

**Viva
a nossa
gente**

Pesquisa de opinião Viva Rio

2021



Sumário

1. Apresentação	3	7. Capítulo 3	32
2. Objetivos da pesquisa	5	Sobre o mundo exterior	
3. Metodologia de pesquisa	7	8. Capítulo 4	44
4. Equipe técnica	9	Ferramentas de interação e redes sociais	
5. Capítulo 1	11	9. Capítulo 5	50
Quem somos?		Os impactos da pandemia de COVID-19	
6. Capítulo 2	21	10. Conclusão	57
Como vemos o Viva Rio?		11. Referências	61

Viva
a nossa
gente

1. Apresentação

Quem somos? Para onde vamos?

O Viva Rio foi fundado em 1993 e desde então tem como missão promover a cultura de paz e viabilizar a inclusão social. Hoje, a organização conta com milhares de profissionais que atuam nas áreas da saúde, do desenvolvimento social, do meio ambiente e da segurança humana, sobretudo nas comunidades mais vulneráveis.

Em 2021, o Viva Rio realizou uma pesquisa de opinião com o intuito de melhor conhecer os seus profissionais, suas visões sobre a organização e as instituições que os cercam, os usos que fazem das ferramentas de interação e das

redes sociais e os impactos da COVID-19 na vida de cada um. Além de permitir compreender melhor o perfil e as opiniões dos seus colaboradores, a pesquisa auxiliará o Viva Rio a apoiar medidas que promovam a diversidade, a maior integração do ambiente de trabalho e uma reflexão sobre a sua missão, o presente e o futuro.

Os resultados da pesquisa estão divididos em cinco capítulos.

2. Objetivos da pesquisa

- Conhecer o perfil dos profissionais do Viva Rio e as suas percepções sobre a instituição.
- Compreender as opiniões destes profissionais sobre temas relevantes para a organização, como a credibilidade em certas instituições da sociedade, o uso de ferramentas de interação e das redes sociais e os impactos da pandemia de COVID 19.
- Apoiar medidas que promovam a diversidade e uma maior integração do ambiente de trabalho.
- Auxiliar o Viva Rio em um processo de reflexão sobre a organização, a sua missão e a atuação dos seus profissionais.

**Viva
a nossa
gente**

3. Metodologia de pesquisa

- 784 profissionais do Viva Rio com vínculo ativo participaram da pesquisa.
- A pesquisa foi realizada entre os dias 27/09/2021 e 27/10/2021 através de questionário eletrônico disponibilizado por e-mail e respondido pelos profissionais da organização de forma voluntária.
- Os participantes responderam a 28 itens no questionário que abordou os temas propostos.
- A pesquisa foi elaborada e conduzida por uma equipe técnica formada por profissionais do Viva Rio de diversos setores da organização.
- Pelo fato do engajamento na pesquisa ter sido voluntário, os resultados devem ser considerados como informativos e não de caráter definitivo.

8. Cargo / Função

Predominância da saúde

A grande maioria dos cargos ou funções que o profissional ocupa na estrutura do Vivário são de profissionais de saúde, o que apenas confirma a predominância do programa de saúde entre ações da organização. Entre os demais cargos destacamos os auxiliares (25) e os analistas (52).



4. Equipe técnica

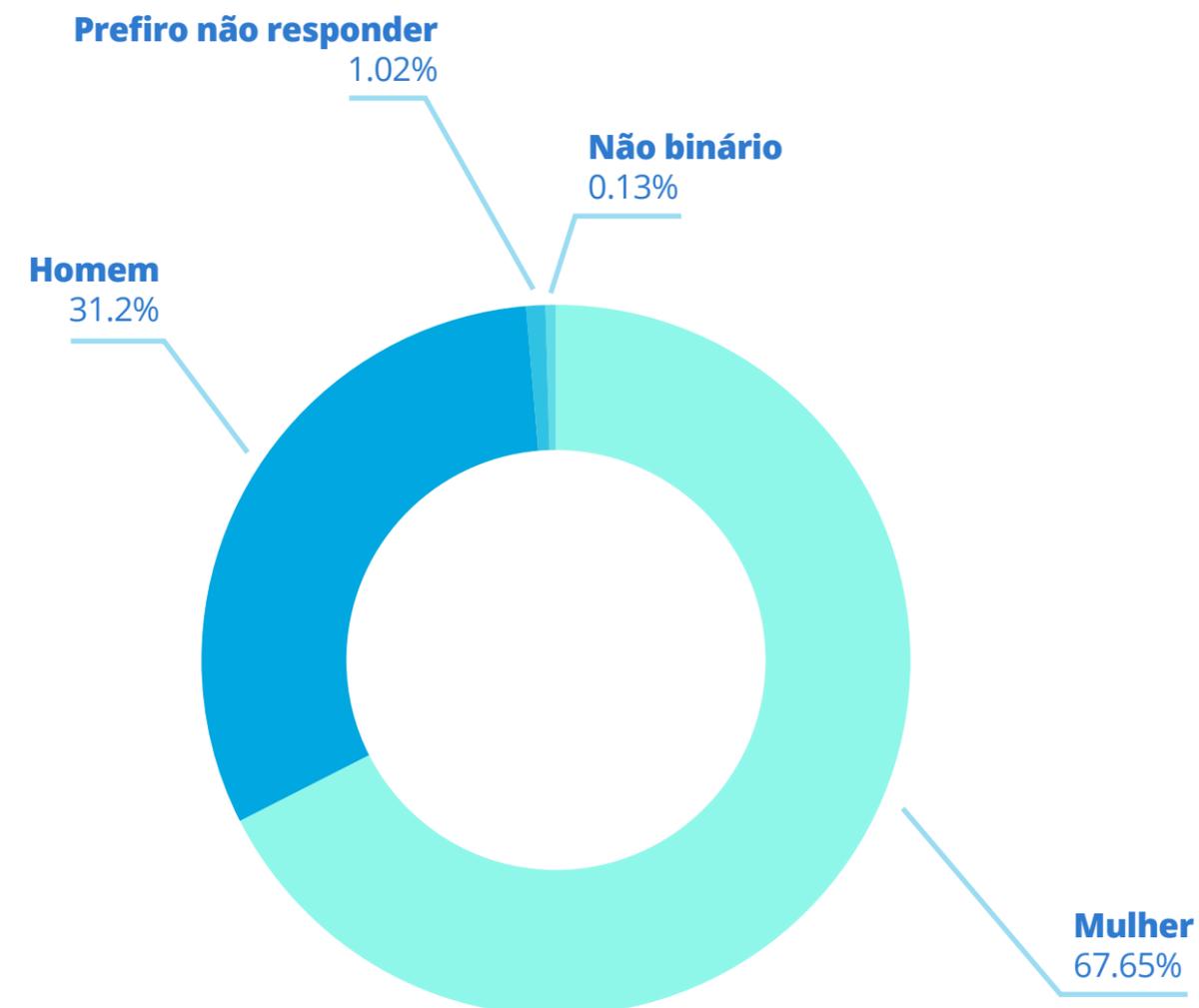
- **Rubem César Fernandes**
Superintendente Estratégico
- **Carlos Roberto Fernandes**
Escritório de Projetos
- **Daniel Fraga**
Gerente de Informação em Saúde
- **Bruna Drumond Silveira**
Analista de Informação
- **Erika de Almeida Silva**
Coordenação de Comunicação Estratégica
- **João Marcelo Oliveira**
Coordenação de Projetos Especiais
- **Pedro Braum Azevedo da Silveira**
Pesquisador
- **Renata Paschoal**
Pesquisadora
- **Denise Scofano**
Pesquisadora

5. Capítulo 1 Quem somos?

1. Sexo

Mulheres são destaque no Viva Rio

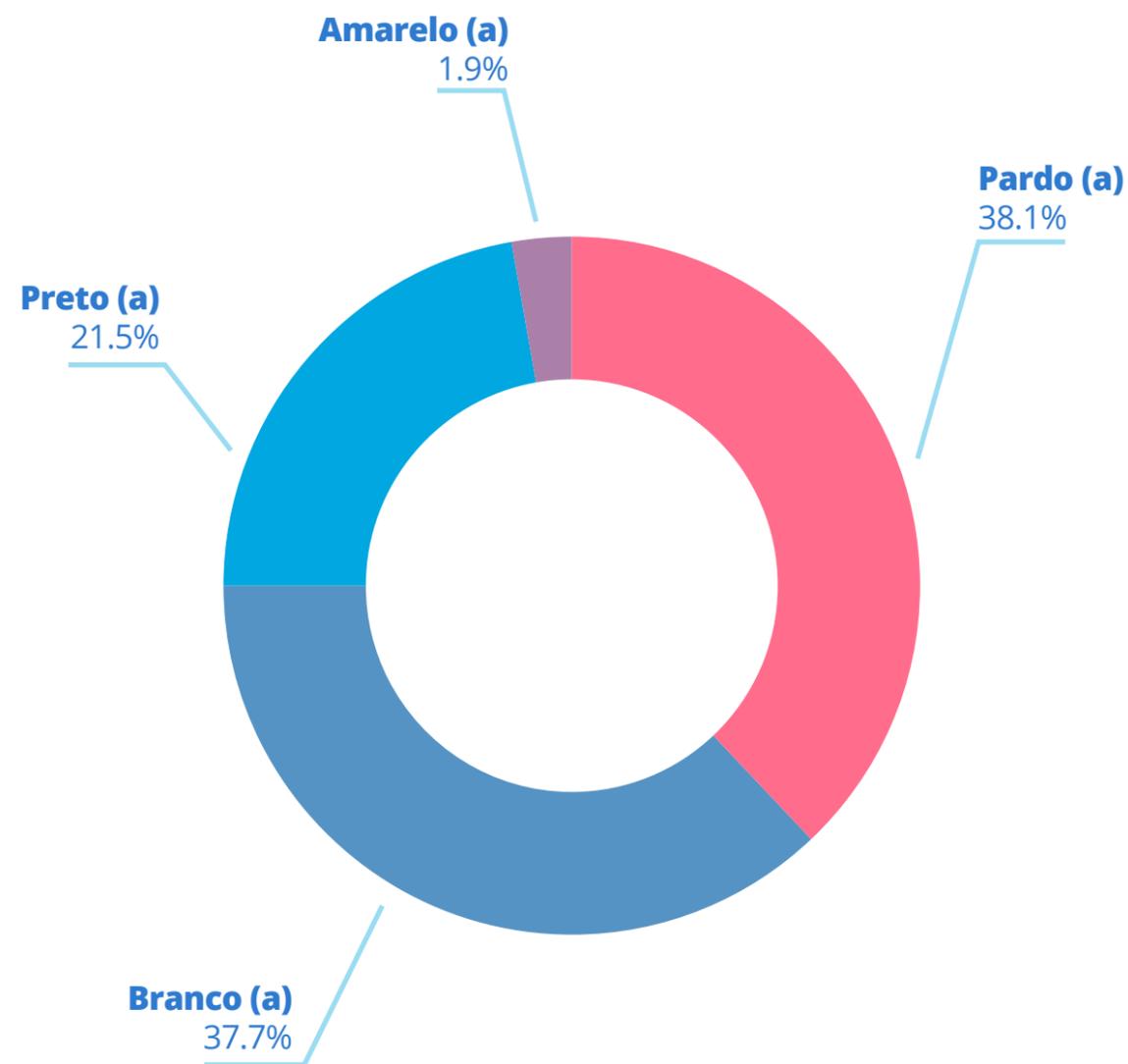
A ampla maioria dos profissionais que participaram da pesquisa são mulheres (67.65%), o que demonstra a importância da presença feminina no Viva Rio. Essa situação espelha a preponderância delas como trabalhadoras da área da saúde no Brasil, que segundo o Conselho Nacional das Secretarias Municipais de Saúde (CONASEMS), atinge 65% da força de trabalho desse setor.



2. Raça / Cor

Pretos e pardos são maioria relevante na organização

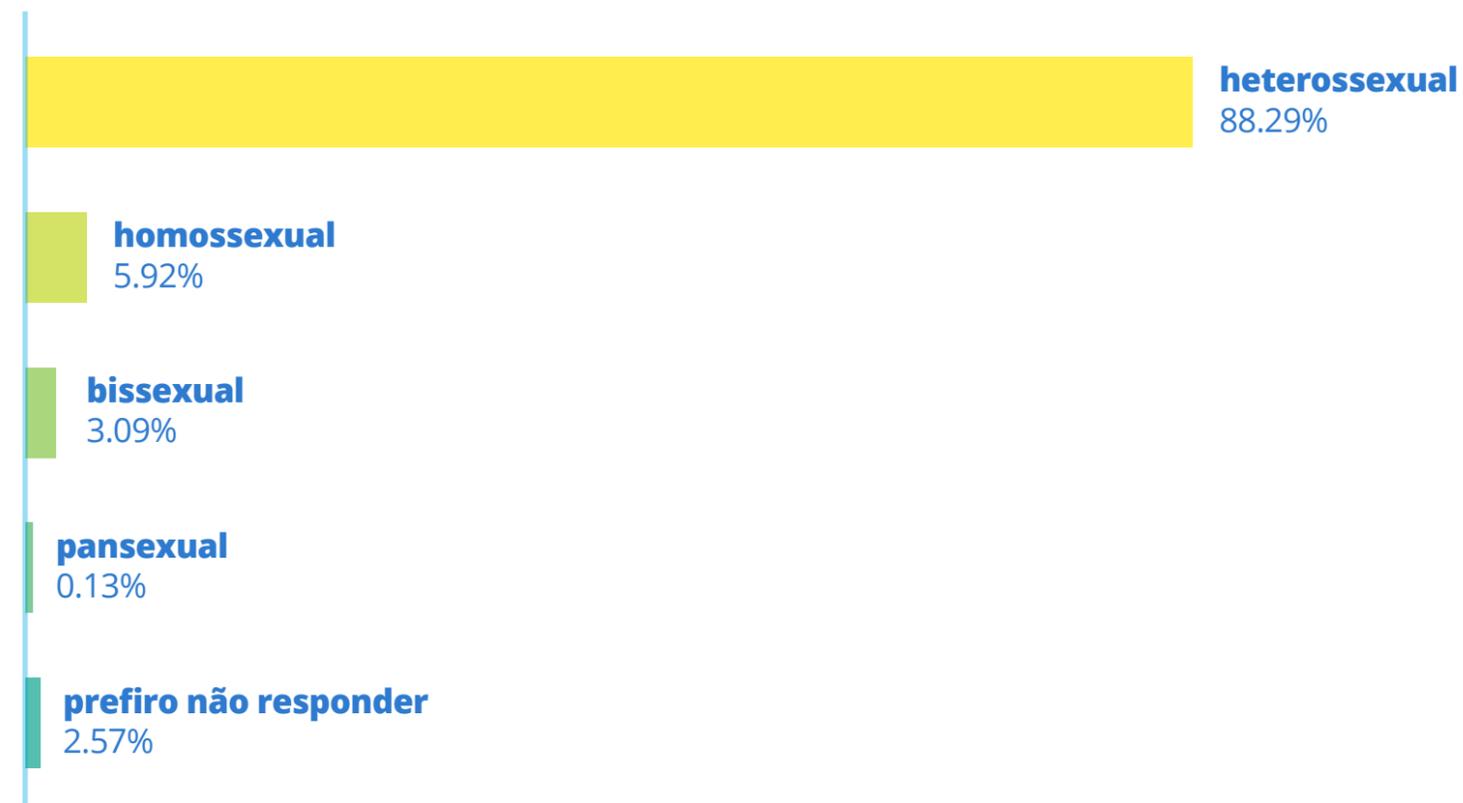
No que se refere a raça e cor, 38.1% dos participantes da pesquisa se declaram pardos, 37.7% brancos, 21.5% pretos, 1.9% amarelos e 0.6% indígenas. Ou seja, perto de 60% dos profissionais do Viva Rio apresentam-se como preto ou pardo. Os brancos formam minoria relevante, com mais de um terço do total. Há ainda aqueles de origem asiática e indígena, revelando um perfil diverso dos quadros da organização. Já os dados censitários para a população do estado do Rio de Janeiro apresentam 40.8% como pardos, 45.2% como brancos, 13.4% como pretos e 0.6% como amarelos ou indígenas (IBGE, 2019). Ao se contrastar os dados verifica-se um número consideravelmente maior de pessoas que se declaram pretas entre os profissionais do Viva Rio do que aquelas do estado do Rio de Janeiro, o que ratifica o perfil diverso da instituição.



