaboração de um livro, que será o principal produto do projeto.</p>
PROBLEMA	<p>A ALMAR – Alavanca Das Marcas é uma agência de marketing com 7 (sete) anos de atuação e tem uma ampla gama de clientes de diferentes portes, além de uma extensa rede de parceiros e consultores envolvidos direta ou indiretamente em seus projetos. Por ser uma empresa com o núcleo de gestão 100% feminino, mapeou dentre sua rede o interesse de mulheres em comporem um movimento para trocas de conhecimento e diálogos corporativos de uma forma inovadora. De fato, uma tendência forte no momento atual de iniciativas como esta associada ao empreendedorismo feminino. Segundo dados da pesquisa Monitor Global de Empreendedorismo 2023 (Global Entrepreneurship Monitor – GEM), em 2023, das 47,7 milhões de pessoas com intenção de empreender até 2026, 54,6% eram mulheres no Brasil. Ainda, o relatório técnico do Sebrae sobre Empreendedorismo Feminino, divulgado em março de 2024, revela que há cerca de 30 milhões de empreendedores no Brasil, sendo mais de 10 milhões de mulheres donas de negócios.</p> <p>Mapeamos o desejo latente dessas empresárias em se conectarem e compartilharem conhecimentos, tanto sobre o mundo dos negócios quanto sobre experiências pessoais que inspirem e impulsionem outras a desenvolver todo o seu potencial. O Alma Feminina surgiu em março de 2024 para suprir essa carência e se tornar um ponto de encontro para aquelas que buscam se conectar e criar novos projetos. O desejo é que este processo expanda e que, através deste edital, tenhamos um núcleo dedicado a documentar e aumentar o alcance de qualidade do projeto e destas mulheres através da riqueza dos encontros que têm sido realizados, e nos ajudar a propagar o movimento para outras regiões e fóruns. O livro terá como finalidade capturar a ALMA desse trabalho com o consentimento de alguns participantes do movimento coletando entrevistas e recortes desse processo, dentre iniciativas associadas. Vale ressaltar que ele que já possui uma cobertura fotográfica dos encontros realizados em 2024 por fotógrafos profissionais contratados pela empresa, assim como apresentações e estudos de caso bastante elaborados e até intervenções artísticas e experimentais como de artes plásticas desenvolvidas durante os encontros.</p> <p>O projeto segue uma metodologia de pesquisa aplicada, com quantitativo e qualitativo, além de referências da psicologia social que foi adaptada especificamente para esse processo. A ALMAR é uma empresa com ampla experiência na gestão de projetos de gestão de programas de relacionamento e comunidade com alto reconhecimento no varejo. Através do Alma Feminina, um produto e criação da própria empresa, a agência emprega seu conhecimento técnico em uma solução de finalidade social, abrindo seu espaço físico de escritório, recursos e horas da equipe para fomentar e hospedar encontros empresariais e fortalecer esse projeto de desenvolvimento social no campo empresarial.</p> <p>Para definir os caminhos dos encontros e formato de todo o processo, nossa pesquisa desenvolvida junto às participantes capturou algumas estatísticas bastantes relevantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entre os temas que mais encantam, temos: carreira (64,7%), responsabilidade socioambiental (52,9%), artes (47,1%) e marca pessoal (47,1%); • 76% das mulheres desejam que o Alma Feminina se mantenha no modelo de roda de conversa e 65% que mantenha o tom afetivo;

	<ul style="list-style-type: none"> 42% das mulheres gostariam de ser uma palestrante no Alma Feminina.
PRODUTO	Ao final do período estabelecido, o grupo de trabalho deverá apresentar um livro com perfil documental/jornalístico que contenha a curadoria de alguns temas trabalhados no processo das reuniões, negócios em destaque e impacto no varejo carioca, conceitos e referências bibliográficas que serão discutidas no embasamento destas reuniões e facilitações tanto no escritório da ALMAR como no campus da universidade, curadorias de imagens e entrevistas com mulheres membras do grupo.
