DOI: 10.53660/CONJ-1638-2E64

Gestão do conhecimento e contribuições para o desenvolvimento sustentável: uma análise em uma instituição do terceiro setor

Knowledge management and contributions to sustainable development: an analysis in a third sector institution

Mateus Tafuri Sousa Paniago [1]*, Fabrícia Gladys Rossato[1], Mara Rúbia da Silva Miranda[2]

RESUMO

O atual ambiente organizacional intensifica a importância em adquirir e gerenciar o conhecimento humano e o aprendizado interativo contínuo. O crescimento da valorização do conhecimento pode ser considerado inevitável, uma vez que o fluxo de investimentos em pessoas e a utilização plena da inteligência dos participantes das organizações dissemina-se pelo mundo e converge para uma economia baseada no conhecimento. Paralelo a isso, tem-se o apelo global do desenvolvimento sustentável que envolve também acabar com a probreza mundial. Nessa perspectiva, este trabalho teve como objetivo realizar uma análise da gestão do conhecimentoem uma instituição do terceiro setor. Para o levantamento das informações, foram realizadas visitas técnicas, aplicadas entrevistas não estruturadas com o fundador da organização e colaboradores. Foram analisados os programas e serviços oferecidos à comunidade, formasde captação de renda, a estruturação organizacional, o envolvimento dos líderes e diretores, autonomia na resolução de problemas e cultura da gestão do conhecimento. A partir dosdados coletados, identificou-se os aspectos e as aplicações da gestão do conhecimento dentro da organização. Acredita-se que o trabalho possa servir de sugestão para que outras organizações elaborem seu próprio modelo de avaliação da gestão do conhecimento e contribuam para atender objetivos do desenvovimento sustentável.

Palavras-chave: Gestão do Conhecimento; Terceiro Setor; Desenvolvimento Sustentável.

ABSTRACT

The current organizational environment intensifies the importance of acquiring and managing human knowledge and continuous continuous learning. The growth in the value of knowledge can be attributed to organizations, as the flow of intelligence from investments in people and the full use of intelligence around the world converge towards a knowledge-based economy. Parallel to this, there is the global appeal of sustainable development, which also involves ending world poverty. In this perspective, this work aimed to carry out an analysis of knowledge management in a third sector institution. For the collection of information, technical visits were carried out, the interviews carried out were not structured with the founder of the organization and collaborators. Programs and program leaders and income capture community leaders, organizational structure, involvement of forms and directors, autonomy in problem solving and knowledge management culture were elaborated. From the data and knowledge within the aspects of knowledge management. It is believed that the work may serve as a suggestion for other organizations to develop their own knowledge management assessment model and contribute to meeting the objectives of sustainable development.

Keywords: knowledge management; third sector; sustainable development.

[1] Universidade Federal de Mato Grosso do Sul.
[2] Universidade Federal de Uberlândia.
*E-mail: mara_miranda@ufu.br

INTRODUÇÃO

Para manter-se competitivo na era digital e acompanhar os avanços da globalização é necessário que as organizações busquem gerenciar o conhecimento de forma eficaz e com o aprendizado focado em melhoria contínua (MOTTA; PEREIRA, 1983). A sociedade contemporânea ressalta a importância das organizações em acompanhar as rápidas mudanças promovidas pelos anseios e metas ambiciosas dos homens (GOLÇALVES, 1987). Este pensamento traz a premissa de que uma pessoa não pode atingir suas metas individualmente. Por esse motivo, surgem as organizações que atuam na vida em sociedade.

As organizações caracterizam-se como elementos relevantes para o desenvolvimento socioeconômico de uma nação, ao proporcionarem a realização dos objetivos da coletividade.Ter um propósito definido para as organizações, centraliza a atenção no que é relevante e desenvolve as suas habilidades para atingir seus objetivos. Nesse conceito de organização enquadram-se as organizações do primeiro, segundo e terceiro setor. Motta e Pereira (1983) mencionam que as organizações são divididas em três setores: o primeiro sendo o Estado (público), o segundo o mercado (privado) e o terceiro setor é formado por um conjunto de organizações e iniciativas privadas que visam a produção de bens e serviços públicos. Neste último, enquadram-se as organizações prestadoras de serviços, sejam elas com ou sem fins lucrativos (JEREMIAS; BAUREN, 2000).