3. Orientação sexual

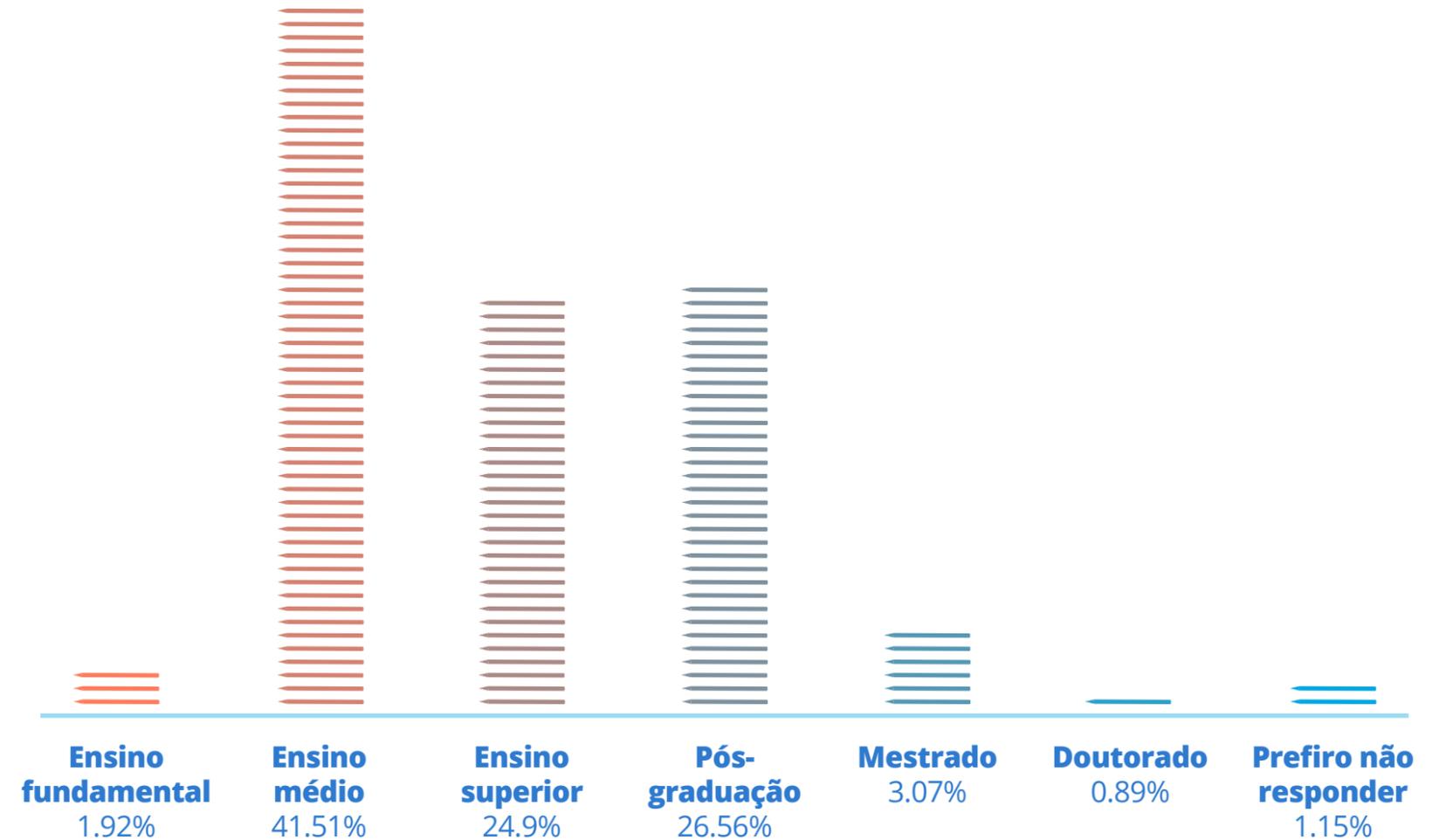
Somos diversos

Quando perguntados sobre sua orientação sexual, 88.29% dos participantes se declaram heterossexuais, 5.92% homossexuais, 3.09% bissexuais e 0.13% pansexuais, uma vez mais mostrando uma organização diversa. O tema da sexualidade se coloca para o Viva Rio desde a sua fundação ainda nos idos dos anos 90.



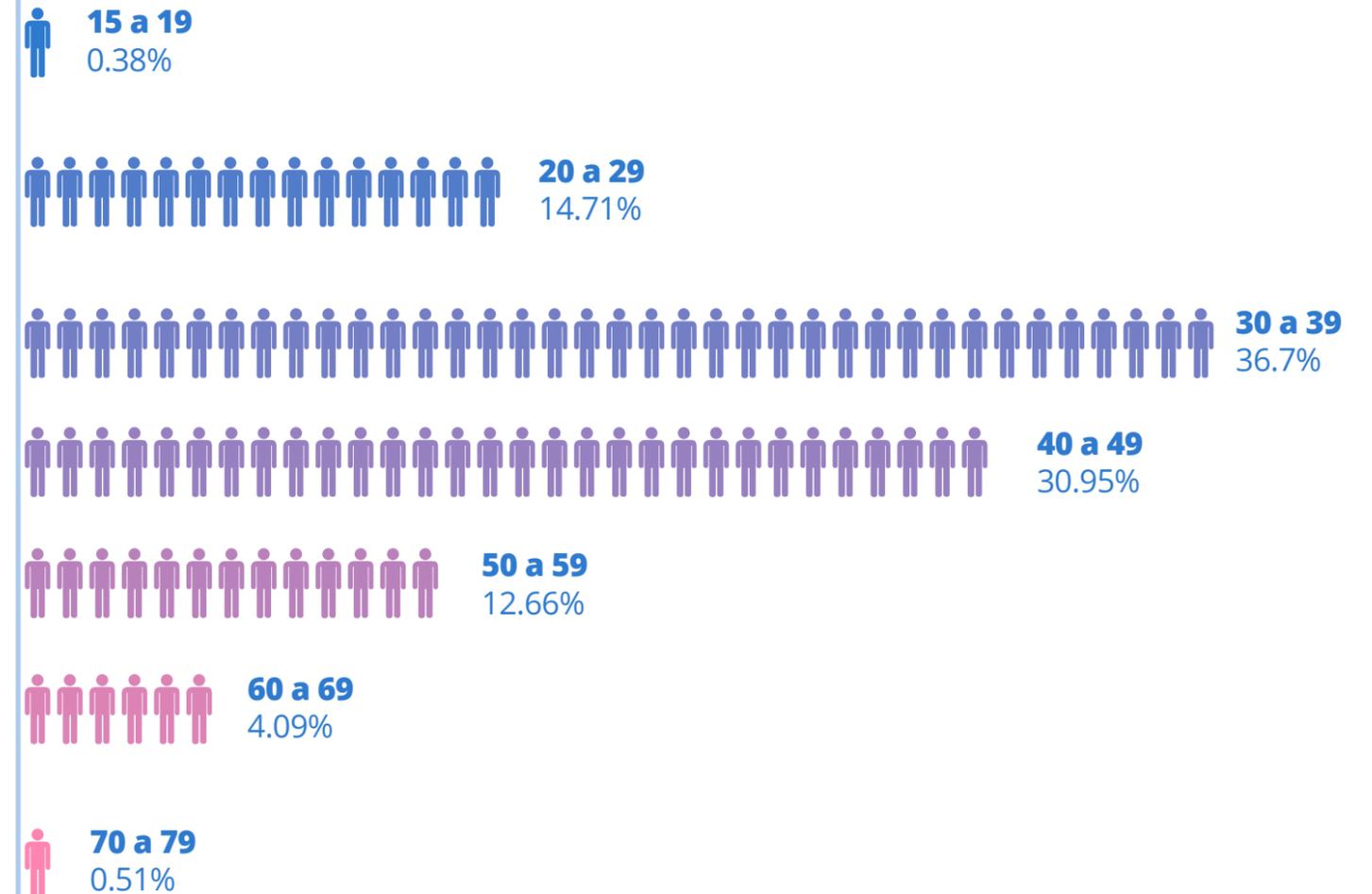
4. Escolaridade

Já os dados sobre escolaridade revelam uma organização com um perfil educacional elevado, com 41.51% dos profissionais com o ensino médio, 26.56% com algum tipo de pós-graduação (considerando também mestrado e doutorado) e 24.9% com ensino superior. Já aqueles com o ensino fundamental completo são apenas 1.92% dos profissionais da organização.



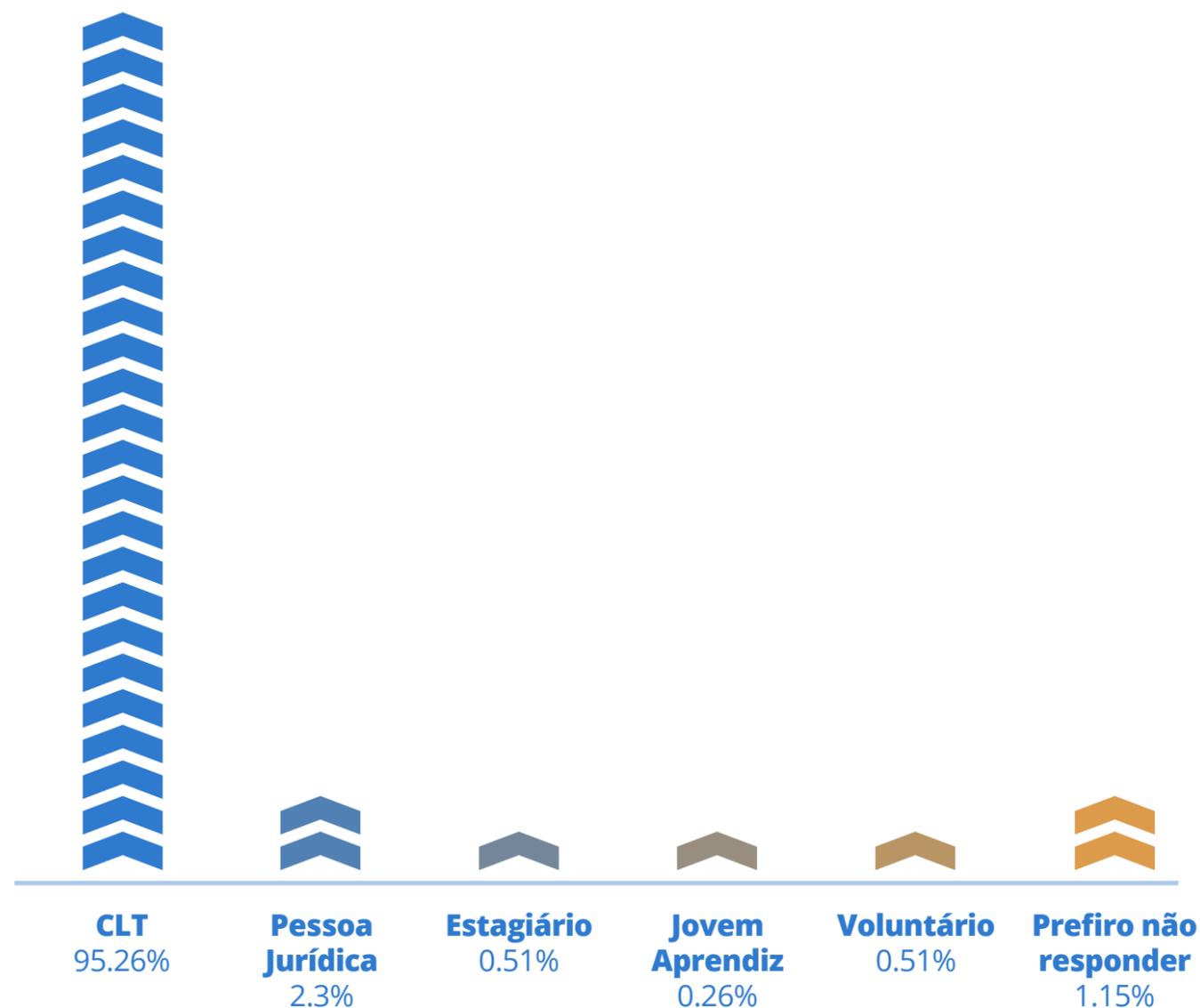
5. Faixa Etária

No que se refere à faixa etária, os dados mostram uma organização formada predominantemente por jovens adultos, que correspondem a mais da metade (51.41%) dos seus profissionais. O segundo grupo que se destaca é o dos profissionais entre 40 e 49, que totaliza 30.95% dos respondentes.