OBJETIVO	Os encontros do Projeto Alma Feminina, além de proporcionarem valiosos insights aos participantes que verão desafios em prática do universo administrativo, burocrático, do campo de direito e varejo, absorverão estes ensinamentos e nos apoiarão em um processo de curadoria, criação e realização de um livro, sob orientação da ALMAR e validação do grupo diretivo. A obra será o resultado das ideias e experiências compartilhadas, perpetuando o conhecimento e transmitindo-o a outras interessadas. Nosso objetivo é documentar tanto a metodologia realizada pela ALMAR a projetos de comunidade, uma vez que, desde o princípio, 100% das envolvidas passam por um processo de pesquisa de base que direciona aos assuntos mais latentes e relevantes ao grupo, guiando, dessa forma, a temática de cada encontro, assim como os impactos, iniciativas e soluções criadas a partir desse processo de conexão e rede entre essas mulheres.
METODOLOGIA	<p>Etapa 1 - Imersão: Será realizada uma apresentação em escritório mostrando ao grupo um pouco do histórico do projeto. Eles poderão entender o DNA dos encontros já realizados com a documentação prévia. Um pouco do que o grupo encontrará:</p> <ul style="list-style-type: none"> Metodologia dos encontros: Baseado em vertentes da Psicologia Social, o Alma Feminina tem seus encontros baseados em três grandes pilares: corpo, mente e espírito. Tudo isso através de um lugar seguro e empático para se expressar (corpo), cheio de muita troca de conhecimento (mente), buscando sempre enaltecer e iluminar a essência do que é invisível aos olhos: a alma (espírito); Pesquisa aplicada: Para mapear os assuntos e perspectiva relevante para a problematização apresentada, convidamos cerca de 50 mulheres executivas à responderem uma pesquisa sobre mundo dos negócios, seus assuntos de interesse e formato desejado. Assim, o Projeto conta com uma pesquisa digital, onde as mulheres nos informam sobre os seus interesses, assuntos relevantes e seus desejos em relação ao grupo – por exemplo, se gostariam de participar conduzindo um encontro. Dessa forma, formamos nossa própria rede de influência; Processo diferenciado: A partir dos assuntos mais desejados, juntamos dois eixos para cada encontro: aquilo que é a Alma de nosso encontro e sua Alavanca de Negócios, conduzimos as conversas com o DNA do Alma Feminina em um formato experiencial único. As convidadas serão escolhidas de acordo com o tema do encontro e se tornam facilitadoras do processo por meio de suas falas e apresentações. Cobertura: Cada encontro entrega alguns produtos como output: imagens dos registros do encontro que poderão ser utilizados no livro, slides das apresentações, aspas das falas das participantes e os produtos direto que são serviços, negócios desempenhados por essas próprias empreendedoras. <p>Etapa 2 - Desenvolvimento: Serão estabelecidos as datas e agendas dos próximos encontros com a participação do grupo e escolha dos temas e protagonistas dos encontros. O grupo trabalhará no apoio à viabilização destes encontros, pontes com parceiros institucionais e comerciais que possam fortalecer a iniciativa e documentar os processos antes, durante e depois.</p> <p>Serão realizadas reuniões de pauta para discussão dos conceitos técnicos que estejam sendo empregados a cada encontro, bibliografias, estudos de caso e referências que possam apoiar as iniciativas que se originem nesse processo. Com este, os negócios de destaque e as mulheres que se diferenciarem no grupo serão convidadas para entrevistas individuais sobre o seu próprio processo para estabelecer novos perfis e recortes a serem inseridos no livro.</p> <p>A curadoria de imagens e articulação com as participantes dos encontros para o uso destas também será uma responsabilidade do grupo.</p> <p>Etapa 3- Conclusão: O livro será onde cada uma dessas mulheres poderá contar o impacto de todo o processo na sua perspectiva. Desenvolveremos o livro com um branding específico, belo e elegante com a potência que essas empreendedoras merecem. A rede será o elemento chave desse processo. Aumentaremos o alcance e significado dessa iniciativa, abrindo, através desse trabalho, um novo canal de visibilidade para esses negócios, assim como inspiração e registro de um movimento muito relevante durante seu desenvolvimento feito totalmente por esforço e empenho dessa conexão. Ainda, apoiando um próximo passo da iniciativa que é se fortalecer e se tornar efetivamente um clube de negócios com finalidade específica.</p> <p>Etapa 4- Apresentação: O livro será lançado em conjunto com o grupo de trabalho. Registros, recortes e fotos poderão ser expostos na universidade e em outros pontos que tenham sinergia com o propósito do projeto. Poderemos realizar pequenos Talks com os alunos e convidados das instituições para compartilhar um pouco da experiência e fomentar que mais iniciativas como essa ocorram, assim como outros projetos que possam aproximar esse canal empresarial à universidade que, de fato, é uma das missões desempenhadas pela FGV Direito Rio.</p>
HABILIDADE	Interpretar/aplicar as normas (princípios e regras) do sistema jurídico nacional, observando a experiência estrangeira comparada, quando couber, articulando o conhecimento teórico com a resolução de problemas.