Para viabilizar o desenvolvimento de habilidades das pessoas que fazem parte de sua estrutura, as corporações necessitam ter seus objetivos estabelecidos e estratégias para alcançá-los. Através dessa finalidade, nasce a gestão do conhecimento (TERRA, 2000).

Além do exposto acima sobre a gestão do conhecimento, é importante também destacar que uma organização que colabora para a redução das desigualdades, erradicação da pobreza, trabalho decente e crescimento econômico, também está colaborando para atingir concomitantemente vários Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS). “A expressão desenvolvimento sustentável surgiu como novo conceito, pautado em uma concepção que busca compatibilizar o desenvolvimento com a economia, envolvendo variáveis de ordem econômica, social e ambiental [...]” . (CORREIA E DIAS, 2016, p.64).

Assim, propor estratégias para a gestão do conhecimento auxilia no desenvolvimento sustentável do país. Nessa perspectiva, o objetivo deste trabalho é realizar uma análise da gestão do conhecimento em uma instituição do terceiro setor.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

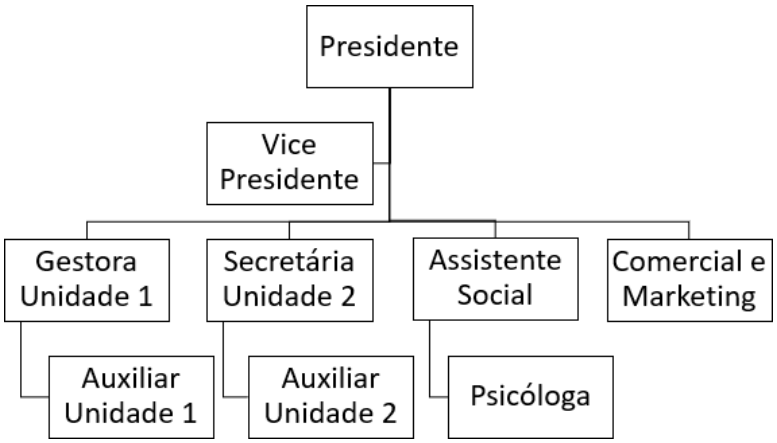
As técnicas empregadas para obtenção dos dados foram qualitativas e caracteriza-se pelo estudo exploratório de abordagem lógico dedutiva. (TRUJILLO FERRARI, 1982). Na coleta dedados foram utilizados recursos de dados secundários do site da instituição, entrevistas não-estruturadas com membros da organização, acesso a documentos internos do instituto e visita técnica de um dos autores no local onde as atividades são desenvolvidas.

Para os estudos teóricos foram utilizadas referências bibliográficas e o estudo de caso se deu em uma única organização, escolhida intencionalmente por causa da acessibilidade aos dados,levando em consideração que um dos autores exerce função dentro da instituição. Quanto ao conteúdo, este foi organizado com fundamentação teórica, seguido da identificação dos aspectos da gestão do conhecimento da organização e, por fim, resultados e conclusões da pesquisa.

Caracterização da Organização de Estudo

O Instituto objeto de estudo é uma organização sem fins lucrativos que visa a inclusão e atendimento de população vulnerável, como moradores em situação de rua, asilos, orfanatos, comunidades carentes e clínicas de reabilitação. A principal atividade do projeto destina-se à doação de alimentos, roupas e atividades inclusivas como cursinho pré-vestibular, assistência social e incentivo ao empreendedorismo aos beneficiados pela instituição. O instituto surgiu em 2013, após uma ação promovida por alunos de uma escola privada em um asilo da capital do Mato Grosso do Sul. Atualmente, o instituto conta com uma estrutura horizontal que contacom presidente, vice-presidente e 7 colaboradores, conforme Figura 1.

Figura 1 - Organograma da Instituição



Fonte: Autores, 2022.