6. Vinculação

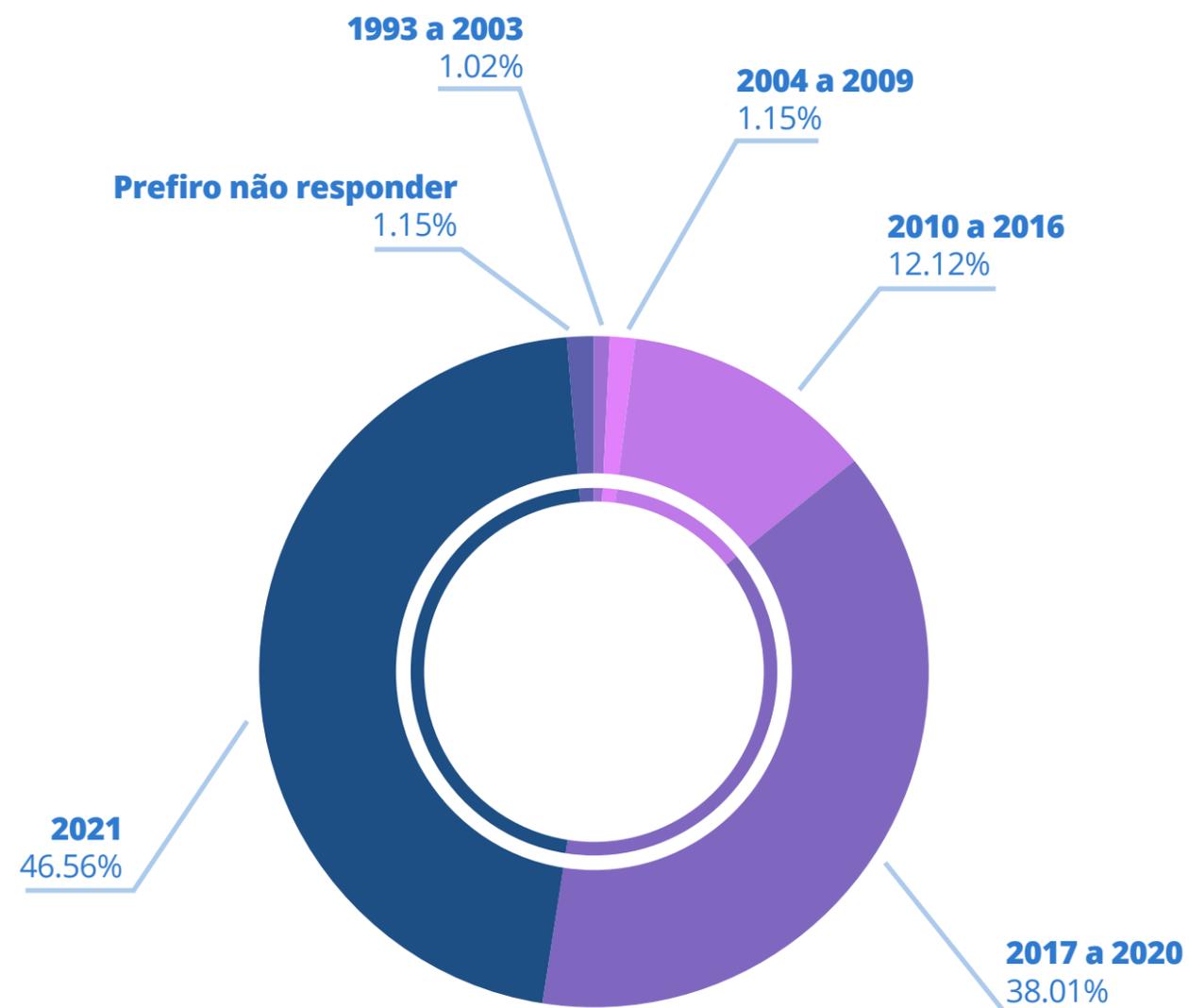
Sobre o vínculo empregatício, 95.26% dos participantes declaram estar sob o regime da CLT, o que é reflexo da grande implicação do Viva Rio com a implementação de contratos na área da saúde. Contudo, essa taxa também mostra que muitos profissionais prestadores de serviço não participaram da pesquisa, já que eles também são um grupo expressivo dentro da organização.



7. Ingresso no Viva Rio

Muita gente nova no Viva Rio

Agora um dado revelador: 46.56% dos profissionais respondentes ingressaram no Viva Rio no ano de 2021, muito embora uma parcela destes tenha retornado à organização. Outros 38.01% passaram a fazer parte dos quadros do Viva Rio entre 2017 e 2020, o que mostra que um número relevante de profissionais (84.57%) é de ingresso recente. Já aqueles que poderiam ser considerados “veteranos”, com ingresso na organização antes de 2017, são apenas 14.29%. Como veremos no próximo capítulo, o ingresso recente de um número expressivo de profissionais deve impactar no conhecimento dos mesmos sobre as ações e a história do Viva Rio.



8. Setor

Predominância da saúde

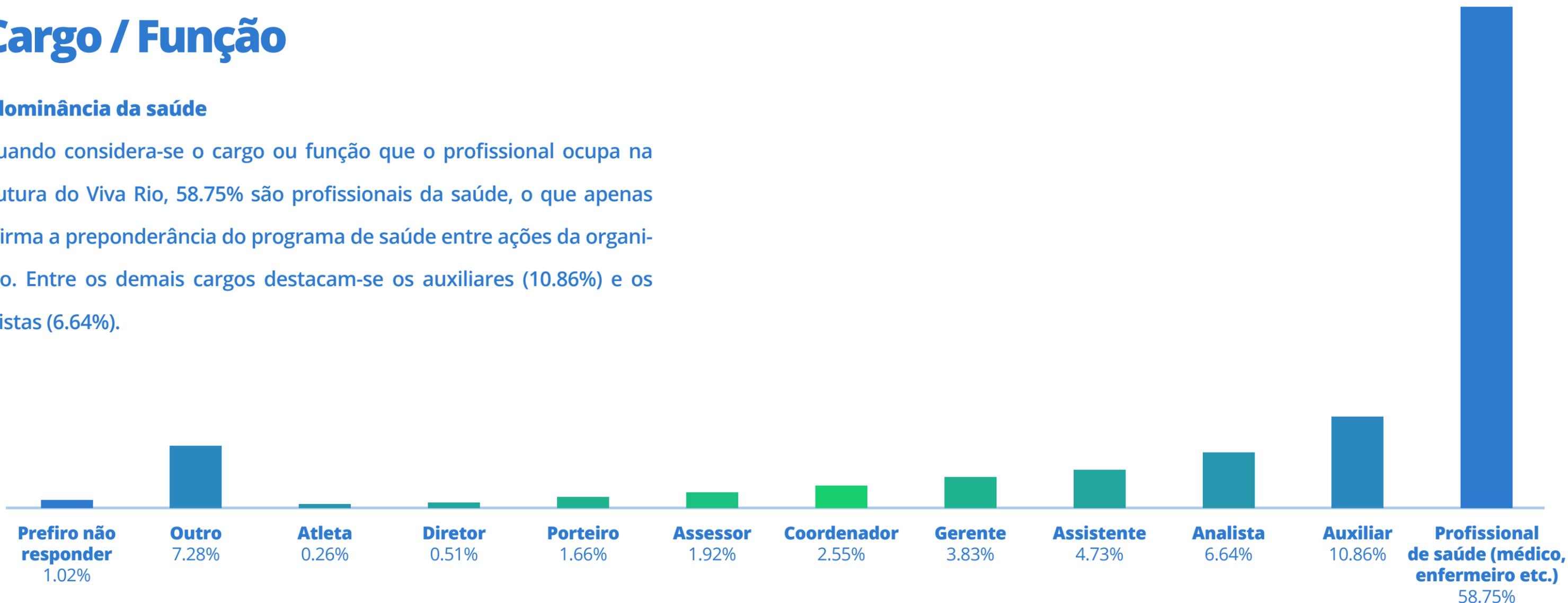
Vemos o mesmo quando analisamos o gráfico do setor em que a pessoa trabalha, que mostra que 82.99% dos profissionais da organização estão empregados nessa área. Os demais profissionais estão distribuídos em outros programas e setores, como desenvolvimento social (2.43%) e recursos humanos (3.2%) entre outros.



9. Cargo / Função

Predominância da saúde

Já quando considera-se o cargo ou função que o profissional ocupa na estrutura do Viva Rio, 58.75% são profissionais da saúde, o que apenas confirma a preponderância do programa de saúde entre ações da organização. Entre os demais cargos destacam-se os auxiliares (10.86%) e os analistas (6.64%).



Viva
a nossa
gente

6. Capítulo 2

Como vemos o Viva Rio?



Ao longo de quase três décadas de história, o Viva Rio tem desenvolvido projetos que impactam de forma decisiva as sociedades onde atua, sempre perseguindo a missão de promover a paz e a inclusão social. Conhecer a história e a cultura da organização é uma etapa importante para sedimentar as experiências acumuladas, mas, também, para inovar e plantar novos frutos.

Neste segundo capítulo os profissionais do Viva Rio respondem a perguntas sobre: o conhecimento da história e ações do Viva Rio, a imagem da organização, a participação em eventos promovidos pela organização, entre outras.

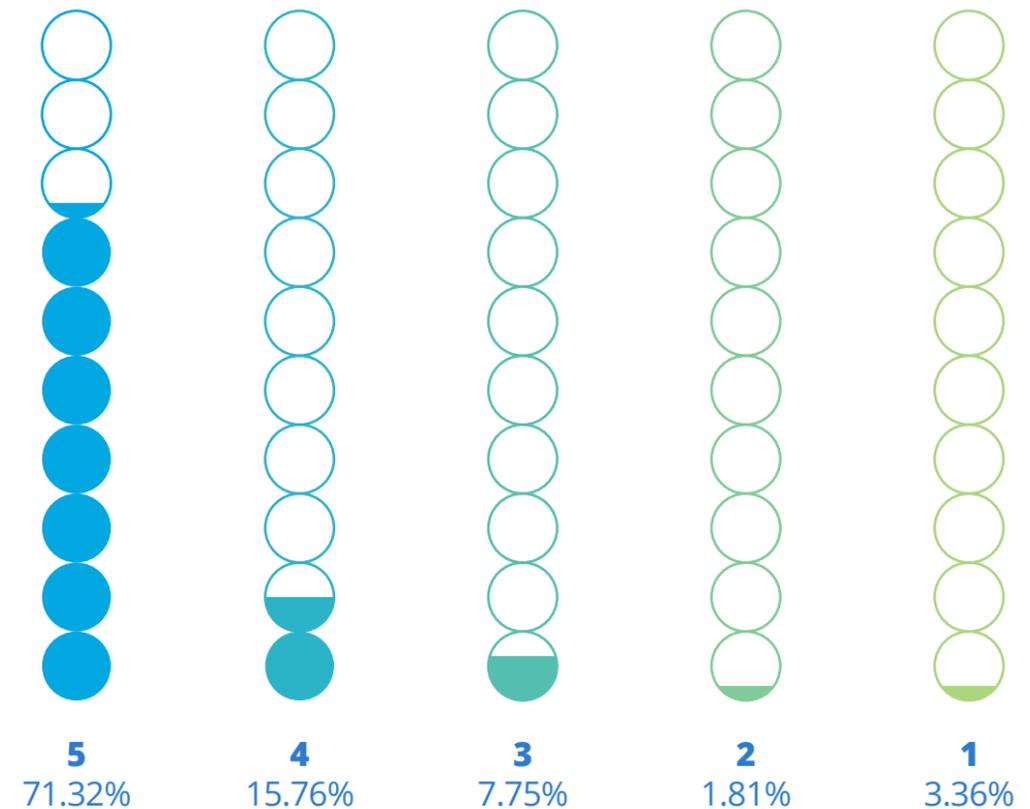
10. Visão do Viva Rio

Missão compartilhada por todos

Uma parcela expressiva dos participantes da pesquisa (71.32%) se identifica com a missão histórica do Viva Rio: “promover a cultura de paz e viabilizar a inclusão social”. Além de mostrar o engajamento dos profissionais com a proposta da organização, tal índice também revela a percepção dos respondentes sobre aqueles que devem ser dois dos principais problemas da cidade e do estado do Rio de Janeiro, não por acaso identificados pelo Viva Rio como focos de atuação desde a sua fundação – a violência e a desigualdade.

Numa escala de 1 a 5, em que 1 você discorda totalmente, aponte o quanto você concorda com as seguintes afirmações:

Eu me identifico com a missão do Viva Rio:
“Promover a cultura de paz e viabilizar a inclusão social”.

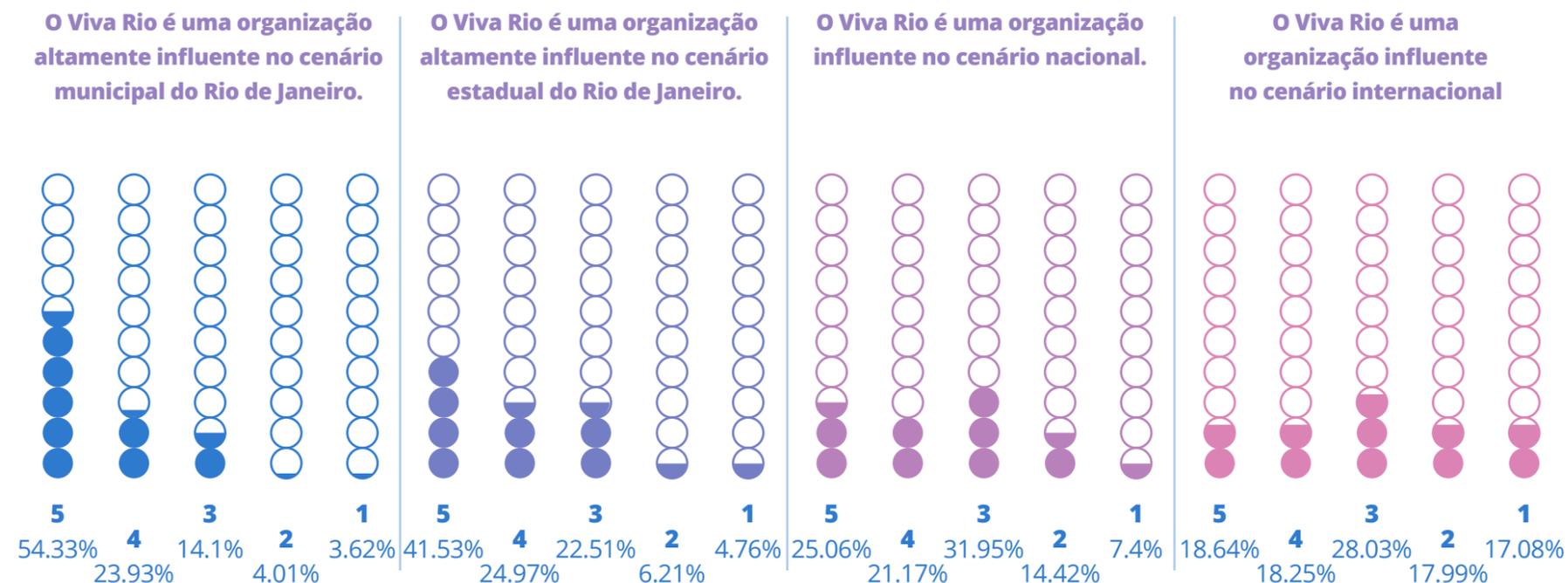


10. Visão do Viva Rio

Influência no município, estado e Brasil

Quando perguntados sobre a influência do Viva Rio nos cenários municipal, estadual e nacional, 92.36%, 89.01% e 78.18% dos participantes, respectivamente, identificam a organização com uma instituição influente, números bastante expressivos. Os índices maiores para o município e o estado são reflexo de uma atuação mais relevante nesses âmbitos, sobretudo por meio do impacto do programa de saúde nas comunidades cariocas e fluminenses e da presença ativa do Viva Rio nos debates públicos sobre os rumos da cidade.