Exigência MEC RESOLUÇÃO nº 5, 18 de dezembro de 2018		Demonstrar competência na leitura, compreensão e elaboração de textos, atos e documentos jurídicos, de caráter negocial, processual ou normativo, bem como a devida utilização das normas técnico-jurídicas.
		Demonstrar capacidade para comunicar-se com precisão.
		Dominar instrumentos da metodologia jurídica, sendo capaz de compreender e aplicar conceitos, estruturas e racionalidades fundamentais ao exercício do Direito.
	X	Adquirir capacidade para desenvolver técnicas de raciocínio e de argumentação jurídicas com objetivo de propor soluções e decidir questões no âmbito do Direito.
	X	Desenvolver a cultura do diálogo e o uso de meios consensuais de solução de conflitos.
		Compreender a hermenêutica e os métodos interpretativos, com a necessária capacidade de pesquisa e de utilização da legislação, da jurisprudência, da doutrina e de outras fontes do Direito.
	X	Ter competências para atuar em diferentes instâncias extrajudiciais, administrativas ou judiciais, com a devida utilização de processos, atos e procedimentos.
		Utilizar corretamente a terminologia e as categorias jurídicas.
	X	Aceitar a diversidade e o pluralismo cultural.
	X	Compreender o impacto da inteligência artificial e das novas tecnologias na área jurídica.
		Possuir o domínio de tecnologias e métodos para permanente compreensão e aplicação do Direito.
	X	Desenvolver a capacidade de trabalhar em grupos formados por profissionais do Direito ou de caráter interdisciplinar.
		Aprender conceitos deontológico-profissionais e desenvolver perspectivas transversais sobre direitos humanos.
		Outras:
PROGRAMA GERAL (cronograma dos encontros semanais presenciais (em média 15))		
ATIVIDADE	TEMA	
1	Conexão (Alma) e Networking (Alavanca de Negócios) Tema: O que te mobiliza e o que deseja para seu futuro profissional? Facilitação com referências de pesquisas bibliográficas, livros e vídeos sobre a vida profissional, seus pensamentos e conhecimentos.	
2	Criatividade (Alma) e Tecnologia (Alavanca de Negócios) Tema: Quais são os impactos da Inteligência Artificial na criatividade? A IA não é disruptiva – ela não rompe com o existente. Participação de especialista no assunto para falar sobre o uso da Inteligência Artificial.	
3	Feminino (Alma) e Empreendedorismo (Alavanca de Negócios) Tema: Como se preparar para empreender: um olhar sobre direito empresarial. No 3º trimestre de 2022, o Brasil tinha 10,3 milhões de mulheres donas de negócios, segundo estudo feito pelo Sebrae a partir de dados do IBGE. Nossa convidada irá contar sobre os desafios e dará orientações jurídicas para mulheres empreendedoras.	
4	Gerações (Alma) e Mercado de Trabalho (Alavanca de Negócios) Tema: Construa espaços de trabalhos propícios para convivência intergeracional. Conversa sobre como proporcionar aos colaboradores um ambiente de trabalho inclusivo e acolhedor. Abordaremos sobre o respeito as diferenças etárias, o etarismo existente em nossa sociedade e como promover a colaboração entre todas as idades.	
5	Valores (Alma) e Posicionamento de Marca (Alavanca de Negócios) Tema: Valores e ética no combate à deep fake. Discussão sobre o que é a Deep Fake no mundo do varejo, como ela tem impactado na sociedade e a necessidade de legislação específica.	