RESULTADOS

Análise do posicionamento estratégico

A Missão, visão e valores tem como definição estabelecer a identidade e o propósito de uma organização (KROGH; ICHIJO; NONAKA, 2001). Sem eles, todo o planejamentoestratégico pode não dar certo, afinal é necessário entender tudo sobre a empresa para guiaras decisões e conseguir atingir os resultados previstos. A intenção é traduzida pela pretensão de se atingir as metas organizacionais. Ela é muito importante à medida que, em última análise, os esforços de uma organização devem estar alinhados à sua missão e à sua visão (Chiavenato, 2008). É ela que direciona a espiral do conhecimento, bem como fornece os critérios que balizam a avaliação do valor da informação e do conhecimento para a organização (TARAPANOFF, 2001).

Sabendo da grande importância da definição de missão, visão e valores para que as diretrizes possam ser transmitidas em sentimentos e ações, a instituição de estudo definiu seu planejamento estratégico conforme mostra a Tabela 1. Observa-se que a missão da instituição atende os objetivos 1 e 10, Erradicação da Pobreza e Redução das Desigualdades, descritos nos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável estipulados pelas Organizações das Nações Unidas (ONU) na Agenda 2030.

A gestão do conhecimento utiliza o conhecimento que uma organização detém para potencializar seus resultados em diversas áreas, do serviço prestado à comunicação corporativa (DAVENPORT; PRUSAK, 1998). Tudo isso a partir da identificação, renovação,criação e distribuição de todo o conhecimento estratégico do negócio. O “Ba” na gestão do conhecimento é um conceito que trata dos espaços nos quais o

capital intelectual de uma organização pode ser desenvolvido com melhor aproveitamento, segundo os japoneses KitatoNishida, Nonaka e Konno.

Tabela 1: Missão, visão e valores.

MISSÃO	VISÃO	VALORES
Amparar o maior número de pessoas que se encontram em situação de vulnerabilidade.	Ser referência entre as Instituições sul-mato-grossenses que desenvolvem e disseminam práticas que contribuem com o aspecto ético e social.	Solidariedade; Fraternidade, Esperança, Transparência, Colaboração, Parceria e Respeito.

Fonte: Autores, 2022.

Portanto, o "Ba" na gestão do conhecimento representa o contexto em que a criação, a transmissão e o uso do conhecimento de uma organização têm as características ideais para que seja potencializado (NONAKA; TAKEUCHI, 2008). Esse contexto pode tratar de umespaço físico, virtual, mental ou, ainda, a união dos três. Analisando este contexto na instituição objeto de estudo, podemos afirmar que o conhecimento de "Ba" está presente no cotidiano da organização. Os atendimentos diários necessitam de uma constante mudança no processo no que tange às necessidades específicas dos beneficiários, que muda conforme a realidade de cada um.

Logo, a comunicação entre os colaboradores envolvidos no processo (assistente social, psicóloga, secretária e diretores) torna-se imprescindível para a qualidade do atendimento.

Também é possível notar o conhecimento de "Ba" aplicado em cada ação realizada pelaorganização, uma vez que todos que participam das ações estão na mesma vibração no sentido energético e mental, contudo, existem gestores de cada setor que externalizam o sentimento em ações para que o evento possa ser realizado. Para cada ação, existe um planejamento, execução pré-ação, reunião de alinhamento no dia entre voluntários, execução da ação dividida entre setores, organização pós-ação e por fim, uma reunião de feedback, na qual cada um pode externalizar pontos positivos e negativos da ação, para que assim cada evento possa ser melhor que o anterior.