Numa escala de 1 a 5, em que 1 você discorda totalmente, aponte o quanto você concorda com as seguintes afirmações:

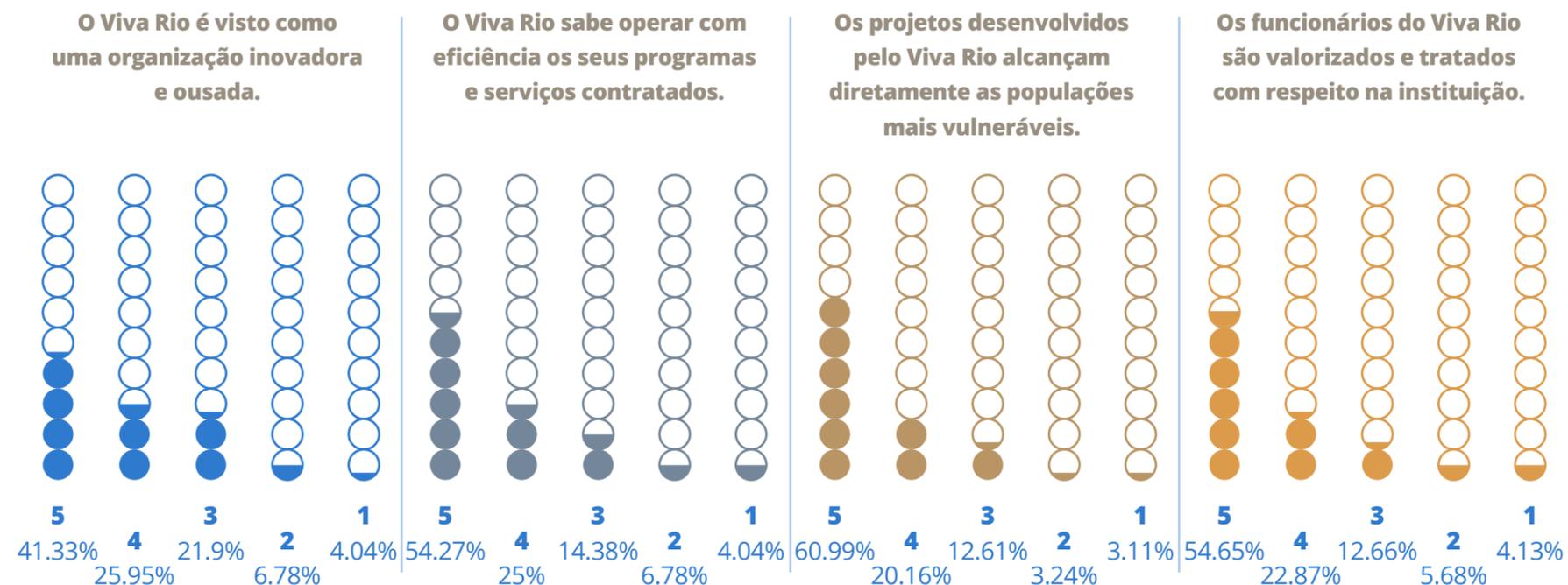


10. Visão do Viva Rio

Inovação, eficiência e respeito pelos funcionários

Já 89.18% dos participantes consideram o Viva Rio uma organização inovadora e ousada, 93.65% eficiente e 93.76% concordam que ela atinge as populações mais vulneráveis. Por fim, 90.18% dos profissionais responderam que se sentem valorizados e respeitados na instituição. Os números expressivos dos dados expostos revelam visões dos profissionais bastante positivas sobre a organização e a sua atuação.

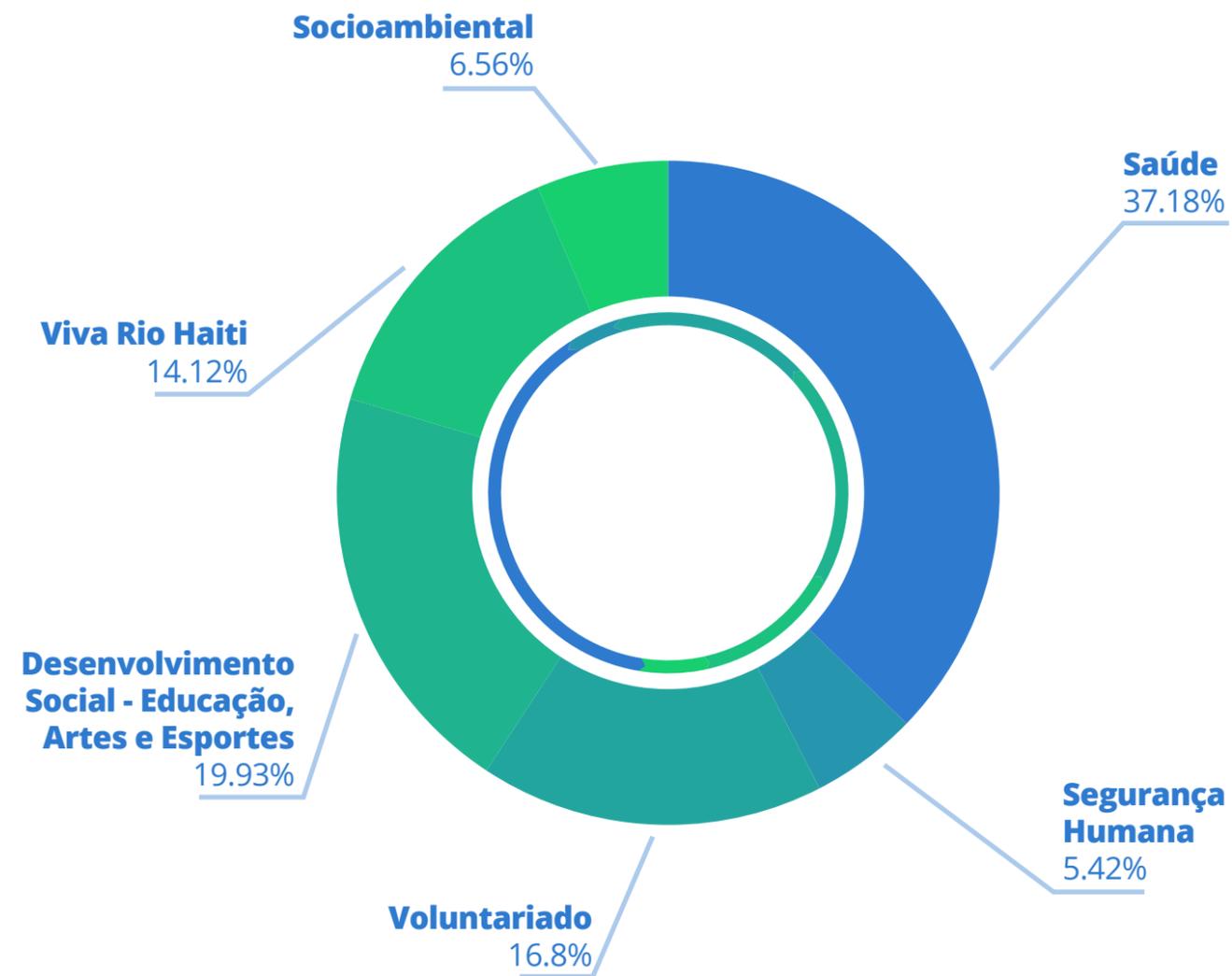
Numa escala de 1 a 5, em que 1 você discorda totalmente, aponte o quanto você concorda com as seguintes afirmações:



11. Áreas mais conhecidas do Viva Rio

Conhecimento sobre o Viva Rio

Os setores da organização mais conhecidos entre os profissionais que responderam a pesquisa são a saúde (37.18%), o desenvolvimento social (19.93%), o voluntariado (16.8%), e o Viva Rio Haiti (14.12%). Já o programa socioambiental e a segurança humana contam com apenas 6.56% e 5.42% respectivamente. O alto índice alcançado pela saúde explica-se facilmente pela importância que o programa tem hoje para o Viva Rio, mas, também, cumpre ressaltar os bons números dos programas de desenvolvimento social, do voluntariado e dos projetos no Haiti. Quanto ao programa socioambiental e à segurança humana, os resultados menos expressivos podem demonstrar tanto falta de informação sobre o andamento de determinadas ações, quanto, possivelmente, a perda de protagonismo que essas áreas experimentaram nos últimos anos em relação aos demais programas.



12. Visão da população sobre o Viva Rio

Conhecimento sobre o Viva Rio

No que se refere às concepções dos profissionais do Viva Rio sobre a imagem externa da organização, os resultados são variados. Por um lado, 44.94% dos participantes acreditam que a instituição é muito bem vista, mas, por outro, 30.22% menciona que há ressalvas sobre ela pelo público em geral. Ao mesmo tempo, 18.31% opina que a maioria da população não conhece o Viva Rio, enquanto 4.48% afirma que “metade gosta e metade não gosta” da organização. Estes números evidenciam uma disparidade acentuada entre as opiniões dos próprios profissionais acerca da organização e a imagem que eles pensam que o Viva Rio cultiva com o público em geral, não necessariamente positiva.

Na sua opinião, o Viva Rio é bem-visto na população em geral?

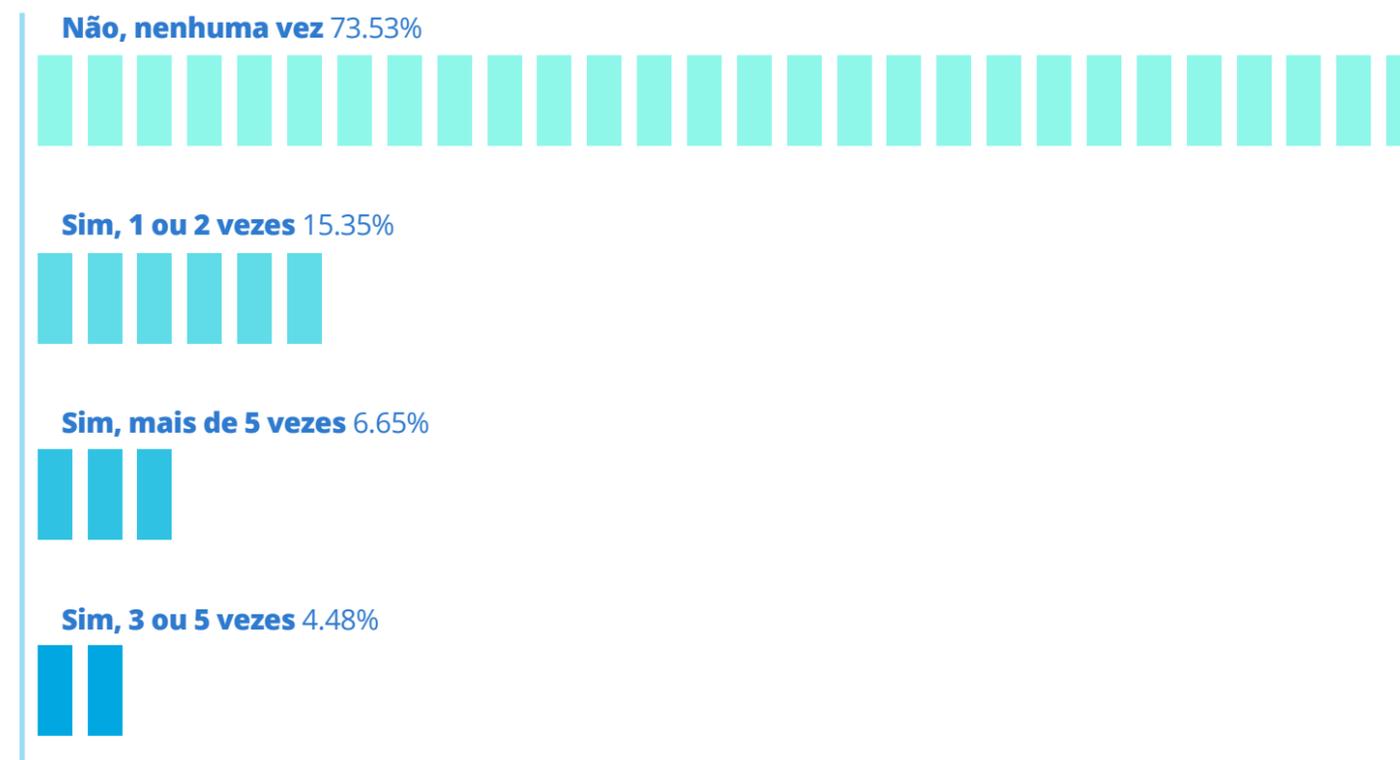


13. Participação em evento promovido pelo Viva Rio

Conhecimento sobre o Viva Rio

Os profissionais também foram perguntados sobre a participação em eventos fora do seu setor de atuação. Segundo as respostas obtidas, 73.53% dos participantes respondem que não participou “nenhuma vez”, 15.35% “uma ou duas vezes” e apenas 11.13% três vezes ou mais. Certamente, o pouco tempo de organização que boa parte dos profissionais possui atualmente colabora para este resultado. Entretanto, tal índice deve também refletir a mudança de perfil que o Viva Rio experimentou nos últimos anos, quando a organização passou a estar mais voltada para a prestação de serviços públicos essenciais, que costumam absorver muito tempo e energia dos seus profissionais e podem levar a certa inércia no dia a dia do trabalho. Tal característica contrasta com outros tempos da instituição, que reconhecida como “movimento” notabilizava-se pela organização de eventos e atividades caracterizadas pela mobilização permanente dos seus profissionais.

Já participou de algum evento promovido pelo Viva Rio fora do seu setor?