6	Protagonismo (Alma) e Mercado de trabalho (Alavanca de Negócios) Tema: Novos modelos de trabalho: Open Talent. De acordo com a Future Market Insights, o mercado de Talent as a Service deve atingir US\$ 1,1 bilhão (R\$ 5,7 bilhões) até 2032, crescendo 11,7% ao ano. No encontro, discutiremos sobre o que é Open Talent e como esse novo modelo pode impactar a nossa cultura empresarial e o protagonismo feminino.	
7	Proteção (Alma) e Marca Pessoal (Alavanca de Negócios) Tema: O que toda mulher precisa saber sobre direito digital e marca pessoal. Debate sobre a Lei de Proteção de Dados (LGPD) e caminhos para as mulheres se protegerem em ambientes digitais.	
8	União (Alma) e Inovação (Alavanca de Negócios) Tema: Inovação não é responsabilidade de uma área ou especialista. Reflexão sobre como transformar o assunto da Inovação em cultura empresarial. Afinal, construir junto é sair do processo de nos apaixonar e desapaixonar numa mesma velocidade. Isso humaniza e aproxima.	
9	Protagonismo (Alma) e Carreira (Alavanca de Negócios) Tema: O protagonismo feminino nas diferentes profissões. Discussão sobre o papel da mulher no sistema jurídico e empresarial refletindo sobre seus desafios e avanços na representatividade das mulheres no direito.	
10	Pessoas (Alma) e Dados (Alavanca de Negócios) Tema: Seja obcecada por pessoas e viciada em dados! Conversa sobre como os dados são importantes para o seu negócio e cases de sucesso do tema apresentado por profissional convidada.	
11	Autenticidade (Alma) e Liderança (Alavanca de Negócios) Tema: O que chamamos de minoria é realmente minoria? Repensando conceitos. Discussão para olhar para a pluralidade e entrada dos novos grupos sociais à nossa rede.	
12	Feminino (Alma) e Liderança (Alavanca de Negócios) Tema: Liderança feminina no mundo dos negócios. Discussão sobre cases, marcas e iniciativas que promovam a inclusão de mulheres em cargos de liderança.	
13	Feminino (Alma) e Mercado de trabalho (Alavanca de Negócios) Tema: Insights valiosos que surgiram nas atividades 1 a 6.	
14	Feminino (Alma) e Mercado de trabalho (Alavanca de Negócios) Tema: Insights valiosos que surgiram nas atividades 7 a 12.	

15	Feminino (Alma) e Mercado de trabalho (Alavanca de Negócios) Tema: Encontro de divulgação do livro com todos que fizeram parte desse ecossistema.
CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO	Tipos de avaliação e respectivas pontuações ou pesos: entrega de tarefas, trabalhos, participação etc. sem correspondência com pontuações ou notas, podendo a distribuição ser feita por meio de percentuais. Conceitos: A (ótimo); B (bom); C (suficiente) e D (insuficiente).
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	CASTELLS, Manuel. <i>A sociedade em rede</i> . 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002. (A Era da Informação: economia, sociedade e cultura; v. 1). ESTÉS, Clarissa Pinkola. <i>A ciranda das mulheres sábias: Ser jovem enquanto velha, velha enquanto jovem</i> . Rio de Janeiro: Rocco, 2007. FIORELLI, José Osmir; FIORELLI, Maria Rosa; MALHADAS JUNIOR, Marcos Julio Olivé. <i>Psicologia aplicada ao direito</i> . São Paulo: LTr Editora, 2015.
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	PERLS, Frederick S. <i>A Abordagem Gestáltica e Testemunha Ocular da Terapia</i> . 2. ed. São Paulo: LTC, 1978. ESTÉS, Clarissa Pinkola. <i>Mulheres que correm com os lobos: Mitos e histórias do arquétipo da Mulher Selvagem</i> . Trad. Waldéa Barcellos. 1. ed. Rio de Janeiro: Rocco, 2018. GRANT, Adam. <i>Originais: Como os inconformistas mudam o mundo</i> . Trad. Sérgio Rodrigues. Rio de Janeiro: Sextante, 2017. ROBBINS, Stephen P. <i>Comportamento organizacional</i> . 11. ed. São Paulo: Pearson, 2006. TALEB, Nassim Nicholas. <i>Antifrágil: Coisas que se beneficiam com o caos</i> . Nova ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2020.