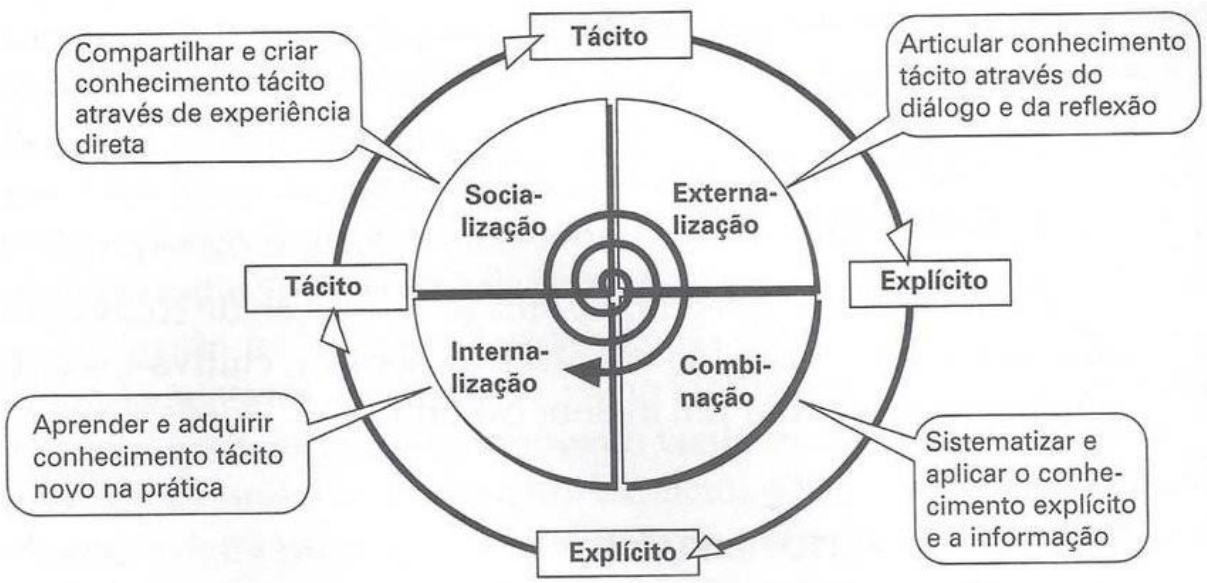
A gestão do conhecimento nas organizações se viabiliza com base em informações. Nonaka eTakeuchi (1997) afirmam que a informação proporciona novo

ponto de vista para a interpretação de eventos ou objetos, o que torna visíveis significados antes invisíveis. Assim, a informação como meio ou material para extrair e construir o conhecimento, adicionando algo ou o reestruturando, constitui um fluxo de mensagens. Desse modo, o conhecimento, como um conjunto de valores, informações de contexto, criatividade no trabalho e experiências acumuladas pelas pessoas, é criado por esse fluxo de informações, ancorado nas crenças e compromissos de seu detentor (TEIXEIRA FILHO, 2000) . Está essencialmente relacionado à ação humana, ou seja, é sempre conhecimento com algum fim. Ressalta-se que tanto o conhecimento como a informação, são específicos ao contexto e relacionais, na medida em que dependem da situação, sendo criados de forma dinâmica na interação social entre as pessoas.

Todos os serviços oferecidos pela instituição objeto de estudo e das estratégias de arrecadação de fundos passam por diversas etapas na gestão do conhecimento, isso porque todo o trabalho executado precisa de uma equipe engajada em prol da causa, logo, torna-se deextrema importância uma boa gestão do conhecimento ao longo das quatro principais etapas, como mostra o Modelo SECI que pressupõe uma espiral contínua de aprendizado, com interação entre o conhecimento tácito (interno) e o conhecimento explícito (externo). O processo é contínuo e ininterrupto, como mostra a Figura 2.

A gestão do conhecimento preconiza as sucessivas passagens do conhecimento tácito para explícito, e vice-versa, à medida que busca transformar o conhecimento individual em recursos disponíveis às outras pessoas, por meio da conversão do conhecimento tácito em palavras ou números possíveis de serem compreendidos. Assim, durante esse período de conversões, tem-se a disseminação e criação do conhecimento organizacional (NONAKA; TAKEUSHI, 1997).

Figura 2: Modelo SECI



Fonte: Nonaka e Takeuchi, 2008.

Principais atividades realizadas pela organização

A fim de entender as atividades realizadas dentro da organização e para melhor compreender como é aplicado a gestão do conhecimento entre os diretores, colaboradores e voluntários, foi realizado um levantamento dos principais serviços realizados em prol da comunidade. O resultado está descrito na Tabela 2. Ao observar a Tabela 2, conclui-se que a instituição colabora com os Objetivos 1, 2, 3, 4, 10, que correspondem respectivamente em Erradicação da Pobreza, Fome zero e Agricultura Sustentável, Saúde e Bem-Estar, Educação de Qualidade, Redução das Desigualdades.