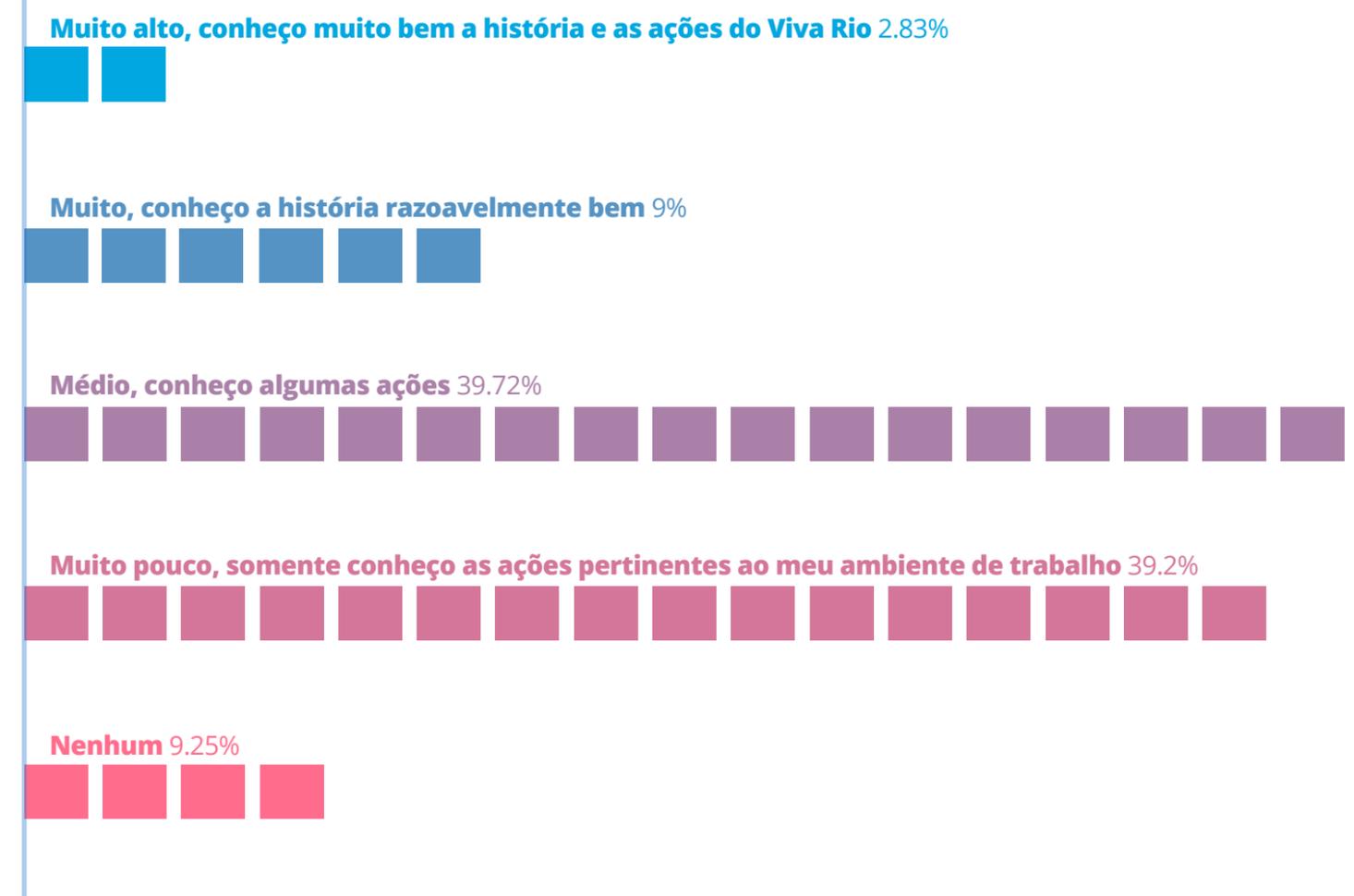


14. Conhecimento sobre a história e ações do Viva Rio

Conhecimento sobre o Viva Rio

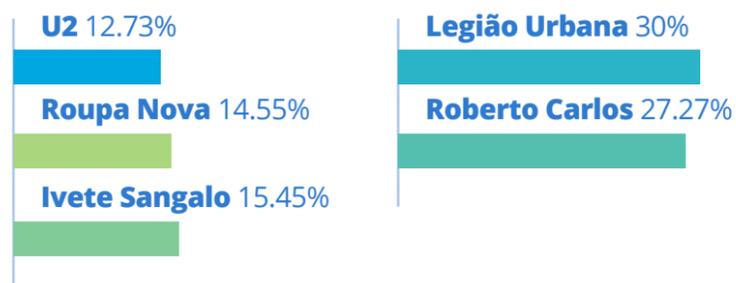
Já os dados sobre o grau de conhecimento dos profissionais da organização acerca da história e das ações do Viva Rio corroboram os resultados anteriormente expostos. Segundo os participantes da pesquisa, 39.2% conhecem “muito pouco, somente conheço as ações pertinentes ao meu ambiente de trabalho”, outros 39.72% possuem conhecimento mediano, 9% conhecem muito bem a história e as ações do Viva Rio e 9.25% dizem nada conhecer. Ao somar-se os que nada conhecem e os que conhecem pouco, atinge-se a importante taxa de 48.45% dos participantes na pesquisa. Uma vez mais, o grande número de profissionais que ingressou recentemente na organização deve impactar consideravelmente estes resultados. Mas o grau de integração entre os diferentes setores e programas, a circulação da informação e a divulgação da história e da cultura da organização também devem ser considerados.

Qual o seu grau de conhecimento sobre a história e as ações do Viva Rio?

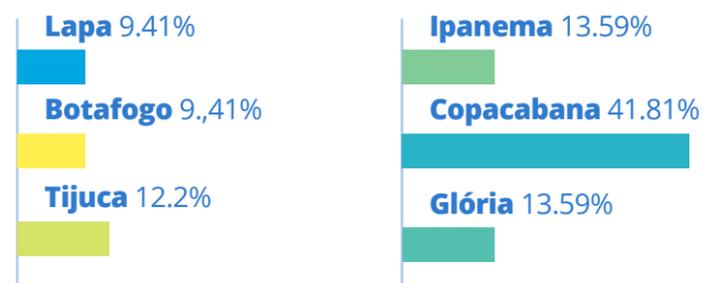


15. Percepção sobre a identidade do Viva Rio

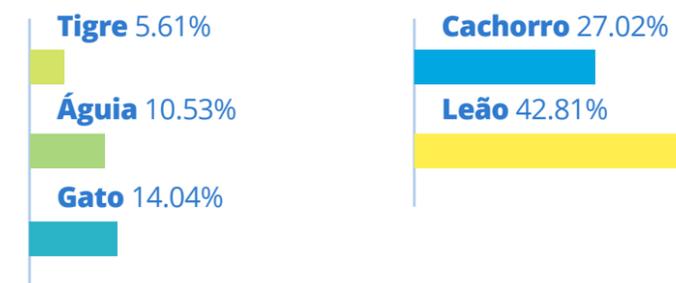
Se o Viva Rio fosse um artista ou banda, qual seria?
(mais citados)



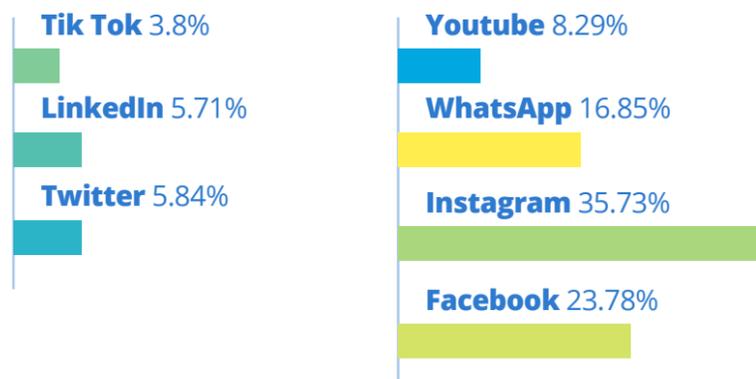
Se o Viva Rio fosse um bairro do Rio de Janeiro, qual seria? (mais citados)



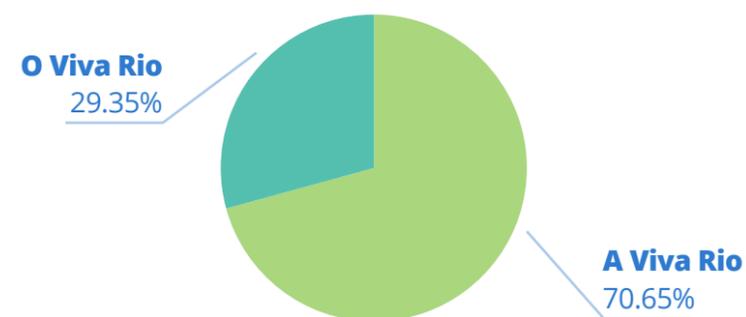
Se o Viva Rio fosse um animal, qual seria?
(mais citados)



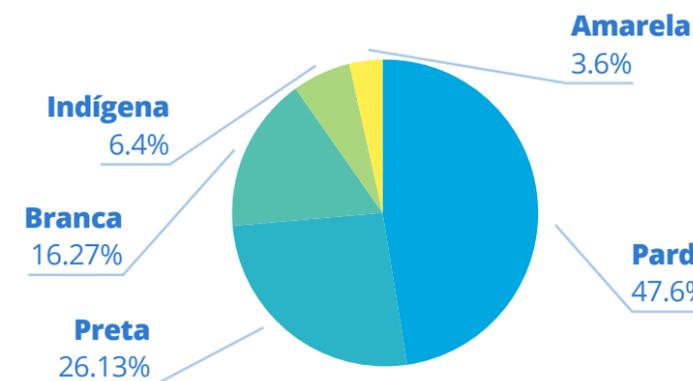
Se o Viva Rio fosse uma rede social, qual seria?



Ao falar do/a Viva Rio, você utiliza:



Se o Viva Rio fosse uma pessoa, qual seria sua raça/cor?



15. Percepção sobre a identidade do Viva Rio

Os profissionais do Viva Rio foram também instigados a traçar paralelos entre a organização e determinados símbolos do cotidiano, de modo a identificar os tipos de percepções, mensagens e imagens que ela transmite.

Quando perguntados se o Viva Rio fosse um artista ou banda qual ele seria, 30% responderam Legião Urbana e 27.7% Roberto Carlos; se a organização fosse um bairro qual ele seria, 41.81% escolheram Copacabana; se fosse um animal, 42.81% preferiram o leão; se fosse uma rede social qual delas o Viva Rio seria, 35.73% preferiram o Instagram, 23.78% o Facebook e 16.85% o WhatsApp e se o Viva Rio fosse uma pessoa de qual raça ou cor ela seria, destacaram-se como respostas a parda (47.6%) e a preta (26.13%).

Mais do que uma análise definitiva, esses resultados nos permitem formular perguntas e indagações sobre a imagem do Viva Rio perante os seus profes-

sionais. A associação com Copacabana deve-se ao cosmopolitismo do bairro da zona sul carioca? Ao fato de ser um símbolo do Rio de Janeiro? Ou ainda à diversidade da sua gente e dos seus territórios? A relação entre o Viva Rio e o leão está relacionada com valores como força e altivez? A associação entre o Viva Rio e as pessoas pardas é uma referência à diversidade?

Finalmente, os participantes foram perguntados se quando se referem ao Viva Rio utilizam os artigos “a” ou “o” para acompanhar o nome da organização. Para a ampla maioria (70.65%) o emprego utilizado é “a Viva Rio”. Tal preferência possivelmente decorre da atuação do Viva Rio em anos mais recentes, marcados sobretudo pela identificação da instituição como “organização”, substantivo que demanda o artigo no gênero feminino. Em tempos passados e na época da sua fundação, o “movimento” Viva Rio, como era mais frequentemente identificado pelos seus profissionais, exigia um artigo masculino, que possivelmente permaneceu como padrão de nomenclatura entre aqueles com mais tempo de instituição.

7. Capítulo 3

Sobre o mundo exterior

(opiniões sobre as instituições que nos cercam)

O Viva Rio não está isolado do mundo. A organização e os seus profissionais fazem parte de um vasto ecossistema de atores e instituições que por vezes dialogam, implementam ações em conjunto ou simplesmente interagem no mesmo espaço.

Conhecer a opinião dos profissionais sobre esses atores contribui para traçar o perfil daqueles que trabalham no Viva Rio, assim como auxilia a organização a pensar projetos e estratégias de relações institucionais.

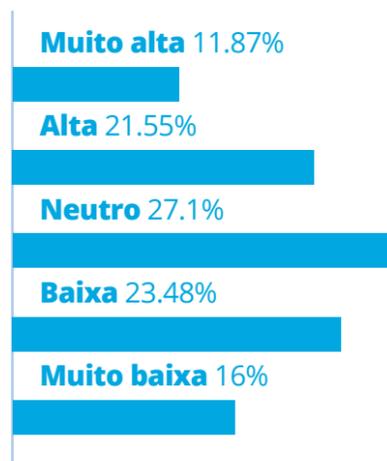
Neste capítulo, os profissionais do Viva Rio respondem a perguntas sobre: o nível de credibilidade em instituições relevantes para a sociedade, como as esferas de governo, as polícias e as entidades religiosas, e o conhecimento acerca dos projetos implementados pela Viva Rio ou por outras instituições nas mais variadas áreas.

16. Credibilidade depositada em instituições - Governo

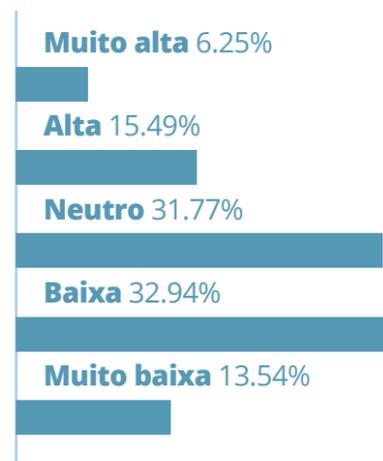
Quanta credibilidade você deposita nas instituições abaixo?

Governo

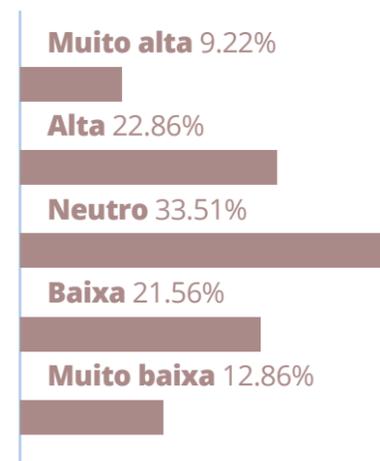
Governo Federal



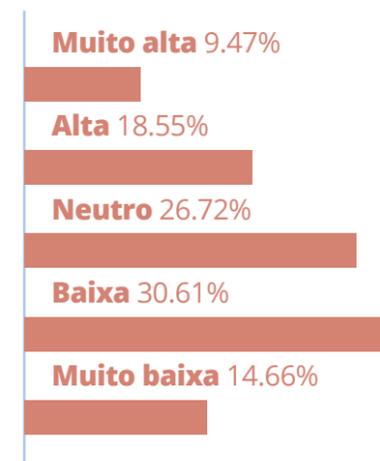
Congresso Nacional



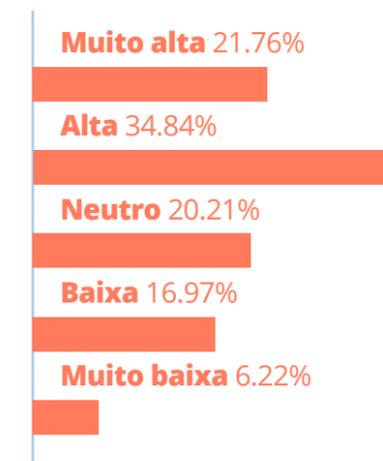
Supremo Tribunal Federal



Governo do Estado
do Rio de Janeiro



Prefeitura do Rio de Janeiro



16. Credibilidade depositada em instituições - Governo

Questionados sobre o grau de credibilidade das instituições de governo, os profissionais do Viva Rio opinam por vezes de maneira dividida e outras de forma mais negativa sobre as entidades propostas. No caso do grau de credibilidade no governo federal, as opções “muito baixa” e “baixa” somam 39.48% das respostas, enquanto as opções “muito alta” e “alta” indicam 33.42%, mostrando concepções polarizadas sobre a esfera federal, que possivelmente espelham a divisão política que o País experimentou nos últimos anos. As concepções sobre credibilidade do Supremo Tribunal Federal seguem a mesma tendência, com 34.42% para os resultados somados de “muito baixa” e “baixa” e 32.08% para “muito alta” e “alta”. Já no caso do Congresso Nacional as opiniões “muito baixa” e “baixa” atingem quase a metade das respostas (46.4%). O fenômeno se repete com o Governo do Estado do Rio de Janeiro, que apresenta 45.27%

das respostas entre as opções “muito baixa” e “baixa”. No caso do Congresso e do Governo do Rio, o noticiário negativo dos últimos anos, marcado por instabilidade política, problemas financeiros e acusações de corrupção, certamente influenciam o resultado.

Chama a atenção as taxas elevadas para a opção “neutro” quando os profissionais do Viva Rio são questionados sobre o grau de credibilidade nas instituições de governo. Essa opção oscilou quase sempre na faixa entre os 25% e 35%, sendo o resultado mais alto o do STF, com 33.51% das respostas, e o mais baixo o do Governo do Rio, com 26,72% das respostas.

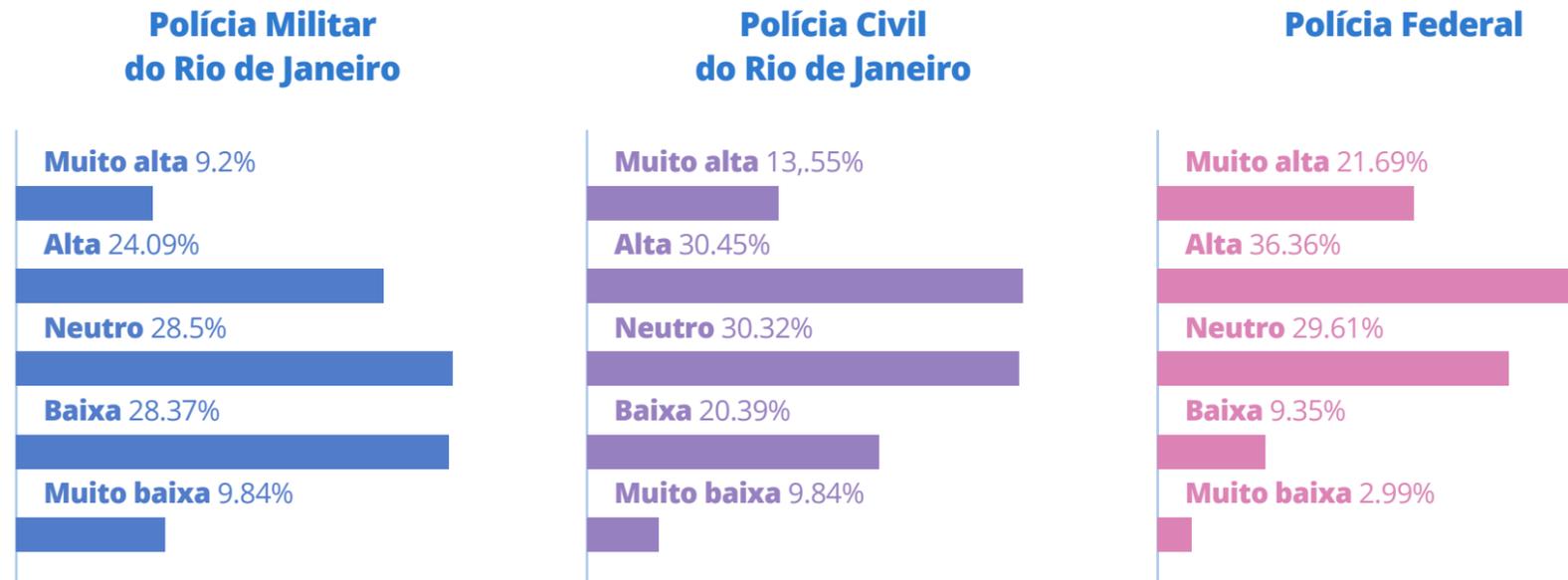
16. Credibilidade depositada em instituições - Governo

A esfera de governo cujos resultados da pesquisa destoam das demais é a Prefeitura do Rio de Janeiro. Segundo os dados coletados, 56.6% das respostas indicam a credibilidade da instituição como “muito alta” e “alta” e outros 23.19% como “muito baixa” e “baixa”, em uma tendência oposta às das demais esferas de governo, cujos índices negativos são maiores que os positivos. O maior grau de credibilidade da Prefeitura entre os profissionais do Viva Rio pode ser entendido como um reflexo do que ocorre na sociedade carioca como um todo, que experimenta a transição de uma gestão municipal muito mal avaliada para um novo ciclo de governo. Também é possível que os bons resultados da Prefeitura estejam relacionados ao fato de que parte considerável dos contratos do programa de saúde do Viva Rio sejam com a gestão municipal carioca.

17. Credibilidade depositada em instituições - Polícias

Quanta credibilidade você deposita nas instituições abaixo?

Polícias



17. Credibilidade depositada em instituições - Polícias

Os profissionais do Viva Rio foram também questionados sobre o grau de credibilidade das instituições policiais – militar, civil e federal. O questionamento é relevante pois, além da segurança pública ser um problema central para a sociedade fluminense, o Viva Rio mantém um programa de Segurança Humana e boa parte das ações da organização estão situadas em territórios marcados pela violência. De acordo com os resultados, a Polícia Militar tem grau de credibilidade “muita baixa” e “baixa” para 38.21% dos participantes da pesquisa e “muito alta” e “alta” para 33.29%. Já a Polícia Civil apresenta índices de credibilidade “muita baixa” e “baixa” para 25.68% dos respondentes e “muito alta” e “alta” para 44%. Finalmente, a Polícia Federal possui credibilidade “muita baixa” ou “baixa”

para 12.34% dos profissionais do Viva Rio e “muito alta” e “alta” para 58.05%. Os resultados negativos para a PMRJ podem ser explicados pela imagem ruim que a corporação tem diante de boa parte da opinião pública. O inverso ocorre com a Polícia Federal, que passou a ser muito identificada com o combate à corrupção nos últimos anos.

18. Credibilidade depositada em instituições - Instituições religiosas

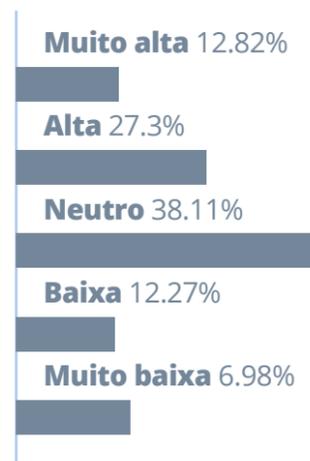
Quanta credibilidade você deposita nas instituições abaixo?

Instituições religiosas

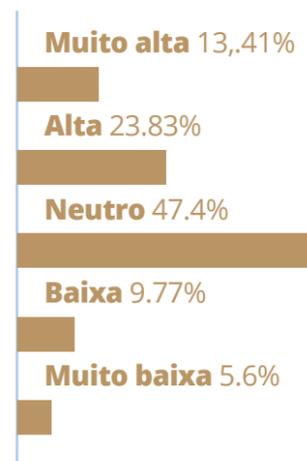
Igreja Católica



Igreja Evangélica



Kardecismo



Umbanda



Candomblé

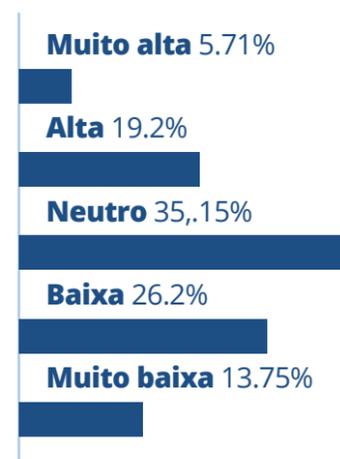


19. Credibilidade depositada em instituições - Outras instituições

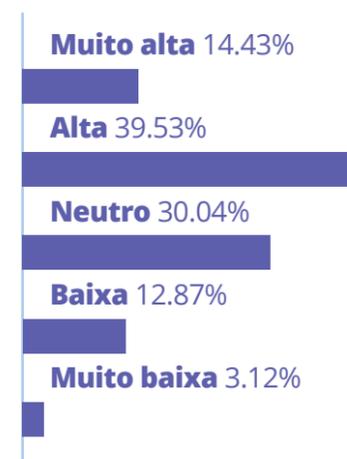
Quanta credibilidade você deposita nas instituições abaixo?

Outras instituições

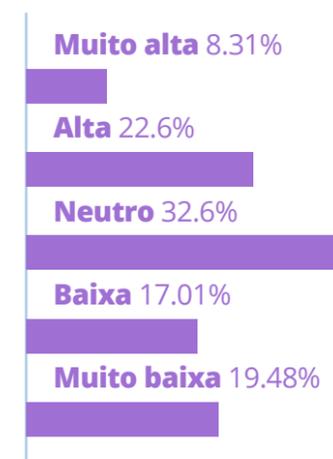
Sindicatos



ONGs em geral



Rede Globo



Viva Rio



18 e 19. Credibilidade depositada em instituições - Instituições religiosas e outras

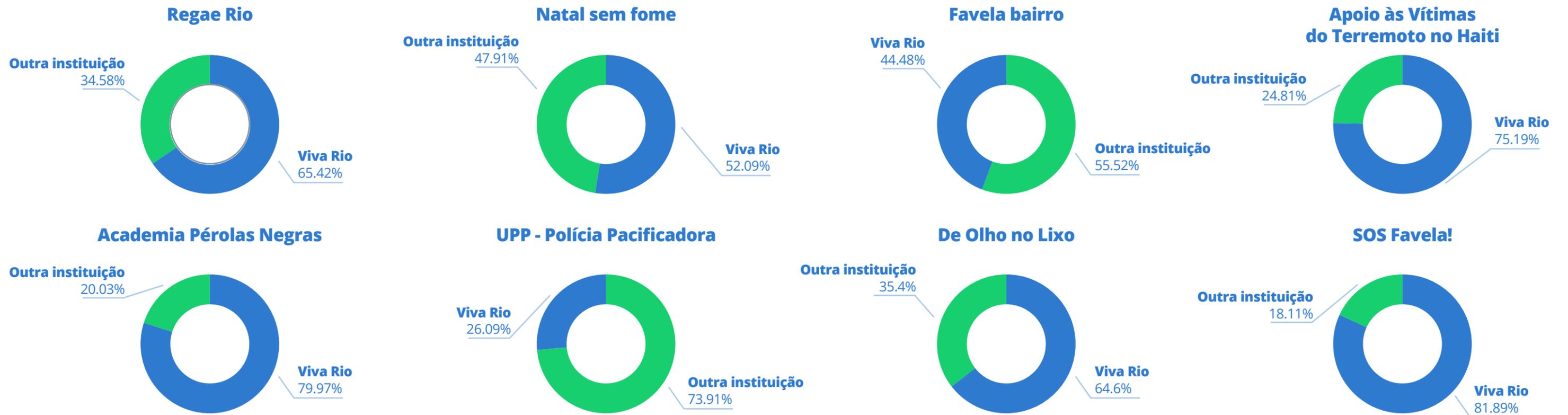
Os resultados sobre o grau de credibilidade dos profissionais do Viva Rio nas instituições religiosas revelam que a neutralidade sobre a atuação delas aparece como a principal resposta. Tal fenômeno, provavelmente, mostra a preferência de não se posicionar sobre um tema normalmente considerado de cunho estritamente pessoal e passível de polêmicas. Para a Igreja católica, a igreja evangélica, o kardecismo, a umbanda e o candomblé, as taxas de “neutro” indicam, respectivamente, 38.11%, 39.92%, 47.7%, 49.35% e 51.3% nas respostas dos participantes. Os resultados para as demais opções de resposta não variam muito de uma instituição religiosa para outra, à exceção das opiniões “muito baixa” e “baixa” para a igreja evangélica, com 26.56%.

Por fim, no que refere ao grau de credibilidade nas instituições, os partici-

pantes da pesquisa foram instados a se posicionar a respeito dos sindicatos, das Ongs em geral, do Viva Rio e da Rede Globo. Destacam-se as respostas “muito baixa” e “baixa” para os sindicatos (39.95%) e para a Rede Globo (36.49), possivelmente, em decorrência do ambiente de polarização política que o país experimenta. Por outro lado, as ONGs e o Viva Rio apresentam um grau de credibilidade “muito alto” e “alto” para 53.96% e 83.16% dos respondentes, respectivamente. Possivelmente, o fato dos participantes trabalharem em uma Ong, e especificamente no Viva Rio, impacta positivamente a resposta à questão. Todavia, é importante sublinhar os números alcançados como demonstração de confiança no trabalho realizado pela organização.

20. Ações Sociais

Indique quais das ações foram lideradas pelo Viva Rio e quais foram lideradas por outras instituições:



20. Ações Sociais

Como última questão deste capítulo, os profissionais do Viva Rio precisaram identificar que ações foram lideradas pelo Viva Rio e que ações foram lideradas por outras instituições de acordo com uma lista de 8 projetos – Reage Rio, Natal sem Fome, Favela Bairro, Apoio às Vítimas do Terremoto do Haiti, Academia Pérolas Negras, Unidades de Polícia Pacificadora, De Olho no Lixo e SOS Favela. No geral, as respostas apresentam um alto grau de acerto sobre que ações foram lideradas pelo Viva Rio e quais por outras instituições.