Tabela 2 - Descrição das principais atividades realizadas no Instituto.

Principais atividades realizadas		
Atividades	**Principal objetivo**	**Responsável**
Cursinho Pré-Vestibular	Visa ao pleno desenvolvimento do adolescente,seu preparo para o exercício da cidadania e sua qualificação para o trabalho. E incentivar os beneficiados a transformar a vida de outros cidadãos de forma coletiva.	Coordenador

Programa de cultura aos adolescentes beneficiados	Garantir meios de conhecimento e o exercício do pensamento, que são valores essenciais para o desenvolvimento da sociedade. Assim, a cultura é importante na formação pessoal, moral e intelectual do indivíduo e no desenvolvimento dasua capacidade de relacionar-se com o próximo.	Diretor-Presidente
Programa de Assistência Social	Garantir a proteção social aos cidadãos, apoio a indivíduos, famílias e à comunidade no enfrentamento de suas dificuldades, por meio deserviços, benefícios, programas e projetos.	Assistente Social
Acompanhamento Psicológico	Acompanhamento psicológico ajuda no autoconhecimento mais profundo com o seu jeitode ser, de viver e de conviver. Questões que influenciam diretamente a saúde emocional dos ser humano.	Psicóloga
Aulas de Violão	As aulas de música contribuem para o desenvolvimento da personalidade, encontrandoum equilíbrio entre o lado intelectual e o lado emocional.	Professor de Música
Orientação Jurídica	Constituir um reforço à cidadania, principalmente para o contingente carente da população através da consultoria para situações de vida que precisam da intervenção da Justiça.	Advogado
Horta Orgânica	A horta e a agricultura orgânica nos ajudam a teruma visão de sustentabilidade ambiental, privilegiando a conservação do meio ambiente etambém auxiliando na melhoria da qualidade devida.	Estagiário
Ações Mensais	As ações destinam-se a doação de alimentos e roupas e ao ensino sobre amor, esperança e caridade às camadas sociais menos favorecidas, tudo realizado com um “toque” de muita alegria edinâmicas protagonizadas pelos voluntários .	Diretor-Presidente

Fonte: Autores, 2022.

Análise de mercado

Formar uma organização que seja atenta e voltada para o mercado (CLARKE, 2001; KOTLER, 2000; SAMARA; BARROS, 2007; SCHEWE, 2000), que saiba coletar informações e agir de forma pró ativa e criativa, torna-se então um dos principais desafios de qualquer empresa que queira manter se no mercado, aí entra a importância da Pesquisa de Mercado, definida por Haguee Jackson (1997) como

“coleta, análise e interpretação sistemáticas de informações relevantes para decisões de marketing.”

O estudo de concorrentes foi realizado em 4 organizações sem fins lucrativos da Cidade de Campo Grande com o foco no atendimento a crianças e adolescentes, sendo elas: Os critérios analisados foram público alvo, principais serviços, ano de fundação do CNPJ, diferenciais, fraquezas, principais fontes de renda e a presença digital da organização. O resultado está na Tabela 3.