Entre os maiores acertos (81.89% e 79.97), destacam-se o SOS Favela e a Academia Pérolas Negras, ambos projetos recentes e objetos de grandes esforços de comunicação. Sobre ações mais antigas da organização, destacam-se o Reage Rio (65.42%), liderado pelo Viva Rio em 1995, e o De Olho no Lixo (64.6%). Os projetos Favela Bairro e Natal Sem Fome, têm as

imagens divididas. De fato, não foram liderados pelo Viva Rio, mas pela Prefeitura do Rio e pela Ong Ação da Cidadania, respectivamente. O mesmo vale para a UPP, liderada pelo Governo do Rio.

O alto grau de acerto das respostas acerca das referidas ações evidenciam que apesar de terem demonstrado no capítulo 2 que pouco conhecem sobre a história do Viva Rio, os participantes da pesquisa são capazes de identificar muitos dos projetos aos quais a organização se dedicou nos últimos anos e mesmo em tempos não tão recentes. Tal fenômeno, possivelmente, demonstra que ações concretas tendem a se fixar de modo mais forte na memória das pessoas do que relatos ou narrativas mais genéricas, especialmente para aqueles profissionais que não possuem um vínculo institucional histórico e duradouro.

8. Capítulo 4

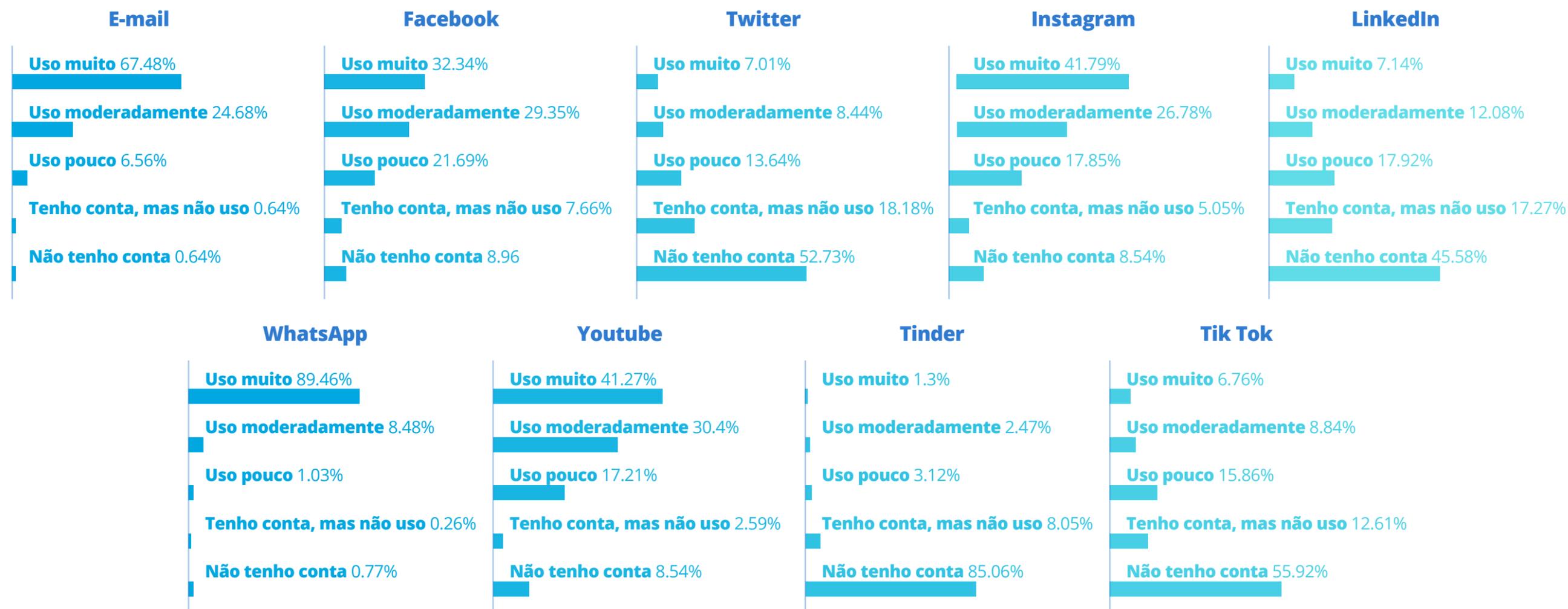
Ferramentas de interação e redes sociais

As ferramentas de interação digital e as redes sociais mudaram para sempre a forma como nos comunicamos uns com os outros. O Viva Rio esteve desde a sua fundação aberto às inovações tecnológicas, em especial aquelas com o poder de multiplicar as mensagens e a missão da organização. Conhecer melhor a forma como os profissionais do Viva Rio se comunicam, interagem e consomem conteúdos digitais é uma oportunidade de se aproximar dos nossos colaboradores e de pensar como modos inovadores de produção e distribuição de conteúdo podem impactar o ambiente de trabalho e o alcance dos projetos.

Neste quarto capítulo, os profissionais do Viva Rio respondem a perguntas sobre: as ferramentas de comunicação digitais mais utilizadas no dia a dia pelos profissionais da organização, as redes sociais mais acessadas, os conteúdos preferidos...

21. Ferramentas de Interação

Das ferramentas abaixo, qual delas você usa e com qual frequência?



21. Ferramentas de Interação

Entre as ferramentas de interação que fazem parte do dia a dia dos profissionais do Viva Rio, são identificadas como “muito utilizadas” o WhatsApp (89.46%), o e-mail (67.48%), o Instagram (41.79%), o Youtube (41.27%) e o Facebook (32.34%). Já as ferramentas mais recentes ou mais segmentadas são também aquelas mais identificadas como pouco utilizadas ou mesmo sem acesso, como é o caso do Tinder (93.11%), do Twitter (84.55%), do Tik Tok (84.39%) e do LinkedIn (80.77%).

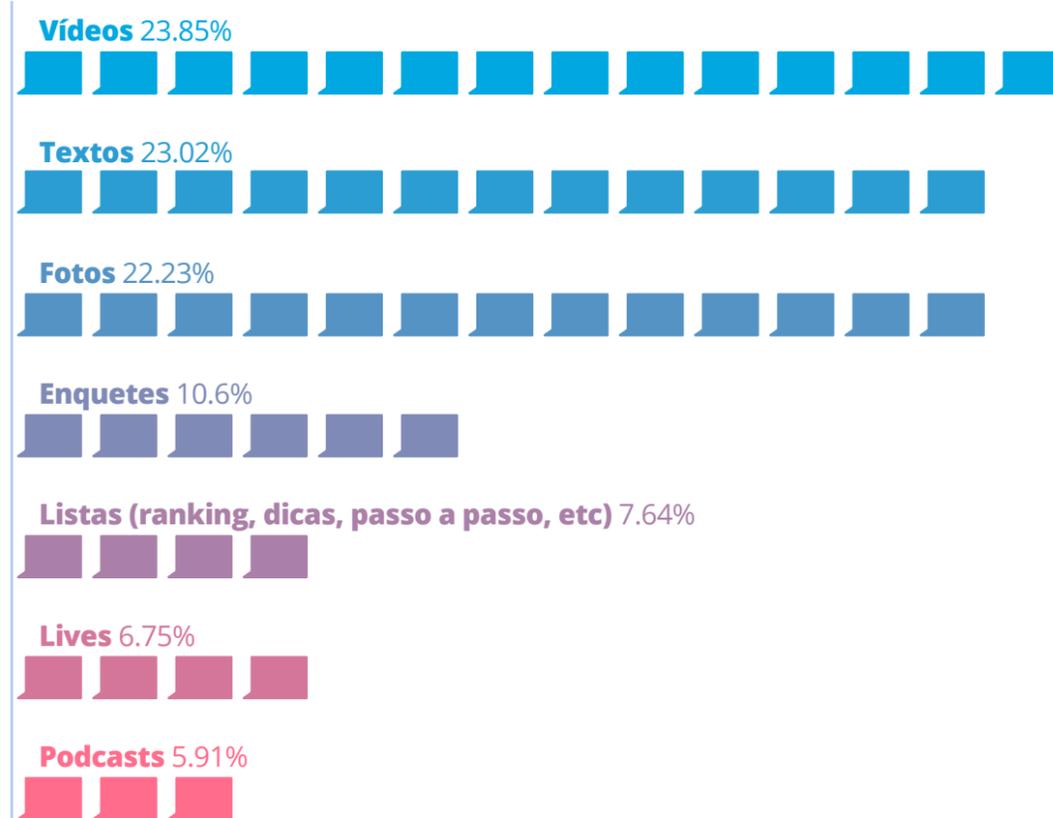
O WhatsApp, o Instagram e o Facebook são ferramentas e redes sociais conhecidas por sua grande disseminação no Brasil, o que se reflete na utilização acentuada pelos profissionais do Viva Rio. O e-mail é uma das ferramentas de interação mais antigas e tradicionais da internet, de vasta utilização nos mais variados meios e disponibilizada através de um

e-mail institucional pelo Viva Rio a grande parte de seus colaboradores, o que também se reflete na sua utilização acentuada, notadamente para motivos profissionais. Contudo, destaca-se o fato de que ainda que o e-mail seja largamente utilizado, 32.24% dos profissionais do Viva Rio usam pouco ou moderadamente essa ferramenta, possivelmente por motivos de restrição ao acesso, agilidade da ferramenta ou de costume.

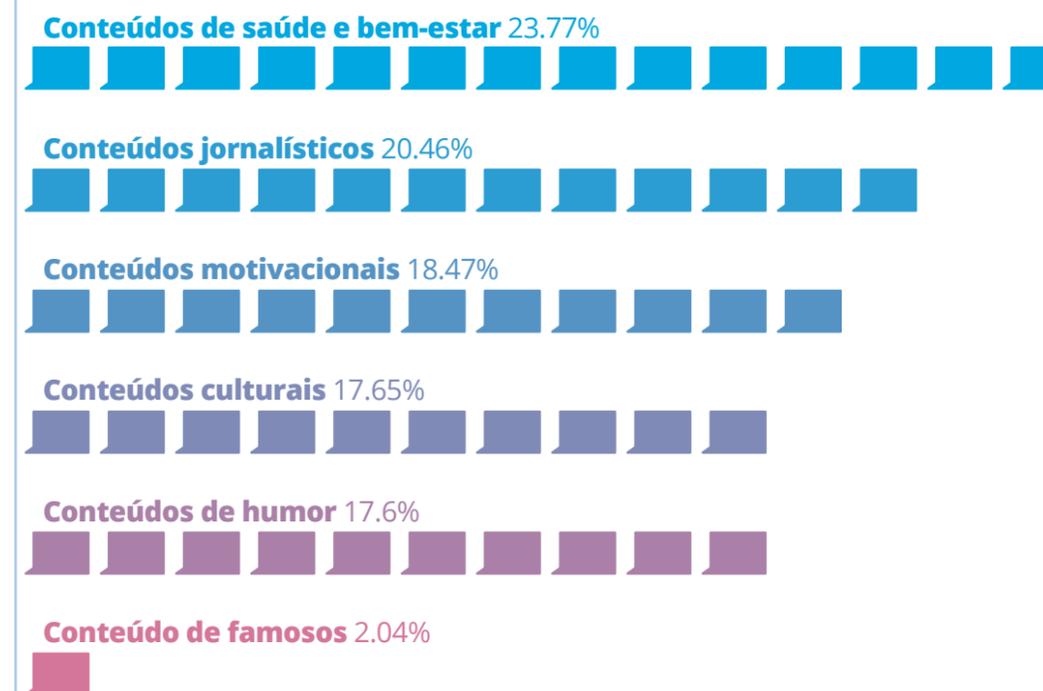
Paralelamente, deve-se salientar a utilização massiva de outras ferramentas, como o WhatsApp, para a comunicação entre os profissionais da organização no contexto das atividades da organização.

22. Redes Sociais

Em quais formatos você prefere receber informações nas redes sociais?



Quais tipos de conteúdo você mais gosta nas redes sociais?



22. Redes Sociais

Também questionados sobre a utilização das redes sociais, os profissionais do Viva Rio respondem que preferem receber informações nesses meios através de vídeos (23.85%), textos (23.02%), fotos (22.23%), enquetes (10.6%), listas (7.64%), lives (6.75%) ou podcasts (5.91%). As informações sob a forma de vídeos e fotos ocupam, respectivamente, o 1º e 3º lugares da preferência dos profissionais da organização, a sublinhar o caráter visual que as ferramentas de interação e as redes sociais têm assumido com o tempo para os usuários da internet como um todo. Contudo, a distribuição das respostas nas várias opções dadas pelo questionário mostra que todas elas demonstram ser relevantes como ferramentas de informação e interação, incluindo modalidades de produção e compartilhamento de conteúdo de disseminação mais recente entre os usuários da internet, como as lives e os podcasts.

Já quando perguntados sobre quais tipos de conteúdos preferem, os participantes da pesquisa indicam que os de saúde e bem-estar (23.77%), os jornalísticos (20.46%), os motivacionais (18.47%), os culturais (17.65%), os de humor (17.6%) e os conteúdos de famosos (2.04%) são os seus favoritos. Apesar da grande fragmentação dos resultados, o fato de o Viva Rio ser atualmente bastante voltado para a área da saúde possivelmente explica os conteúdos de saúde e bem-estar estarem em 1º lugar. No entanto, uma vez mais, salienta-se que a variedade de opções identificadas pelos profissionais da organização em proporções mais ou menos similares evidencia a diversidade de conteúdos consumidos.