Tabela 3: Estudo de Mercado

Análise de Mercado de Instituições Sem Fins Lucrativos de Campo Grande					
Organização Analisada	**Organização Estudada**	**Organização 1**	**Organização 2**	**Organização 3**	**Organização 4**
Público alvo	Adolescentes de 15 a 19 anos e pessoas em situação de vulnerabilidade	Crianças e Adolescentes da Periferia de Campo Grande	Crianças e Adolescentes de 0 a 19 anos com câncer de todo o MS	Crianças e Adolescentes da Periferia de Campo Grande	Inclusão social de crianças, adolescentes, adultos e idosos.
Principais Serviços	- Cursinho Pré-Vestibular - Assistência social - Ações mensais - Atendimento psicológico	- Aulas de canto - Família protegida - Feira solidária - Intervenções culturais	- Hospedagem -Acompanhamento escolar - Atendimento psicológico - Refeições - Transporte ao hospital	- Reforço escolar - Atividades extracurriculares - Aulas de música - Intervenções culturais	- Pesquisa e ensino - Arte e cultura - Assistência social - Saúde
Fundação (CNPJ)	09/2020	11/2010	03/1998	04/2001	04/2001
Diferenciais	- Realização de grandes eventos - Cursinho pré vestibular - Grande número de voluntários	- Projetos bem definidos - Voz da periferia	- Hospedagem - Acompanhamento ao tratamento contra o câncer	- Atendimento extracurricular para crianças e adolescentes	- Apoio a pesquisa e ensino
Fraquezas	- Depender de sua própria renda - Diretoria inativa	- Poucos voluntários	- Bazar e produtos caros	- Marketing das atvidades realizadas	- Marketing das atvidades realizadas
Principais fontes de renda	- Bazar dos Causadores - Sócios Causadores - Campanhas em cada ação	- Itaú Social - Instituto Unibanco - Funesp	- Empresas - Pessoas físicas	- Parceria pública: Secretaria Municipal de Assistência Social (SAS)	- UNIDERP
Presença digital					

Seguidores Instagram	**8.690**	**7.196**	**10.500**	**3.104**	**1.283**
Site	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Facebook	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Instagram	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Youtube	Sim	Não	Sim	Sim	Sim
Anúncios no Google	Não	Sim	Não	Não	Não

Fonte: Autores, 2022.

Após análise do ambiente externo à instituição de estudo, nota-se que existem pontos de melhoria, principalmente relacionados à definição de serviços e fontes de captação de renda, no que tange a gestão do conhecimento, pode-se analisar os critérios de contratação da organização. Em relação aos colaboradores, a instituição remunera aqueles que lhe prestam serviços específicos, respeitando os valores praticados pelo mercado na região onde exerce suas atividades. O Instituto alvo de estudo é uma organização que contrata jovens com pouca experiência de mercado, mas que sejam engajados e zelem pelo crescimento da organização. Logo, a instituição que proporciona o desenvolvimento intelectual e pessoal para os colaboradores. O trabalho é coletivo, contudo existem as funções, responsabilidades e descrições de cargo bem definidas entre todos os prestadores de serviço.

CONCLUSÃO

A gestão do conhecimento está vinculada à administração, utilização, criação e disseminação da informação para atingir os objetivos da organização, isto é, está imbricada nos processos de aprendizagem organizacional. Dessa forma, a essência da gestão do conhecimento se encontra em torno das sucessivas transposições de conhecimentos tácitos a uma forma explícita, o que, via de regra, depende exclusivamente do interesse das pessoas que os detém, e se prontificaram a repassar esse conhecimento às demais pessoas. Têm-se como conceitualmente aceito, que o conhecimento humano tornou-se um recurso econômico proeminente e estratégico na era da informação, dado a agregação de valor às empresas.

Em uma organização filantrópica os indicadores avaliam as ações implementadas pela gestão quanto à capacitação das pessoas e à adequação do ambiente

físico que melhor dão suporte aoatendimento social aos beneficiários. A partir da proposta de avaliação da gestão do conhecimento elaborada, acredita - se ser possível acompanhar o capital humano, o capital estrutural e o capital de atendidos, sob a ótica do crescimento e renovação, eficiência e estabilidade. Embora a proposta não contempla todos os indicadores possíveis para se avaliar os ativos intangíveis de uma entidade filantrópica, apresenta sugestões, a partir das quais podem-se criar indicadores de acordo com as necessidades e possibilidades de acompanhamento e comparações ao longo do tempo em cada organização do terceiro setor.

Acredita-se que à medida que as pessoas interagem em seus ambientes, elas absorvem informações, as transformam em conhecimento e agem com base nessa combinação de conhecimentos, experiências, valores e regras internas, buscando identificar as informações como instrumento decisivo para alavancar o sucesso organizacional e criar diferenciais competitivos que sustentem sua permanência no mercado. Com o monitoramento das ações e estratégias, podem-se agregar maior valor à estrutura interna da organização do terceiro setor,consequentemente, aos atendidos, uma vez que cada vez mais surge a necessidade de fornecermeios para combater a desigualdade social.

Além disso, empresas ou instituições que inserem este tipo de estratégia no seu ambiente organizacional conseguem contribuir para alcançar os objetivos do desenvolvimento sustentável, que é um apelo global à ação para acabar com a pobreza, proteger o meio ambiente e o clima e garantir que as pessoas, em todos os lugares, possam desfrutar de paz e de prosperidade, conforme a ONU menciona.

REFERÊNCIAS

BOLLIGER, HARTMANN, *et al.*, 2012. Gestão do conhecimento em uma empresa.

CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de Pessoas: O novo papel dos recursos humanos nasorganizações. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008

COMO ELABORAR UM PLANO DE NEGÓCIOS. Disponível em <sebrae https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RN/Anexos/gestao-e-comercializac ao-como-elaborar-um-plano-de-negocios.pdf>

CORREIA, M. L. A.; DIAS, E. R. Desenvolvimento sustentável, crescimento econômico e o princípio da solidariedade intergeracional na perspectiva da justiça ambiental . Planeta Amazônia: Revista

Internacional de Direito Ambiental e Políticas Públicas. Macapá, n. 8, p. 63-80, 2016.

Disponível em:

<https://periodicos.unifap.br/index.php/planeta/article/download/2412/maryn8.pdf>.

Acesso em 15 fevereiro 2022

DAVENPORT, T. H., PRUSAK, L. Conhecimento empresarial: como as organizações gerenciam o seu capital intelectual. São Paulo: Campus, 1998.

GONÇALVES, E. L. Administração de recursos humanos nas instituições de saúde. SãoPaulo: Pioneira, 1987.

JEREMIAS, C.; BEUREN, I. M. Contabilização dos recursos econômico-financeiros em entidades sem fins lucrativos não governamentais. In: CONGRESSO DE BRASILEIRO DECUSTOS, XVI., 2000, Goiânia. Anais... Goiânia: ABC, 2000. 1 CD-ROM.

LIDERANÇA democrática: o que é, o que faz um líder democrático. São Paulo, 10 fev. 2021. Disponível em: https://www.agendor.com.br/blog/lideranca-democratica/. Acesso em: 20 jun. 2022.

MOTTA, Fernando C. Prestes; PEREIRA, Luiz C. Bresser. Introdução à organização burocrática. 3 ed. São Paulo: Brasiliense, 1983. p. 9.

NONAKA, I; TAKEUCHI, H. The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation. Oxford University Press. Nova Iorque, 1995.

NONAKA, I.; TAKEUCHI, H. Criação de conhecimento na empresa: como as empresas japonesas geram a dinâmica da inovação. 6. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1997

NONAKA, I. TAKEUCHI, H. Gestão do Conhecimento. Tradução de Ana Thorell. Porto Alegre: Bookman, 2008. 920p

PORTER, M. Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior. Tradução de Elizabeth Maria de Pinho Braga. Rio de Janeiro: Campus, 1992. 512p.

TARAPANOFF, K. (Org.) Inteligência organizacional e competitiva. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

TEIXEIRA FILHO, J. Gerenciando conhecimento: como a empresa pode usar a memória organizacional e a inteligência competitiva no desenvolvimento de negócios. Rio de Janeiro:Ed. SENAC, 2000.

TERRA, José Cláudio Cyrineu. Gestão do conhecimento: o grande desafio empresarial: umaabordagem baseada no aprendizado e na criatividade. São Paulo: Negócio Ed., 2000.

TRUJILLO FERRARI, Alfonso. Metodologia da pesquisa científica. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1982.

VON KROGH, G., ICHIJO, K., NONAKA, I. Facilitando a criação do conhecimento: reinventando a empresa com o poder de inovação contínua. Rio de janeiro: Campus, 2001.

Recebido em: 10/08/2022

Aprovado em: 12/09/2022

Publicado em: 21/09/2022