9. Capítulo 5

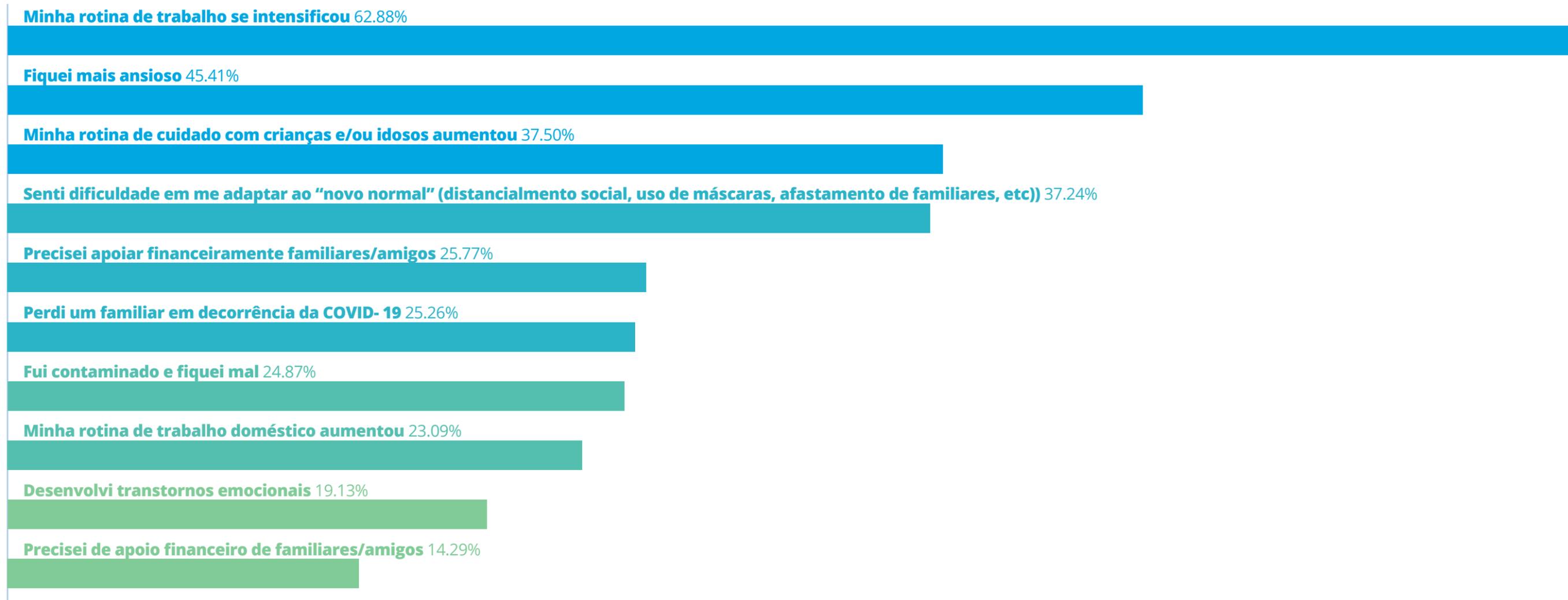
Os impactos da pandemia de COVID-19

A pandemia de COVID 19, iniciada no início de 2020, impactou a vida de todos, trazendo consequências para a saúde coletiva e individual, para as relações afetivas, para o trabalho, para a vida em família, os negócios e os funcionamentos dos governos.

No quinto e último capítulo da Pesquisa de Opinião 2021, os profissionais do Viva Rio respondem às questões propostas pela pesquisa sobre os impactos mais relevantes da COVID-19 na vida de cada um e acerca das transformações que a pandemia pode acarretar para o presente e o futuro.

23. Percepção sobre a Pandemia

Em relação à Pandemia, assinale as alternativas que retratem os impactos experienciados por você



23. Percepção sobre a Pandemia

A pandemia de COVID 19 afetou a cada um de maneira diferente. Na pesquisa de opinião, os profissionais do Viva Rio foram estimulados a identificar os principais impactos que ela trouxe para as suas vidas, podendo eles selecionarem mais de uma opção de resposta. Segundo os resultados, 62.88% dos participantes indicaram que a rotina de trabalho foi intensificada, 45.41% que ficaram mais ansiosos, 37.5% responderam que tiveram alteração da rotina de cuidado com as crianças e os idosos, 37.24% apontaram dificuldades em se adaptar ao “novo normal”, 25.77% dos participantes precisaram apoiar financeiramente algum familiar ou amigo, 25.26% assinalaram a perda de algum familiar, 24.87% indicaram que ficaram contaminados e doentes, 23.09% apontaram que rotina de trabalho doméstico foi aumentada, 19.13% desenvolveram algum transtorno emocional e 14.29% dos profissionais indicaram que precisaram de apoio financeiro de familiares ou amigos.

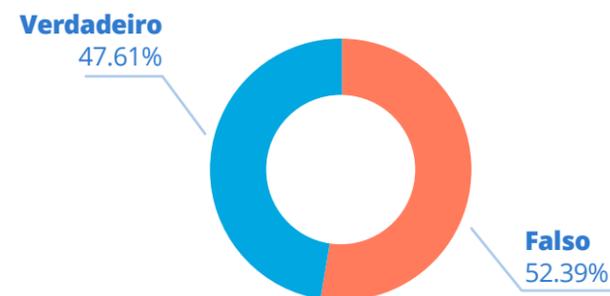
O aumento da rotina de trabalho destaca-se entre as demais respostas, possivelmente, em razão de que boa parte dos profissionais do Viva Rio está envolvida com a prestação de serviços na área da saúde. Muitos estiveram (e estão) na linha de frente do combate à COVID-19 desde os primeiros dias da pandemia nas muitas unidades de atendimento que a organização gerencia. É provável que outras opções de resposta, como a ansiedade e os transtornos emocionais também estejam relacionados com estas atividades, fundamentais para o momento em que vivemos, mas também desgastantes.

24. Percepção sobre a Pandemia

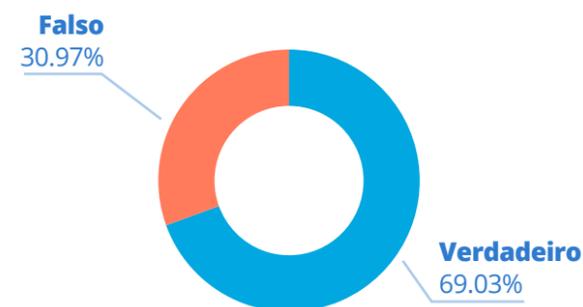
Acredito que pouca coisa vai mudar com o fim da pandemia:



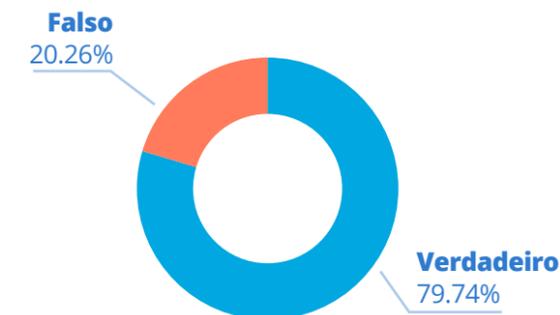
Acredito que o respeito ao próximo e o senso de coletividade vão aumentar:



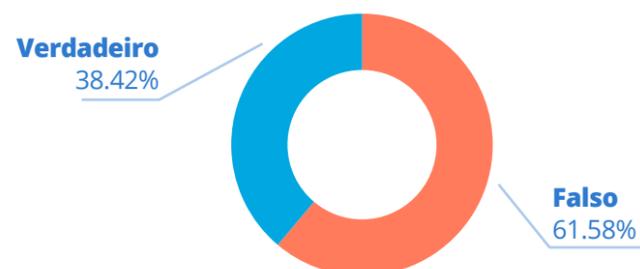
Acredito que haverá uma preocupação maior das pessoas com a saúde física:



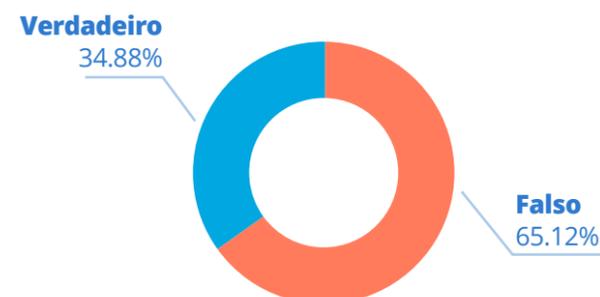
Acredito que haverá uma preocupação maior das pessoas com a saúde mental:



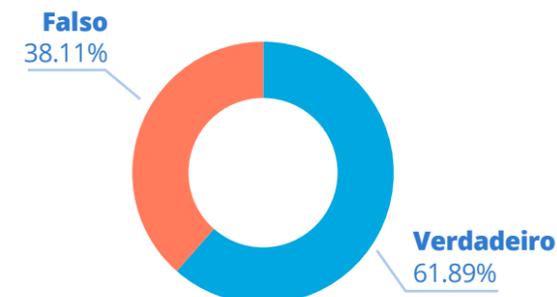
Acredito que haverá uma preocupação maior das pessoas com o meio ambiente:



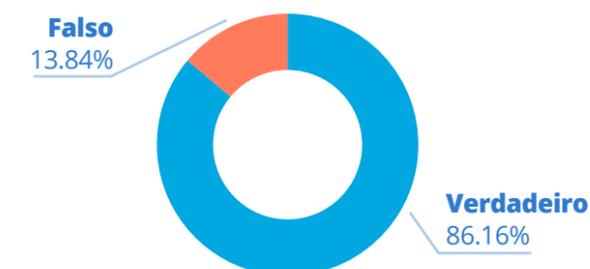
Haverá uma preocupação maior dos governantes brasileiros com a saúde:



Haverá uma preocupação maior das empresas com a saúde dos funcionários:



Haverá uma preocupação maior do Viva Rio com a saúde dos funcionários:



24. Percepção sobre a Pandemia

Ainda no tema da pandemia, os profissionais do Viva Rio foram questionados acerca das possíveis transformações que ela poderá trazer para a vida de todos. Como resultado, 53.37% dos participantes opinam que pouca coisa deve mudar com o fim da pandemia, 52.39% acreditam que o respeito ao próximo não deve se alterar, 69.03% pensam que a preocupação das pessoas com a saúde deve aumentar, 79.74% acreditam que haverá uma preocupação maior com a saúde mental, 61.58% opinam que as preocupações com o meio ambiente não se alterarão, 65.12% defendem que a preocupação dos governantes brasileiros com a saúde não mudará, 61.89% acham que as empresas terão uma preocupação maior com a saúde dos funcionários e 86.16% acreditam que o Viva Rio especificamente se preocupará mais com a saúde dos seus profissionais.

Ao se observar algumas das respostas, percebe-se uma visão dividida ou

mesmo pouco otimista sobre as transformações que a pandemia poderá trazer no que se refere ao comportamento individual e à ação dos governos. Talvez a concepção de que as pessoas estejam hoje em dia prioritariamente dedicadas ao trabalho e ao sucesso pessoal, ao invés do cuidado de si e do outro, possa explicar tal fenômeno, ao lado da descrença que muitos nutrem em relação às diferentes esferas de governo, como já mostrado no capítulo 3.

Contudo, é relevante notar que, segundo os respondentes, as preocupações pessoais com as saúdes física e mental devem aumentar. Sobre isso, a saúde mental destaca-se com quase 80% dos profissionais do Viva Rio identificando essa possibilidade. Além dos impactos que a pandemia trouxe para a população, o fato de que os profissionais da organização que atuam na área da saúde terem tido suas responsabilidades e atuação

24. Percepção sobre a Pandemia

aumentadas durante o atual período podem indicar a razão de uma preocupação maior com esse tema.

Embora a compreensão de que os governos não devem mudar a forma como abordam questões relacionadas à saúde seja da ordem de 65%, a opinião de que as empresas o farão é um pouco mais otimista, atingindo 62% das respostas. Além da preocupação propriamente mais humanitária que as empresas venham a ter em relação aos seus funcionários, clientes ou mesmo à sua operação, é possível que esta percepção por parte dos profissionais do Viva Rio também decorra da percepção de que as empresas recorrerão a estratégias de cuidado como forma de minorar os impactos econômicos negativos da pandemia para os negócios.

Já em relação especificamente ao Viva Rio, 86% dos respondentes

pensam que a organização se preocupará mais com a saúde dos seus profissionais. Por se tratar de uma organização que hoje em dia atua muito na área da saúde, a expectativa de que maiores esforços serão direcionados ao cuidado dos seus profissionais em um momento de enormes desafios como o atual é compreensível e até esperada.

10. Conclusão

Como conclusão, apresentamos as lições aprendidas e alguns pontos para reflexão sobre o ambiente de trabalho, diversidade, o presente e o futuro do Viva Rio, elaborados a partir dos resultados da Pesquisa de Opinião 2021. Onde podemos melhorar? Quais os desafios que nos esperam?

- O Viva Rio é marcado pela grande diversidade racial dos seus quadros. Quase 60% dos profissionais da organização declaram-se pretos ou pardos. Garantir o acesso igualitário aos postos dos diferentes programas é uma forma de internalizar a diversidade como um valor da organização.

- As mulheres ocupam a expressiva marca de 67.65% dos cargos do Viva Rio. Embora esse número também reflita a predominância feminina no setor da saúde como um todo, deve-se salientar o papel destacado que elas possuem na organização. Persseguir a pluralidade é um valor e também um meio de se conquistar melhores resultados na implementação de projetos e oferta de serviços.

- Muitos profissionais de ingresso recente declararam pouco conhecer a história e a cultura do Viva Rio. Reforçá-las entre os seus profissionais através de eventos, de ferramentas de comunicação e de um maior diálogo interno podem potencializar a missão da organização junto aos seus colaboradores e ao público em geral.
- Muitos profissionais do Viva Rio desconhecem o que se passa em outros setores da organização ou participam pouco de atividades não relacionadas às suas áreas de atuação. A promoção de atividades conjuntas entre os diferentes setores do Viva Rio pode facilitar a integração dos profissionais ao ambiente de trabalho e aos programas e projetos que ela implementa.
- Os profissionais do Viva Rio utilizam uma gama variada de ferramentas de interação eletrônica e consomem conteúdos de todo o tipo na internet. Produzir e distribuir conteúdo por meio de novas tecnologias da informação que envolvam vídeos, fotos, enquetes, lives e podcasts direcionados aos profissionais da organização, aos beneficiários e ao público em geral pode aumentar a capacidade de comunicação do Viva Rio e o alcance de sua missão e objetivos.
- O uso de instrumentos de interação digital entre os profissionais, como o WhatsApp e as mídias sociais, podem ser aprimorados de modo a facilitar a veiculação das mensagens e a implementação das ações pela organização.

- A pandemia trouxe enormes desafios para os profissionais do Viva Rio, especialmente pelo papel que a organização desempenha na área da saúde. Promover a saúde física e mental dos profissionais na atual conjuntura pode trazer benefícios para a vida das pessoas, para o ambiente de trabalho e para a qualidade dos projetos e serviços implementados.

11. Referências

2019 IBGE. Desigualdades Sociais Por Cor ou Raça no Brasil. Rio de Janeiro, IBGE

Protagonismo feminino na saúde: mulheres são a maioria nos serviços e na gestão do SUS. CONASEMS, 2020. Disponível em: <https://www.conasems.org.br/o-protagonismo-feminino-na-saude-mulheres-sao-a-maioria-nos-servicos-e-na-gestao-do-sus/>

Viva
a nossa
gente

Obrigado!

